

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN  
-----

**ĐÀO THỊ HỒNG THÚY**

**HÀNH VI DU LỊCH XANH  
CỦA KHÁCH DU LỊCH Ở HÀ GIANG**

Chuyên ngành: Du lịch

Mã số: 981010101

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ DU LỊCH**

**Hà Nội - 2026**

Công trình được hoàn thành tại:

**Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn,**

**Đại học Quốc gia Hà Nội**

Người hướng dẫn khoa học: PGS. TS Bùi Hoài Sơn

TS. Phan Quang Anh

Phản biện:.....

.....

Phản biện:.....

.....

Phản biện:.....

.....

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng cấp Đại học Quốc gia  
chấm luận án tiến sĩ họp tại . . . . .

vào hồi      giờ      ngày      tháng      năm 20...

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội

## MỞ ĐẦU

### 1. Sự cần thiết của nghiên cứu

#### 1.1. Sự cần thiết về lý luận

Hành vi du lịch xanh là những hành động của du khách nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và cộng đồng, góp phần bảo tồn thiên nhiên, văn hóa và phát triển bền vững. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và biến đổi khí hậu, hành vi này ngày càng quan trọng và trở thành định hướng nghiên cứu phổ biến. Về học thuật, Lý thuyết Hành vi có kế hoạch (TPB) đã được ứng dụng rộng rãi nhưng còn hạn chế, vì chưa phản ánh đầy đủ ảnh hưởng của các yếu tố ngoại cảnh. Do đó, việc tích hợp TPB với các mô hình MOA và COM-B là cần thiết, nhằm xây dựng khung lý thuyết toàn diện hơn, lý giải tốt hơn động cơ, cơ hội và năng lực chi phối hành vi du lịch xanh.

#### 1.2. Sự cần thiết về thực tiễn

Ở Việt Nam, nghiên cứu về du lịch xanh còn hạn chế, thiên về mô tả và tập trung ở đô thị, thiếu nghiên cứu thực nghiệm ở các điểm đến nhạy cảm sinh thái – văn hóa. Hà Giang, với giá trị tự nhiên và văn hóa đặc sắc, đang thu hút lượng lớn khách du lịch nội địa nhưng cũng đối mặt với ô nhiễm môi trường, phá vỡ cảnh quan và mai một bản sắc. Tỉnh đã xác định du lịch xanh là định hướng chiến lược, song muốn thực hiện thành công cần hiểu rõ hành vi du lịch xanh của khách nội địa – nhóm chiếm tỷ trọng lớn nhất. Do đó, nghiên cứu này nhằm phân tích hành vi du lịch xanh tại Hà Giang, đồng thời xây dựng mô hình tích hợp TPB–MOA–COM-B, từ đó cung cấp cơ sở khoa học và khuyến nghị chính sách cho phát triển du lịch bền vững.

### 2. Mục tiêu nghiên cứu

#### 2.1. Mục tiêu chung

Nghiên cứu nhằm mục đích xây dựng mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch xanh, trên cơ sở đó áp dụng vào phân tích hành vi du lịch xanh của khách du lịch nội địa đến Hà Giang, từ đó đề xuất các định hướng nhằm thúc đẩy hành vi du lịch xanh, góp phần vào sự phát triển du lịch bền vững tại địa phương.

#### 2.2. Mục tiêu cụ thể

1. Hệ thống hóa cơ sở lý luận về hành vi du lịch xanh và các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi này trong bối cảnh phát triển du lịch bền vững.

2. Phân tích thực trạng hành vi du lịch xanh của khách du lịch nội địa khi đến Hà Giang.

3. Xây dựng và kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch xanh của khách du lịch nội địa đến Hà Giang.

4. Đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy hành vi du lịch xanh của khách du lịch nội địa, từ đó góp phần vào sự phát triển du lịch bền vững tại Hà Giang.

### **3. Câu hỏi nghiên cứu**

Để thực hiện được mục tiêu nghiên cứu, luận án đưa ra một số câu hỏi nghiên cứu sau đây để định hướng:

1. Hành vi du lịch xanh của khách du lịch nội địa khi đến Hà Giang hiện nay được thể hiện như thế nào?

2. Những yếu tố nào ảnh hưởng đến hành vi du lịch xanh của khách du lịch nội địa khi đến Hà Giang?

3. Sự ảnh hưởng của các yếu tố đến hành vi du lịch xanh của khách du lịch nội địa khi đến Hà Giang như thế nào?

### **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

#### **4.1. Đối tượng và khách thể nghiên cứu**

**Đối tượng nghiên cứu:** Hành vi tham gia du lịch xanh của khách du lịch nội địa đến Hà Giang và các yếu tố tác động đến hành vi này.

**Khách thể nghiên cứu:** Khách du lịch nội địa đến Hà Giang trong vòng 6 tháng (từ tháng 6 năm 2024 đến tháng 12 năm 2024), tham gia các hoạt động du lịch gắn liền với bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

#### **4.2. Phạm vi nghiên cứu**

**Phạm vi không gian:** Nghiên cứu được thực hiện tại tỉnh Hà Giang trước khi sáp nhập tỉnh, tập trung vào các khu vực có lượng khách lớn và tiềm năng phát triển du lịch xanh như Đồng Văn, Mèo Vạc, Yên Minh, Quản Bạ và các điểm du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng.

**Phạm vi thời gian:** Dữ liệu được thu thập trong khoảng thời gian từ tháng 4/2022 đến tháng 12/2024. Các kết quả phản ánh hành vi và bối cảnh du lịch xanh tại thời điểm nghiên cứu, không mở rộng cho các giai đoạn khác.

**Phạm vi nội dung:** Luận án chỉ tập trung nghiên cứu hành vi du lịch xanh, tức các hành vi liên quan đến bảo vệ môi trường, tham gia vào các hình thức du lịch sinh thái hoặc du lịch bền vững. Các loại

hình du lịch khác và yếu tố ngoài hành vi cá nhân (như văn hóa, chính sách, cộng đồng) không phải là vấn đề của nghiên cứu.

## **5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của nghiên cứu**

### **5.1. Về mặt lý luận**

Luận án đã xây dựng mô hình nghiên cứu hành vi du lịch xanh cho khách du lịch nội địa đến Hà Giang bằng cách tích hợp TPB - MOA - COM-B, từ đó mở rộng khả năng giải thích hành vi so với các nghiên cứu trước. TPB vốn nhấn mạnh yếu tố chủ quan (thái độ, chuẩn mực, nhận thức kiểm soát) nhưng chưa phản ánh đầy đủ điều kiện khách quan. Việc bổ sung các thành tố động cơ, cơ hội và năng lực đã tạo ra một khung lý thuyết toàn diện, lý giải cả ý định lẫn hành vi thực tế.

Mô hình đề xuất có điều chỉnh: thay vì dùng khái niệm “khả năng” (Ability) của MOA, luận án sử dụng “năng lực” (Capability) từ COM-B, bao gồm cả thể chất và tâm lý, phù hợp hơn với đặc thù vùng cao. Bên cạnh đó, luận án làm rõ cơ chế trung gian của ý định trong việc chuyển hóa từ nhận thức và thái độ thành hành vi, qua đó bổ sung thêm bằng chứng thực nghiệm cho lý thuyết hành vi bền vững.

### **5.2 Ý nghĩa thực tiễn của nghiên cứu**

Kết quả nghiên cứu mang lại cơ sở khoa học để hoạch định chính sách và giải pháp thúc đẩy du lịch xanh ở Hà Giang. Với cơ quan quản lý, luận án chỉ ra sự cần thiết của một cách tiếp cận riêng cho vùng cao, vừa bảo tồn tài nguyên, văn hóa vừa nâng cao ý thức du khách. Với doanh nghiệp, nghiên cứu giúp định hướng xây dựng sản phẩm, dịch vụ và chiến lược marketing phù hợp với nhu cầu du lịch có trách nhiệm. Với cộng đồng, nghiên cứu khẳng định vai trò trung tâm trong phát triển du lịch xanh, qua đó tạo thêm việc làm, tăng thu nhập và bảo tồn bản sắc địa phương.

## **6. Kết cấu của luận án**

Luận án bao gồm 5 chương, cụ thể như sau: Chương 1: Tổng quan nghiên cứu; Chương 2: Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu; Chương 3: Địa bàn và phương pháp nghiên cứu; Chương 4: Kết quả nghiên cứu hành vi tham gia du lịch xanh của khách du lịch tại Hà Giang; Chương 5. Thảo luận kết quả nghiên cứu và hàm ý quản trị.

## CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

### 1.1. Thông tin chung về các nghiên cứu theo phân tích trắc lượng thư mục

#### 1.1.1. Xu hướng nghiên cứu

**Xu hướng theo thời gian:** Du lịch xanh mạnh nha từ thập niên 1970, nhưng chỉ thực sự bùng nổ sau năm 2015. Dữ liệu WoS cho thấy từ mức 1–2 công bố/năm, đến 2022 tăng vọt 28 công bố, năm 2023 đạt 39 công bố. Dữ liệu Scopus ghi nhận mức tăng mạnh, năm 2024 đạt 55 công bố – cao nhất từ trước đến nay. Đại dịch Covid-19 là yếu tố thúc đẩy xu hướng này.

**Xu hướng theo không gian:** Nghiên cứu tập trung ở các nước phát triển và châu Á – Thái Bình Dương. Trung Quốc dẫn đầu cả trên WoS (67 công bố) và Scopus (36 công bố), tiếp đến là Ả Rập Xê Út, Mỹ, Malaysia, Hàn Quốc, Indonesia... Việt Nam có số công bố còn hạn chế, nhưng đã bắt đầu tham gia dòng chảy nghiên cứu quốc tế.

**Xu hướng theo lĩnh vực:** Trên WoS, lĩnh vực Môi trường và Sinh thái học chiếm ưu thế; tiếp theo là Công nghệ, Kinh tế – Kinh doanh và Khoa học xã hội. Trên Scopus, Khoa học Xã hội lại đứng đầu, cho thấy sự khác biệt về cách tiếp cận. Nhìn chung, du lịch xanh mang tính liên ngành, kết nối môi trường – xã hội – công nghệ.

**Xu hướng theo nguồn:** Các công bố tập trung nhiều ở các tạp chí quốc tế uy tín, trong đó Sustainability (MDPI) chiếm tỷ trọng lớn nhất. Ngoài ra, Journal of Sustainable Tourism, Tourism Management, Annals of Tourism Research cũng là những tạp chí quan trọng.

#### 1.1.2. Kết quả phân tích trắc lượng thư mục

Thực hiện tìm kiếm dựa trên từ khóa, sau khi thực hiện lọc thủ công còn lại 175 công trình nghiên cứu trên hệ thống Scopus.

Với các chủ đề:

1. Các khái niệm về du lịch xanh, du lịch bền vững và du lịch thân thiện với môi trường.
2. Các hành vi du lịch xanh của khách du lịch.
3. Các yếu tố tác động đến hành vi du lịch xanh của khách du lịch.
4. Các mô hình và phương pháp nghiên cứu hành vi du lịch xanh của khách du lịch.
5. Các nghiên cứu tại Việt Nam về hành vi du lịch xanh của khách du lịch.

## 1.2. Các chủ đề nghiên cứu tổng quan

**Khái niệm du lịch xanh:** du lịch xanh là một chiến lược phát triển du lịch bền vững, kết hợp bảo vệ môi trường, phát triển kinh tế và xã hội, đồng thời nâng cao nhận thức cộng đồng về bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và giá trị văn hóa trong các hoạt động du lịch. Du lịch xanh không chỉ tập trung vào việc giảm thiểu tác động tiêu cực đối với môi trường, mà còn thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng địa phương, bảo tồn giá trị văn hóa và sinh thái, và áp dụng các nguyên lý sinh thái vào quản lý du lịch.

**Du lịch bền vững:** du lịch bền vững không chỉ đơn thuần là việc bảo vệ môi trường mà còn phải kết hợp chặt chẽ giữa các yếu tố kinh tế, xã hội và môi trường, với sự tham gia của cộng đồng địa phương.

**Du lịch thân thiện môi trường:** du lịch thân thiện với môi trường là một phương pháp tiếp cận toàn diện trong khuôn khổ du lịch bền vững, nhằm mục tiêu giảm thiểu tối đa các tác động tiêu cực của hoạt động du lịch lên hệ sinh thái tự nhiên và văn hóa – xã hội, đồng thời đóng góp tích cực vào công tác bảo tồn và mang lại lợi ích công bằng cho cộng đồng địa phương.

**Hành vi du lịch xanh:** Được coi là trung tâm của du lịch bền vững, phản ánh ý thức và trách nhiệm của du khách. Các nghiên cứu tập trung vào động cơ, thái độ, nhận thức kiểm soát, chuẩn mực xã hội và tác động của truyền thông, nhân khẩu học, chi phí, chính sách.

**Các yếu tố tác động:** Chia thành nhóm cá nhân (giới tính, độ tuổi, thu nhập, học vấn), tâm lý (thái độ, ý thức môi trường, cảm xúc), ảnh hưởng xã hội (chuẩn mực, trách nhiệm xã hội của điểm đến), và tình huống (cơ sở hạ tầng, dịch vụ, thông tin).

**Mô hình lý thuyết:** TPB, VBN và NAM là ba khung nền tảng; nhiều nghiên cứu mở rộng bằng cách tích hợp thêm yếu tố cảm xúc, đạo đức, công nghệ (S-O-R, VAB, TAM...). Phương pháp nghiên cứu chủ yếu là định lượng, sử dụng SEM/PLS-SEM, đôi khi kết hợp ANN hoặc phương pháp định tính.

**Các nghiên cứu tại Việt Nam:** Chủ yếu tập trung vào du lịch cộng đồng, bảo tồn di sản, tiếp thị xanh, ứng dụng công nghệ, và du lịch nông nghiệp. Lý thuyết TPB được áp dụng rộng rãi, song chủ yếu mới dừng ở phân tích ý định hành vi, ít chú trọng đến hành vi thực tế.

### **1.3. Khoảng trống nghiên cứu**

Thiếu nghiên cứu chuyên sâu về hành vi du lịch xanh trong bối cảnh địa phương cụ thể như Hà Giang.

Nhiều nghiên cứu chỉ vận dụng TPB nguyên mẫu, chưa tích hợp thêm yếu tố động cơ, cơ hội, năng lực.

Tập trung vào ý định hành vi, ít phân tích hành vi thực tế tại điểm đến.

Thiếu quan tâm đến điều kiện hỗ trợ (hạ tầng, thông tin, năng lực du khách).

### **Tiểu kết Chương 1**

## **CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU**

### **2.1. Các khái niệm nghiên cứu**

#### **2.1.1. Du lịch xanh**

Du lịch xanh là hình thức du lịch nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, tối đa hóa lợi ích kinh tế – văn hóa – xã hội, đồng thời gắn với bảo tồn đa dạng sinh học và sự tham gia của cộng đồng. Đây là xu hướng tất yếu trong phát triển bền vững, đóng vai trò cân bằng giữa phát triển kinh tế, bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng sống của người dân địa phương.

#### **2.1.2. Khách du lịch xanh**

Khách du lịch xanh là những cá nhân thể hiện thái độ và hành vi có trách nhiệm với môi trường và cộng đồng trong suốt hành trình. Họ chủ động lựa chọn sản phẩm, dịch vụ thân thiện với môi trường, đồng thời bị ảnh hưởng bởi động cơ cá nhân, chuẩn mực xã hội và điều kiện hỗ trợ.

#### **2.1.3. Các khái niệm liên quan đến hành vi du lịch xanh**

Hành vi du lịch: quá trình tâm lý – xã hội trong lựa chọn và tiêu dùng dịch vụ du lịch, chịu tác động bởi cá nhân và môi trường.

Hành vi xanh: các hành động tự nguyện hoặc bắt buộc nhằm bảo vệ môi trường, bao gồm tiết kiệm năng lượng, tái chế, tiêu dùng bền vững.

Hành vi du lịch xanh: các hành động có chủ đích của du khách nhằm giảm tác động tiêu cực đến môi trường và xã hội, như lựa chọn dịch vụ xanh, sử dụng phương tiện thân thiện, tham gia bảo tồn. Đây là kết quả tương tác giữa nhận thức, thái độ, động cơ, chuẩn mực xã hội và điều kiện bối cảnh.

## **2.2. Các lý thuyết nghiên cứu**

### **2.2.1. Lý thuyết Hành vi có Kế hoạch (TPB)**

TPB cho rằng hành vi chịu ảnh hưởng trực tiếp từ ý định, và ý định hình thành bởi: thái độ, chuẩn chủ quan, và nhận thức kiểm soát hành vi. TPB được ứng dụng rộng rãi trong du lịch xanh nhưng còn hạn chế khi ít tính đến yếu tố ngoại cảnh.

### **2.2.2. Mô hình MOA (Motivation – Opportunity – Ability)**

MOA nhấn mạnh rằng hành vi xảy ra khi có đủ động cơ, cơ hội và khả năng. Trong nghiên cứu này, luận án kế thừa các yếu tố động cơ và cơ hội, làm rõ vai trò thúc đẩy và điều kiện hỗ trợ hành vi du lịch xanh.

### **2.2.3. Mô hình COM-B (Capability – Opportunity – Motivation)**

COM-B cho rằng hành vi xuất phát từ năng lực, cơ hội và động cơ. Điểm mới là khái niệm năng lực được cụ thể hóa thành năng lực thể chất và tâm lý, giúp lý giải chính xác hơn hành vi thực tế của du khách, đặc biệt trong bối cảnh địa hình và điều kiện đặc thù như Hà Giang.

## **2.3. Thiết kế mô hình nghiên cứu và phát triển các giả thuyết**

### **2.3.1. Mô hình nghiên cứu**

Luận án đề xuất mô hình tích hợp TPB – MOA – COM-B, nhằm khắc phục hạn chế của từng mô hình riêng lẻ, đồng thời phản ánh đầy đủ yếu tố tâm lý (thái độ, chuẩn chủ quan, ý định), động cơ cá nhân, điều kiện khách quan (cơ hội) và năng lực (tâm lý, thể chất).

### **2.3.2. Phát triển giả thuyết nghiên cứu**

H1. Thái độ đối với du lịch xanh có tác động tích cực đến với Ý định tham gia du lịch xanh của khách du lịch.

H2. Nhận thức kiểm soát hành vi về du lịch xanh có tác động tích cực đến ý định tham gia du lịch xanh.

H3. Chuẩn chủ quan về du lịch xanh tác động tích cực đến thái độ tham gia du lịch xanh của khách du lịch.

H4. Ý định tham gia du lịch xanh tác động tích cực đến hành vi tham gia du lịch xanh của khách du lịch.

H5. Chuẩn chủ quan đối với du lịch xanh có tác động tích cực đến ý định tham gia du lịch xanh của khách du lịch

H6. Chuẩn chủ quan về du lịch xanh tác động tích cực lên thái độ đối với du lịch xanh của khách du lịch

H7: Động cơ tham gia du lịch xanh có tác động tích cực đến ý định tham gia du lịch xanh của khách du lịch

H8: Động cơ tham gia du lịch xanh có tác động tích cực đến hành vi tham gia du lịch xanh

H9. Cơ hội tham gia du lịch xanh tác động tích cực đến thái độ tham gia du lịch xanh của khách du lịch.

H10. Cơ hội tham gia du lịch xanh tác động tích cực đến ý định tham gia du lịch xanh của khách du lịch.

H11. Cơ hội tham gia du lịch xanh tác động tích cực đến hành vi tham gia du lịch xanh của khách du lịch.

H12. Cơ hội tham gia du lịch xanh tác động tích cực đến động cơ tham gia du lịch xanh của khách du lịch.

H13. Năng lực tham gia du lịch xanh tác động tích cực đến ý định tham gia du lịch xanh của khách du lịch.

H14. Năng lực tham gia du lịch xanh tác động tích cực đến hành vi tham gia du lịch xanh của khách du lịch.

## **Tiểu kết Chương 2**

## **CHƯƠNG 3. ĐỊA BÀN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

### **3.1. Tổng quan địa bàn nghiên cứu**

#### **3.1.1. Các thông tin chung về địa bàn nghiên cứu**

Hà Giang là tỉnh miền núi cực Bắc, có vị trí chiến lược về kinh tế, chính trị, quốc phòng và là cửa ngõ giao thương quốc tế. Địa hình bị chia cắt mạnh, hình thành ba vùng cảnh quan: núi đá karst phía Bắc, núi đất phía Tây và vùng đồi núi thấp phía Nam. Hệ thống sông ngòi, rừng tự nhiên, đa dạng sinh học phong phú cùng với 19 dân tộc tạo nên tiềm năng lớn phát triển du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng. Kinh tế tỉnh tăng trưởng ổn định, du lịch ngày càng trở thành ngành mũi nhọn nhưng vẫn đối mặt với thách thức về hạ tầng, nhân lực và áp lực môi trường.

#### **3.1.2. Tài nguyên du lịch**

Tự nhiên: Cao nguyên đá Đồng Văn (UNESCO), ruộng bậc thang Hoàng Su Phì, sông Nho Quế, hệ thống hang động, rừng nguyên sinh, nhiều loài động thực vật quý hiếm.

Văn hóa: 19 Dân tộc với 91 di tích quốc gia, 446 di sản phi vật thể, lễ hội (Khâu Vai, Gầu Tào, Nhảy lửa...), ẩm thực và kiến trúc truyền thống. Chợ phiên vùng cao là nét văn hóa đặc sắc.

### **3.1.3. Thực trạng phát triển du lịch**

Lượng khách: Tăng trưởng trên 10%/năm giai đoạn 2013–2019, đạt hơn 1,4 triệu lượt năm 2019; phục hồi sau Covid-19, năm 2023 đạt trên 3 triệu lượt.

Doanh thu: Tăng mạnh, từ 500 tỷ (2013) lên hơn 8.100 tỷ (2024), chiếm 7–10% GRDP.

Nhân lực: Lao động du lịch tăng từ 2.345 (2018) lên 12.000 người (2024), được đào tạo chuyên môn qua nhiều lớp bồi dưỡng.

### **3.1.4. Thực trạng phát triển du lịch xanh**

Sản phẩm: Đa dạng hóa với du lịch sinh thái, cộng đồng, mạo hiểm, tâm linh; kéo dài thời gian lưu trú trung bình của khách.

Hạ tầng: Giao thông, lưu trú, nhà hàng được nâng cấp; nhiều homestay, resort theo hướng thân thiện môi trường. Tuy nhiên quản lý rác thải và thông tin du lịch xanh còn hạn chế.

Xúc tiến – quảng bá: Đạt giải thưởng quốc tế (WTA 2023), được truyền thông quốc tế vinh danh; tăng cường liên kết vùng, ứng dụng công nghệ số trong quảng bá.

Chính sách: Nghị quyết, quy hoạch phát triển du lịch xanh – bền vững gắn bảo tồn thiên nhiên, di sản và phát huy vai trò cộng đồng. Đến 2024 có 40 làng du lịch cộng đồng, thu nhập bình quân 70–90 triệu đồng/hộ/năm.

### **3.1.5. Các chính sách phát triển du lịch xanh và bền vững tại Việt Nam**

Chính phủ xác định phát triển du lịch xanh trong Chiến lược du lịch Việt Nam 2020–2030, Quy hoạch hệ thống du lịch 2021–2030 và nhiều nghị quyết, chỉ thị. Trọng tâm là du lịch sinh thái, cộng đồng, văn hóa; ứng dụng công nghệ số; bảo vệ môi trường và hỗ trợ cộng đồng. Hà Giang cần cụ thể hóa thành chính sách cấp tỉnh phù hợp.

## **3.2. Cách tiếp cận và quy trình nghiên cứu**

### **3.2.1. Cách tiếp cận**

Kết hợp nghiên cứu định tính (phỏng vấn chuyên gia, thảo luận nhóm, khảo sát thực địa) và nghiên cứu định lượng (khảo sát trên mẫu lớn, phân tích PLS-SEM).

### **3.2.2. Thiết kế nghiên cứu**

Thiết kế nhúng: định tính bổ trợ cho định lượng. Gồm bốn giai đoạn: (1) tổng quan tài liệu, xây dựng thang đo; (2) khảo sát sơ

bộ 150 mẫu; (3) khảo sát chính thức 522 mẫu hợp lệ; (4) đối chiếu kết quả với nghiên cứu trước và ý kiến chuyên gia.

### **3.2.3. Quy trình nghiên cứu**

Thực hiện theo SEM (PLS-SEM), gồm: tổng quan lý thuyết → phỏng vấn, thảo luận → khảo sát sơ bộ → phân tích sơ bộ → khảo sát chính thức → phân tích và thảo luận kết quả.

## **3.3. Phương pháp nghiên cứu**

### **3.3.1. Tổng quan nghiên cứu bán hệ thống**

Áp dụng semi-systematic review theo quy trình 6 bước (Templier & Paré, 2015) để nhận diện xu hướng, khoảng trống nghiên cứu và xây dựng cơ sở lý thuyết.

### **3.3.2. Phương pháp nghiên cứu định tính**

Phỏng vấn chuyên gia: 10 chuyên gia về du lịch và PLS-SEM để hoàn thiện thang đo.

Thảo luận nhóm: 15 khách du lịch có quan tâm đến du lịch xanh.

Khảo sát thực địa: tại các điểm du lịch cộng đồng, sinh thái, homestay xanh.

Dữ liệu thứ cấp: báo cáo thống kê, văn bản chính sách, tài liệu khoa học.

### **3.3.3. Phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu thứ cấp**

### **3.3.4. Phương pháp định lượng**

Xây dựng thang đo: tích hợp TPB, MOA, COM-B → 8 khái niệm, 55 biến quan sát (sau loại bỏ còn 51).

Khảo sát chính thức: 522 mẫu khách du lịch nội địa tại Hà Giang.

Phân tích: sử dụng PLS-SEM (SmartPLS 4.0) để kiểm định mô hình đo lường, mô hình cấu trúc, giả thuyết và vai trò trung gian.

### **3.3.5. Nghiên cứu sơ bộ**

Khảo sát 150 mẫu, loại bỏ các biến tải yếu, tinh chỉnh thang đo.

### **3.3.6. Nghiên cứu định lượng sơ bộ lần 2**

Khảo sát 150 mẫu, đạt yêu cầu.

### **3.3.7. Nghiên cứu chính thức**

Triển khai khảo sát diện rộng (550 phát ra, 522 hợp lệ). Kết quả dùng để kiểm định mô hình, đánh giá tác động giữa các biến và rút ra hàm ý quản trị.

### **Tiểu kết Chương 3**

## **CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ HÀNH VI DU LỊCH XANH CỦA KHÁCH DU LỊCH Ở HÀ GIANG**

### **4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu**

522 khách du lịch nội địa. Nữ chiếm 55,7%, nhóm tuổi dưới 25 chiếm gần 50%. Phần lớn có thu nhập dưới 10 triệu/tháng (51,7%) và trình độ đại học trở lên (87,7%). Đây là nhóm khách trẻ, học vấn cao, đối tượng chủ đạo trong hành vi du lịch xanh.

### **4.2. Động cơ tham gia du lịch xanh của khách du lịch nội địa đến Hà Giang**

Động cơ đẩy: cao nhất là nâng cao hình ảnh cá nhân ( $M=4,12$ ), giảm căng thẳng ( $M=3,84$ ), trách nhiệm bảo vệ môi trường ( $M=3,75$ ).

### **4.3. Thực trạng hành vi du lịch xanh của khách du lịch nội địa đến Hà Giang**

Các hành vi xanh được đồng thuận cao ( $M=3,52-3,93$ ).

Trong đó, hành vi du lịch xanh để bảo vệ môi trường ( $M=3,93$ ), chọn lưu trú có chứng nhận sinh thái ( $M=3,81$ ).

Hành vi giảm rác thải cá nhân còn hạn chế ( $M=3,52$ ). Điều này, phản ánh khoảng cách giữa ý định và hành động do hạ tầng chưa đồng bộ.

### **4.4. Kiểm soát sai lệch phương pháp chung**

Kiểm định sai lệch phương pháp chung theo phương pháp Harman cho thấy một nhân tố đơn giải thích 35,929% tổng phương sai, khẳng định sai lệch phương pháp chung không ảnh hưởng đáng kể đến kết quả nghiên cứu.

### **4.5. Kết quả đánh giá mô hình đo lường**

Tất cả chỉ số thang đo đạt chuẩn: Cronbach's Alpha > 0,88; CR > 0,91; AVE > 0,63.

Giá trị phân biệt được xác nhận qua Fornell-Larcker và HTMT.

### **4.6. Kết quả đánh giá mô hình cấu trúc**

10 giả thuyết được chấp nhận, 4 giả thuyết (H2, H5, H13 và H14), bị bác bỏ.

Các yếu tố ảnh hưởng mạnh đến ý định (IN): thái độ ( $\beta=0,254^{**}$ ), chuẩn chủ quan ( $\beta=0,198^{**}$ ), cơ hội ( $\beta=0,332^{**}$ ), động cơ ( $\beta=0,144^{**}$ ).

Các yếu tố tác động trực tiếp đến hành vi (PA): cơ hội ( $\beta=0,297^{**}$ ), động cơ ( $\beta=0,377^{**}$ ), ý định ( $\beta=0,133^*$ ).

Năng lực (AB) và nhận thức kiểm soát hành vi (CO) chưa có tác động rõ.

#### **4.8. Kiểm định các mối quan hệ trung gian**

Ý định (IN) có vai trò trung gian, nhưng mức độ còn hạn chế ( $\beta=0,133^*$ ).

Động cơ (MO) trung gian mạnh mẽ ( $OP \rightarrow MO \rightarrow PA$ ).

Thái độ (AT) giữ vai trò trung gian ở một số tuyến.

#### **Tiểu kết Chương 4**

## **CHƯƠNG 5. THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ**

### **5.1. Mô tả lại mô hình và giả thuyết nghiên cứu**

### **5.2. Thảo luận về kết quả nghiên cứu**

#### **5.2.1. Thảo luận về các thang đo và mô hình nghiên cứu**

Nghiên cứu tích hợp TPB – MOA – COM-B để khắc phục hạn chế của TPB vốn chỉ tập trung vào yếu tố chủ quan.

Thang đo TPB (AT, NO, CO) được điều chỉnh cho phù hợp với Hà Giang, đảm bảo độ tin cậy, giá trị hội tụ và phân biệt.

Thang đo MOA bổ sung hai yếu tố cơ hội (OP) và động cơ (MO), nhấn mạnh vai trò điều kiện hạ tầng và động lực cá nhân.

Thang đo COM-B sử dụng khái niệm năng lực (AB) thay cho khả năng, gồm cả thể chất và tâm lý, phù hợp bối cảnh miền núi.

Mô hình tích hợp thể hiện tính mới: bổ sung biến ngoại sinh (OP, MO, AB), giải thích tốt hơn hành vi thực tế.

#### **5.2.2. Thảo luận về kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu**

##### **5.2.2.1. Các giả thuyết được chấp nhận**

Thái độ (H1), chuẩn chủ quan (H3, H6), cơ hội (H9–H12) và động cơ (H7–H8) đều có ảnh hưởng rõ rệt đến ý định và hành vi.

Ý định (H4) tác động tích cực nhưng yếu  $\rightarrow$  tồn tại “khoảng cách ý định – hành vi”.

Động cơ và cơ hội có tác động trực tiếp đến hành vi, mở rộng thêm cho TPB cổ điển.

#### *5.2.2.2. Các giả thuyết bị bác bỏ*

H2 (CO  $\rightarrow$  IN), H5 (NO  $\rightarrow$  PA), H13 (AB  $\rightarrow$  IN), H14 (AB  $\rightarrow$  PA) không được chấp nhận.

Hàm ý: nhận thức kiểm soát hành vi và năng lực cá nhân chưa đủ mạnh để tác động trực tiếp; vai trò chính vẫn thuộc về thái độ, động cơ và cơ hội.

#### *5.2.3. Thảo luận về vai trò của biến trung gian*

Ý định (IN) là biến trung gian then chốt, kết nối AT, NO, MO với hành vi (PA).

Tuy nhiên, mức độ trung gian còn hạn chế; hành vi xanh vẫn phụ thuộc nhiều vào cơ hội thực tế và động cơ mạnh mẽ.

### **5.3. Hàm ý quản trị từ kết quả nghiên cứu**

#### *5.3.1. Củng cố thể chế và chuẩn hóa định hướng phát triển du lịch xanh cấp tỉnh*

Tỉnh cần xây dựng bộ tiêu chí du lịch xanh cấp tỉnh theo hướng đơn giản, dễ áp dụng và phù hợp với mô hình hộ gia đình và doanh nghiệp nhỏ.

#### *5.3.2. Ưu tiên đầu tư hạ tầng và các điều kiện hỗ trợ trực tiếp cho hành vi xanh*

Tỉnh cần ưu tiên đầu tư hạ tầng môi trường quy mô nhỏ, biến hướng dẫn hành vi xanh và hỗ trợ trực tiếp các cơ sở homestay nhằm gia tăng cơ hội tham gia tại điểm đến.

#### *5.3.3. Xây dựng chiến lược truyền thông và định hướng hành vi thông qua cộng đồng*

Chiến lược truyền thông cần dựa trên cộng đồng địa phương và trải nghiệm thực tế, thay vì các chiến dịch tuyên truyền quy mô lớn, chi phí cao.

#### *5.3.4. Phát triển du lịch xanh dựa trên cộng đồng và phân tầng quản trị theo không gian điểm đến*

Chính sách cần ưu tiên hỗ trợ hộ gia đình và cộng đồng địa phương, đồng thời áp dụng cách tiếp cận phân tầng quản trị theo nhóm khách và không gian điểm đến để nâng cao hiệu quả bảo tồn và quản lý.

## KẾT LUẬN

### 1. Kết luận

Nghiên cứu này được tiến hành nhằm xây dựng mô hình các yếu tố tác động đến hành vi du lịch xanh của khách du lịch nội địa đến Hà Giang. Trên cơ sở tổng quan tài liệu kết hợp phỏng vấn chuyên gia và thảo luận nhóm, nghiên cứu đã phát triển thang đo sơ bộ gồm 8 khái niệm và 55 biến quan sát. Các thang đo này được tích hợp vào mô hình cấu trúc tuyến tính và kiểm định bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS – SEM).

Kết quả kiểm định sơ bộ lần thứ nhất (với mẫu 150 khách du lịch nội địa đến Hà Giang, sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện) cho thấy các thang đo nhìn chung đáp ứng các yêu cầu về chất lượng biến quan sát, độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Tuy nhiên, dữ liệu xuất hiện hiện tượng đa cộng tuyến, bốn biến quan sát (AT1, CO7, MO6, PA8) không đạt các tiêu chí về tính phân biệt, độ tin cậy và giá trị hội tụ, do đó những biến này đã bị loại khỏi thang đo.

Trong khảo sát sơ bộ lần thứ hai, nghiên cứu tiếp tục thu thập dữ liệu từ 150 khách du lịch nội địa đến Hà Giang với bộ thang đo được điều chỉnh (8 khái niệm và 51 biến quan sát). Kết quả kiểm định lần hai cho thấy, tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu về chất lượng biến quan sát, độ tin cậy, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Sau hai lần thực hiện khảo sát sơ bộ, nghiên cứu được tiến hành khảo sát định lượng chính thức với 8 khái niệm và 51 biến quan sát. Sau khi loại bỏ các phiếu khảo sát không hợp lệ, tổng 522 mẫu đáp ứng tiêu chuẩn được sử dụng cho phân tích kết quả. Nghiên cứu tiến hành kiểm định với mẫu này tiếp tục khẳng định thang đo thỏa mãn đầy đủ các yêu cầu về tính hội tụ, giá trị phân biệt, độ tin cậy và không phát hiện vấn đề đa cộng tuyến trong kết quả nghiên cứu.

Hành vi du lịch xanh của khách du lịch trong nghiên cứu được xây dựng dựa trên các yếu tố gồm thái độ đối với du lịch xanh, chuẩn chủ quan về du lịch xanh, nhận thức kiểm soát hành vi về du lịch xanh, cơ hội tham gia du lịch xanh, động cơ tham gia du lịch xanh, năng lực tham gia du lịch xanh và ý định tham gia du lịch xanh. Kết quả phân tích cho thấy hành vi du lịch xanh chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các yếu tố thái độ, cơ hội và động cơ, trong đó các yếu tố về năng lực tham gia du lịch xanh tác động không đáng kể đến yếu tố ý định và hành vi tham gia du lịch xanh của khách du lịch. Bên cạnh đó, yếu

tổ về nhận thức kiểm soát hành vi không tác động tới hành vi du lịch xanh, điều này không tương đồng với lý thuyết TPB gốc.

Luận án đã phát triển và kiểm chứng mô hình mở rộng dựa trên lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB), đồng thời tích hợp các thành phần từ mô hình MOA, COM-B nhằm giải thích hành vi du lịch xanh của khách du lịch tại Hà Giang. Kết quả nghiên cứu khẳng định sự phù hợp của việc tích hợp TPB, MOA và COM-B giúp dự báo chính xác hành vi du lịch xanh trong thực tế của khách du lịch nội địa tốt hơn so với mô hình TPB truyền thống.

Kết quả đánh giá mô hình đo lường và mô hình cấu trúc cho thấy, trong 14 giả thuyết được đề xuất có 10 giả thuyết được chấp nhận với mức ý nghĩa thống kê 1% và 5%, và 4 giả thuyết (H2, H5, H13 và H14) bị bác bỏ do không đạt mức ý nghĩa thống kê. Bên cạnh đó, phân tích mô hình cấu trúc đã chỉ ra rằng, các yếu tố động cơ nội tại và cơ hội tham gia du lịch xanh là những yếu tố then chốt, tác động mạnh mẽ trực tiếp đến việc chuyển hóa ý định thành hành vi du lịch xanh thực tế, và tác động trực tiếp lên hành vi thực tế không qua biến trung gian. Phát hiện này khác biệt đáng kể so với nhiều nghiên cứu trước đây vốn cho rằng ý định là trung gian duy nhất giữa các yếu tố và hành vi và hành vi. Đồng thời, nghiên cứu cũng cho thấy, các nghiên cứu trước đây cho rằng, chuẩn chủ quan chỉ tác động đến hành vi trong thực tế nếu có yếu tố trung gian là ý định, tuy nhiên, kết quả nghiên cứu lại chứng minh rằng, chuẩn chủ quan có tác động trực tiếp đến hành vi mặc dù chưa được mạnh mẽ và tích cực. Trong nghiên cứu cũng đồng quan điểm với các nghiên cứu trước về việc thái độ tác động đến hành vi thực tế cần qua yếu tố trung gian là ý định.

Cụ thể, thái độ tích cực đối với du lịch xanh, chuẩn mực xã hội ủng hộ (chuẩn chủ quan) và năng lực cảm nhận của khách du lịch đều tác động thuận chiều đến ý định và quyết định tham gia du lịch xanh, phù hợp với lý thuyết TPB. Bên cạnh đó, ba yếu tố mới từ khung MOA và COM-B là năng lực và cơ hội và động cơ cũng cho thấy vai trò quan trọng: động cơ thúc đẩy hành vi sẽ phát huy hiệu quả hơn khi khách du lịch có đủ năng lực và được hỗ trợ bởi các cơ hội và điều kiện bên ngoài. Nói cách khác, nếu khách du lịch có kiến thức, kỹ năng và nguồn lực (năng lực) để tham gia du lịch xanh, và đồng thời đi kèm đến cung cấp môi trường thuận lợi (cơ hội) như dịch vụ thân thiện môi trường, chính sách khuyến khích..., thì khả năng họ thực hiện hành vi du lịch xanh càng cao. Kết quả thực nghiệm tại Hà

Giang cho thấy tất cả các nhóm yếu tố, từ thái độ cá nhân, động cơ môi trường, chuẩn mực xã hội cho đến năng lực tự thân và cơ hội bên ngoài đều có ảnh hưởng đáng kể đến ý định và hành vi du lịch xanh của khách du lịch. Điều này nhấn mạnh rằng hành vi du lịch xanh là kết quả của tương tác đa chiều giữa các yếu tố tâm lý cá nhân và bối cảnh môi trường xã hội. Ngoài ra, nghiên cứu cũng phát hiện mối liên hệ gián tiếp: các yếu tố thái độ, chuẩn mực, động cơ, năng lực và cơ hội ảnh hưởng đến hành vi xanh thông qua trung gian là ý định của khách du lịch, phù hợp với luận điểm cốt lõi của TPB rằng ý định là chỉ báo trực tiếp của hành vi.

Trong bối cảnh cụ thể tại Hà Giang cho thấy, các nhóm yếu tố từ thái độ cá nhân, động cơ môi trường, chuẩn mực xã hội cho đến năng lực tự thân và cơ hội bên ngoài, đều ảnh hưởng đáng kể đến ý định và hành vi du lịch xanh của khách du lịch trong thực tế. Điều này nhấn mạnh rằng hành vi du lịch xanh hình thành từ sự tương tác đa chiều giữa các yếu tố tâm lý cá nhân và bối cảnh môi trường xã hội. Ngoài ra, nghiên cứu cũng tìm thấy mối quan hệ gián tiếp: các yếu tố thái độ, chuẩn mực, động cơ, năng lực và cơ hội còn tác động đến hành vi xanh thông qua biến trung gian là ý định của du khách, phù hợp với luận điểm cốt lõi của TPB rằng ý định là chỉ báo trực tiếp của hành vi.

Thêm vào đó, nghiên cứu chứng tỏ rằng trong bối cảnh cụ thể của Hà Giang, động cơ và cơ hội tham gia du lịch xanh tác động trực tiếp đến hành vi du lịch xanh của khách du lịch mà không cần thông qua ý định. Kết quả này vượt ra ngoài luận điểm cốt lõi của TPB, nhưng lại phù hợp với điều kiện thực tiễn tại Hà Giang. Đây là đóng góp quan trọng của luận án khi làm rõ và nhấn mạnh vai trò của các yếu tố “cơ hội” và “động cơ” trong việc thúc đẩy hành vi du lịch xanh thực tế, qua đó mở rộng và bổ sung cho các lý thuyết hiện có (TPB, MOA, COM-B) trong nghiên cứu về du lịch xanh.

Trong bối cảnh du lịch tại Hà Giang, mặc dù năng lực tham gia du lịch xanh có ảnh hưởng nhất định đến ý định và hành vi thực tế của khách du lịch, song tác động này vẫn còn nhiều hạn chế. Điều này có thể được giải thích bởi những điều kiện đặc thù của địa phương. Cụ thể, dù nhiều khách du lịch chưa có đủ khả năng hoặc kỹ năng cần thiết, tuy nhiên, họ vẫn sẵn sàng tham gia du lịch xanh nếu có động lực và điều kiện thuận lợi. Hơn nữa, tại Hà Giang, các hành vi du lịch xanh của khách du lịch phần lớn được kích hoạt và hỗ trợ

trực tiếp tại các điểm đến, điều này đồng nghĩa với việc khách du lịch không cần phải chuẩn bị kỹ năng trước khi tham gia. Vì vậy, thiếu sót về kỹ năng hay kinh nghiệm không phải là một yếu tố cản trở lớn đối với ý định tham gia du lịch xanh của họ.

Nghiên cứu xây dựng 14 giả thuyết, trong đó các giả thuyết H2, H5, H13 và H14 bị bác bỏ, tuy nhiên, việc bác bỏ này không làm giảm giá trị của mô hình tích hợp, trái lại nó còn nhấn mạnh tầm quan trọng của các yếu tố trung gian trong việc chuyển hóa các yếu tố như nhận thức kiểm soát hành vi, chuẩn chủ quan và năng lực tham gia thành ý định và hành vi du lịch xanh trong thực tế. Từ kết quả đó, có thể bối cảnh văn hóa, xã hội và điều kiện thực tế của Hà Giang ảnh hưởng rất lớn đến hành vi du lịch xanh của khách du lịch.

Dựa trên kết quả nghiên cứu, luận án đã đề xuất một số khuyến nghị quản lý quan trọng đối với cơ quan quản lý du lịch cấp tỉnh, nhằm thúc đẩy hành vi du lịch xanh của khách du lịch nội địa khi đến Hà Giang. Trước hết, chính quyền địa phương cần tập trung đẩy mạnh các chiến dịch tuyên truyền hiệu quả về du lịch xanh và bảo vệ môi trường, qua đó nâng cao nhận thức và trách nhiệm của cộng đồng cũng như du khách. Song song đó, cơ quan quản lý nên ứng dụng công nghệ số để hỗ trợ chiến lược du lịch bền vững và phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái.

Các doanh nghiệp du lịch và cơ sở lưu trú cũng cần cam kết tuân thủ các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường, đồng thời đẩy mạnh sử dụng công nghệ thân thiện với môi trường. Điều này giúp đảm bảo hoạt động du lịch không chỉ đáp ứng nhu cầu tham quan nghỉ dưỡng của du khách mà còn góp phần bảo vệ tài nguyên và phát triển bền vững. Đặc biệt, đối với các cơ sở lưu trú, chính quyền và doanh nghiệp nên khuyến khích sử dụng công nghệ tiên tiến, vật liệu thân thiện với môi trường, các giải pháp tiết kiệm năng lượng và tái chế chất thải. Những biện pháp này sẽ góp phần xây dựng môi trường kinh doanh xanh, đồng thời giảm thiểu tác động tiêu cực lên hệ sinh thái.

Bên cạnh đó, chính quyền cần nâng cao nhận thức về du lịch xanh trong cộng đồng dân cư địa phương, biến người dân thành những “hướng dẫn viên xanh” tự nguyện và tạo cơ hội để họ tham gia tích cực vào công tác bảo vệ môi trường. Song song, chính quyền cũng nên đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý du lịch, cung cấp thông tin minh bạch và đầy đủ giúp du khách dễ dàng tiếp cận các điểm đến xanh cũng như các hoạt động du lịch bền vững.

## **2. Hạn chế và định hướng nghiên cứu tiếp theo**

### **2.1. Hạn chế nghiên cứu**

Bên cạnh những đóng góp cụ thể của luận án về mặt lý thuyết và thực tiễn. Nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế cụ thể như sau:

Thứ nhất, mẫu nghiên cứu chưa có tính đại diện cao do chỉ tập trung vào khách du lịch nội địa. Mặc dù khách du lịch nội địa là thị trường chính tại Hà Giang, việc không thu thập dữ liệu từ khách quốc tế (những người có nền văn hóa, nhận thức môi trường và kỳ vọng dịch vụ khác biệt) đã làm giảm khả năng bao quát hóa của kết quả nghiên cứu cho toàn bộ thị trường du lịch tại Hà Giang. Hành vi và các yếu tố tác động đến nhóm khách du lịch quốc tế có thể tồn tại những khác biệt đáng kể chưa được khám phá. Bên cạnh đó, phạm vi địa lý hạn hẹp giới hạn khả năng so sánh, đối chiếu kết quả với các vùng miền khác. Điều này đặt ra yêu cầu thận trọng khi ngoại suy kết quả nghiên cứu ra ngoài bối cảnh Hà Giang.

Thứ hai, mặc dù luận án sử dụng mô hình tích hợp TPB-MOA và COM-B đã bao quát nhiều yếu tố, song một số khía cạnh về tâm lý hay văn hóa tiềm năng khác chưa được xem xét đầy đủ. Chẳng hạn, yếu tố văn hóa địa phương hay đặc điểm nhân khẩu học của khách du lịch chưa được đưa vào mô hình, trong khi khác biệt văn hóa có thể ảnh hưởng đến nhận thức và hành vi môi trường. Tương tự, cảm xúc tiêu cực (như cảm giác tội lỗi khi gây hại cho môi trường, nỗi sợ về suy thoái môi trường) cũng chưa được tích hợp vào mô hình khiến việc nghiên cứu cũng chưa giải thích hết được những hành vi trong thực tế của khách du lịch. Một số nghiên cứu đã gợi ý rằng, những yếu tố này có thể đóng vai trò nhất định trong việc thúc đẩy hoặc kìm hãm hành vi xanh, do đó việc chưa xem xét những yếu tố đó là một hạn chế về mặt lý thuyết của luận án.

Thứ ba, về thiết kế nghiên cứu, luận án sử dụng thiết kế cắt ngang với dữ liệu thu thập tại một thời điểm, do đó chưa đánh giá được sự thay đổi của hành vi theo thời gian. Trong nghiên cứu khoa học du lịch, thiết kế nghiên cứu cắt ngang tồn tại một số hạn chế đáng kể trong việc xác định mối quan hệ nhân quả và theo dõi biến động hành vi. Thiết kế này chỉ cung cấp cái nhìn “tĩnh” về hành vi du lịch xanh tại một thời điểm duy nhất, do đó gây khó khăn cho việc xác định nguyên nhân - kết quả, vì không có sự theo dõi diễn biến của hành vi qua thời gian. Trong kết quả nghiên cứu của Maier và cộng sự (2023), Pérez-Guerrero và cộng sự (2024) đã nhấn mạnh,

thiết kế cắt ngang không phản ánh được sự thay đổi hành vi của khách du lịch theo thời gian, hạn chế khả năng đánh giá tính bền vững của hành vi du lịch xanh (Maier et al., 2023; Pérez-Guerrero et al., 2024). Hơn nữa, nghiên cứu chưa tiến hành phân tích, so sánh hành vi du lịch xanh giữa các nhóm khách du lịch khác nhau, như khách du lịch lần đầu đến Hà Giang với khách du lịch quay lại nhiều lần, hoặc so sánh giữa các tỉnh, điều này làm giảm khả năng nhận diện những khác biệt theo nhóm đối tượng.

Thứ tư, về dữ liệu và phương pháp thu thập: Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, thu thập dữ liệu thông qua khảo sát trực tiếp và trực tuyến khách du lịch đến Hà Giang. Mặc dù kích thước mẫu đáp ứng yêu cầu phân tích, tuy nhiên tính đại diện của mẫu chưa cao. Phương pháp chọn mẫu thuận tiện có thể dẫn đến sai lệch do tự chọn – những người quan tâm đến môi trường có xu hướng sẵn sàng trả lời khảo sát hơn, khiến kết quả có thể lạc quan hơn thực tế. Bên cạnh đó, do hạn chế nguồn lực, nghiên cứu chưa thực hiện được kỹ thuật định tính chuyên sâu (phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm) để hỗ trợ giải thích cho các kết quả định lượng. Những hạn chế này đòi hỏi việc diễn giải kết quả phải thận trọng và gợi mở hướng cải thiện trong nghiên cứu tương lai.

## ***2.2. Định hướng nghiên cứu tiếp theo***

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu và những hạn chế đã nêu, một số định hướng nghiên cứu trong tương lai được đề xuất nhằm tiếp tục hoàn thiện hiểu biết về hành vi du lịch xanh:

Thứ nhất, các nghiên cứu trong tương lai nên được mở rộng sang các bối cảnh địa lý khác. Cụ thể, nên tiến hành khảo sát tương tự tại những điểm du lịch miền núi khác, cũng như các khu vực đô thị hoặc đồng bằng, nhằm so sánh, đối chiếu với kết quả tại Hà Giang. Cách tiếp cận này sẽ giúp kiểm tra tính tổng quát của mô hình TPB, MOA và COM-B trong các bối cảnh văn hóa – xã hội khác nhau, đồng thời xác định liệu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi du lịch xanh của khách du lịch có khác biệt giữa các vùng miền hay không. Từ đó, mô hình lý thuyết có thể được điều chỉnh để phù hợp với từng bối cảnh và từng đối tượng khách du lịch cụ thể.

Thứ hai, tích hợp thêm các yếu tố xã hội và cảm xúc vào mô hình: Để khắc phục hạn chế của luận án, nghiên cứu tương lai nên mở rộng mô hình bằng cách bổ sung các biến văn hóa và cảm. Chẳng hạn, nghiên cứu có thể đưa thêm các yếu tố như giá trị văn hóa, bản

sắc địa phương hoặc các đặc điểm nhân khẩu học của khách du lịch nhằm đánh giá tác động của khác biệt văn hóa đến hành vi môi trường. Đồng thời, cũng nên tích hợp vào mô hình những biến về cảm xúc, ví dụ như cảm giác tội lỗi hoặc xấu hổ khi không hành động xanh, cũng như niềm tự hào hay hạnh phúc khi thực hiện hành vi bảo vệ môi trường. Các cảm xúc “tiêu cực có ích” (ví dụ: cảm giác tội lỗi) có thể thúc đẩy cá nhân hành xử thân thiện hơn với môi trường, trong khi những cảm xúc tích cực góp phần củng cố thêm hành vi tốt. Việc đưa thêm những yếu tố này sẽ giúp mô hình hành vi du lịch xanh trở nên toàn diện hơn, phản ánh cả khía cạnh lý trí lẫn tình cảm của khách du lịch, qua đó nâng cao khả năng giải thích và dự báo hành vi.

Bên cạnh đó, cần tiếp tục mở rộng và kiểm chứng các mô hình lý thuyết phức hợp hơn bằng cách bổ sung những biến số còn thiếu. Các nghiên cứu tiếp theo có thể xem xét tích hợp thêm yếu tố kinh tế như “sẵn lòng chi trả” như một biến điều tiết, hoặc các yếu tố tâm lý – xã hội khác như “chuẩn mực cá nhân”, “bản sắc xanh”, cùng những cảm xúc dự báo (như niềm tự hào hoặc mặc cảm tội lỗi được dự đoán trước). Việc đưa các biến này vào mô hình sẽ giúp nâng cao hơn nữa khả năng giải thích đối với hành vi du lịch xanh.

Thứ ba, thực hiện các nghiên cứu theo thời gian và so sánh nhóm: Để khắc phục hạn chế của thiết kế cắt ngang, các nghiên cứu tương lai nên triển khai khảo sát theo chiều dọc (longitudinal) nhằm theo dõi sự thay đổi trong nhận thức và hành vi du lịch xanh của cùng một nhóm du khách qua thời gian. Cách tiếp cận này cho phép xác định xu hướng biến đổi hành vi xanh: liệu du khách có duy trì các hành vi thân thiện với môi trường sau nhiều chuyến đi hay có dấu hiệu giảm sút so với cam kết ban đầu. Song song đó, cũng nên tiến hành các nghiên cứu so sánh, chẳng hạn so sánh trước và sau khi áp dụng một chính sách khuyến khích du lịch xanh, hoặc so sánh giữa hai địa phương có chiến lược phát triển du lịch khác nhau. Những phân tích theo thời gian và đối sánh như vậy sẽ giúp kiểm định tính ổn định của mô hình theo thời gian, đồng thời cung cấp bằng chứng mạnh hơn về mối quan hệ nhân quả giữa các yếu tố tác động. Ngoài ra, việc so sánh giữa các nhóm du khách (ví dụ: nhóm lần đầu đến so với nhóm quay lại, hoặc nhóm thuộc các nền văn hóa khác nhau) cũng cần được thực hiện để hiểu rõ hơn sự khác biệt trong hành vi du lịch xanh. Kết quả từ những nghiên cứu này sẽ cho phép điều chỉnh mô

hình lý thuyết sao cho phù hợp với đặc thù văn hóa – xã hội của từng nhóm đối tượng.

Thứ tư, các nghiên cứu tương lai cần được thiết kế để so sánh một cách có hệ thống giữa khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế đến từ các nền văn hóa khác nhau. Nghiên cứu như vậy sẽ giúp phân định rõ những yếu tố nào mang tính phổ quát và yếu tố nào mang tính đặc thù văn hóa trong hành vi du lịch xanh. Từ đó, các hàm ý quản trị và marketing có thể được hiệu chỉnh phù hợp cho từng phân khúc thị trường du lịch khác nhau.

Thứ năm, áp dụng các thiết kế nghiên cứu theo chiều dọc và phương pháp hỗn hợp: Thiết kế nghiên cứu theo chiều dọc (longitudinal) là một phương pháp mạnh, theo đó cùng một tập hợp biến được quan sát lặp lại trong khoảng thời gian dài (thường kéo dài nhiều năm hoặc hàng thập kỷ). Phương pháp này rất cần thiết để nắm bắt được những thay đổi cũng như tính liên tục của hiện tượng theo thời gian, đặc biệt hữu ích trong nghiên cứu về thái độ và hành vi (Martin et al., 2020). Thiết kế nghiên cứu dọc cung cấp dữ liệu quý giá về quan hệ nhân – quả và diễn biến hành vi, đồng thời giảm thiểu sai lệch do hồi tưởng – một hạn chế thường gặp trong nghiên cứu cắt ngang (Ujjawal, 2025). Các khảo sát dọc cũng tỏ ra phù hợp để phát hiện và theo dõi các mô hình thay đổi hành vi. Chẳng hạn, nghiên cứu về nhu cầu du lịch tại Croatia giai đoạn 1987–2014 của Marušić và cộng sự (2017) đã nêu bật những thách thức phương pháp luận cũng như lợi ích của việc sử dụng khảo sát dọc để hiểu các xu hướng hành vi du lịch trong thời gian dài (Marušić et al., 2017). Tương tự, Wu và cộng sự (2021) cho thấy áp dụng thiết kế dọc giúp khám phá khoảng cách giữa ý định bảo vệ môi trường và hành vi thực tế, đồng thời nhấn mạnh tầm quan trọng của hạ tầng và thông tin về môi trường trong việc thúc đẩy thay đổi hành vi (Wu et al., 2021). Có thể thấy, thiết kế nghiên cứu theo chiều dọc mang lại một khuôn khổ vững chắc để hiểu rõ động lực hành vi du lịch xanh thông qua việc theo dõi sự thay đổi theo thời gian và vận dụng các mô hình lý thuyết. Tuy nhiên, các nhà nghiên cứu cũng cần lưu ý giải quyết những thách thức liên quan đến thu thập dữ liệu, phân tích và tính khái quát của kết quả nhằm tận dụng tối đa tiềm năng của phương pháp này.

Bên cạnh đó, các nghiên cứu tương lai nên kết hợp chặt chẽ phương pháp định lượng và định tính. Sau khi thu được kết quả khảo

sát định lượng, việc tiến hành thêm các phỏng vấn sâu hoặc nghiên cứu dân tộc học sẽ giúp lý giải cận kẽ hơn các câu hỏi nghiên cứu và hiện tượng phức tạp về hành vi du lịch xanh – chẳng hạn như lý do và cơ chế vì sao yếu tố cơ hội và động cơ lại có tác động trực tiếp mạnh (Tashakkori et al., 2015). Cách tiếp cận phương pháp hỗn hợp này đem lại những hiểu biết sâu sắc hơn so với việc áp dụng từng phương pháp riêng lẻ.

Thứ sáu, cần nghiên cứu tác động của việc sáp nhập tỉnh Hà Giang và Tuyên Quang đến hành vi du lịch xanh. Đây là một hướng nghiên cứu mới và đặc thù trong bối cảnh Hà Giang, tập trung đánh giá ảnh hưởng của thay đổi chính sách hành chính đối với hành vi du lịch xanh của du khách. Vào Quý II năm 2025, tỉnh Hà Giang và Tuyên Quang đã hợp nhất thành một đơn vị hành chính; sự sáp nhập này tiềm ẩn những tác động đa chiều đến hoạt động du lịch xanh, đòi hỏi nghiên cứu sâu để hiểu rõ cơ chế ảnh hưởng.

Về mặt tích cực, việc hợp nhất hai tỉnh có thể tạo ra một thương hiệu du lịch chung, kết hợp tiềm năng du lịch sinh thái và lịch sử của Tuyên Quang với cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ cùng văn hóa độc đáo của Hà Giang, qua đó hình thành những sản phẩm du lịch phong phú hơn. Tuy nhiên, cũng tồn tại nguy cơ “đồng hóa” và mai một bản sắc địa phương nếu quá trình sáp nhập thiếu chiến lược bảo tồn phù hợp. Hà Giang vốn nổi tiếng với nét văn hóa đặc trưng của cộng đồng các dân tộc thiểu số vùng cao; khi sáp nhập, những giá trị văn hóa riêng này có thể bị lu mờ bởi các yếu tố văn hóa từ cộng đồng lớn hơn hoặc bởi định hướng phát triển du lịch của tỉnh mới. Do vậy, nghiên cứu trong tương lai cần đánh giá mức độ tác động của sáp nhập đối với bản sắc văn hóa địa phương và hệ quả đối với du lịch xanh. Các câu hỏi đặt ra bao gồm: động lực và mức độ tham gia du lịch xanh của du khách sẽ thay đổi như thế nào sau khi sáp nhập? Xu hướng hành vi xanh sẽ tăng lên hay suy giảm?

Ngoài ra, cũng cần xem xét sự thay đổi trong cơ chế quản lý du lịch, đặc biệt là quản lý du lịch xanh, sau khi sáp nhập. Việc phân bổ lại nguồn lực tài chính và nhân sự giữa các khu vực có thể dẫn đến nguy cơ một số dự án du lịch bền vững tại Hà Giang bị cắt giảm hoặc chậm triển khai nếu tỉnh mới ưu tiên đầu tư cho điểm đến khác. Mặt khác, sáp nhập cũng có thể giúp tăng cường nguồn lực chung cho phát triển du lịch bền vững. Vì vậy, nghiên cứu trong tương lai có thể tập trung phân tích sự biến đổi trong ý định và hành

vi du lịch xanh của du khách trước và sau khi sáp nhập, đồng thời đánh giá hiệu quả của các chính sách quản lý du lịch mới đối với những chương trình du lịch bền vững. Bên cạnh đó, cũng nên nghiên cứu mức độ bảo tồn bản sắc văn hóa và tài nguyên thiên nhiên trong bối cảnh tỉnh hợp nhất.

Thứ bảy, cần nhận diện và ngăn ngừa nguy cơ “green washing” trong hoạt động du lịch xanh tại Hà Giang. “Greenwashing” là hành vi là hành vi doanh nghiệp đưa ra các tuyên bố sai lệch hoặc gây hiểu lầm về tính thân thiện với môi trường của hoạt động, sản phẩm hay dịch vụ của mình nhằm tạo ấn tượng “xanh” mà không thực sự áp dụng các biện pháp bảo vệ môi trường đáng kể (Ibrahim, 2024; Williams, 2024). Nói cách khác, doanh nghiệp sử dụng những kỹ thuật tiếp thị đánh lừa để quảng bá sản phẩm hoặc hoạt động của họ là thân thiện với môi trường trong khi thực tế không phải vậy (Baum, 2012; Ibrahim, 2024). Họ tạo dựng một hình ảnh sai lệch về trách nhiệm môi trường, thường nhằm cải thiện uy tín hoặc thu hút những khách hàng có ý thức bảo vệ môi trường (Irawati et al., 2023; Williams, 2024). Hành vi “tẩy xanh” này có thể làm xói mòn niềm tin của người tiêu dùng và khiến các doanh nghiệp thực sự bền vững khó tạo được khác biệt (Timmons et al., 2024).

Vấn đề greenwashing có thể trở thành mối lo ngại khi Hà Giang sáp nhập, bởi lúc đó tỉnh có quy mô và tiềm năng lớn hơn, thu hút thêm nhiều nhà đầu tư từ bên ngoài đến phát triển các dự án du lịch. Không loại trừ khả năng một số doanh nghiệp sẽ lợi dụng chiến lược phát triển xanh của tỉnh để đánh bóng tên tuổi – họ chỉ dùng ở khẩu hiệu “xanh” trong truyền thông mà không triển khai hành động thực tế. Nếu thiếu cơ chế quản lý chặt chẽ, một số doanh nghiệp có thể chỉ “khoác áo xanh” cho dự án của mình. Ví dụ, họ xây dựng khu nghỉ dưỡng được gắn mác sinh thái nhưng không áp dụng các biện pháp xanh trong vận hành, thậm chí xâm hại tài nguyên. Khi đó, hình ảnh thiên nhiên và văn hóa Hà Giang có nguy cơ bị lợi dụng làm biểu tượng sinh thái trong tiếp thị nhằm thu hút khách du lịch, trong khi hoạt động kinh doanh lại thiếu trách nhiệm với môi trường. Nguy cơ chuyển đổi đất rừng thành các khu du lịch “giả xanh” cũng hiện hữu: doanh nghiệp có thể đề xuất dự án “du lịch sinh thái” tại vùng lõi rừng hoặc khu vực Công viên Địa chất Toàn cầu, nhưng sau đó chuyển mục đích sử dụng đất, xây dựng cơ sở lưu trú và giải trí quy mô lớn gây tổn hại hệ sinh thái. Những hành

vi “tẩy xanh” như vậy không chỉ đánh lừa du khách mà còn làm suy giảm niềm tin thị trường, đe dọa mục tiêu phát triển bền vững của địa phương. Do đó, nghiên cứu trong tương lai cần tập trung xây dựng bộ tiêu chí và phương pháp nhận diện hành vi “greenwashing” trong lĩnh vực du lịch.

Trong bối cảnh phát triển du lịch xanh và bền vững, việc tiếp tục mở rộng nghiên cứu về hành vi du lịch xanh trên nhiều bối cảnh, đối tượng và phương pháp khác nhau sẽ củng cố nền tảng khoa học cho việc thúc đẩy hành vi du lịch thân thiện với môi trường. Những nghiên cứu như vậy sẽ góp phần vào mục tiêu giảm thiểu tối đa tác động tiêu cực đến môi trường, văn hóa và cộng đồng địa phương, đồng thời tối đa hóa lợi ích cho cư dân bản địa. Ngoài ra, chúng cũng làm phong phú thêm lý thuyết về hành vi du lịch xanh, hỗ trợ xây dựng những chính sách quản lý hiệu quả nhằm đảm bảo phát triển du lịch bền vững.

Nghiên cứu đã cung cấp một cái nhìn toàn diện về hành vi du lịch xanh của khách du lịch tại Hà Giang, làm rõ các yếu tố tác động đến hành vi du lịch xanh trong thực tế của khách du lịch, từ đó đưa ra các khuyến nghị cụ thể cho các nhà quản lý, doanh nghiệp và cộng đồng địa phương để thúc đẩy du lịch bền vững tại Hà Giang. Thông qua những chính sách này giúp Hà Giang không chỉ bảo vệ môi trường tự nhiên mà còn bảo tồn các giá trị văn hóa và phát triển kinh tế bền vững.

**DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ  
LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN**

1. Dao Thi Hong Thuy, Phan Quang Anh (2025), “Bibliographic Analysis Of Green Tourism In Scopus Database From 1989 To Present”, *The Third International Conference On The Issues Of Social Sciences And Humanities*, pp. 583-602.
2. Dao Thi Hong Thuy, Tran Tuyen (2025), “*Tourist Participation In Green Tourism: A Perspective From The Sor Theory And The Role Of Engagement Ability*”, *The 2025 International Conference Proceedings On Innovation For Global Development*, pp. 581-599.
3. Dao Thị Hong Thuy, Tran Tuyen (2025), “Exploring The Role Of Opportunities For Participation In Enhancing Green Tourism Practices: Evidence From Ha Giang, Vietnam”, *21<sup>st</sup> International Conference, Socio-Economic And Environmental Issues In Development*, pp. 3275 – 3287.