

DETERMINANTS INFLUENCING GENERATION Z TOURISTS' CHOICE OF COMMUNITY-BASED TOURISM DESTINATIONS IN HOI AN CITY, QUANG NAM: A STUDY BASED ON THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

Nguyen Thi Loc*, Nguyen Thi Hong

The University of Danang - University of Science and Education

ARTICLE INFO		ABSTRACT
Received:	03/4/2025	Community-based tourism is becoming popular and attracting many types of tourists, including generation Z tourists. This study was conducted to determine the factors that motivate generation Z to choose community-based tourism destination in Hoi An city based on the theory of planned behavior. Through conducting a survey, the present study collected data from 364 generation Z tourists and tested hypotheses using structural equation modeling. The results showed that all factors of the theory of planned behavior, including attitude towards behavior, subjective norms, and perceived behavioral control, positively affected behavioral intention; at the same time, perceived behavioral control and behavioral intention directly affected generation Z's behavior in choosing community-based tourism destination in Hoi An city. The study's findings serve as a reference for related studies and contribute to helping managers and local communities understand the travel behavior of generation Z tourists, thereby proposing development strategies to attract generation Z tourists in the future.
Revised:	19/6/2025	
Published:	19/6/2025	
KEYWORDS		
Community-based tourism		
Tourism destination		
Generation Z tourists		
Factors affecting		
Theory of planned behavior		

NHÂN TỐ THỨC ĐẨY KHÁCH DU LỊCH THẾ HỆ Z LỰA CHỌN CÁC ĐIỂM DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI THÀNH PHỐ HỘI AN, QUẢNG NAM: NGHIÊN CỨU DỰA TRÊN LÝ THUYẾT HÀNH VI CÓ KẾ HOẠCH

Nguyễn Thị Lộc*, Nguyễn Thị Hồng

Trường Đại học Sư phạm – ĐH Đà Nẵng

THÔNG TIN BÀI BÁO		TÓM TẮT
Ngày nhận bài:	03/4/2025	Du lịch cộng đồng đang trở thành loại hình du lịch phổ biến và thu hút được nhiều đối tượng khách du lịch, bao gồm khách du lịch thế hệ Z. Nghiên cứu này được thực hiện để phân tích các yếu tố thúc đẩy thế hệ Z lựa chọn các điểm du lịch cộng đồng tại Hội An dựa trên lý thuyết hành vi có kế hoạch. Thông qua khảo sát, nghiên cứu thu thập dữ liệu từ 364 khách du lịch thế hệ Z và thực hiện kiểm định các giả thuyết bằng mô hình cấu trúc tuyến tính. Kết quả cho thấy tất cả các yếu tố của lý thuyết hành vi có kế hoạch, bao gồm thái độ hướng tới hành vi, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi đều ảnh hưởng tích cực tới ý định du lịch, đồng thời nhận thức kiểm soát hành vi và ý định hành vi ảnh hưởng trực tiếp tới hành vi lựa chọn các điểm du lịch cộng đồng tại Hội An của nhóm khách này. Những phát hiện của nghiên cứu là tài liệu tham khảo cho các nghiên cứu liên quan và góp phần giúp các nhà quản lý và cộng đồng địa phương hiểu được hành vi du lịch của khách thế hệ Z, từ đó đề xuất các chiến lược phát triển nhằm thu hút khách du lịch Z trong tương lai.
Ngày hoàn thiện:	19/6/2025	
Ngày đăng:	19/6/2025	
TỪ KHÓA		
Du lịch cộng đồng		
Điểm đến du lịch		
Khách du lịch gen Z		
Nhân tố thúc đẩy		
Lý thuyết hành vi có kế hoạch		

DOI: <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.12482>

* Corresponding author. Email: ntloc@ued.udn.vn

1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, du lịch cộng đồng được xem là loại hình có sự phát triển nhanh và phổ biến trên thế giới và ở Việt Nam. Du lịch cộng đồng góp phần nâng cao vai trò và lợi ích của cộng đồng địa phương với việc phát triển du lịch, từ đó, mang lại nhiều tác động tích cực về mặt kinh tế, văn hóa, xã hội hướng tới mục tiêu phát triển kinh tế bền vững [1], [2]. Loại hình du lịch này đang dần hấp dẫn và trở thành lựa chọn du lịch được quan tâm đối với nhiều đối tượng khách du lịch khác nhau [3].

Hội An là một điểm du lịch nổi tiếng của khu vực miền Trung hấp dẫn khách du lịch, bao gồm khách du lịch trẻ như khách thế hệ Z. Du lịch phát triển đã mang lại nhiều tác động tích cực tới địa phương như tạo việc làm, gia tăng nguồn thu nhập cho người dân và đồng thời góp phần bảo tồn, phát huy giá trị bản địa [4]. Không chỉ nổi tiếng với phố cổ, thành phố còn là một điểm du lịch với các mô hình du lịch cộng đồng điển hình. Với định hướng khai thác và phát triển tốt các điểm đến du lịch cộng đồng, thành phố Hội An đang nghiên cứu đưa ra các giải pháp để thu hút đa dạng các nguồn khách. Do đó, việc nghiên cứu về các nhân tố thúc đẩy việc lựa chọn các điểm đến du lịch cộng đồng để từ đó có thể cải thiện dịch vụ, tạo nên những trải nghiệm đáng nhớ, lan tỏa hình ảnh tích cực về điểm đến là vô cùng cần thiết.

Nhiều nghiên cứu trước đây đã khẳng định mỗi thế hệ nhóm tuổi có những đặc điểm và hành vi khác nhau về động cơ, nhu cầu và thái độ đối với du lịch [5]. Theo ước tính, đến năm 2025 có khoảng 2 tỷ người thuộc thế hệ Z trên thế giới, chiếm 33% tổng dân số toàn cầu [6]. Ở Việt Nam, thế hệ Z chiếm khoảng gần 15% dân số với khoảng 14,4 triệu người [6]. Chính vì vậy, thế hệ này sẽ đóng vai trò quan trọng trong các hoạt động sản xuất và tiêu dùng của nền kinh tế nói chung và ngành kinh tế du lịch nói riêng. Thế hệ Z được xem là nhóm khách du lịch tiềm năng, cần được nghiên cứu vì họ là đại diện cho những người mới tham gia vào hệ thống du lịch [7]. Việc thu thập dữ liệu về thế hệ người tiêu dùng này sẽ giúp ích rất nhiều trong việc chuẩn bị các chiến lược tiếp thị trong tương lai.

Cùng với đó, nghiên cứu về hành vi của khách du lịch là một chủ đề hết sức quan trọng trong lĩnh vực du lịch. Tùy thuộc vào mục đích nghiên cứu, các nhà khoa học sử dụng các mô hình và khung lý thuyết khác nhau, trong đó bao gồm khung lý thuyết hành vi có kế hoạch. Đây được xem là một khung lý thuyết rất hiệu quả để dự đoán sở thích và hành vi của con người và đã được áp dụng trong nhiều nghiên cứu ở nhiều lĩnh vực [8], bao gồm cả sự thành công trong nhiều nghiên cứu về du lịch [9]-[11].

Nghiên cứu này có tính mới ở một số khía cạnh đáng chú ý. Thứ nhất, nghiên cứu tập trung phân tích đối tượng khách du lịch thế hệ Z, đây là nhóm khách du lịch trẻ, được xem là thị trường tiêu dùng tương lai và đang ngày càng đóng vai trò quan trọng trong ngành du lịch, tuy nhiên nghiên cứu trong bối cảnh du lịch cộng đồng tại Việt Nam về nhóm khách này chưa được tiến hành sâu. Thứ hai, lý thuyết hành vi có kế hoạch được lựa chọn để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn điểm đến du lịch cộng đồng là một hướng tiếp cận mới giúp làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi của khách thế hệ Z. Thứ ba, bối cảnh nghiên cứu được thực hiện tại thành phố Hội An, Quảng Nam, một điểm đến với nhiều tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng nhưng còn thiếu các nghiên cứu gắn với nhóm khách trẻ, vì vậy nghiên cứu có thể góp phần cung cấp bằng chứng thực tiễn từ đó hỗ trợ các nhà quản lý xây dựng chiến lược phát triển du lịch bền vững tại địa phương.

Xuất phát từ những phân tích đánh giá ở trên, nghiên cứu này được tiến hành thực hiện nhằm xác định các nhân tố thúc đẩy việc lựa chọn các điểm du lịch cộng đồng tại Hội An của khách du lịch thế hệ Z dựa trên lý thuyết hành vi có kế hoạch. Kết quả nghiên cứu là tài liệu tham khảo cho các nhà nghiên cứu và các địa phương trong phát triển du lịch cộng đồng hiểu về các nhân tố ảnh hưởng tới sự lựa chọn của khách thế hệ Z, từ đó có các giải pháp để thu hút đối tượng khách hàng tiềm năng này.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan tài liệu

2.1.1. Du lịch cộng đồng và việc phát triển du lịch cộng đồng tại Hội An

Du lịch cộng đồng (DLCĐ) được xuất hiện từ những năm 1970 và đã được xem như là một loại hình du lịch quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch tại nhiều quốc gia. Khái niệm DLCĐ được định nghĩa bởi nhiều nhà nghiên cứu khác nhau. Theo Asker và cộng sự [12], DLCĐ là loại hình du lịch được thiết lập, quản lý và cung ứng bởi cộng đồng địa phương trong một vùng lãnh thổ xác định. Đây được xem là một định hướng phát triển du lịch mà trong đó cộng đồng đóng vai trò chủ đạo, tham gia cung cấp sản phẩm và được trao quyền để quản lý các hoạt động du lịch [13].

Tại Hội An (Quảng Nam), DLCĐ được triển khai và phát triển mạnh trong thời gian gần đây. Loại hình du lịch này đã góp phần cải thiện sinh kế, nâng cao đời sống vật chất cho người dân địa phương [14]. DLCĐ hình thành sớm với các sản phẩm đặc sắc ở các làng nghề truyền thống như làng dừa Cẩm Thanh, làng gốm Thanh Hà, làng mộc Kim Bồng, làng rau Trà Quế,... hướng đến việc mang lại những trải nghiệm địa phương cho khách du lịch thông qua việc hòa vào cuộc sống của người dân và thực hiện các công việc của họ... Bên cạnh những điểm DLCĐ đang có, Hội An còn rất nhiều thể mạnh DLCĐ để khai thác, từ đó tạo ra năng lực cạnh tranh du lịch. Do vậy, việc nghiên cứu về các đối tượng khách du lịch được xem là yếu tố quan trọng, góp phần giúp địa phương hiểu về ý định và hành vi của họ, từ đó phát triển các sản phẩm du lịch phù hợp.

2.1.2. Thế hệ Z và hành vi du lịch của thế hệ Z

Thế hệ Z thường được định nghĩa là những người sinh từ năm 1995 đến 2010 [15]. Trong nghiên cứu hiện tại, thế hệ Z bao gồm các thành viên thuộc độ tuổi đang trong quá trình giáo dục và đã đi làm. Bên cạnh được biết đến như thế hệ trực tuyến vì luôn kết nối với Internet, một thuật ngữ khác được sử dụng cho Thế hệ Z là Thế hệ R vì họ được coi là thế hệ có trách nhiệm. Những người thuộc thế hệ Z thường có xu hướng tuân thủ các giá trị xanh, bảo tồn tài nguyên của trái đất [16].

Đối với hành vi lựa chọn điểm đến du lịch, những thành viên của thế hệ Z thích sự di chuyển và có kỹ năng ngoại ngữ, vì vậy họ có xu hướng thích du lịch khám phá, muốn có những trải nghiệm độc đáo và mong muốn tiếp xúc trực tiếp với văn hóa và cư dân địa phương. Do vậy, các điểm đến DLCĐ thu hút được sự quan tâm của khách du lịch thế hệ Z.

2.1.3. Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)

Lý thuyết TPB lần đầu tiên được phát triển bởi Ajzen [17] để nghiên cứu về hành vi của con người trong các bối cảnh khác nhau. Theo lý thuyết TPB, ý định hành vi của con người có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố gồm thái độ hướng tới hành vi (ATT), các chuẩn mực chủ quan (SNs) và nhận thức kiểm soát hành vi (PBC). TPB được các nhà nghiên cứu ứng dụng để dự đoán ý định và hành vi trong nhiều lĩnh vực khác nhau.

Trong bối cảnh của ngành du lịch, TPB đã được ứng dụng rộng rãi nhằm hiểu ý định và hành vi của khách du lịch liên quan tới sự tham gia du lịch tình nguyện [18], du lịch sinh thái [19]... Tuy nhiên, các nghiên cứu liên quan tới việc lựa chọn các điểm DLCĐ của khách du lịch thế hệ Z chưa được tiến hành. Do vậy, việc thực hiện nghiên cứu này có tính cấp thiết.

2.2. Giả thuyết nghiên cứu

Thái độ hướng tới hành vi (ATT) là mức độ mà các cá nhân đánh giá thuận lợi hay không thuận lợi khi họ thực hiện một hành vi nhất định [17]. Trong TPB, có mối liên hệ đáng kể giữa thái độ và ý định hành vi. Theo Verma & Chandra [20], mức độ của thái độ tích cực mà một cá nhân thể hiện càng cao thì người đó càng có khả năng tham gia vào hành động đó.

Trong du lịch, Olya và cộng sự [21] kết luận rằng ATT của khách du lịch có sự tác động tích cực tới ý định lưu trú tại các khách sạn xanh và ý định giới thiệu của họ. Hay nghiên cứu của Azhar và cộng sự [22] với mục đích tìm hiểu ý định du lịch sau đại dịch đến các vùng nông thôn, khẳng định ATT tác động có tích cực đến ý định du lịch. Khách du lịch thế hệ Z được xem là thế hệ cá tính, hành động gắn liền với suy nghĩ, do đó, thái độ hoàn toàn có thể quyết định tới ý định hành vi của họ. Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H₁: Thái độ đối với du lịch cộng đồng ảnh hưởng tích cực đến ý định lựa chọn các điểm DLCD tại Hội An của khách du lịch thế hệ Z.

Chuẩn mực chủ quan (SNs) là áp lực xã hội mà cá nhân nhận thức nhằm thực hiện hoặc không thực hiện hành vi [17]. SNs phản ánh ý kiến của một người hoặc nhóm người có thể quan trọng đối với cá nhân. Những người này có thể là gia đình, họ hàng thân thiết, đồng nghiệp, người quen, đối tác kinh doanh và cộng sự hay những thần tượng [23].

Các nghiên cứu trước đây cũng cho thấy SNs là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến ý định của khách du lịch. Cụ thể, Vesci & Botti [24] phát hiện ra rằng SNs ảnh hưởng đáng kể đến ý định quay lại của những người tham dự lễ hội ẩm thực Ý. Nghiên cứu của Zorlu và cộng sự [25] nhằm mục đích kiểm tra các yếu tố ảnh hưởng đến ý định du lịch cắm trại/glamping của du khách ở Thổ Nhĩ Kỳ trong thời kỳ đại dịch kết luận SNs ảnh hưởng đáng kể đến ý định hành vi của du khách. Những người thế hệ Z là những người vẫn ít kinh nghiệm trong du lịch, vì vậy họ có thể tham khảo những ý kiến từ những người quan trọng xung quanh. Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H₂: Chuẩn mực chủ quan ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch đến các điểm DLCD tại Hội An của khách du lịch thế hệ Z

Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC) biểu thị sự hiểu biết của cá nhân về mức độ dễ hay khó khi thực hiện một hành vi cụ thể [17]. Theo Verma và Chandra [20], PBC được hiểu là mức độ một cá nhân có thể xử lý tốt các biến số có thể cho phép hoặc hạn chế hành vi cần thiết để giải quyết một hoàn cảnh nhất định. Kết quả của nhiều nghiên cứu khẳng định đây là yếu tố dự báo rất mạnh về ý định hành vi, đồng thời có thể ảnh hưởng trực tiếp tới hành vi của cá nhân.

Wu và cộng sự [26] khẳng định rằng PBC ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch di sản văn hóa của khách du lịch gen Z. Hay, nghiên cứu của Azhar và cộng sự [22] đo lường hành vi du lịch sau đại dịch trong bối cảnh Ấn Độ cũng kết luận PBC có tác động có lợi đến ý định và hành vi du lịch đến các điểm đến nông thôn. Trong du lịch, có các hạn chế hoặc các trở ngại ngăn cản khách du lịch đi du lịch, chẳng hạn như khoảng cách, ngôn ngữ, chi phí, an toàn, sự quen thuộc và các quy định [27]. Chính vì vậy, đối với khách du lịch thế hệ Z, việc khó khăn hay thuận lợi khi lựa chọn các điểm DLCD cũng có thể ảnh hưởng tới ý định và hành vi lựa chọn điểm đến này. Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H₃: Nhận thức kiểm soát hành vi ảnh hưởng tích cực đến ý định lựa chọn điểm đến DLCD tại Hội An của khách du lịch thế hệ Z

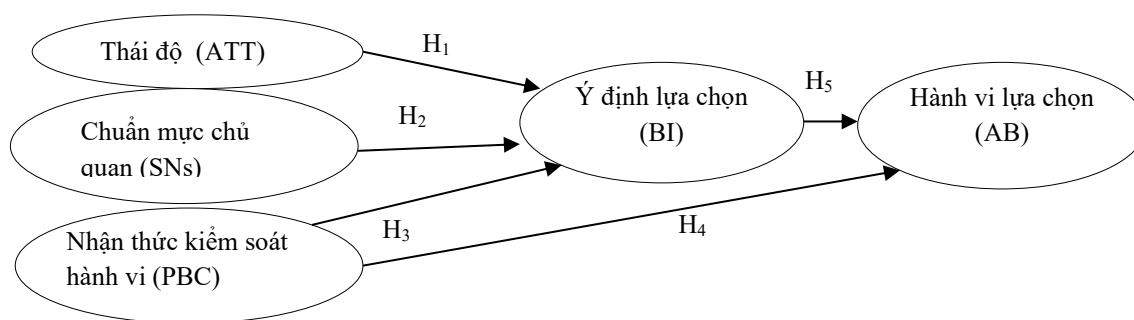
H₄: Nhận thức kiểm soát hành vi ảnh hưởng tích cực đến hành vi lựa chọn điểm đến DLCD tại Hội An của khách du lịch thế hệ Z

Trong mô hình TPB, ý định thực hiện một hành vi cụ thể của một cá nhân là yếu tố chính và được cho là tiền đề trực tiếp của hành vi đó [17]. Sheeran [28] khẳng định rằng ý định hành vi thể hiện sự sẵn sàng của con người để thực hiện một hành vi cụ thể.

Các nghiên cứu đã được thực hiện cũng cho thấy mối quan hệ tích cực giữa ý định và hành vi trong du lịch. Cụ thể, Ito [9] cho rằng ý định hành vi là một yếu tố dự đoán hành vi du lịch thể thao của khách du lịch Nhật Bản. Trong nghiên cứu liên quan tới hành vi của khách du lịch ở Thái Lan, Sann và cộng sự [10] cũng giải thích được mối quan hệ tích cực giữa ý định và hành vi thực tế của khách du lịch với loại hình du lịch này. Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H₅: Ý định hành vi ảnh hưởng tích cực tới hành vi lựa chọn điểm đến DLCD tại Hội An của khách du lịch thế hệ Z.

Từ những giả thuyết được đưa ra, nghiên cứu đề xuất mô hình như Hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

2.3. Phương pháp nghiên cứu

2.3.1. Thiết kế bảng câu hỏi và mẫu

Bảng câu hỏi thiết kế gồm 22 câu hỏi liên quan tới 18 biến quan sát của 5 thang đo về nhân tố đề xuất và 4 biến liên quan tới thông tin nhân khẩu của các đáp viên. Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert từ 1 đến 5 tương ứng với các mức từ Hoàn toàn không đồng ý (1) đến Hoàn toàn đồng ý (5). Các biến quan sát được tham khảo và điều chỉnh từ thang đo của các nghiên cứu trước đây và được sửa đổi cho phù hợp với đề tài nghiên cứu, bao gồm thái độ với 3 biến quan sát [22]; chuẩn mực chủ quan gồm 4 biến [23], [25]; nhận thức kiểm soát hành vi gồm 4 biến [26], [27]; ý định hành vi gồm 4 biến [27]; và hành vi lựa chọn điểm đến gồm 3 biến [9], [23]. Đáp viên trong nghiên cứu này là khách du lịch thuộc thể hệ Z.

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện (phi xác suất). Về kích thước mẫu, có nhiều quan điểm đã được các nhà nghiên cứu đề xuất. Theo Bollen [29], kích cỡ mẫu hợp lý là mẫu có 5 đáp viên cho 1 biến quan sát và tốt nhất là 10 đáp viên cho 1 biến quan sát. Trong nghiên cứu này, việc chọn cỡ mẫu được thực hiện theo quan điểm này, do đó, kích cỡ mẫu trong nghiên cứu tốt nhất cần lớn hơn 220 đáp viên cho tổng 22 biến quan sát.

Thời gian tiến hành khảo sát diễn ra từ ngày 15 tháng 7 năm 2024 đến ngày 15 tháng 9 năm 2024. Cuối cùng, có tổng số 364 phiếu trả lời hợp lệ được sử dụng để phân tích kết quả, lớn hơn so với kích cỡ mẫu tối thiểu.

2.3.2. Kỹ thuật phân tích

Để phân tích dữ liệu thu thập được, nghiên cứu sử dụng công cụ SPSS 20 và AMOS 24. Các bước tiến hành cụ thể gồm (1) Phân tích nhân tố khám phá (EFA) để tổng hợp biến quan sát của các thang đo và kiểm tra độ tin cậy của thang đo (hệ số tin cậy Cronbach's Alpha); (2) Kiểm tra các mô hình thang đo chung dựa trên phân tích nhân tố khẳng định (CFA); và (3) Kiểm tra mô hình nghiên cứu cùng với các giả thuyết bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).

3. Kết quả và bàn luận

3.1. Thông tin nhân khẩu của các đáp viên

Nghiên cứu tiến hành thu thập dữ liệu từ 364 đối tượng khảo sát, với các thông tin nhân khẩu như giới tính, độ tuổi, tình trạng hôn nhân và trình độ học vấn, được mô tả tại Bảng 1.

Bảng 1. Thông tin nhân khẩu của các đáp viên

	Nhân tố	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Giới tính	Nam	197	54,1
	Nữ	167	45,9
Độ tuổi	Dưới 18 tuổi	109	29,9
	Từ 18 – 22 tuổi	152	41,8
	Trên 22 tuổi	103	28,3

	Nhân tố	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Tình trạng hôn nhân	Độc thân	323	88,7
	Kết hôn	41	11,3
Trình độ học vấn	Dưới trung học phổ thông	9	2,5
	Đang học trung học phổ thông	107	29,4
	Đang học trung cấp/cao đẳng/đại học	154	42,3
	Đã tốt nghiệp trung cấp/cao đẳng/đại học	94	25,8

Theo đó, về giới tính có 197 nữ, chiếm 54,1% và 167 nam, chiếm 45,9%.

Về độ tuổi, các đáp viên có độ tuổi dưới 18 là 109 đáp viên, chiếm 29,9%; từ 18 – 22 là 152 đáp viên, chiếm 41,8% và trên 22 tuổi chiếm 28,3% với 103 đáp viên.

Về tình trạng hôn nhân, phần lớn các đáp viên độc thân, chiếm tỉ lệ 88,7% với 323 đáp viên và đã kết hôn chiếm 11,3% với 41 đáp viên.

Về trình độ học vấn, các đáp viên đang học các cấp trung cấp/cao đẳng/ đại học chiếm tỉ trọng cao nhất với 42,3% (154 đáp viên); đáp viên đang học trung học phổ thông chiếm tỉ lệ 29,4% (107 đáp viên); đã tốt nghiệp đại học chiếm 25,8% với 94 đáp viên; và dưới trung học phổ thông chiếm tỉ lệ thấp nhất với 2,5% (9 đáp viên).

3.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) và Cronbach's Alpha

Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy mô hình EFA phù hợp. Theo đó, kết quả rút trích được 5 nhân tố tại Eigenvalue là 1,296, tổng phương sai trích là 70,980% ($> 50\%$), hệ số KMO là 0,875 ($> 0,5$); ý nghĩa thống kê của kiểm định Bartlett với Sig. = 0,000 ($< 0,05$). Các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5, do vậy được giữ lại cho các phân tích tiếp theo.

Các nhân tố có hệ số Cronbach's alpha lớn hơn 0,7, vì vậy đảm bảo tính nhất quán nội tại. Cụ thể, Cronbach's alpha của ATT là 0,896, SNs là 0,899, PBC là 0,897, BI là 0,854 và AB là 0,923. Cùng với đó, tất cả biến quan sát của các thang đo đều có hệ số tương quan biến tổng cao hơn mức giới hạn là 0,3 nên giữ lại để phân tích nhân tố khẳng định.

3.3. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Bảng 2. Kết quả của kiểm tra giá trị hội tụ của các mô hình thang đo chung

Biến quan sát	Trọng số chuẩn hóa	CR	AVE
Thái độ hướng tới việc lựa chọn (ATT)			
ATT1. Lựa chọn du lịch tại các điểm DLCĐ tại Hội An rất thú vị	0,911	0,898	0,745
ATT2. Lựa chọn du lịch tại các điểm DLCĐ tại Hội An rất ý nghĩa	0,855		
ATT3. Lựa chọn du lịch tại các điểm DLCĐ tại Hội An rất có ích	0,805		
Chuẩn mực chủ quan (SN)			
SN1. Những người quan trọng đối với tôi nói/nghĩ rằng tôi nên lựa chọn các điểm DLCĐ tại Hội An để du lịch	0,705	0,901	0,696
SN2. Những người quan trọng đối với tôi cho rằng lựa chọn các điểm DLCĐ tại Hội An là điều nên thử	0,923		
SN3. Những người quan trọng đối với tôi luôn mong muốn/thực hiện các chuyến đi tới các điểm DLCĐ tại Hội An	0,866		
SN4. Những người quan trọng đối với tôi mong tôi đi du lịch tới các điểm DLCĐ tại Hội An	0,809		
Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC)			
PBC1. Việc lựa chọn tới các điểm DLCĐ tại Hội An dễ để thực hiện	0,946	0,896	0,686
PBC2. Tôi tự tin rằng nếu tôi muốn, tôi có thể lựa chọn các điểm DLCĐ tại Hội An để đi du lịch	0,911		
PBC3. Việc lựa chọn tới các điểm DLCĐ tại Hội An hay không là hoàn toàn phụ thuộc vào tôi	0,654		
PBC4. Tôi có các nguồn lực, thời gian và cơ hội để lựa chọn du lịch tới các điểm DLCĐ tại Hội An	0,773		

Biến quan sát	Trọng số chuẩn hóa	CR	AVE
Ý định lựa chọn điểm đến du lịch cộng đồng (BI)			
BI1. Tôi có kế hoạch đi du lịch đến các điểm DLCĐ tại Hội An	0,632	0,860	0,607
BI2. Tôi sẵn sàng đi đến các điểm DLCĐ khi đi du lịch tại Hội An	0,800		
BI3. Tôi ủng hộ việc lựa chọn du lịch tại các điểm DLCĐ tại Hội An	0,936		
BI4. Tôi sẽ chuẩn bị các nguồn lực của mình để đến các điểm DLCĐ tại Hội An trong thời gian tới	0,687		
Hành vi lựa chọn điểm đến du lịch cộng đồng (AB)			
AB1. Tôi quyết định lựa chọn du lịch tới các điểm DLCĐ tại Hội An	0,816	0,924	0,803
AB2. Tôi cảm thấy việc tiếp cận các dịch vụ và phương tiện giao thông nhanh chóng và dễ dàng khi du lịch tới các điểm DLCĐ tại Hội An	0,903		
AB3. Tôi đã đến thăm các điểm DLCĐ tại Hội An nhiều lần	0,942		

Mức độ phù hợp của toàn bộ mô hình: Kết quả CFA cho thấy mô hình có giá trị chi-bình phương tương đối theo bậc tự do ($cmin/df = 2,972 < 5$), các chỉ tiêu $IFI = 0,947 (> 0,9)$; $CFI = 0,947 (> 0,9)$; $PNFI = 0,754 (> 0,5)$; $PCFI = 0,774 (> 0,5)$; $GFI = 0,90 (> 0,8)$; $TLI = 0,935 (> 0,9)$ và $RMSEA = 0,074 (< 0,08)$, đạt yêu cầu. Từ đó, kết luận rằng mô hình thang đo chung thích hợp với bộ dữ liệu thực.

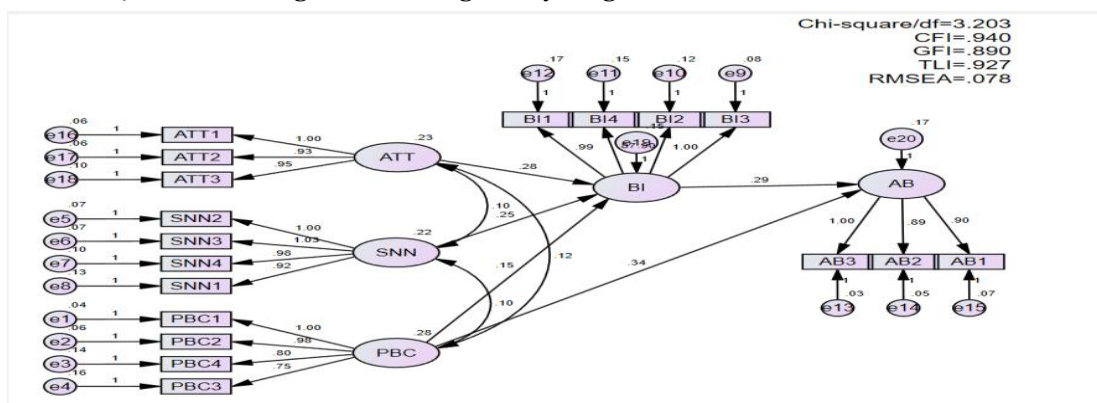
Kết quả kiểm tra giá trị hội tụ: Độ tin cậy của các biến quan sát thỏa mãn yêu cầu của kiểm định độ hội tụ nên các biến quan sát là đáng tin cậy. Theo đó, kết quả kiểm định các giá trị hội tụ cho thấy giá trị phương sai trích trung bình được trích (AVE) lớn hơn 0,50 và hệ số tin cậy tổng hợp (CR) lớn hơn 0,70, điều này khẳng định tính giá trị hội tụ (Bảng 2).

Kết quả kiểm tra giá trị phân biệt: Kết quả của phương pháp AVE trong Bảng 3 thể hiện rằng tất cả các giá trị đều đáp ứng yêu cầu của kiểm định giá trị phân biệt, vì vậy, giá trị phân biệt của tất cả mối quan hệ giữa các thang đo được đảm bảo.

Bảng 3. Kết quả kiểm tra giá trị phân biệt giữa các thang đo

AVE/ R2	ATT	SN	PBC	BI	AB
ATT	0,863				
SN	0,448	0,834			
PBC	0,470	0,403	0,829		
BI	0,469	0,439	0,404	0,779	
AB	0,530	0,386	0,467	0,408	0,896

3.4. Kiểm định mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu



Hình 2. Kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu

Kết quả SEM cho thấy: $df = 127$, $\chi^2/df = 3,203 (< 5)$, $IFI = 0,940 (> 0,9)$, $TLI = 0,927 (> 0,9)$, $PNFI = 0,760 (> 0,5)$, $RMSEA = 0,078 (< 0,08)$. Những kết quả này cho thấy sự phù hợp tốt với mô hình cấu trúc được đề xuất.

Hình 2 cho thấy tất cả các giả thuyết trong mô hình đều được chấp nhận. Theo đó, các nhân tố gồm ATT, SNs và PBC có ảnh hưởng tích cực đến BI với các giá trị ước lượng chuẩn hóa (SE) và mức ý nghĩa (p) tương ứng của SEs = 0,282, $p < 0,001$; SEs = 0,250, $p < 0,001$ và SEs =

0,145, $p < 0,01$, tương ứng các giả thuyết H1, H2 và H3 được chấp nhận. Đồng thời, PBC ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi lựa chọn điểm DLCĐ (SEs = 0,337, $p < 0,001$), chấp nhận giả thuyết H4. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy mối quan hệ tích cực giữa BI và hành vi lựa chọn điểm đến du lịch với giá trị SEs = 0,293 và $p < 0,001$, chấp nhận giả thuyết H5. Kết quả phù hợp với nhiều nghiên cứu trước đây khi sử dụng mô hình TPB [22], [24], [25].

4. Kết luận

Dựa trên kết quả nghiên cứu, các nhân tố từ lý thuyết hành vi có kế hoạch, bao gồm thái độ hướng tới hành vi, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi, đều có ảnh hưởng tích cực tới ý định lựa chọn điểm đến DLCĐ tại Hội An của khách du lịch thế hệ Z. Đồng thời, các nhân tố nhận thức kiểm soát hành vi và ý định lựa chọn các điểm đến này tác động tích cực đến hành vi thực tế của khách du lịch thế hệ Z.

Kết quả nghiên cứu là tài liệu tham khảo có giá trị làm cơ sở cho các nghiên cứu tiếp theo liên quan đến vấn đề này, đặc biệt chủ đề phân tích hành vi của thế hệ Z - thế hệ người tiêu dùng hàng đầu trong tương lai. Đồng thời, các nhà quản trị điểm đến DLCĐ có thể dựa trên kết quả để có các biện pháp phát triển phù hợp thúc đẩy nhu cầu của khách, đồng thời xây dựng các biện pháp quảng bá và cung ứng các sản phẩm phù hợp đáp ứng nhu cầu của khách thế hệ Z. *Thứ nhất*, gen Z là thế hệ của công nghệ thông tin, các nhà cung ứng dịch vụ (cộng đồng địa phương) Hội An cần tăng cường quảng bá điểm đến trên các trang mạng xã hội, các kênh truyền thông về các sản phẩm, dịch vụ hấp dẫn và đặc sắc, từ đó tạo được thái độ tích cực của nhóm khách này đối với loại hình DLCĐ. *Thứ hai*, khách thế hệ này là khách đang độ tuổi còn rất trẻ. Do vậy, các quyết định của họ có thể được đưa ra dựa trên tham khảo ý kiến của những người ảnh hưởng. Điều này đòi hỏi các nhà quản trị điểm đến cần tiếp cận khách du lịch thế hệ Z thông qua việc tạo sự hài lòng và kết nối tốt sau chuyến đi với các khách du lịch đã tới các điểm DLCĐ, vì những khách này có thể là gia đình, bạn bè, đồng nghiệp hoặc những người có ảnh hưởng tới đối tượng khách hàng thế hệ Z tiềm năng. Đồng thời, có thể triển khai các dự án hoặc các chương trình có sự tham gia của những người có sức ảnh hưởng đối với thế hệ này, từ đó thu hút sự quan tâm của họ. *Thứ ba*, thế hệ Z có ý định và quyết định lựa chọn tới du lịch tại các điểm DLCĐ của Hội An nếu họ thấy việc đó thực hiện dễ dàng như có thể tìm kiếm được tất cả thông tin cần thiết, có các chương trình tour phù hợp hay các phương tiện giao thông thuận lợi... Chính vì vậy, chính quyền địa phương tại đây cần có các chính sách hỗ trợ người dân địa phương trong việc cung ứng dịch vụ DLCĐ, cùng với đó cần tiếp tục đầu tư cải thiện chất lượng cơ sở vật chất và hạ tầng để tạo sự thuận tiện đi du lịch.

Bên cạnh những đóng góp, nghiên cứu này cũng còn một số hạn chế. *Thứ nhất*, đối tượng và phạm vi của nghiên cứu là thế hệ Z và các điểm đến DLCĐ tại Hội An, vì vậy các nghiên cứu tương lai có thể xem xét mở rộng sang các nhóm tuổi khác để xác định sự khác biệt trong hành vi hoặc mở rộng phạm vi nghiên cứu, so sánh giữa các điểm đến. *Thứ hai*, các nhân tố đề xuất trong nghiên cứu chỉ dựa trên lý thuyết hành vi có kế hoạch, vậy nên các nghiên cứu trong tương lai nên xem xét mở rộng mô hình để hiểu rõ hơn ý định và hành vi lựa chọn các điểm DLCĐ của thế hệ Z.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1] S. Zielinski, Y. Jeong, and C. B. Milanés, "Factors that influence community-based tourism (CBT) in developing and developed countries," *Tour. Geogr.*, vol. 23, no. 5-6, pp. 1040-1072, Nov. 2021, doi: 10.1080/14616688.2020.1786156.
- [2] K. Prasad, "The Role of Local Community in Enhancing Sustainable Community Based Tourism," *J Electr. Syst.*, vol. 20, no. 7s, pp. 558-571, 2024.
- [3] F. Cordova-Buiza, M. J. Medina-Viruel, and J. C. Pérez-Gálvez, "Community-based rural tourism: A mapping technique analysis study from 2005 to 2023," *Humanit. Soc. Sci. Commun.*, vol. 12, no. 1, pp. 1-14, 2025.
- [4] T. Nguyen, "Developing Hoi An into an ecological, cultural and tourist city," (in Vietnamese), *Nhan Dan (People) Online Newspaper*, 2023. [Online]. Available: <https://nhandan.vn/post-774419.html>. [Accessed Oct. 23, 2024].
- [5] S. Monaco, "Tourism and the new generations: Emerging trends and social implications in Italy," *J. Tour. Futur.*, vol. 4, no. 1, pp. 7-15, 2018, doi: 10.1108/JTF-12-2017-0053.

- [6] V. H. Nguyen, T. L. Nguyen, and P. H. Nguyen, "Mobile travel app usage behavior of Generation Z: Results of a survey in Vietnam," (in Vietnamese), 2023. [Online]. Available: <https://scholar.dlu.edu.vn/thuvienso/bitstream/DLU123456789/199289/1/CVv266K1S42023051.pdf>. [Accessed Oct. 23, 2024].
- [7] S. Seyfi, C. Michael Hall, and M. Strzelecka, "Gen Z – pioneers or paradox in sustainable tourism?" *J. Sustain. Tour.*, vol. 33, no. 6, pp. 987-1015, Jun. 2025, doi: 10.1080/09669582.2025.2491702.
- [8] M. M. Masud *et al.*, "Climate change issue and theory of planned behaviour: Relationship by empirical evidence," *J. Clean. Prod.*, vol. 113, pp. 613-623, 2016.
- [9] E. Ito, "Predicting Japanese sport tourist behaviour: An extension of theory of planned behaviour with tourism ideal affect," *J. Sport Tour.*, vol. 27, no. 3, pp. 187-203, Jul. 2023, doi: 10.1080/14775085.2023.2234889.
- [10] R. Sann, S. Jansom, and T. Muennaburan, "An extension of the theory of planned behaviour in Thailand cycling tourism: the mediating role of attractiveness of sustainable alternatives," *Leis. Stud.*, vol. 43, no. 1, pp. 47-61, Jan. 2024, doi: 10.1080/02614367.2023.2182346.
- [11] J. Pan, Y.-M. Teng, K.-S. Wu, and T.-C. Wen, "Anticipating Z-generation tourists' green hotel visit intention utilizing an extended theory of planned behavior," *Front. Psychol.*, vol. 13, 2022, Art. no. 1008705.
- [12] S. A. Asker, L. J. Boronyak, N. R. Carrard, and M. Paddon, *Effective community based tourism: A best practice manual*, Institute for Sustainable Futures, University of Technology Sydney, 2010.
- [13] V. G. Lucchetti and X. Font, "Community based tourism: Critical success factors," 2013. [Online]. Available: <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/full/10.5555/20133252735>. [Accessed Dec. 24, 2024].
- [14] H. Do, "Diversity of Community Tourism Development in Hoi An," (in Vietnamese), 2018. [Online]. Available: <https://baoquangnam.vn/da-dang-du-lich-cong-dong-hoi-an-3093058.html>. [Accessed Dec. 23, 2024].
- [15] E. J. Cilliers, "The challenge of teaching generation Z," *PEOPLE Int. J. Soc. Sci.*, 2017. [Online]. Available: <https://opus.lib.uts.edu.au/handle/10453/158991>. [Accessed Feb. 09, 2025].
- [16] T. Entina, I. Karabulatova, A. Kormishova, M. Ekaterinovskaya, and M. Troyanskaya, "Tourism industry management in the global transformation: Meeting the needs of generation Z," *Pol. J. Manag. Stud.*, vol. 23, 2021, doi: 10.17512/pjms.2021.23.2.08.
- [17] I. Ajzen, "The theory of planned behavior," *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.*, vol. 50, no. 2, pp. 179-211, 1991.
- [18] B. Meng, B.-L. Chua, H. B. Ryu, and H. Han, "Volunteer tourism (VT) traveler behavior: merging norm activation model and theory of planned behavior," *J. Sustain. Tour.*, vol. 28, no. 12, pp. 1947-1969, Dec. 2020, doi: 10.1080/09669582.2020.1778010.
- [19] H. Ibrahim, M. Mariapan, E. Ai, L. Lim, and S. Bidin, "Theory of planned behaviour to predict responsible ecotourism: Structural equation modelling," *Int. J. Acad. Res. Bus. Soc. Sci.*, vol. 12, no. 6, pp. 1691-1719, 2022.
- [20] V. K. Verma and B. Chandra, "An application of theory of planned behavior to predict young Indian consumers' green hotel visit intention," *J. Clean. Prod.*, vol. 172, pp. 1152-1162, 2018, doi: 10.1016/j.jclepro.2017.10.047.
- [21] H. G. Olya, P. Bagheri, and M. Tümer, "Decoding behavioural responses of green hotel guests: A deeper insight into the application of the theory of planned behaviour," *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, vol. 31, no. 6, pp. 2509-2525, 2019, doi: 10.1108/IJCHM-05-2018-0374.
- [22] M. Azhar, S. Nafees, Sujood, and S. Hamid, "Understanding post-pandemic travel intention toward rural destinations by expanding the theory of planned behavior (TPB)," *Future Bus. J.*, vol. 9, no. 1, pp. 36-53, Aug. 2023, doi: 10.1186/s43093-023-00215-2.
- [23] T. T. B. Bui, "An evaluation of the new tourist behavior model based on the extended theory of planned behavior," *J. Tour. Herit. Serv. Mark.*, vol. 8, no. 2, pp. 48-57, 2022, doi: 10.5281/zenodo.7358733.
- [24] M. Vesci and A. Botti, "Festival quality, theory of planned behavior and revisiting intention: Evidence from local and small Italian culinary festivals," *J. Hosp. Tour. Manag.*, vol. 38, pp. 5-15, 2019, doi: 10.1016/j.jhtm.2018.10.003.
- [25] K. Zorlu, M. Tuncer, and G. A. Taşkın, "The effect of COVID-19 on tourists' attitudes and travel intentions: an empirical study on camping/glamping tourism in Turkey during COVID-19," *J. Hosp. Tour. Insights*, vol. 6, no. 2, pp. 947-965, 2023.
- [26] G.-M. Wu, S.-R. Chen, and Y.-H. Xu, "Generativity and inheritance: understanding Generation Z's intention to participate in cultural heritage tourism," *J. Herit. Tour.*, vol. 18, no. 4, pp. 465-482, Jul. 2023, doi: 10.1080/1743873X.2023.2178927.
- [27] M. Soliman, "Extending the Theory of Planned Behavior to Predict Tourism Destination Revisit Intention," *Int. J. Hosp. Tour. Adm.*, vol. 22, no. 5, pp. 524-549, Oct. 2021, doi: 10.1080/15256480.2019.1692755.
- [28] P. Sheeran, "Intention behavior relations: a conceptual and empirical review," *Eur. Rev. Soc. Psychol.*, vol. 12, no. 1, pp. 1-36, 2002.
- [29] K. A. Bollen, "Sample size and Bentler and Bonett's nonnormed fit index," *Psychometrika*, vol. 51, pp. 375-377, 1986.