



Phân tích các nhân tố tác động đến ý định phân loại rác thải của du khách tại điểm đến Đà Nẵng: Nghiên cứu đa văn hoá

ĐẶNG THỊ THU TRANG ^{*},^a, CAO HUỆ MẪN ^a

^a Trường Đại học Kinh Tế - Đại học Đà Nẵng

THÔNG TIN	TÓM TẮT
Ngày nhận: 09/01/2025 Ngày nhận lại: 03/05/2025 Duyệt đăng: 04/05/2025 Mã phân loại JEL: M31, F18, Z32. Từ khóa: Thái độ với phân loại rác; Ý định phân loại rác thải; Chuẩn mực chủ quan; Kiểm soát hành vi nhận thức; Du khách. Keywords: Attitude towards waste sorting behavior; Waste sorting intention; Subjective norms; Perceived behavioral control; Tourist.	Nghiên cứu này sử dụng lý thuyết hành vi kế hoạch (TPB) kết hợp với lý thuyết MOA (Động lực - Cơ hội - Khả năng) để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến ý định phân loại rác thải của du khách tại điểm đến Đà Nẵng. Sau khi phân tích dữ liệu từ 440 du khách tham quan Đà Nẵng bằng PLS-SEM, kết quả cho thấy thái độ, chuẩn mực chủ quan, kiểm soát hành vi nhận thức, động lực và khả năng đều có tác động trực tiếp và tích cực đến ý định phân loại rác thải của du khách. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng khẳng định vai trò trung gian quan trọng của thái độ và chỉ ra rằng mức độ tác động của kiểm soát hành vi nhận thức lên thái độ mạnh hơn ở nhóm du khách châu Âu so với nhóm du khách Việt Nam. Từ kết quả này, nghiên cứu đề xuất các khuyến nghị cho các cơ quan quản lý du lịch, doanh nghiệp du lịch nhằm cải thiện các yếu tố xã hội và cá nhân để thúc đẩy hành vi phân loại rác thải của du khách. Abstract This study aims to analyze the factors affecting tourists' intention to waste sorting at Da Nang destination, using the theory of planned behavior (TPB) combined with the MOA model (Motivation-Opportunity-Ability). After analyzing data from 440 tourists visiting Da Nang using PLS-SEM, the results show that attitude, subjective norms, perceived behavioral control, motivation and ability all have direct and positive impacts on tourists' intention to waste sorting. Additionally, the study also confirms the important mediating role of attitude and also shows that the impact of perceived behavioral control on attitudes

^{*} Tác giả liên hệ.

Biên tập viên: Trần Lê Thùy Duyên.

Email: trangdtt@due.edu.vn (Đặng Thị Thu Trang); 211124008221@due.udn.vn (Cao Huệ Mẫn).

Trích dẫn bài viết: Đặng Thị Thu Trang, & Cao Huệ Mẫn. (2025). Phân tích các nhân tố tác động đến ý định phân loại rác thải của du khách tại điểm đến Đà Nẵng: Nghiên cứu đa văn hoá. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 36(3), 45-60.

was stronger among European tourists than among Vietnamese tourists. From this result, the study proposed recommendations for tourism authorities and tourism businesses to improve social and personal factors to promote tourists' waste sorting behavior.

1. Giới thiệu

Nhiều nghiên cứu quốc tế đã chỉ ra rằng hành vi thân thiện với môi trường của du khách, như phân loại rác thải tại nguồn, có thể giúp giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường (Boluk và cộng sự, 2019; Wang và cộng sự, 2020; Wang và cộng sự, 2021). Phân loại rác thải được xem là một biện pháp hiệu quả để giảm ô nhiễm và bảo vệ tài nguyên (Cao và cộng sự, 2023). Nghiên cứu cho thấy, lượng chất thải do du khách tạo ra, đặc biệt trong mùa cao điểm, có thể vượt qua lượng rác thải từ cư dân địa phương, gây áp lực lớn lên hệ sinh thái (Chaabane và cộng sự, 2019).

Mặc dù lý thuyết hành vi có kế hoạch (The Theory of Planning Behaviour – TPB) đã được áp dụng rộng rãi để giải thích các yếu tố tác động đến ý định hành vi, nhưng hầu hết các nghiên cứu trước đây chủ yếu tập trung vào các mối quan hệ trực tiếp giữa các yếu tố như thái độ, chuẩn mực chủ quan và kiểm soát hành vi nhận thức (Perceived Behavioral Control – PBC). Tuy nhiên, trong bối cảnh nghiên cứu hành vi phân loại rác thải của du khách, hầu như chưa có nghiên cứu nào tập trung vào vai trò trung gian của thái độ trong mối quan hệ giữa PBC và ý định, cũng như giữa chuẩn mực chủ quan (Subjective Norms – SN) và ý định. Do đó, nghiên cứu này sẽ mở rộng mô hình TPB bằng cách khám phá vai trò trung gian của thái độ trong mối quan hệ giữa PBC, SN và ý định phân loại rác thải của du khách. Việc phân tích này sẽ cung cấp một cái nhìn sâu sắc hơn về các yếu tố tâm lý và xã hội tác động đến hành vi phân loại rác thải của du khách. Mặt khác, nghiên cứu của Tang và cộng sự (2022) đã sử dụng mô hình động lực - cơ hội - khả năng (Motivation - Opportunity - Ability – MOA) để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi thân thiện với môi trường của du khách. Hơn nữa, các nghiên cứu thực nghiệm cũng đã kết hợp TPB và MOA để khám phá quá trình lan truyền hành vi xanh của công chúng (Chuang và cộng sự, 2024) vì sự kết hợp này cho phép đánh giá toàn diện hơn hành vi người tiêu dùng, phản ánh sâu sắc hơn cả mặt nhận thức và cảm xúc của người tiêu dùng. Kế thừa các nghiên cứu này trong lĩnh vực phân loại rác thải của du khách, việc kết hợp TPB và MOA để giải thích các nhân tố tác động đến ý định phân tích rác thải ở hai nhóm du khách châu Âu và Việt Nam là điểm mới của nghiên cứu này.

Tại Việt Nam, một số nghiên cứu đã khảo sát ý định phân loại rác của người dân, đặc biệt là tại TP.HCM (Trương Đình Thái & Nguyễn Văn Thích, 2022), thói quen phân loại rác của sinh viên (Phạm Thị Dương & Đinh Thị Thúy Hằng, 2022), nhưng rất ít nghiên cứu tập trung vào ý định phân loại rác thải của du khách. Theo Cục Thống kê thành phố Đà Nẵng, trong 6 tháng đầu năm 2024, số lượng du khách đến Đà Nẵng đã đạt mức tăng trưởng ấn tượng, đạt 5,1 triệu lượt, tăng 25,6% so với cùng kỳ năm 2023. Cụ thể, khách quốc tế đạt 2,0 triệu lượt (khách châu Âu chiếm tỷ trọng lớn), khách trong nước đạt 3,1 triệu lượt. Do đó, lượng rác thải ra môi trường sẽ càng tăng cao khi du lịch Đà Nẵng ngày càng phát triển. Tuy nhiên, Đà Nẵng đang đối mặt với nguy cơ hơn 360.000 tấn rác không có chỗ chứa (Báo Chính phủ Việt Nam, 2024). Có thể thấy, đây là một vấn đề quan trọng khi Đà Nẵng đang thu hút lượng lớn du khách quốc tế và nội địa. Hơn nữa, nhiều nghiên cứu cho thấy yếu

tổ cá nhân và văn hoá có ảnh hưởng đến hành vi phân loại rác thải, chẳng hạn sự khác biệt này ở người Đức và Israel (Keren và cộng sự, 2019). Mặt khác, văn hoá, thói quen và ý thức phân loại rác thải của người dân ở các nước châu Âu được nâng cao từ lâu. Trong khi đó, ở Việt Nam, vấn đề phân loại rác thải trong dân cư và du khách mới được chú trọng những năm gần đây. Do đó, nhóm tác giả nghiên cứu so sánh hành vi phân loại rác thải của hai nhóm này để hiểu sâu hơn về sự khác biệt giữa hai nhóm, từ đó có các kiến nghị cụ thể và hiệu quả cho các nhóm du khách này.

Vì vậy, câu hỏi nghiên cứu đặt ra là: Làm thế nào để nâng cao ý định phân loại rác thải của du khách tại điểm đến Đà Nẵng trong bối cảnh nghiên cứu đa văn hoá, và các giải pháp cụ thể cho du khách nội địa và du khách châu Âu là gì? Để trả lời câu hỏi này, nghiên cứu sẽ tổng hợp các lý thuyết và mô hình liên quan đến ý định phân loại rác thải, xây dựng và kiểm tra các thang đo để phát triển một mô hình phù hợp với bối cảnh Đà Nẵng, đồng thời đưa ra các đóng góp về lý thuyết và thực tiễn.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Phân loại rác thải

Phân loại rác thải là quá trình phân loại rác thành các loại khác nhau trong các bối cảnh như hộ gia đình, nơi làm việc và điểm du lịch, nhằm quản lý rác hiệu quả, bao gồm tái chế và tái sử dụng (Cao và cộng sự, 2023). Đây là bước quan trọng trong quản lý rác, giúp giảm thiểu chất thải và thu hồi tài nguyên, đồng thời thể hiện cam kết đối với sự bền vững (Cudjoe và cộng sự, 2020). Rác thải có thể được phân loại thành các nhóm như rác tái chế, rác thực phẩm, chất thải nguy hại và chất thải khác (Hu và cộng sự, 2024). Tại Việt Nam, rác thải được phân thành ba nhóm chính: chất thải có thể tái sử dụng, chất thải thực phẩm và chất thải rắn sinh hoạt khác (Luật Bảo vệ Môi trường, 2020). Trong nghiên cứu này, tác giả định nghĩa phân loại rác thải theo Cao và cộng sự (2023), là quá trình phân loại rác thành các loại giúp quản lý rác thải hiệu quả hơn, nhằm bảo vệ môi trường và đảm bảo sức khỏe cộng đồng tại các khu vực du lịch.

2.2. Ý định phân loại rác thải

Trong bối cảnh phân loại rác, ý định phân loại rác thải (Waste Classification Intention – WCI) được hiểu là dự định, sự sẵn lòng và chắc chắn sẽ thực hiện hành vi phân loại rác (Cao và cộng sự, 2023). Các nghiên cứu trước đây đã ghi nhận mối quan hệ tích cực giữa ý định và hành vi xử lý rác thải, như tái chế và phân loại rác (Mason và cộng sự, 2022). Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu hiện tại chỉ tập trung vào phân loại rác trong các hộ gia đình (Teng và cộng sự, 2024) và sinh viên (Phạm Thị Dương & Đinh Thị Thúy Hằng, 2022), chỉ một số ít nghiên cứu xem xét cách du khách hình thành ý định phân loại rác thải (Hu và cộng sự, 2024).

2.3. Mô hình nghiên cứu

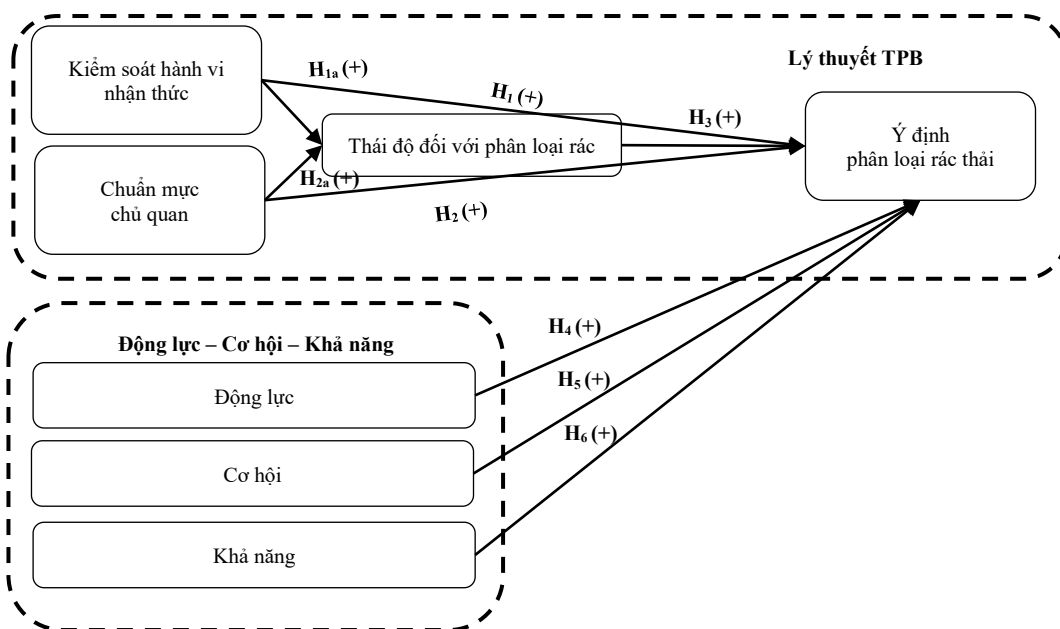
Lý thuyết hành vi dự định (TPB) đã được sử dụng rộng rãi để giải thích các yếu tố quyết định hành vi xã hội, bao gồm hành vi thân thiện với môi trường (Qiu và cộng sự, 2022). Theo TPB, ý định hành vi của một cá nhân là yếu tố quyết định hành vi xã hội, ảnh hưởng bởi thái độ, chuẩn mực chủ quan và kiểm soát hành vi nhận thức. Một số nghiên cứu đã sử dụng TPB để giải thích ý định phân loại rác thải theo quan điểm của khách du lịch, chẳng hạn, ý định giảm rác thải nhựa của khách du lịch trên các bãi biển ở Ả Rập Xê Út (Badawi và cộng sự, 2024), ý định giảm phát sinh rác thải của

khách du lịch tại các điểm đến ở Trung Quốc (Cao và cộng sự, 2023). Những nghiên cứu này đều cho thấy mô hình TPB có thể dự đoán hành vi hoặc ý định hành vi liên quan đến môi trường. Vì vậy, lý thuyết TPB cũng được nhóm tác giả sử dụng để kiểm chứng mối quan hệ giữa kiểm soát hành vi nhận thức, thái độ và chuẩn mực chủ quan đối với ý định phân loại rác thải của du khách tại Đà Nẵng.

Mặt khác, theo mô hình MOA, ý định hành vi của một người phụ thuộc vào việc họ có muốn làm điều đó hay không (động lực), họ có cơ hội để làm điều đó hay không (cơ hội), và họ có đủ khả năng để làm điều đó hay không (khả năng) (MacInnis & Jaworski, 1989). Cách tiếp cận MOA cũng đã được một số học giả áp dụng để nghiên cứu ý định và hành vi liên quan đến môi trường. Chẳng hạn, Tang và cộng sự (2022) phát hiện rằng, động cơ vì lợi ích cá nhân (động lực), các yếu tố thuận lợi để du khách thực hiện hành vi vì môi trường (cơ hội) và khả năng tham gia - thời gian, tài chính, kỹ năng và kinh nghiệm (khả năng) ảnh hưởng tích cực đến hành vi thân thiện với môi trường của du khách.

Một số nghiên cứu thực nghiệm cũng thành công trong việc kết hợp TPB và MOA (Chuang và cộng sự, 2024) vì sự kết hợp này cho phép đánh giá toàn diện hơn hành vi người tiêu dùng, giải thích rõ hơn động cơ và hành động của cá nhân. Vì vậy, cùng với mở rộng lý thuyết TPB, nhóm tác giả kết hợp với mô hình MOA để phân tích một cách sâu sắc và toàn diện hơn các nhân tố tác động đến ý định phân loại rác của du khách tại điểm đến Đà Nẵng. Cụ thể, nghiên cứu này mở rộng TBP khi xem xét vai trò trung gian của thái độ và bổ sung tác động của các yếu tố: động lực, cơ hội và khả năng (ở mô hình MOA) mà du khách cảm nhận đến ý định phân loại rác thải.

Trên cơ sở các lý thuyết nền trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.3.1. Kiểm soát hành vi nhận thức ảnh hưởng đến ý định phân loại rác

Kiểm soát hành vi nhận thức (PBC) là mức độ tin tưởng của một cá nhân vào khả năng kiểm soát hành vi của mình, phản ánh cảm giác về sự dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện hành vi đó, và là yếu

tổ quan trọng thúc đẩy ý định hành vi (Liu và cộng sự, 2020). Hơn nữa, theo Li và Wu (2019), khi du khách nhận thấy việc phân loại rác dễ dàng, họ sẽ có thái độ tích cực hơn và có xu hướng tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường. Vì vậy, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

Giả thuyết H₁: Kiểm soát hành vi nhận thức ảnh hưởng tích cực đến ý định phân loại rác thải của du khách.

2.3.2. Chuẩn mực chủ quan ảnh hưởng đến ý định phân loại rác

Chuẩn mực chủ quan (SN) là áp lực xã hội từ gia đình, bạn bè hoặc cộng đồng tác động đến hành vi cá nhân, nó ảnh hưởng tích cực đến ý định hành vi trong các lĩnh vực như du lịch bền vững, quản lý rác thải và bảo vệ môi trường (Chen & Tung, 2010). Đối với du khách, hành vi phân loại rác không chỉ chịu ảnh hưởng từ nhận thức cá nhân mà còn từ áp lực xã hội tại điểm đến du lịch, nơi chuẩn mực văn hóa địa phương đóng vai trò quan trọng. Vì vậy, nghiên cứu đề xuất giả thuyết sau:

Giả thuyết H₂: Chuẩn mực chủ quan ảnh hưởng tích cực đến ý định phân loại rác thải của du khách.

2.3.3. Tác động của thái độ đến ý định phân loại rác thải của du khách

Thái độ đối với hành vi (AT – Attitude) là đánh giá của một cá nhân về kết quả thu được từ việc thực hiện một hành vi cụ thể, ám chỉ mức độ đánh giá thuận lợi hay bất lợi về một hành vi của một cá nhân, được nhiều nghiên cứu chứng minh có tác động trực tiếp đến ý định thực hiện hành vi, đặc biệt trong bảo vệ môi trường (Khan và cộng sự, 2019). Kế thừa các nghiên cứu này, giả thuyết nghiên cứu sau đây được đề xuất:

Giả thuyết H₃: Thái độ ảnh hưởng tích cực đến ý định phân loại rác thải của du khách.

Mặt khác, một số nghiên cứu đã khám phá vai trò trung gian của thái độ trong lý thuyết TPB (Asgar và cộng sự, 2024). Đặc biệt, nghiên cứu của Li và cộng sự (2019) đã khám phá vai trò trung gian quan trọng của thái độ trong mối quan hệ giữa cả hai yếu tố (gồm chuẩn mực chủ quan và kiểm soát hành vi nhận thức) và ý định bảo vệ môi trường của du khách địa phương tại Trung Quốc. Đối với lĩnh vực phân loại rác thải, khi du khách thấy việc phân loại rác dễ dàng, và nhận thấy sự khuyến khích từ xã hội, họ sẽ có thái độ tích cực hơn, từ đó thúc đẩy ý định phân loại rác mạnh mẽ hơn. Vì vậy, kế thừa các nghiên cứu này trong bối cảnh hành vi phân loại rác thải của du khách, nhóm tác giả đề xuất các giả thuyết sau:

Giả thuyết H_{1a}: Thái độ làm trung gian cho mối quan hệ tích cực giữa kiểm soát hành vi nhận thức và ý định phân loại rác thải của du khách.

Giả thuyết H_{2a}: Thái độ làm trung gian cho mối quan hệ tích cực giữa chuẩn chủ quan và ý định phân loại rác thải của du khách.

2.3.4. Động lực ảnh hưởng tích cực đến ý định phân loại rác thải của du khách

Động lực (MO – Motivation) liên quan đến mong muốn cá nhân và sự sẵn sàng thực hiện hành động, là lý do thúc đẩy xu hướng hành vi và phản ánh mức độ cam kết trong việc thực hiện hành vi (Tang và cộng sự, 2022). Khi du khách nhận thức được tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường, họ sẽ có xu hướng thể hiện ý định tham gia hành động bảo vệ môi trường mạnh mẽ hơn (Saari và cộng sự, 2021). Vì vậy, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

Giả thuyết H₄: Động lực ảnh hưởng tích cực đến ý định phân loại rác thải của du khách.

2.3.5. Cơ hội ảnh hưởng tích cực đến ý định phân loại rác thải của du khách

Cơ hội (OP – Opportunity) là các điều kiện thuận lợi giúp cá nhân thực hiện hành vi mong muốn, đặc biệt, việc cung cấp cơ sở vật chất và điều kiện thuận lợi có thể thúc đẩy du khách tham gia vào các hành vi bảo vệ môi trường (Aas và cộng sự, 2005). Sự hỗ trợ từ các điểm đến du lịch cũng giúp du khách nhận thức rõ hơn về bảo vệ môi trường (Tang và cộng sự, 2022). Do đó, giả thuyết được đề xuất như sau:

Giả thuyết H₅: Cơ hội ảnh hưởng tích cực đến ý định phân loại rác thải của du khách.

2.3.6. Khả năng ảnh hưởng tích cực đến ý định phân loại rác thải của du khách

Khả năng (AB – Ability), bao gồm kỹ năng, kiến thức và nguồn lực của cá nhân trong việc tiếp nhận và hiểu thông điệp, đặc biệt, nó cũng bao gồm nhận thức và cam kết đối với bảo vệ môi trường, có thể ảnh hưởng đến hành vi xanh (Sibian & Ispas, 2021). Hơn nữa, kiến thức về quy trình phân loại rác là yếu tố quan trọng thúc đẩy ý định và hành vi phân loại rác (Wang và cộng sự, 2020). Do đó, nghiên cứu này đề xuất giả thuyết sau:

Giả thuyết H₆: Khả năng ảnh hưởng tích cực đến ý định phân loại rác thải của du khách.

Ngoài ra, như mục tiêu đặt ra của nghiên cứu là phân tích đa văn hoá với sự khác biệt ở hai nhóm du khách: du khách châu Âu và du khách Việt Nam, nghiên cứu này sẽ đánh giá sự khác biệt về các nhân tố tác động đến ý định phân loại rác tại điểm đến Đà Nẵng ở hai nhóm du khách này bằng phân tích nhóm đa nhóm (Multigroup Analysis – MGA) theo Vũ Hữu Thành và Nguyễn Minh Hà (2023).

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này áp dụng phương pháp định lượng, sử dụng bảng câu hỏi được xây dựng từ các thang đo đã có trong các nghiên cứu trước đây, với thang đo Likert từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (hoàn toàn đồng ý). Để điều chỉnh các câu hỏi về nội dung, ngữ nghĩa và bối cảnh nghiên cứu, tác giả đã tiến hành khảo sát thử nghiệm với 20 du khách Việt Nam và 20 du khách châu Âu. Phương pháp chọn mẫu thuận tiện được áp dụng đối với hai nhóm khách này như đã được lý giải ở phần giới thiệu. Khảo sát chính thức được thực hiện cả trực tuyến và phát trực tiếp bảng câu hỏi, thu thập được 420 phiếu trả lời hợp lệ với du khách từ 18 tuổi trở lên đang du lịch tại Đà Nẵng, bao gồm 210 du khách Việt Nam và 210 du khách châu Âu.

Để đánh giá chất lượng thang đo và kiểm định các giả thuyết, nghiên cứu này sử dụng kỹ thuật phân tích mô hình phương trình cấu trúc tuyến tính PLS-SEM, thực hiện trên phần mềm Smart PLS 3. Phân tích PLS-SEM không chỉ hỗ trợ phát triển lý thuyết trong nghiên cứu khám phá mà còn giúp đánh giá cả mô hình đo lường và mô hình cấu trúc (Hair và cộng sự, 2021). Ngoài ra, nghiên cứu còn thực hiện phân tích đa nhóm PLS-MGA để so sánh sự khác biệt về tác động của các nhân tố đến ý định phân loại rác thải giữa hai nhóm du khách (châu Âu và Việt Nam), vì PLS-MGA cho phép kiểm tra sự khác biệt có ý nghĩa giữa các đường dẫn cấu trúc của nhiều nhóm (Matthews và cộng sự, 2018).

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Mô tả mẫu

Kết quả mô tả mẫu du khách Việt Nam (xem Bảng 1) tương đối phù hợp vì nữ giới thường quan tâm đến vấn đề vệ sinh và môi trường hơn nam giới, đồng thời, các nhóm tuổi dưới 35 thường dễ dàng tiếp cận thông tin mới và có mối quan tâm lớn đến môi trường.

Bảng 1.

Thông tin mẫu nghiên cứu

Đặc điểm	Mẫu quan sát	Tần số		Tần suất (%)	
		Việt Nam	Châu Âu	Việt Nam	Châu Âu
Giới tính	Nam	84	143	40,0	68,1
	Nữ	126	67	60,0	31,9
Độ tuổi	18–24 tuổi	88	37	41,9	17,6
	25–34 tuổi	70	45	33,3	21,4
	35–54 tuổi	45	89	21,4	42,4
	> 55 tuổi	7	39	3,4	18,6
Nghề nghiệp	Sinh viên	39	34	18,6	16,2
	Nhân viên văn phòng	30	54	14,3	25,7
	Kinh doanh	85	55	40,5	26,2
	Công nhân viên chức nhà nước	26	12	12,3	5,7
	Đã nghỉ hưu	30	55	14,3	26,2
Trình độ học vấn	THPT	8	13	3,8	6,2
	Cao đẳng	13	30	6,2	14,2
	Đại học	151	94	71,9	44,8
	Sau đại học	38	73	18,1	34,8
Số lần đã từng đến du lịch tại Đà Nẵng	1–5 lần	136	198	64,8	94,3
	6–10 lần	58	7	27,6	3,3
	Trên 10 lần	16	5	7,6	2,4

Kết quả khảo sát du khách châu Âu (Bảng 1) có sự phân bố hợp lý, đa số là nam giới trong độ tuổi 25–54, nhóm này có xu hướng du lịch nhiều hơn. Các nghề nghiệp phổ biến như kinh doanh, nhân viên văn phòng và người đã nghỉ hưu cũng phù hợp với đặc điểm du khách châu Âu, với khả năng tài chính ổn định và thời gian linh hoạt.

4.2. Kiểm định thang đo

Để kiểm tra độ tin cậy của thang đo, nghiên cứu này áp dụng các chỉ dẫn của Hair và cộng sự (2021), bao gồm kiểm tra độ nhất quán nội tại, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Kết quả kiểm định cho thấy các thang đo đều đạt độ nhất quán nội tại, với hệ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (CR) đều $> 0,7$. Bên cạnh đó, các giá trị phương sai trích (AVE) cũng $> 0,5$. Do đó, các thang đo được đề xuất đều đạt giá trị hội tụ (Bảng 2).

Bảng 2.

Kiểm định tính nhất quán nội tại và giá trị hội tụ

	Việt Nam			Châu Âu		
	Cronbach's Alpha	CR	AVE	Cronbach's Alpha	CR	AVE
PBC	0,819	0,880	0,648	0,839	0,892	0,674
SN	0,865	0,908	0,712	0,860	0,905	0,705
AT	0,882	0,927	0,809	0,898	0,936	0,830
MO	0,907	0,941	0,841	0,907	0,941	0,841
OP	0,874	0,903	0,653	0,877	0,907	0,663
AB	0,842	0,901	0,752	0,851	0,909	0,771
WCI	0,892	0,933	0,823	0,892	0,933	0,823

Ghi chú: PBC: Kiểm soát hành vi nhận thức; AT: Thái độ; SN: Chuẩn chủ quan; MO: Động lực; OP: Cơ hội; AB: Khả năng; WCI: Ý định phân loại rác.

Ngoài ra, kết quả kiểm tra còn cho thấy các chỉ báo đạt mức độ chính xác về sự phân biệt, với chỉ số HTMT $\leq 0,85$. Hơn nữa, thủ tục Bootstrap với 5.000 mẫu cho thấy HTMT nằm trong khoảng phân vị từ 2,5% đến 97,5%, và đều nhỏ hơn 1. Do đó, các cấu trúc khái niệm đều đạt giá trị phân biệt.

4.3. Kiểm định giả thuyết

Nghiên cứu tiến hành phân tích mô hình cấu trúc để ước lượng một cách chi tiết mối quan hệ giữa các biến tiềm ẩn trong mô hình. Kết quả chỉ ra rằng không có hiện tượng đa cộng tuyến trong các mô hình cấu trúc thành phần, vì hệ số VIF < 3 .

4.3.1. Kết quả tác động trực tiếp

Tác giả thực hiện kiểm định Bootstrap 5.000 mẫu để đánh giá tác động trực tiếp với mức ý nghĩa thống kê $p\text{-value} \leq 0,05$.

Bảng 3.

Du khách Việt Nam

	Giả thuyết	Hệ số chuẩn hoá từ mẫu gốc	Hệ số chuẩn hoá trung bình từ mẫu Bootstrap	Độ lệch chuẩn	Giá trị t	Giá trị p
H ₁	PBC → WCI	0,293	0,289	0,061	4,788	0,000
H _{1a}	PBC → AT	0,211	0,214	0,065	3,266	0,001
H ₂	SN → WCI	0,265	0,265	0,061	4,360	0,000
H _{2a}	SN → AT	0,399	0,399	0,074	5,382	0,000
H ₃	AT → WCI	0,194	0,196	0,062	3,145	0,002
H ₄	MO → WCI	0,252	0,245	0,064	3,925	0,000
H ₅	OP → WCI	0,040	0,050	0,051	0,788	0,431
H ₆	AB → WCI	0,168	0,171	0,061	2,782	0,005

Ghi chú: PBC: Kiểm soát hành vi nhận thức; AT: Thái độ; SN: Chuẩn chủ quan; MO: Động lực; OP: Cơ hội; AB: Khả năng; WCI: Ý định phân loại rác.

Kết quả ở Bảng 3 cho thấy với du khách Việt Nam, biến số OP không tác động tới WCI. Hệ số hồi quy của các biến còn lại đều có ý nghĩa thống kê. Do đó, có thể kết luận các giả thuyết H₁, H_{1a}, H₂, H_{2a}, H₃, H₄, H₆ được chấp nhận và giả thuyết H₅ bị bác bỏ. Có thể thấy PBC, SN, AT, MO và AB tác động tích cực đến WCI ($\beta = 0,291$; $\beta = 0,244$; $\beta = 0,251$; $\beta = 0,166$; $\beta = 0,203$). Đồng thời, PBC và SN cũng tác động đến AT ($\beta = 0,473$; $\beta = 0,275$). Hơn nữa, PBC, SN, AT, MO và AB tác động tích cực đến WCI ($\beta = 0,293$; $\beta = 0,265$; $\beta = 0,194$; $\beta = 0,252$; $\beta = 0,168$). Đồng thời, PBC và SN cũng tác động đến AT ($\beta = 0,211$; $\beta = 0,399$).

Bảng 4.

Du khách châu Âu

	Giả thuyết	Hệ số chuẩn hoá từ mẫu gốc	Hệ số chuẩn hoá trung bình từ mẫu Bootstrap	Độ lệch chuẩn	Giá trị t	Giá trị p
H ₁	PBC → WCI	0,291	0,291	0,052	5,562	0,000
H _{1a}	PBC → AT	0,473	0,474	0,069	6,810	0,000
H ₂	SN → WCI	0,244	0,247	0,047	5,157	0,000
H _{2a}	SN → AT	0,275	0,275	0,078	3,511	0,000
H ₃	AT → WCI	0,251	0,247	0,054	4,611	0,000
H ₄	MO → WCI	0,166	0,163	0,067	2,491	0,013
H ₅	OP → WCI	0,015	0,023	0,048	0,312	0,755
H ₆	AB → WCI	0,203	0,202	0,042	4,839	0,000

Ghi chú: PBC: Kiểm soát hành vi nhận thức; AT: Thái độ; SN: Chuẩn chủ quan; MO: Động lực; OP: Cơ hội; AB: Khả năng; WCI: Ý định phân loại rác.

Tương tự như kết quả đối với du khách Việt Nam, Bảng 4 cho thấy với du khách châu Âu, biến số OP cũng không tác động tới WCI. Hệ số hồi quy của các biến còn lại đều có ý nghĩa thống kê. Do đó, có thể kết luận các giả thuyết H_1 , H_{1a} , H_2 , H_{2a} , H_3 , H_4 , H_6 được chấp nhận và giả thuyết H_5 bị bác bỏ.

4.3.2. Kiểm tra tác động gián tiếp

Kết quả thể hiện ở Bảng 5 cho thấy, với du khách Việt Nam, PBC và SN đều có tác động gián tiếp đến WCI thông qua AT và được đánh giá là có ý nghĩa thống kê ($p\text{-value} < 0,05$). Do đó, H_{1a} , H_{2a} đều được chấp nhận. Tuy nhiên, mức tác động gián tiếp cho thấy tác động từ SN lên WCI là rất nhỏ.

Bảng 5.

Kiểm tra tác động gián tiếp

	Giả thuyết	Hệ số chuẩn hoá từ mẫu gốc	Hệ số chuẩn hoá trung bình từ mẫu Bootstrap	Độ lệch chuẩn	Giá trị t	Giá trị p
<i>Việt Nam</i>						
H_{1a}	PBC $\rightarrow$ AT $\rightarrow$ WCI	0,041	0,043	0,020	2,047	0,041
H_{2a}	SN $\rightarrow$ AT $\rightarrow$ WCI	0,077	0,078	0,027	2,856	0,004
<i>Châu Âu</i>						
H_{1a}	PBC $\rightarrow$ AT $\rightarrow$ WCI	0,119	0,118	0,034	3,453	0,001
H_{2a}	SN $\rightarrow$ AT $\rightarrow$ WCI	0,069	0,067	0,023	2,991	0,003

Ghi chú: PBC: Kiểm soát hành vi nhận thức; AT: Thái độ; SN: Chuẩn chủ quan; MO: Động lực; OP: Cơ hội; AB: Khả năng; WCI: Ý định phân loại rác.

Trong trường hợp du khách châu Âu, Bảng 5 cũng cho kết quả tương tự về sự tác động gián tiếp của hai yếu tố PBC và SN đến WCI thông qua AT. Với $p\text{-value}$ lần lượt là 0,000 và 0,003, nhỏ hơn 0,005, nên cả hai sự tác động của PBC và SN đều có ý nghĩa thống kê.

Ngoài ra, kết quả từ phân tích dữ liệu cho thấy, đối với du khách Việt Nam, PBC và SN có thể giải thích được 26,4% giá trị biến thiên của AT; hơn nữa, các yếu tố PBC, SN, AT, MO và AB có thể giải thích được 65,2% WCI. Với du khách châu Âu, 42,2% sự biến thiên của AT được giải thích bởi PBC và SN của du khách, trong khi đó, PBC, SN, AT, MO và AB có thể giải thích đến 74,9% sự biến thiên của ý định phân loại rác.

4.3.3. Phân tích đa nhóm

4.3.3.1. Kiểm định tính bất biến tổng hợp

Trước khi phân tích đa nhóm, nghiên cứu kiểm tra tính bất biến tổng hợp, kết quả cho thấy giá trị $p > 0,05$, xác nhận mô hình không có sự khác biệt đáng kể giữa hai nhóm, do đó có thể áp dụng chung cho du khách Việt Nam và châu Âu.

4.3.3.2. Phân tích đa nhóm

Kết quả từ phân tích dữ liệu cho thấy không có sự khác biệt về phương sai và giá trị trung bình ở tất cả các biến, tất cả các giá trị p đều nhỏ hơn 0,05, do đó, có thể gộp chung dữ liệu của hai nhóm du khách thành một mẫu dữ liệu duy nhất để phân tích đa nhóm.

Bảng 6.

Kết quả khác biệt hệ số hồi quy giữa du khách Việt Nam và châu Âu

	Hệ số đường dẫn khác biệt (Việt Nam - Châu Âu)	Giá trị p từ mẫu gốc (Việt Nam - Châu Âu)	Giá trị p (Việt Nam - Châu Âu)
AB -> WCI	-0,034	0,685	0,631
AT -> WCI	-0,056	0,754	0,491
MO -> WCI	0,096	0,149	0,298
OP -> WCI	0,025	0,352	0,704
PBC -> AT	-0,262	0,996	0,007
PBC -> WCI	0,001	0,494	0,988
SN -> AT	0,123	0,130	0,260
SN -> WCI	0,013	0,432	0,864

Ghi chú: PBC: Kiểm soát hành vi nhận thức; AT: Thái độ; SN: Chuẩn chủ quan; MO: Động lực; OP: Cơ hội; AB: Khả năng; WCI: Ý định phân loại rác.

Bảng 6 cho thấy có sự khác biệt về tác động từ PBC lên AT do $p < 0,005$. Không có sự khác biệt ở các tác động còn lại do giá trị p đều lớn hơn 0,05. Hệ số đường dẫn khác biệt ở mỗi quan hệ giữa PBC và AT là $-0,262 < 0$, điều này cho thấy PBC tác động lên AT đối với du khách châu Âu mạnh hơn so với du khách Việt Nam. Tương tự, kết quả phân tích dữ liệu từ mẫu gốc cũng cho thấy mức độ tác động của PBC lên AT đối với du khách châu Âu mạnh hơn so với du khách Việt Nam. Mặt khác, kết quả phân tích đa nhóm (MGA) cũng thể hiện rằng hệ số đường dẫn tương ứng với cả nhóm du khách châu Âu và Việt Nam, bao gồm cả tác động trực tiếp và gián tiếp đều có sự khác biệt.

4.4. Thảo luận

Từ kết quả nêu trên, tác giả bàn luận một số điểm cần chú ý như sau:

- *Thứ nhất*, PBC, SN và AT có ảnh hưởng tích cực đến WCI. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu trước đây (Hu và cộng sự, 2024; Cao và cộng sự, 2023). Điều này có thể khẳng định độ tin cậy của khung nghiên cứu khi được kiểm chứng tại Việt Nam.

- *Thứ hai*, nghiên cứu cũng đã cho thấy kết quả vai trò trung gian của AT trong hai mối liên hệ PBC với WCI và SN với WCI. Hai điều trên có nghĩa là, khi du khách nhận thức được khả năng kiểm soát hành vi của mình và đồng thời có thái độ tích cực đối với việc phân loại rác, ý định thực hiện hành động này sẽ được củng cố mạnh mẽ hơn. Tương tự, khi du khách cảm thấy rằng việc phân loại rác là một chuẩn mực xã hội quan trọng và họ có thái độ ủng hộ hành động này, ý định phân loại rác của họ cũng tăng lên đáng kể. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu của Li và cộng sự (2019), Asgar và cộng sự (2024) trong bối cảnh ý định thân thiện với môi trường.

- *Thứ ba*, kết quả nghiên cứu cho thấy MO và AB có ảnh hưởng tích cực đến WCI. Về động lực, khi du khách quan tâm sâu sắc đến môi trường và nhận thức được tầm quan trọng của việc phân loại rác, họ sẽ có xu hướng thể hiện ý định phân loại rác mạnh mẽ hơn. Về khả năng, những du khách có nhận thức, kinh nghiệm và kỹ năng phân loại rác sẽ có xu hướng thể hiện ý định phân loại rác mạnh mẽ hơn. Kết quả về MO phù hợp với các nghiên cứu của Saari và cộng sự (2021), nhưng lại trái ngược với kết luận của Sultana và cộng sự (2022). Điều này có thể được lý giải bởi bối cảnh và thời điểm nghiên cứu. Kết quả về AB, nghiên cứu cũng có kết luận tương tự với nghiên cứu của Sibian và Ispas (2021).

- *Thứ tư*, kết quả nghiên cứu cho thấy OP không tác động đến WCI (giá trị $p > 0,05$). Điều này có nghĩa là các yếu tố cơ hội như cơ sở vật chất (số lượng thùng rác, sức chứa mỗi thùng, ký hiệu thùng rác...) không tác động đến ý định phân loại rác của du khách. Mặc dù kết quả này trái ngược với nghiên cứu của Tang và cộng sự (2022) nhưng phù hợp với bối cảnh hiện tại của Đà Nẵng khi cơ sở vật chất phân loại rác thải (số lượng thùng ít, sức chứa thùng nhỏ) hiện không đảm bảo cho việc hình thành ý định phân loại rác của du khách.

- *Thứ năm*, kết quả phân tích đa nhóm cho thấy có sự khác biệt rõ rệt trong mối quan hệ giữa PBC và thái độ giữa hai nhóm du khách. Điều này có thể được giải thích bởi nhiều yếu tố xã hội và văn hóa tác động đến nhận thức và hành vi của từng nhóm du khách. Du khách châu Âu, thường đã được tiếp xúc với các chiến dịch bảo vệ môi trường có quy mô lớn, được tổ chức và truyền thông rộng rãi ở quê nhà (Phương Linh, 2021), điều này đã tạo ra một thói quen và nhận thức mạnh mẽ về tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường (Việt Cường, 2018). Việc này không chỉ là một xu hướng mà còn là một phần trong văn hóa sinh hoạt hằng ngày của họ. Do đó, khi du lịch, họ mang theo các giá trị này, và vì vậy, PBC trong mối quan hệ với thái độ phân loại rác thải thường mạnh mẽ hơn. Ngược lại, ở Việt Nam, thói quen phân loại rác phần lớn mới dừng lại ở tách riêng một số nhựa để bán ve chai; các loại nhựa còn lại, đặc biệt túi mềm vẫn bị gộp chung vào rác thải sinh hoạt khác (Tuệ Minh, 2023). Vậy nên mối quan hệ giữa PBC và thái độ đối với việc phân loại rác thải trong nhóm du khách Việt Nam yếu hơn. Kết quả này cũng tương đồng với nghiên cứu của Keren và cộng sự (2019).

5. Kết luận và kiến nghị

Về mặt lý thuyết, nghiên cứu đã kiểm chứng độ tin cậy của thang đo các khái niệm và độ phù hợp của mô hình nghiên cứu bằng cách kết hợp lý thuyết TPB mở rộng và mô hình MOA trong bối cảnh phân loại rác tại điểm đến Đà Nẵng, Việt Nam. Về mặt thực tiễn, nghiên cứu cho thấy các nhân tố (chuẩn mực chủ quan, kiểm soát hành vi nhận thức, động lực, khả năng) tác động trực tiếp và tích cực đến ý định phân loại rác, đặc biệt nhấn mạnh vai trò trung gian của yếu tố “thái độ”. Hơn nữa, việc thực hiện nghiên cứu đa văn hoá giữa hai nhóm du khách (châu Âu và Việt Nam) giúp làm rõ sự khác biệt về các nhân tố tác động đến ý định phân loại rác của hai nhóm này.

Dựa vào kết quả nghiên cứu trên, tác giả đề xuất các kiến nghị tương ứng sau nhằm tăng cường ý định phân loại rác thải của du khách nói chung, và đặc biệt là du khách nội địa:

Thứ nhất, để tăng kiểm soát hành vi nhận thức, chuẩn mực chủ quan và thái độ, Chính phủ nên xây dựng hệ thống phân loại rác thải chung cho cả nước để thống nhất về cách phân loại. Bên cạnh đó, thực hiện giáo dục về phân loại rác từ các cấp bậc giáo dục thấp nhất (mẫu giáo và tiểu học), bởi độ tuổi này dễ dàng ghi nhớ và hình thành thói quen nhất. Ngoài ra, cũng phải thực hiện giáo dục,

tuyên truyền cho người dân, khuyến khích họ tích cực phân loại rác thải đầu nguồn từ trong chính gia đình họ. Đặc biệt, chính quyền địa phương cần phải cung cấp cơ sở vật chất đầy đủ như thùng rác phân loại tại điểm du lịch, tạo điều kiện cho du khách dễ dàng hơn trong việc phân loại rác.

Thứ hai, để tăng động lực và khả năng, cần thiết tác động vào động lực cá nhân, nhận thức, kinh nghiệm và kỹ năng phân loại rác của du khách. Cụ thể, các khách sạn, điểm lưu trú và các công ty du lịch cần cung cấp thông tin hướng dẫn cho du khách. Việc này không chỉ giúp du khách hiểu rõ hơn về vai trò của mình trong việc giảm thiểu tác động môi trường mà còn khuyến khích họ thực hiện hành động phân loại rác. Các hướng dẫn viên du lịch có thể tận dụng thời gian di chuyển trên xe để truyền tải những thông tin về chính sách, quy định và mức độ quan trọng của việc phân loại rác đến với du khách. Mặt khác, các doanh nghiệp sản xuất cần bổ sung thông tin về cách phân loại rác trên bao bì sản phẩm của mình để hỗ trợ người tiêu dùng, đặc biệt là du khách, trong việc phân loại rác dễ dàng hơn. Ví dụ như bao bì có dòng chữ "Nhựa tái chế", "Giấy tái chế" hay "Rác thải hữu cơ". Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng có thể sử dụng bao bì có màu sắc tương đồng với màu của các thùng rác phân loại, giúp du khách dễ dàng nhận diện và phân loại rác đúng cách.

Cuối cùng, từ kết quả phân tích đa nhóm, nghiên cứu đóng góp quan trọng trong việc đưa ra các kiến nghị cụ thể, đặc biệt cho từng nhóm này để nâng cao hiệu quả trong phân loại rác thải. Chẳng hạn, đối với du khách châu Âu, cần cung cấp đầy đủ thông tin về chính sách, cách thức phân loại rác tại Đà Nẵng cho họ. Thông tin có thể được chia sẻ đến với du khách thông qua hướng dẫn viên du lịch, các nhân viên tại khách sạn, nhà hàng... hoặc tích hợp với các ứng dụng du lịch. Trong khi đó, với khách nội địa, bên cạnh việc hình thành thói quen phân loại rác, cần phải siết chặt chính sách và áp dụng các quy định và chế tài xử phạt đối với những cá nhân, tổ chức không thực hiện đúng chính sách phân loại rác của Chính phủ, tạo ra một môi trường có tính kỷ luật cao, khuyến khích người dân tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường.

Chú thích

Bài viết này được trích gọn từ đề tài khoa luận sinh viên đại học Khoa Thương mại điện tử với tiêu đề “Phân tích các nhân tố tác động đến ý định phân loại rác thải của du khách tại điểm đến Đà Nẵng: Nghiên cứu đa văn hoá”- Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng năm học 2024–2025 của chính tác giả trong nhóm.

Tài liệu tham khảo

- Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 28-48.
- Asgar, A., Syaparuddin, R., & Rahma, H. D (2024). Circular economy adoption: the mediating role of attitudes in the TPB (Theory of Planned Behavior) model. *Journal of Shariah Economics Research*, 8(1), 1-19. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v8i1.2281>
- Badawi, A. N., Adelazim Ahmed, T. S., Alotaibi, E. K., Abbas, I. S., Ali, E. R., & Shaker, E. S. M. (2024). The role of awareness of consequences in predicting the local tourists' plastic waste reduction behavioral intention: The extension of planned behavior theory. *Sustainability*, 16(1), 436.

- Boluk, K. A., Cavaliere, C. T., & Higgins-Desbiolles, F. (2019). A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 847-864.
- Cao, J., Qiu, H., & Morrison, A. M. (2023). Self-identity matters: an extended theory of planned behavior to decode tourists' waste sorting intentions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(6), 5099.
- Chaabane, W., Nassour, A., Bartnik, S., Bünemann, A., & Nelles, M. (2019). Shifting towards sustainable tourism: Organizational and financial scenarios for solid waste management in tourism destinations in Tunisia. *Sustainability*, 11(13), 3591.
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2010). The moderating effect of perceived lack of facilities on consumers' recycling intentions. *Environment and Behavior*, 42(6), 824–844. <https://doi.org/10.1177/0013916509353532>
- Chuang, L., Wang, X., & Wang, L. (2024). Interplay of virtual and physical channels in propagating green behaviour: A study integrating motivation-opportunity-ability and theory of planned behaviour. *Environmental Development*, 46, 100929. <https://doi.org/10.1016/j.envdev.2023.100929>
- Cudjoe, D., Yuan, Q., & Han, M. S. (2020). An assessment of the influence of awareness of benefits and perceived difficulties on waste sorting intention in Beijing. *Journal of Cleaner Production*, 272, 122936. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122936>
- Phạm Thị Dương, & Đinh Thị Thúy Hằng. (2022). Khảo sát, đánh giá thực trạng nhận thức, hành vi của sinh viên về thói quen phân loại rác và sử dụng nhựa một lần. *Tạp chí Khoa học Công nghệ Hàng hải*, 70, 119-124
- Hair, J. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hu, H., Zhang, Y., Wang, C., & Yu, P. (2024). Factors influencing tourists' intention and behavior toward tourism waste classification: A case study of the West Lake Scenic Spot in Hangzhou, China. *Sustainability*, 16(3), 1231. <https://doi.org/10.3390/su16031231>
- Khan, F., Ahmed, W., & Najmi, A. (2019). Understanding consumers' behavior intentions towards dealing with the plastic waste: Perspective of a developing country. *Resources, Conservation and Recycling*, 142, 49–58. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.11.020>
- Keren, K. M., Hensley, L., Park, J., & Kim, J. (2019). What predicts household waste management behaviors? Culture and type of behavior as moderators. *Resources, Conservation and Recycling*, 145, 250–260. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.02.032>
- Li, Q. C., & Wu, M. Y. (2019). Rationality or morality? A comparative study of pro-environmental intentions of local and nonlocal visitors in nature-based destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 130–139. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.006>
- Liu, M. T., Liu, Y., & Mo, Z. (2020). Moral norm is the key: An extension of the theory of planned behaviour on Chinese consumers' green purchase intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(1), 182–204. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2018-0180>

- MacInnis, D. J., & Jaworski, B. J. (1989). Information processing from advertisements: Toward an integrative framework. *Journal of Marketing*, 53(4), 1–23. <https://doi.org/10.1177/002224298905300401>
- Mason, M. C., Pauluzzo, R., & Umar, R. M. (2022). Recycling habits and environmental responses to fast-fashion consumption: Enhancing the theory of planned behavior to predict Generation Y consumers' purchase decisions. *Waste Management*, 139, 172–183. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2021.12.026>
- Matthews, L., Hair, J. O. E., & Matthews, R. (2018). PLS-SEM: The holy grail for advanced analysis. *Marketing Management Journal*, 28(1), 1–13.
- Nguyễn Việt Cường. (2018). *Bài học về phân loại và tái chế rác của người Đức. Tạp chí Môi trường, số 6/2018*. Truy cập từ <https://tapchimoitruong.vn/nhin-ra-the-gioi-65/B%C3%A0i-h%E1%BB%8Dc-v%E1%BB%81-ph%C3%A2n-lo%E1%BA%A1i-v%C3%A0-t%C3%A1i-ch%E1%BA%BF-r%C3%A1c-c%E1%BB%A7a-ng%C6%B0%E1%BB%9Di-%C4%90%E1%BB%A9c-13028>
- Phuong Linh. (2021). Bốn quốc gia phân loại rác thải hiệu quả nhất ở châu Âu. *Tạp chí Môi trường*. Truy cập từ <https://tapchimoitruong.vn/chuyen-muc-3/bon-quoc-gia-phan-loai-rac-thai-hieu-qua-nhat-o-chau-au-26204>
- Qiu, H., Wang, X., Morrison, A. M., Kelly, C., & Wei, W. (2022). From ownership to responsibility: Extending the theory of planned behavior to predict tourist environmentally responsible behavioral intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(5), 1046–1065. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1875477>
- Saari, U. A., Damberg, S., Frömling, L., & Ringle, C. M. (2021). Sustainable consumption behavior of Europeans: The influence of environmental knowledge and risk perception on environmental concern and behavioral intention. *Ecological Economics*, 189, 107155. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107155>
- Sibian, A. R., & Ispas, A. (2021). An approach to applying the ability-motivation-opportunity theory to identify the driving factors of green employee behavior in the hotel industry. *Sustainability*, 13(9), 4659. <https://doi.org/10.3390/su13094659>
- Sultana, N., Amin, S., & 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(1), 39–55. <https://doi.org/10.1108/APJBA-10-2020-0363>
- Tang, H., Ma, Y., & Ren, J. (2022). Influencing factors and mechanism of tourists' pro-environmental behavior: Empirical analysis of the CAC-MOA integration model. *Frontiers in Psychology*, 13, 866351. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.866351>
- Teng, Y., Li, N., Yang, J., Liu, Y., & Liu, C. (2024). Study on the impact of social capital on the rural residents' conscious interpersonal waste separation behavior: Evidence from Jiangxi Province, China. *Frontiers in Environmental Science*, 12, 1363240. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2024.1363240>

- Trương Đình Thái, & Nguyễn Văn Thích. (2022). Những nhân tố ảnh hưởng đến ý định phân loại rác thải nhựa của sinh viên trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 131(5C) 197-216.
- Tuệ Minh. (2023). *Thúc đẩy thói quen phân loại rác tại nhà*. Truy cập từ <https://vnexpress.net/thuc-day-thoi-quen-phan-loai-rac-tai-nha-4620114.html>
- Vũ Hữu Thành, & Nguyễn Minh Hà. (2023). *Giáo trình Phân tích dữ liệu áp dụng mô hình PLS-SEM nâng cao*. NXB Đại học Quốc Gia TP. Hồ Chí Minh.
- Wang, L., Wong, P. P. W., & Narayanan Alagas, E. (2020). Antecedents of green purchase behaviour: an examination of altruism and environmental knowledge. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(1), 63-82.
- Wang, X., Qin, X., & Zhou, Y. (2020). A comparative study of relative roles and sequences of cognitive and affective attitudes on tourists' pro-environmental behavioral intention. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(5), 727-746.
- Wang, S., Ji, C., He, H., Zhang, Z., & Zhang, L. (2021). Tourists' waste reduction behavioral intentions at tourist destinations: An integrative research framework. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 540-550.