



DOI:10.22144/ctujos.2025.170

TÁC ĐỘNG CỦA THỰC HÀNH DU LỊCH TRÁCH NHIỆM CỦA DU KHÁCH ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM Ở ĐIỂM ĐẾN - TRƯỜNG HỢP TỈNH KIÊN GIANG GIAI ĐOẠN TRƯỚC THÁNG 7 NĂM 2025

Nguyễn Trọng Nhân^{1*}, Phan Việt Đua², Trương Trí Thông³ và Lý Mỹ Tiên¹

¹Khoa Khoa học Chính trị, Xã hội và Nhân văn, Đại học Cần Thơ, Việt Nam

²Khoa Khoa học Xã hội, Trường Đại học Bạc Liêu, Việt Nam

³Khoa Du lịch và Quản trị Nhà hàng-Khách sạn, Trường Đại học Nam Cần Thơ, Việt Nam

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): trongnhan@ctu.edu.vn

Thông tin chung (Article Information)

Nhận bài (Received): 20/06/2025

Sửa bài (Revised): 10/09/2025

Duyệt đăng (Accepted): 12/10/2025

Title: The impact of responsible tourism practices of tourists on responsible tourism development at destinations - The case of Kien Giang province in the period before July 2025

Author: Nguyen Trong Nhan^{1*}, Phan Viet Dua², Truong Tri Thong³ and Ly My Tien¹

Affiliation(s): ¹School of Political Science, Social Sciences and Humanities, Can Tho University, Viet Nam; ²Faculty of Social Sciences, Bac Lieu University, Viet Nam; ³Faculty of Tourism and Hospitality Management, Nam Can Tho University, Viet Nam

TÓM TẮT

Thực hành du lịch có trách nhiệm của du khách góp phần tạo nên sự phát triển du lịch có trách nhiệm ở điểm đến, tuy nhiên, còn thiếu nghiên cứu được thực hiện để kiểm định mối quan hệ này. Để thu hẹp khoảng trống đó, nghiên cứu này được thực hiện tại tỉnh Kiên Giang đoạn trước tháng 7 năm 2025. Đây là một nghiên cứu định lượng nên bảng hỏi được sử dụng để thu thập dữ liệu với cỡ mẫu 400 và phương pháp phân tích mô hình phương trình cấu trúc (SEM) được thực hiện để kiểm định những giả thuyết. Kết quả nghiên cứu cho thấy, thực hành du lịch có trách nhiệm của du khách được tạo thành bởi thực hành trách nhiệm kinh tế, thực hành trách nhiệm văn hóa xã hội và thực hành trách nhiệm môi trường. Cả 3 loại thực hành này đều tác động có ý nghĩa và tích cực đến phát triển du lịch có trách nhiệm với mức độ giảm dần là trách nhiệm văn hóa xã hội, trách nhiệm kinh tế và trách nhiệm môi trường.

Từ khóa: Du khách, du lịch có trách nhiệm, mô hình phương trình cấu trúc, tỉnh An Giang, tỉnh Kiên Giang

ABSTRACT

Responsible tourism practices of tourists contribute to the development of responsible tourism at the destination; however, there is a lack of research conducted to test this relationship. To narrow that gap, this study was conducted in Kien Giang province during the period before July 2025. This is a quantitative study, so a questionnaire was used to collect data with a sample size of 400, and the structural equation modeling (SEM) method was used to test the hypotheses. The research results show that the responsible tourism practices of tourists are made up of economic responsibility practices, socio-cultural responsibility practices, and environmental responsibility practices. All three types of practices have a significant and positive impact on responsible tourism development, with decreasing levels of socio-cultural responsibility, economic responsibility, and environmental responsibility.

Keywords: An Giang province, Kien Giang province, responsible tourism, structural equation modeling, tourists

1. GIỚI THIỆU

Du lịch có trách nhiệm đóng vai trò rất quan trọng trong đạt được sự phát triển bền vững trong du lịch bởi tối thiểu những tác động tiêu cực đối với kinh tế, xã hội, môi trường trong khi tối đa hóa những lợi ích cho cộng đồng địa phương, bảo tồn di sản tự nhiên và văn hóa. Du lịch có trách nhiệm cũng thúc đẩy sự tôn trọng giữa du khách và cộng đồng địa phương, nâng cao những trải nghiệm của du khách (Spenceley & Rylance, 2016). Các nghiên cứu khoa học nhấn mạnh rằng du lịch có trách nhiệm nhằm mục đích cân bằng sự phát triển của du lịch với bảo vệ môi trường và bảo tồn văn hóa, đảm bảo du lịch đóng góp tích cực cho các điểm đến mà không làm suy thoái tài nguyên hoặc cấu trúc xã hội. Nó khuyến khích khách du lịch hợp tác với chính quyền địa phương và các doanh nghiệp để bảo vệ môi trường và tôn trọng văn hóa địa phương. Việc nhận thức và giáo dục về du lịch có trách nhiệm là chìa khóa để nâng cao hành vi có trách nhiệm của khách du lịch, từ đó hỗ trợ quản lý du lịch bền vững và các sản phẩm du lịch chất lượng (Nguyen et al., 2023a). Các thực hành du lịch có trách nhiệm của khách du lịch có tác động tích cực đến tính bền vững và phúc lợi chung của các điểm đến du lịch. Nghiên cứu thực nghiệm cho thấy hành vi có trách nhiệm của khách du lịch góp phần vào tính bền vững lâu dài của điểm đến bằng cách hỗ trợ các khía cạnh kinh tế, xã hội, văn hóa và môi trường (Saraswat & Arya, 2022; Raveendran, 2024).

Tỉnh Kiên Giang đang phát triển nhanh chóng ngành du lịch và trở thành một trong những điểm đến du lịch nổi bật ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Mục tiêu của tỉnh là thu hút 23,7 triệu lượt khách vào năm 2030, trong đó, 1,7 triệu là khách quốc tế - phản ánh tham vọng trở thành trung tâm du lịch hàng đầu ở Việt Nam. Các thị trường khách mục tiêu quan trọng gồm Đông Nam Á, Hàn Quốc, Trung Quốc, Châu Âu, Ấn Độ và Trung Đông. Những loại hình được tập trung phát triển và cung cấp cho du khách là du lịch dựa vào cộng đồng, du lịch tôn giáo, du lịch nông nghiệp và du lịch xuyên biên giới (qua cửa khẩu quốc tế Xà Xía - Hà Tiên) (Vietnam Briefing, 2024). Lĩnh vực du lịch đóng góp quan trọng đối với kinh tế địa phương với dự báo tạo ra 38 nghìn tỷ đồng vào năm 2025 và 105 tỷ đồng vào năm 2030, lần lượt, chiếm 13% và 17,5% tổng sản phẩm quốc nội của tỉnh. Ngành này cũng được dự kiến tạo ra việc làm đáng kể, với 38.600 việc làm vào năm 2025 và 65.500 việc làm vào năm 2030 (Nguyen & Tran, 2023; Vietnam Briefing, 2024). Phát triển du lịch bền vững là trọng tâm chính ở Kiên

Giang. Chiến lược phát triển du lịch của tỉnh nhấn mạnh đến việc cân bằng lợi ích kinh tế với bảo vệ xã hội và môi trường để đảm bảo tính bền vững lâu dài của ngành du lịch (Nguyen & Tran, 2023).

Sự bền vững của điểm đến du lịch có mối quan hệ tích cực với hành vi có trách nhiệm của du khách (Saraswat & Arya, 2022; Raveendran, 2024). Một trong những biểu hiện của hành vi có trách nhiệm của du khách là thực hành du lịch có trách nhiệm tại điểm đến. Mặc dù đóng vai trò quan trọng, nhưng đến nay, hướng nghiên cứu về thực hành du lịch có trách nhiệm của du khách còn ít được biết đến. Trên thế giới, có một vài nghiên cứu về hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách, tập trung vào thực hành trách nhiệm môi trường (Bob, 2016), tác động của sự tham gia xã hội đến hành vi du lịch có trách nhiệm (Diallo et al., 2015), mối quan hệ giữa sự tương tác du khách-du khách với hành vi du lịch có trách nhiệm (Lin et al., 2022) và ảnh hưởng của mạng xã hội đến hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách (Sotiriadis et al., 2020).

Ở Việt Nam, có hai nghiên cứu về “Đánh giá mối tương quan giữa thực hành du lịch có trách nhiệm và hành vi dự định du lịch có trách nhiệm của khách du lịch” (Nguyen et al., 2023a) và “Nhận thức về tác động của du lịch và mức độ sẵn sàng thực hành du lịch có trách nhiệm của giới trẻ Đà Nẵng tại điểm đến” (Phan, 2024). Theo sự hiểu biết tốt nhất, chưa có nghiên cứu về mối quan hệ giữa thực hành du lịch có trách nhiệm của du khách với sự phát triển du lịch có trách nhiệm ở điểm đến. Trong khi, nghiên cứu tác động của thực hành du lịch có trách nhiệm của khách du lịch đối với sự phát triển du lịch có trách nhiệm là rất quan trọng vì hành vi của khách du lịch ảnh hưởng trực tiếp đến tính bền vững về môi trường, xã hội, văn hóa và kinh tế của các điểm đến. Các thực hành du lịch có trách nhiệm của khách du lịch giúp giảm thiểu các tác động tiêu cực như suy thoái môi trường, xói mòn văn hóa và rò rỉ kinh tế, đồng thời tối đa hóa các lợi ích cho điểm đến. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm thu hẹp khoảng trống trên và cung cấp nền tảng lý thuyết cũng như bằng chứng thực tế để các bên liên quan tăng cường thực hiện các hoạt động và giáo dục nhằm nâng cao hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách.

2. PHƯƠNG PHÁP LUẬN NGHIÊN CỨU

2.1. Nền tảng lý thuyết

Khách du lịch được xem như là chủ thể của hoạt động du lịch, là điều kiện cơ bản cho sự hình thành và phát triển du lịch. Để đạt được du lịch bền vững

ở điểm đến, ngoài trách nhiệm của chính quyền địa phương, doanh nghiệp và cư dân còn đòi hỏi trách nhiệm của du khách (Phan, 2024). Một du khách có trách nhiệm được hiểu là một cá nhân có trách nhiệm giảm thiểu tác động tiêu cực đến nền kinh tế, môi trường và xã hội; tạo ra lợi ích kinh tế cho người dân địa phương và nâng cao phúc lợi của cộng đồng dân cư (Spenceley & Rylance, 2016). Các hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách bao gồm sự sẵn sàng hy sinh sự thoải mái cá nhân, đi du lịch với các nhà điều hành có trách nhiệm, bảo vệ tài nguyên địa phương, tránh khoảng cách di chuyển quá xa và bảo vệ di sản văn hóa và thiên nhiên. Hành vi này chịu ảnh hưởng của các yếu tố cá nhân như sự tham gia xã hội và mối quan tâm đến tính bền vững. Khách du lịch tham gia xã hội và có ý thức về môi trường có nhiều khả năng hành xử có trách nhiệm và chọn những điểm đến phù hợp với các giá trị này (Zgolli & Zaiem, 2018). Hơn nữa, hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách chịu ảnh hưởng của các yếu tố như mối quan tâm đến du lịch bền vững và chiến lược quản lý điểm đến. Các yếu tố này khuyến khích khách du lịch áp dụng các hành vi làm giảm sự suy thoái môi trường, hỗ trợ nền kinh tế địa phương và tôn trọng tính xác thực của văn hóa, cùng nhau nâng cao tính bền vững của điểm đến (Zgolli & Zaiem, 2018; Nguyen et al., 2024). Hành vi du lịch có trách nhiệm của du khách đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ tính bền vững của điểm đến bằng cách tác động tích cực đến các khía cạnh kinh tế, văn hóa xã hội và môi trường. Ý định hành vi có trách nhiệm của khách du lịch bắt nguồn từ trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm văn hóa xã hội và trách nhiệm môi trường ảnh hưởng đáng kể đến sự lựa chọn của họ về các tour du lịch có trách nhiệm và góp phần vào việc quản lý điểm đến bền vững (Nguyen et al., 2024). Việc bồi dưỡng hành vi du lịch có trách nhiệm cho du khách là điều cần thiết để đạt được các mục tiêu phát triển bền vững tại các điểm đến du lịch bằng cách cân bằng trải nghiệm của du khách với phúc lợi của cộng đồng và hệ sinh thái địa phương (Liu et al., 2024). Việc nâng cao nhận thức và thúc đẩy hành vi du lịch có trách nhiệm là chìa khóa để đảm bảo tương lai bền vững cho ngành du lịch và các điểm đến (Phan, 2024). Thực hành du lịch có trách nhiệm là hành động cụ thể của các cá nhân du khách nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực và gia tăng tác động tích cực của hoạt động du lịch tại điểm đến đối với kinh tế, văn hóa xã hội và môi trường.

Phát triển du lịch có trách nhiệm bao gồm việc giảm thiểu tác động tiêu cực đến nền kinh tế, môi trường và xã hội; tạo ra lợi ích kinh tế cho người dân địa phương; nâng cao phúc lợi của cộng đồng chủ

nhà; thu hút người dân địa phương tham gia vào quá trình ra quyết định; bảo tồn di sản thiên nhiên, xã hội và văn hóa và thúc đẩy sự tương tác tôn trọng và có ý nghĩa giữa khách du lịch và chủ nhà (Spenceley & Rylance, 2016). Cách tiếp cận này đảm bảo rằng du lịch góp phần tạo nên những nơi tốt hơn để mọi người sinh sống và tham quan. Phát triển du lịch có trách nhiệm cũng tập trung vào việc bảo vệ môi trường, bảo tồn văn hóa và di sản và thúc đẩy công bằng xã hội. Nó nhận ra tiềm năng gây hại của du lịch thông qua tình trạng quá tải, cạn kiệt tài nguyên và phá vỡ văn hóa nếu không được quản lý một cách có trách nhiệm. Do đó, nó thúc đẩy các hoạt động du lịch hỗ trợ sinh kế địa phương, bảo tồn tài nguyên và duy trì tính toàn vẹn văn hóa (Hanafiah et al., 2016; Nguyen et al., 2023a). Phát triển du lịch có trách nhiệm được hiểu là một hình thức tăng cường du lịch có chủ ý tích hợp các cân nhắc về kinh tế, xã hội, văn hóa và môi trường để đảm bảo tính bền vững lâu dài và lợi ích công bằng cho tất cả các bên liên quan. Nó bao gồm việc giảm thiểu các tác động tiêu cực đến môi trường và xã hội trong khi tối đa hóa các kết quả tích cực như phúc lợi cộng đồng, bảo tồn văn hóa và lợi ích kinh tế cho người dân địa phương.

Đến nay, chưa có nghiên cứu nào được thực hiện để kiểm định mối quan hệ giữa thực hành du lịch có trách nhiệm của du khách với phát triển du lịch có trách nhiệm ở điểm đến. Tìm hiểu một số tài liệu cho thấy du khách có trách nhiệm có khuynh hướng giảm dấu chân sinh thái của họ và hỗ trợ những nỗ lực bảo tồn môi trường ở điểm đến, vì vậy, thúc đẩy phát triển phương diện môi trường của du lịch có trách nhiệm (Spenceley & Rylance, 2016). Du khách có trách nhiệm còn học, tôn trọng và bảo tồn văn hóa bản địa (Richards & Hall, 2000), hỗ trợ kinh tế địa phương thông qua mua và sử dụng dịch vụ/hàng hóa địa phương (Goodwin, 2011), tạo tiền đề cho sự phát triển khía cạnh kinh tế, văn hóa-xã hội của du lịch có trách nhiệm. Từ đó, những giả định cần kiểm chứng được đề xuất trong nghiên cứu như sau:

Giả thuyết 1: Thực hành trách nhiệm kinh tế của du khách ảnh hưởng tích cực đến phát triển du lịch có trách nhiệm ở tỉnh Kiên Giang.

Giả thuyết 2: Thực hành trách nhiệm văn hóa xã hội của du khách ảnh hưởng tích cực đến phát triển du lịch có trách nhiệm ở tỉnh Kiên Giang.

Giả thuyết 3: Thực hành trách nhiệm môi trường của du khách ảnh hưởng tích cực đến phát triển du lịch có trách nhiệm ở tỉnh Kiên Giang.

2. Phương pháp nghiên cứu

Từ tổng quan tài liệu, thực hành du lịch có trách nhiệm của du khách được xác định gồm các hành động của họ nhằm tối thiểu các tác động tiêu cực và tối đa các tác động tích cực đối với kinh tế, văn hóa xã hội và môi trường của điểm đến. Các thang đo độc lập của nghiên cứu (trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm văn hóa xã hội và trách nhiệm môi trường) được kế thừa từ nghiên cứu bởi Nguyen et al. (2023b). Thang đo trách nhiệm kinh tế được đo lường bởi 4 quan sát như nghiên cứu bởi Nguyen et al. (2023b). Có 3 biến quan sát trong nhân tố trách nhiệm văn hóa xã hội được sử dụng từ nghiên cứu bởi Nguyen et al. (2023b). Bên cạnh đó, 4 biến thể hiện cho cấu trúc trách nhiệm môi trường được sử dụng trong nghiên cứu, trong đó, 3 biến được tham khảo từ nghiên cứu bởi Nguyen et al. (2023b) và 1 biến được xây dựng bởi nhóm nghiên cứu. Thang đo

phụ thuộc phát triển du lịch có trách nhiệm bao gồm 5 quan sát, được xây dựng dựa vào nhận thức phát triển du lịch có trách nhiệm. Kết quả kiểm tra sơ bộ với cỡ mẫu 100 quan sát cho thấy, thang đo trách nhiệm môi trường đảm bảo sự tin cậy chỉ báo, sự tin cậy nhất quán bên trong, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt với tương quan biến-tổng hiệu chỉnh các biến từ 0,57 đến 0,69, Cronbach alpha bằng 0,81, và được tạo thành bởi các biến MT1, MT2, MT3, MT4 (KMO của mô hình độc lập = 0,78, $p = 0,000$, tổng phương sai giải thích của 3 nhân tố = 65,9%, Eigenvalues = 1,24, hệ số tải > 0,68). Thang đo phát triển du lịch có trách nhiệm cũng chất lượng bởi có tương quan biến-tổng hiệu chỉnh các biến từ 0,38 đến 0,73, Cronbach alpha bằng 0,80, và được tạo thành bởi các biến PT1, PT2, PT3, PT4, PT5 (KMO = 0,82; $p = 0,000$; tổng phương sai giải thích của một nhân tố = 57,9%, Eigenvalue = 2,89, hệ số tải > 0,53).

Bảng 1. Thang đo và biến quan sát

Thang đo	Biến quan sát	Ký hiệu	Nguồn
Trách nhiệm kinh tế	Ăn uống tại nhà hàng/quán ăn địa phương	KT1	Nguyen et al. (2023b)
	Mua sản phẩm/đặc sản địa phương	KT2	
	Lưu trú tại cơ sở lưu trú địa phương	KT3	
	Sử dụng dịch vụ ở địa phương	KT4	
Trách nhiệm văn hóa xã hội	Tôn trọng phong tục và truyền thống địa phương	VHXH1	Nguyen et al. (2023b)
	Thường trò chuyện, giao lưu với người dân địa phương	VHXH2	
	Tìm hiểu và bảo vệ văn hóa địa phương	VHXH3	
Trách nhiệm môi trường	Sử dụng tiết kiệm điện, nước trong quá trình đi du lịch	MT1	Nguyen et al. (2023b)
	Bỏ rác vào thùng, nếu có thể thì bỏ rác theo phân loại	MT2	
	Hạn chế sử dụng bao bì dùng một lần, đặc biệt là đồ nhựa	MT3	
	Bảo vệ thiên nhiên, di tích, môi trường	MT4	Nghiên cứu định tính
Phát triển du lịch có trách nhiệm	Khả năng mang lại lợi ích cho người dân địa phương	PT1	Nghiên cứu định tính
	Mức độ tác động tiêu cực đến tài nguyên, môi trường	PT2	
	Sự an ninh, an toàn của du khách	PT3	
	Chất lượng dịch vụ và trải nghiệm	PT4	
	Mức độ thực hiện du lịch có trách nhiệm	PT5	

Để đảm bảo sự phù hợp của những thang đo và biến quan sát trên, phương pháp điều tra bằng bảng hỏi được thực hiện đối với 30 chuyên gia du lịch. Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy, đối với thang đo độc lập, 100% chuyên gia đồng ý với các trách nhiệm và các biến quan sát được nhóm nghiên cứu đề xuất. Đối với 5 biến phụ thuộc dùng để đo lường sự phát triển du lịch có trách nhiệm, 4 biến đầu được 100% chuyên gia đồng ý, biến số 5 nhận được 96,7% sự đồng ý của chuyên gia. Sau khi lấy ý kiến chuyên gia, bảng hỏi hoàn chỉnh được sử dụng để phỏng vấn chính thức du khách. Một cỡ mẫu 429 du khách được phỏng vấn bằng hình thức trực tiếp tại

Hà Tiên, Kiên Lương, Rạch Giá, U Minh Thượng, Phú Quốc và Kiên Hải trong tháng 1, 2 và 3 năm 2025. Trước khi nhập liệu, công tác sàng lọc bảng hỏi được thực hiện. Những bảng hỏi không đáp ứng yêu cầu (chỉ chọn 1 phương án trả lời, có nhiều câu hỏi chưa hoàn thành) bị loại. Cuối cùng, dữ liệu từ 400 bảng hỏi đạt yêu cầu được sử dụng cho nghiên cứu. Cơ cấu mẫu được phân bố như sau: 50,8% nam và 49,2% nữ; 32,2% độ tuổi từ 15 đến 25, 33,8% độ tuổi từ 26 đến 36, 20% độ tuổi từ 37 đến 47, 14% từ 48 tuổi trở lên; 7,2% dưới trung học phổ thông, 32,8% trung học phổ thông, 18% trung cấp và cao đẳng, 42% đại học và trên đại học; 17,2% học sinh

và sinh viên, 13,8% nông dân và công nhân, 27,4% kinh doanh và mua bán nhỏ, 24,3% cán bộ, công chức và viên chức, 17,3% nghề nghiệp khác. Phương pháp thống kê mô tả, kiểm tra thiên lệch phương pháp chung và đặc điểm phân bố dữ liệu, đánh giá độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá, phân tích nhân tố khẳng định và kiểm định mô hình cấu trúc được sử dụng để phân tích dữ liệu. Phần mềm SPSS được sử dụng để phân tích thống kê mô tả, đặc điểm phân bố dữ liệu, đánh giá độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá, trong khi đó, phần mềm Amos được sử dụng để kiểm tra thiên lệch phương pháp chung, phân tích nhân tố khẳng định và kiểm định mô hình cấu trúc.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kiểm tra thiên lệch phương pháp chung và đặc điểm phân bố dữ liệu

Thiên lệch phương pháp chung (Common Method Bias) có thể ảnh hưởng đến tính chính xác và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu (Podsakoff et al., 2024). Để đảm bảo kết quả thu được không bị ảnh hưởng đáng kể bởi thiên lệch phương pháp chung, kiểm tra nhân tố đơn theo phương pháp Harman được đề xuất. Tất cả các biến quan sát trong mô hình nghiên cứu được đưa vào phân tích nhân tố khám phá mà không sử dụng phép quay, nếu một nhân tố chiếm tỷ lệ phương sai vượt quá 50% cho thấy khả năng tồn tại thiên lệch phương pháp chung đáng kể (Podsakoff et al., 2003). Phân tích dữ liệu cho thấy, phần trăm phương sai của 4 nhân tố trong mô hình cao nhất là 37,1% và thấp nhất là 7,1% nên không vi phạm thiên lệch phương pháp chung. Mô hình phương trình cấu trúc (SEM) được phân tích trong nghiên cứu dựa trên hiệp phương sai (Covariance-Based SEM) nên cần thiết phải đánh giá giá trị độ lệch (skewness) và độ nhọn (kurtosis) của tất cả các biến quan sát. Dữ liệu được xem là phân phối chuẩn nhất khi độ lệch nằm trong khoảng từ -2 đến +2, đồng thời, độ nhọn cần nằm trong khoảng từ -7 đến +7 để được xem là phân phối chuẩn (Hair et al., 2010). Kết quả phân tích cho thấy, dữ liệu phân phối chuẩn vì giá trị độ lệch (skewness) của các biến quan sát nằm trong khoảng -1,13 đến -0,09 và độ nhọn (kurtosis) nằm trong khoảng từ -0,61 đến 2,38.

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

	Nhân tố			
	1	2	3	4
PT5	0,848			
PT3	0,784			
PT4	0,661			

3.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo

Nhiều thang đo đã được sử dụng trong nghiên cứu, trong đó, bổ sung một biến vào một thang đo độc lập và tự phát triển năm biến để đo lường cho một cấu trúc phụ thuộc, các biến còn lại được kế thừa từ một nghiên cứu trước, do đó, sự nhất quán trong một khái niệm cần được kiểm định. Một trong những kỹ thuật được sử dụng nhiều nhất trong kiểm định sự nhất quán của một khái niệm là hệ số α của Cronbach và tương quan biến-tổng hiệu chỉnh. Thang đo và biến quan sát nhất quán khi hệ số α của Cronbach lớn hơn 0,7 và tương quan biến-tổng hiệu chỉnh lớn hơn 0,3, tương ứng (Hair et al., 2010). Dữ liệu khảo sát đáp ứng các yêu cầu trên bởi Cronbach's alpha của thang đo trách nhiệm kinh tế bằng 0,827 và các biến có tương quan biến-tổng hiệu chỉnh từ 0,57 đến 0,71; các chỉ số này đối với thang đo trách nhiệm văn hóa xã hội là 0,71 và từ 0,47 đến 0,60; 8,82 cho Cronbach's alpha và từ 0,59 đến 0,73 cho tương quan biến-tổng hiệu chỉnh đối với cấu trúc trách nhiệm môi trường; nhân tố phát triển du lịch có trách nhiệm có Cronbach's alpha bằng 0,788 và các biến có tương quan biến-tổng hiệu chỉnh từ 0,40 đến 0,68.

3.3. Phân tích nhân tố khám phá

Phương pháp này được sử dụng để kiểm tra tính giá trị của những thang đo. Một thang đo được xem là giá trị khi nó đo lường chính xác khái niệm cần được đo lường. Tính giá trị của thang đo được kiểm định bằng phương pháp phân tích nhân tố khám phá. Dữ liệu được cho là thích hợp đối với phương pháp này khi hệ số KMO $\geq 0,5$, giá trị xác suất của kiểm định Bartlett $< 0,05$, tổng phương sai giải thích $\geq 50\%$ (Hair et al., 2010). Các giá trị tương ứng cho những tiêu chí này là 0,88, 0,000 và 63,1% khi phân tích dữ liệu, không vi phạm các yêu cầu trên. Phương pháp trích Principal axis factoring với Eigenvalues lớn hơn 1, phép quay Promax, hệ số tải lớn hơn 0,43, dữ liệu được sử dụng tạo ra 4 nhân tố. Nhân tố 1 bao gồm các biến PT1, PT2, PT3, PT4, PT5; các biến MT1, MT2, MT3, MT4 thuộc nhân tố 2; KT1, KT2, KT3, KT4 tạo nên nhân tố 3; nhân tố 4 được tạo thành bởi VHXH1, VHXH2, VHXH3.

	Nhân tố			
	1	2	3	4
PT1	0,453			
PT2	0,435			
MT2		0,885		
MT4		0,737		
MT3		0,688		
MT1		0,567		
KT3			0,892	
KT4			0,796	
KT1			0,645	
KT2			0,521	
VHXXH3				0,801
VHXXH2				0,615
VHXXH1				0,569

3.4. Phân tích nhân tố khẳng định

3.4.1. Đánh giá mô hình tổng thể

Kiểm định mô hình tổng thể trong phân tích nhân tố khẳng định nhằm xác định mức độ tương thích giữa mô hình lý thuyết và dữ liệu thực tế. Để đánh giá mô hình tổng thể, có nhiều chỉ số có thể được sử dụng. Việc lựa chọn chỉ số nào cho báo cáo tùy thuộc vào lý thuyết nào được đề cập. Đối với nghiên cứu này, nhiều thước đo được sử dụng để kiểm tra sự phù hợp của mô hình giả định với dữ liệu thực tế như chỉ số phù hợp tối giản, các chỉ số đo lường mức độ phù hợp tuyệt đối và các chỉ số phù hợp tăng cường. Dựa vào các chỉ số này có thể kiểm tra sự hợp lệ của các nhân tố và đảm bảo mô hình đo lường đang sử dụng là chính xác và đáng tin cậy. Phân tích nhân tố khẳng định cho thấy, mô hình có sự phù hợp tốt với dữ liệu thị trường. Cụ thể, chỉ số phù hợp tối giản (χ^2/df) = 2,304, nhỏ hơn 5 theo khuyến nghị (Schermerle-Engel et al., 2003). Các chỉ số đo lường mức độ phù hợp tuyệt đối như GFI = 0,936 (lớn hơn 0,90) và RMSEA = 0,057 (nhỏ hơn 0,08) (Hair et al., 2010), cho thấy mô hình có mức độ phù hợp tốt. Các chỉ số phù hợp tăng cường như CFI = 0,948, TLI = 0,937, AGFI = 0,912, NFI = 0,913, lớn hơn 0,9; 0,9; 0,8; 0,9 lần lượt thể hiện sự phù hợp của mô hình với dữ liệu thực tế từ mức chấp nhận được đến mức tốt (Peugh & Feldon, 2020; Sathyanarayana & Mohanasundaram, 2024). Như vậy, các chỉ số được sử dụng trong đánh giá trên đều phản ánh mô hình phân tích nhân tố khẳng định đạt yêu cầu, đủ điều kiện để sử dụng trong các phân tích tiếp theo.

3.4.2. Đánh giá tính hội tụ và tính phân biệt

Khả năng của công cụ để đo lường chính xác những gì nó được đo lường cho một cấu trúc được

gọi là tính giá trị. Hai loại giá trị thường được sử dụng cho mỗi mô hình đo lường là giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Mức độ mà các biến quan sát trong cùng một yếu tố có mối quan hệ thuận với nhau và cùng đo lường chung một khái niệm được gọi là giá trị hội tụ. Tính hội tụ thể hiện sự phù hợp và thống nhất giữa các biến quan sát (chỉ báo) khi chúng cùng phản ánh một đặc tính hoặc cấu trúc tiềm ẩn. Chỉ số quan trọng dùng để đánh giá tính hội tụ là phương sai trung bình trích (Average Variance Extracted - AVE) với ngưỡng chấp nhận là > 0,5 (ít nhất 50% phương sai của cấu trúc tiềm ẩn được giải thích bởi các biến quan sát liên quan) (Hair et al., 2010). Bên cạnh đó, chỉ số độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability - CR) cũng được sử dụng để đo lường giá trị hội tụ với ngưỡng đề xuất > 0,7 (Hair et al., 2010). Mức độ mà các khái niệm hoặc yếu tố trong một mô hình khác biệt rõ ràng với nhau và không tương quan quá cao với nhau được gọi là giá trị phân biệt. Giá trị phân biệt đảm bảo các chỉ báo đo lường cho một cấu trúc phải liên quan nhiều hơn đến cấu trúc đó so với các cấu trúc khác, giúp tránh sự trùng lặp ý nghĩa giữa các cấu trúc trong mô hình nghiên cứu. Hai chỉ số thường được sử dụng để kiểm định giá trị phân biệt là phương sai trung bình trích xuất (Average Variance Extracted - AVE) và phương sai chia sẻ tối đa (Maximum Shared Variance - MSV). Căn bậc hai của AVE của mỗi cấu trúc phải cao hơn mỗi tương quan cao nhất của cấu trúc đó với bất kỳ cấu trúc nào khác trong mô hình và phương sai chia sẻ tối đa (MSV) phải nhỏ hơn giá trị phương sai trung bình trích xuất (AVE) là hai điều kiện cơ bản xác lập giá trị phân biệt của những khái niệm (Hair et al., 2010). Dữ liệu được thể hiện ở Bảng 3 cho thấy các cấu trúc của nghiên cứu đều đảm bảo tính hội tụ và tính phân biệt, thích hợp để thực hiện kiểm định mô hình cấu trúc ở bước tiếp theo.

Bảng 3. Kết quả kiểm định giá trị hội tụ và giá trị phân biệt

Cấu trúc	CR	AVE	MSV	PT	MT	KT	VHXXH
PT	0,803	0,510	0,472	0,714			
MT	0,826	0,544	0,245	0,495	0,738		
KT	0,832	0,555	0,347	0,589	0,469	0,745	
VHXXH	0,719	0,517	0,472	0,687	0,437	0,574	0,720

3.5. Kiểm định mô hình cấu trúc

Sau khi kiểm tra và xác nhận mô hình đo lường đáp ứng đầy đủ các yêu cầu về sự tương thích giữa mô hình lý thuyết và dữ liệu thực tế, đồng thời đáp ứng được tính hội tụ và tính phân biệt. Các giả thuyết nghiên cứu tiếp tục được kiểm định bằng cách sử dụng mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Nhờ vào công cụ này có thể phân tích và đánh giá mối quan hệ giữa các cấu trúc trong mô hình và xác định các giả thuyết có được hỗ trợ bởi dữ liệu khảo sát hay không. Trước khi tiến hành kiểm định giả thuyết, việc đánh giá mức độ phù hợp của mô hình là cần thiết. Thông thường, các nghiên cứu trước đây đều sử dụng kết hợp nhiều chỉ số đánh giá để có cái nhìn toàn diện và khách quan hơn về mức độ phù hợp của mô hình. Những chỉ số được sử dụng phổ biến nhất cho việc đánh giá mô hình cấu trúc là χ^2/df , CFI, TLI, NFI, RMSEA. Kết quả kiểm tra cho thấy, mô hình phù hợp với dữ liệu khảo sát ở mức chấp nhận được. Cụ thể, chỉ số $\chi^2/df = 2,304 (<5)$, CFI = 0,948 ($> 0,9$), TLI = 0,937 ($> 0,9$), NFI = 0,913 ($> 0,90$), RMSEA = 0,057 ($< 0,08$) (Schermelel-Engel et al., 2003; Hair et al., 2010; Peugh & Feldon, 2020; Sathyanarayana & Mohanasundaram,

2024). Như vậy, giá trị của tất cả các chỉ số đều cao hơn ngưỡng khuyến nghị ở mức chấp nhận được.

Mục tiêu của nghiên cứu này là kiểm định sự tác động của thực hành trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm văn hóa xã hội và trách nhiệm môi trường của du khách đối với sự phát triển du lịch có trách nhiệm. Kết quả phân tích cho thấy, cả ba yếu tố độc lập đều ảnh hưởng có ý nghĩa và tích cực đối với biến phụ thuộc, phản ánh sự phù hợp của mô hình lý thuyết so với dữ liệu thực tế. Với giá trị $R^2 = 0,552$ cho thấy 55,2% sự biến thiên của phát triển du lịch có trách nhiệm được giải thích bởi thực hành trách nhiệm kinh tế, thực hành trách nhiệm văn hóa xã hội và thực hành trách nhiệm môi trường của du khách. Yếu tố thực hành trách nhiệm kinh tế của du khách đóng góp có ý nghĩa và tích cực đến phát triển du lịch có trách nhiệm ($p = 0,000$; $\beta = 0,232$). Phát triển du lịch có trách nhiệm được tìm thấy bị ảnh hưởng có ý nghĩa và tích cực bởi thực hành trách nhiệm văn hóa xã hội của du khách ($p = 0,000$; $\beta = 0,476$). Nghiên cứu cho thấy tồn tại mối quan hệ có ý nghĩa và tích cực giữa thực hành trách nhiệm môi trường của du khách với sự phát triển du lịch có trách nhiệm, với $p = 0,003$ và $\beta = 0,178$.

Bảng 4. Kết quả đánh giá tác động

Giả thuyết	Đường dẫn	P	β	Kết luận
H1	KT $\rightarrow$ PT	0,000	0,232	Chấp nhận
H2	VHXXH $\rightarrow$ PT	0,000	0,476	Chấp nhận
H3	MT $\rightarrow$ PT	0,003	0,178	Chấp nhận

3.6. Thảo luận và hàm ý

Bài báo này đã làm rõ vai trò của các yếu tố thực hành trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm văn hóa xã hội và trách nhiệm môi trường của du khách đối với sự phát triển du lịch có trách nhiệm ở tỉnh Kiên Giang. Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy cả ba yếu tố trên đều ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê và tích cực đến biến phụ thuộc, với giá trị $R^2 = 0,552$ nghĩa là 55,2% sự biến thiên của phát triển du lịch có trách nhiệm được giải thích bởi các yếu tố độc lập. Qua đó chứng tỏ mô hình lý thuyết được xây dựng phù hợp với dữ liệu thực tế, đồng thời khẳng định tầm quan trọng của việc tích hợp đa chiều các khía cạnh trách nhiệm trong phát triển du lịch có trách nhiệm.

Thực hành trách nhiệm văn hóa xã hội của du khách có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự phát triển du lịch có trách nhiệm ở tỉnh Kiên Giang ($\beta = 0,476$; $p = 0,000$). Phát hiện này phù hợp với vài nghiên cứu trước đây khi nhấn mạnh vai trò của việc tôn trọng và bảo tồn giá trị văn hóa trong du lịch bền vững (Smith, 2019; Nguyen & Le, 2020). Việc du khách thực hiện trách nhiệm văn hóa xã hội không chỉ giúp bảo vệ bản sắc văn hóa địa phương mà còn nâng cao trải nghiệm du lịch, từ đó thúc đẩy sự phát triển bền vững của điểm đến. Các chỉ báo như tôn trọng phong tục và truyền thống địa phương; thường xuyên trò chuyện, giao lưu với người dân địa phương; tìm hiểu và bảo vệ văn hóa địa phương đều góp phần tạo nên sự phát triển du lịch có trách nhiệm ở điểm đến. Từ

đó, việc tuyên truyền, giáo dục và nâng cao nhận thức cho du khách về tầm quan trọng của các hành vi trên là cần thiết. Hơn nữa, phát triển các chương trình trải nghiệm văn hóa và giao lưu cộng đồng tạo cho du khách cơ hội thâm nhập, tìm hiểu, giao lưu và xây dựng mối quan hệ tích cực với cộng đồng địa phương. Ngoài ra, cần thực hiện những quy định ứng xử của du khách ở điểm đến.

Thực hành trách nhiệm kinh tế của du khách cũng đóng góp có ý nghĩa và tích cực vào sự phát triển du lịch có trách nhiệm ($\beta = 0,232$; $p = 0,000$). Điều này phản ánh vai trò của du khách trong việc hỗ trợ kinh tế địa phương thông qua các hành vi tiêu dùng có ý thức và bền vững. Nhận thức này ủng hộ kết quả nghiên cứu của Brown et al. (2018) bởi các tác giả cho rằng trách nhiệm kinh tế là một trong những trụ cột quan trọng trong mô hình phát triển du lịch bền vững. Các hành vi của du khách như ăn uống tại nhà hàng/quán ăn địa phương, mua sản phẩm/đặc sản địa phương, lưu trú tại cơ sở lưu trú địa phương và sử dụng dịch vụ ở địa phương đều góp phần tích cực vào phát triển du lịch có trách nhiệm tại điểm đến. Vì vậy, ngoài cung cấp cho du khách những thông tin trên, các cơ sở kinh doanh du lịch cần nâng cao chất lượng phục vụ, đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm và chất lượng dịch vụ.

Cuối cùng, thực hành trách nhiệm môi trường của du khách cũng được xác nhận có ảnh hưởng có ý nghĩa và tích cực ($\beta = 0,178$; $p = 0,003$) đến sự phát triển du lịch có trách nhiệm. Tuy mức độ ảnh hưởng thấp hơn so với hai yếu tố trên nhưng thực hành trách nhiệm môi trường của du khách vẫn đóng vai trò thiết yếu trong việc bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và giảm thiểu tác động tiêu cực của hoạt động du lịch đến môi trường (Jones, 2021). Điều này phù hợp với quan điểm cho rằng bảo vệ môi trường là yếu tố không thể thiếu để đảm bảo sự phát triển lâu dài của ngành du lịch. Phát triển du lịch có trách nhiệm ở điểm đến có liên quan đến hành vi của du khách như sử dụng tiết kiệm điện, nước trong quá trình đi du lịch; bỏ rác vào thùng và phân loại rác khi có thể; hạn chế sử dụng bao bì dùng một lần, đặc biệt là đồ nhựa; bảo vệ thiên nhiên, di tích và môi trường. Phát hiện này đặt ra các vấn đề quản trị như tăng cường tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức du khách về tầm quan trọng của việc sử dụng tiết kiệm tài nguyên, bảo vệ môi trường và thực hiện phân loại rác thải tại điểm đến; Xây dựng và hoàn thiện hệ thống hạ tầng quản lý chất thải tại các điểm du lịch (thùng rác phân loại, hệ thống thu gom, xử lý rác thải thân thiện với môi trường); Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch áp dụng các giải pháp tiết

kiệm năng lượng và nước; Ban hành các quy định và chính sách hạn chế sử dụng đồ nhựa dùng một lần tại các điểm du lịch, đồng thời khuyến khích sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường (sản phẩm tái sử dụng, sản phẩm tự phân hủy sinh học); Tăng cường kiểm tra, giám sát và xử lý nghiêm các hành vi xả rác bừa bãi, phá hoại môi trường và di tích.

4. KẾT LUẬN

Phát triển du lịch có trách nhiệm là hướng đi phù hợp cho những điểm đến trong xu thế thị trường du lịch đầy cạnh tranh và sự thay đổi hành vi lựa chọn điểm đến cũng như tiêu dùng sản phẩm của du khách. Hướng phát triển này tạo lập một môi trường đảm bảo hài hòa lợi ích giữa doanh nghiệp, cư dân và du khách, đồng thời bảo vệ các tài sản phục vụ và thu hút du khách. Khách du lịch là một trong những chủ thể không thể thiếu trong bất kỳ hoạt động kinh doanh du lịch nào, là đối tượng quyết định sự thành bại của những điểm đến và là đối tượng quan trọng tạo nên sự thành công của du lịch có trách nhiệm. Trong quá trình du lịch, mọi hoạt động của du khách đều có ảnh hưởng điểm đến dưới góc độ này hay góc độ khác, do đó, để phát triển du lịch có trách nhiệm đòi hỏi phải có du khách có trách nhiệm. Du khách có trách nhiệm là du khách cố gắng giảm thiểu những tác động tiêu cực và tối đa hóa các tác động tích cực cho điểm đến thông qua tôn trọng văn hóa và cộng đồng địa phương, đóng góp vào nền kinh tế địa phương và bảo vệ môi trường. Thực hành trách nhiệm kinh tế, thực hành trách nhiệm văn hóa xã hội và thực hành trách nhiệm môi trường tạo nên thực hành du lịch có trách nhiệm của du khách ở điểm đến. Các thực hành này đóng góp có ý nghĩa và tích cực đến sự phát triển du lịch có trách nhiệm. Du khách có nhiều đóng góp trách nhiệm đối với văn hóa xã hội hơn là trách nhiệm kinh tế và có nhiều đóng góp trách nhiệm đối với kinh tế hơn là trách nhiệm môi trường ở tỉnh Kiên Giang. Nghiên cứu này đạt được mục tiêu đề ra và góp phần chỉ ra mối quan hệ giữa thực hành du lịch có trách nhiệm của du khách với phát triển du lịch có trách nhiệm. Bên cạnh đó, nhiều hàm ý quản trị được đề xuất, qua đó, các bên liên quan có thể triển khai các hoạt động để gia tăng trách nhiệm của du khách đối với điểm đến.

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Kiên Giang (An Giang hiện tại) với đề tài “Nghiên cứu phát triển du lịch có trách nhiệm ở tỉnh Kiên Giang”, hợp đồng số 19/HĐ-SKHCN.

TÀI LIỆU THAM KHẢO (REFERENCES)

- Bob, U. (2016). An assessment of responsible tourism behaviour among beach tourists in Durban, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(3), 1–14.
- Brown, T., Smith, J., & Lee, K. (2018). Economic responsibility in sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 567–583.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1380123>
- Diallo, M. F., Diop-Sall, F., Leroux, E., & Valette-Florence, P. (2015). Responsible tourist behaviour: The role of social engagement. *Recherche et Applications En Marketing (English Edition)*, 30(3), 85–104.
<https://doi.org/10.1177/20515707155941>
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism*. Goodfellow Publishers.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (Seventh). Pearson Prentice Hall.
- Hanafiah, M. H., Azman, I., Jamaluddin, M. R., & Aminuddin, N. (2016). Responsible tourism practices and quality of life: Perspective of Langkawi Island communities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222, 406–413.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.194>
- Jones, M. (2021). Environmental practices of tourists and their impact on sustainable tourism. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100789.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100789>
- Lin, H., Gao, J., & Tian, J. (2022). Impact of tourist-to-tourist interaction on responsible tourist behaviour: Evidence from China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 24, 100709.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100709>
- Liu, W., Ismail, H. N., Yee, T. P., & Li, F. (2024). Exploring the effect of destination social responsibility on responsible tourist behavior: Symmetric and asymmetric analysis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 29(2), 209–224.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2024.2324169>
- Nguyen, D. D., Vu, T. T., Nguyen, H. T. T., & Ho, L. T. (2023a). Tourists' perception of responsible tourism: A study in Ninh Binh city, Vietnam. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*, 5(8), 352–360.
<https://doi.org/10.51594/ijarss.v5i8.587>
- Nguyen, N. T. T., Le, X. T. T., Phan, L. T. T., & Dang, H. T. T. (2023b). Examining the correlation between responsible tourism practices and responsible tourism behavior intention of tourist. *Can Tho University Journal of Science*, 59(2), 211–220 (In Vietnamese).
<https://doi.org/10.22144/ctu.jvn.2023.082>
- Nguyen, N. T. T., Tran, T. H., Phan, L. T. T., & Le, X. T. T. (2024). How responsible tourism behavioral intentions influence tour choices: Effects of economic, socio-cultural, and environmental responsibility. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 25(5), 1062–1090.
<https://doi.org/10.1080/15256480.2023.2219252>
- Nguyen, N. T., & Tran, P. T. H. (2023). The assessment of sustainable tourism: Application to Kien Giang destination in Vietnam. *HCMCOUJS-Economics and Business Administration*, 14(1), 104–122.
<https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.en.14.1.2866.2024>
- Nguyen, T. H., & Le, Q. P. (2020). Cultural responsibility and sustainable tourism: A case study in Vietnam. *Asian Journal of Tourism Research*, 5(2), 45–60.
- Peugh, J., & Feldon, D. F. (2020). “How well does your structural equation model fit your data?”: Is Marcoulides and Yuan’s equivalence test the answer? *CBE—Life Sciences Education*, 19(3), 1–8.
<https://doi.org/10.1187/cbe.20-01-0016>
- Phan, N. K. (2024). Awareness of tourism impacts and willingness to practice responsible tourism among young people in Da Nang at destinations. *TNU Journal of Science and Technology*, 229(16), 123–130 (in Vietnamese).
<https://doi.org/10.34238/tnu-jst.11261>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. -Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Podsakoff, P. M., Podsakoff, N. P., Williams, L. J., Huang, C., & Yang, J. (2024). Common method bias: It’s bad, it’s complex, it’s widespread, and it’s not easy to fix. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 11(1), 17–61.
<https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-110721-040030>
- Raveendran, N. P. (2024). Promoting responsible tourism: Assessing sustainable practices, community engagement, and environmental conservation for balancing economic growth and ecological preservation in global travel destinations. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*, 2(10), 30–44. <https://doi.org/10.61877/ijmrp.v2i10.206>
- Richards, G., & Hall, D. (2000). *Tourism and Sustainable Community Development*. Routledge.

- Saraswat, S., & Arya, N. (2022). Impact of responsible tourism on the sustainability of destinations and the quality of life of local residents: Statue of Unity and Champaneri Pavagarh. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), 8738–8747.
- Sathyanarayana, S., & Mohanasundaram, T. (2024). Fit indices in structural equation modeling and confirmatory factor analysis: reporting guidelines. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(7), 561–577. <https://doi.org/10.9734/ajebe/2024/v24i71430>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23–74.
- Smith, R. (2019). Social and cultural dimensions of responsible tourism. *International Journal of Tourism Research*, 21(3), 345–359.
- Sotiriadis, M., Shen, S., & Zhou, Q. (2020). Influence of Social Networks on Responsible Behaviour by Smart Tourists. *Digital Marketing & ECommerce Conference*, 9–16. https://doi.org/10.1007/978-3-030-47595-6_2
- Spenceley, A., & Rylance, A. (2016). *The responsible tourist: How to find, book and get the most from your holiday*. Sustainable Tourism Programme.
- Vietnam Briefing. (2024). *Tourism industry prospects in Vietnam's Kiên Giang province*. <https://www.vietnam-briefing.com/news/tourism-industry-prospects-in-vietnams-kien-giang-province.html/>
- Zgolli, S., & Zaiem, I. (2018). The responsible behavior of tourist: The role of personnel factors and public power and effect on the choice of destination. *Arab Economic and Business Journal*, 13(2), 168–178. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.09.004>