



TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CÁC ĐỀ XUẤT

Mai Thị Kiều Lan^{1,2}, Hoàng Trọng Hùng³, Hồ Thị Thúy Nga^{3*}

¹ Trường Du lịch, Đại học Huế, 22 Lâm Hoàng, Huế, Việt Nam

² Trường Đại học Đà Lạt, 1 Phù Đổng Thiên Vương, Đà Lạt, Việt Nam

³ Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, 99 Hồ Đắc Di, Huế, Việt Nam

* Tác giả liên hệ: Hồ Thị Thúy Nga <hothuynga@hueuni.edu.vn>

(Ngày nhận bài: 28-5-2023; Ngày chấp nhận đăng: 15-6-2023)

Tóm tắt. Trong những năm gần đây, trách nhiệm xã hội (TNXH) điểm đến ngày càng thu hút các nhà nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch. Nghiên cứu này được thực hiện dựa vào quy trình thống kê và xem xét các bài báo khoa học xuất bản trên các tạp chí Scopus và Web of Science (WoS). Sau đó thông qua phần mềm Endnote để loại trừ kết quả trùng lặp và thông qua phần mềm VOS Viewer để xác định xu hướng nghiên cứu TNXH điểm đến. Kết quả cho thấy rằng các nghiên cứu liên quan đến TNXH điểm đến du lịch được xuất bản trong khoảng thời gian từ năm 2013 đến năm 2022 và kết quả bài báo đã làm sáng tỏ các vấn đề về nhận thức TNXH điểm đến du lịch với hành vi có trách nhiệm của các bên liên quan cụ thể như du khách, cư dân, tổ chức quản lý điểm đến và các nhà cung cấp dịch vụ du lịch. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng góp phần vào những giá trị lý luận, phương pháp tiếp cận vấn đề, các nội dung nghiên cứu về TNXH điểm đến. Nghiên cứu này cũng góp phần cung cấp những định hướng cho các nghiên cứu TNXH điểm đến trong tương lai phù hợp với bối cảnh trong nước.

Từ khóa: TNXH điểm đến, tổng quan nghiên cứu, phân tích nội dung, nghiên cứu định tính

Destination social responsibility: a literature review and suggestions for future research

Mai Thi Kieu Lan^{1,2}, Hoang Trong Hung³, Ho Thi Thuy Nga^{3*}

¹ School of Hospitality and Tourism, Hue University, 22 Lam Hoang St., Hue, Vietnam

² Dalat University, 1 Phu Dong Thien Vuong St., Dalat, Vietnam

³ University of Economics, Hue University, 99 Ho Duc Di St., Hue, Vietnam

* Correspondence to Ho Thi Thuy Nga <hothuynga@hueuni.edu.vn>

(Received: May 28, 2023; Accepted: June 15, 2023)

Abstract. In recent years, destination social responsibility (DSR) has increasingly attracted researchers in the field of tourism. The study was conducted based on statistical procedures and reviewed articles published in Scopus and WoS indexed journals. The Endnote software was used to exclude duplicate results and Viewer software was used to determine DSR research trends. The results show that studies related to DSR were published from 2013 to 2022 and the results of the article have clarified issues of DSR with responsible behaviors of stakeholders such as visitors, residents, destination management organizations and tourism service providers. In addition, this research also contributes to theoretical values, problem approaches, and research contents in DSR. The research also contributes to providing directions for DSR studies in the future that are relevant to the domestic context.

Keywords: destination social responsibility, literature review, content analysis, qualitative research

1 Đặt vấn đề

Ngày nay tại nhiều nơi trên thế giới, chính phủ và các tổ chức hoạt động du lịch cùng các nhà cung cấp dịch vụ du lịch tại các địa phương, các điểm đến du lịch tập trung nhiều vào phát triển du lịch bền vững, du lịch xanh, du lịch có trách nhiệm, ... cụ thể là TNXH điểm đến du lịch. Thực hiện TNXH điểm đến là một công việc không thể bỏ qua trên con đường hội nhập và phát triển du lịch, bởi vì thực hiện tốt điều này không chỉ nâng cao khả năng cạnh tranh giữa các điểm đến trong việc thu hút sự quay trở lại của du khách để góp phần vào sự phát triển kinh tế địa phương mà còn là nền tảng cơ bản để phát triển du lịch bền vững [1].

Trong thời gian qua, có rất ít nghiên cứu trên thế giới về TNXH điểm đến được công bố và chủ đề nghiên cứu tổng quan về TNXH điểm đến vẫn chưa được công bố tại Việt Nam. Bên cạnh đó, các nghiên cứu trong nước về TNXH điểm đến vẫn còn hạn chế và có rất ít công trình nghiên cứu về chủ đề này được xuất bản.

Vì vậy, mục tiêu của nghiên cứu này là thảo luận các khái niệm TNXH điểm đến hiện có, tiếp theo là đánh giá có hệ thống dựa trên nền tảng cơ sở dữ liệu tương đối lớn từ các nguồn tạp chí; từ đó đề xuất một định nghĩa toàn diện, thống nhất về TNXH điểm đến có thể áp dụng trong các bối cảnh khác nhau và chỉ ra một số hướng nghiên cứu về TNXH điểm đến trong tương lai. Các nghiên cứu đã hỗ trợ kết quả tích cực cho TNXH điểm đến du lịch mang lại nhiều lợi ích cho phát triển du lịch bền vững thông qua các hành vi trách nhiệm của các bên liên quan tại điểm đến. Mặc dù lý thuyết các bên liên quan được xem là nền tảng trong việc đưa ra khái niệm TNXH điểm đến, nhưng các nghiên cứu trong thời gian qua cho thấy khái niệm TNXH điểm đến được các học giả nghiên cứu từ quan điểm của khách du lịch hay cư dân địa phương, trong khi các bên

liên quan khác vẫn chưa được đề cập. Trong khi đó, các bên liên quan khác như tổ chức quản lý điểm đến du lịch, các nhà cung cấp dịch vụ du lịch, các doanh nghiệp du lịch, chính quyền địa phương lại đóng một vai trò quan trọng trong mối liên kết và thể hiện TNXH điểm đến; cụ thể là tạo ra lợi ích kinh tế, nâng cao phúc lợi cho người dân địa phương và giảm thiểu các tác động tiêu cực đến kinh tế, môi trường và xã hội [1–5]. Hơn nữa, các phương pháp tiếp cận nghiên cứu vẫn còn đang rời rạc và chưa có sự nhất quán. Chủ đề nghiên cứu về TNXH điểm đến của các học giả đa phần thiên về phương pháp xử lý định lượng để đưa ra kết quả thảo luận và hàm ý quản trị. Do đó, cần phải có một công cụ đo lường toàn diện và định nghĩa về TNXH điểm đến thống nhất phù hợp với các bối cảnh khác nhau trên góc độ tiếp cận với các bên liên quan như khách du lịch, cộng đồng địa phương, tổ chức quản lý điểm đến, các nhà cung cấp dịch vụ du lịch, các doanh nghiệp du lịch, chính quyền địa phương trên tất cả các khía cạnh như môi trường, kinh tế, xã hội, văn hóa, liên quan đến các bên liên quan và tính tự nguyện [3, 6].

Nghiên cứu này nhằm phân tích sự đóng góp của TNXH điểm đến trong bối cảnh du lịch có trách nhiệm, đề xuất một khái niệm thống nhất về TNXH điểm đến và đưa ra các định hướng nghiên cứu trong tương lai.

2 Khái niệm và vai trò của trách nhiệm xã hội điểm đến

2.1 Khái niệm trách nhiệm xã hội điểm đến

Dự án ESRT cam kết các nguyên tắc định hướng cho du lịch có trách nhiệm đã được xác định trong tuyên bố CAPE TOWN về du lịch có trách nhiệm tại các điểm đến [7], du lịch có trách nhiệm là một trong những phản ứng để đáp ứng ba mục tiêu cốt lõi về phát triển kinh tế, đó là mục tiêu về hành vi có trách nhiệm với môi trường, kinh tế và xã hội. Cụ thể, nó được định nghĩa là tất cả các hình thức du lịch có trách nhiệm là làm cho việc tiêu thụ sản phẩm du lịch bền vững hơn, nghĩa là góp phần duy trì khả năng phát triển bền vững của các điểm đến du lịch. Điều này liên quan đến hành động có trách nhiệm thông qua phát triển các tác động tích cực và giảm thiểu những tác động tiêu cực [8].

Mặc dù khái niệm du lịch có trách nhiệm không thể quy đổi sang TNXH doanh nghiệp, nhưng nó là tiền đề để phát triển và nghiên cứu sâu hơn về TNXH [9]. Định nghĩa TNXH doanh nghiệp là một công việc khó khăn bởi vì cần phải có sự thống nhất liên quan đến việc điều chỉnh khái niệm này sao cho phù hợp với bối cảnh và khu vực cụ thể nơi mà TNXH doanh nghiệp được thực hiện, xem xét và nghiên cứu [10, 11]. Một khái niệm về TNXH doanh nghiệp cho thấy rằng

các thành phần được đề cập nhiều nhất của TNXH doanh nghiệp là kinh tế, môi trường, xã hội, các bên liên quan và tính tự nguyện; nghĩa là các hành động dựa trên sự tự giác và không có quy định của pháp luật [12].

Các công trình nghiên cứu về TNXH trong du lịch chỉ ra rằng, TNXH trong du lịch là nghĩa vụ và hành động vì lợi ích xã hội chung của các doanh nghiệp du lịch và các bên liên quan [2]. Đây là cơ sở lý luận được áp dụng cho các tổ chức thực hiện TNXH doanh nghiệp. Hơn 70% bài viết về TNXH doanh nghiệp được xuất bản từ năm 2013 đến nay cho thấy sự quan tâm ngày càng tăng của các học giả đối với lĩnh vực này [13]. TNXH doanh nghiệp đã được nghiên cứu trong bối cảnh khách sạn [10, 14, 15]. Su và cộng sự nhấn mạnh rằng do các nghiên cứu TNXH doanh nghiệp được tiến hành xem xét nhận thức của khách hàng về TNXH doanh nghiệp tại khách sạn nên các thang đo về TNXH chỉ phù hợp cho các công ty dịch vụ du lịch, trong đó có khách sạn chứ không thể đánh giá TNXH cho toàn bộ điểm đến du lịch [3].

Su & Huang đã đề xuất thuật ngữ TNXH điểm đến du lịch đầu tiên trong nghiên cứu dựa trên ý tưởng rằng các điểm đến du lịch phải cần được thực hiện TNXH điểm đến; vượt ra ngoài các hoạt động hướng đến lợi nhuận và hướng đến nâng cao phúc lợi cộng đồng. Thuật ngữ này được áp dụng cho các bên liên quan. Theo khái niệm này, tổ chức quản lý điểm đến nên cam kết bảo vệ, nâng cao lợi ích của tổ chức và xã hội [4]. Chủ đề TNXH điểm đến phổ biến hơn khi Su & Swanson nhấn mạnh về tầm quan trọng của các thực hành liên quan đến TNXH điểm đến du lịch nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống của cộng đồng và xã hội nói chung [12]. TNXH điểm đến đã tạo ra mối liên kết giữa trách nhiệm và hành vi [1]; mối liên kết giữa tư tưởng và nỗ lực tập thể [5, 16] hoặc sáng kiến về sự ủng hộ du lịch của cư dân đối với du lịch thông qua nhận TNXH điểm đến [17]. Nhìn chung, các nghiên cứu nêu lên các khái niệm TNXH điểm đến dựa vào quan điểm của du khách hoặc cư dân địa phương, mặc dù có sự thống nhất giữa các nghiên cứu rằng TNXH điểm đến du lịch có liên quan đến tất cả các hoạt động của các bên liên quan như tổ chức quản lý điểm đến, các nhà cung cấp dịch vụ du lịch, du khách, cư dân, ... và sự cam kết của các bên liên quan trong việc thực hiện TNXH điểm đến nhằm nâng cao việc bảo vệ môi trường điểm đến, lợi ích kinh tế, xã hội của toàn bộ điểm đến [2].

Mặc dù các thành phần được đề cập đến trong khái niệm TNXH điểm đến khác nhau, nhưng hầu hết các định nghĩa đều xem xét nỗ lực bên vững của các điểm đến bằng cách thông qua ba yếu tố là môi trường, xã hội và kinh tế. Su và cộng sự thừa nhận TNXH điểm đến là một cấu trúc đa chiều và sử dụng các phép đo cụ thể dựa vào TNXH doanh nghiệp. Để giải quyết vấn đề này, Su & cộng sự đã đưa ra thang đo lường TNXH điểm đến đầu tiên tập trung vào quan

điểm của cư dân bao gồm các khía cạnh như môi trường, kinh tế, xã hội, tính tự nguyện và các bên liên quan. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đã đưa ra khái niệm toàn diện cho từng khía cạnh [3]. Tuy nhiên, không có khái niệm TNXH điểm đến nào được xem xét dựa trên khía cạnh văn hóa một cách độc lập. Như đề xuất của các học giả trong cách tiếp cận với TNXH điểm đến, khía cạnh văn hóa liên quan đến việc bảo tồn nghệ thuật, văn hóa và truyền thống địa phương [18]. Trong bối cảnh đó có thể thấy rằng vẫn chưa có một định nghĩa toàn diện và thống nhất về TNXH điểm đến phù hợp với bối cảnh và quan điểm đa dạng.

2.2 Vai trò và nhận thức của các bên liên quan về TNXH điểm đến

Do TNXH điểm đến trình bày chi tiết mức độ hành vi trách nhiệm mà các bên liên quan thực hiện TNXH điểm đến nên việc xác định các bên liên quan và nhận thức của họ về TNXH điểm đến là rất quan trọng. Các bên liên quan là những thành viên của xã hội, doanh nghiệp, khách hàng [9]. Các nhóm khác nhau với lợi ích đa dạng có thể tác động hoặc bị tác động bởi các hoạt động du lịch tại điểm đến [19].

Đối với điểm đến du lịch, các nghiên cứu nhấn mạnh vai trò của khách du lịch, doanh nghiệp, nhân viên, các tổ chức chính phủ và người dân [3, 8]. Mihalic ủng hộ các yếu tố thúc đẩy trách nhiệm có liên quan đến năng lực cung ứng sản phẩm du lịch của điểm đến chẳng hạn như chất lượng cuộc sống của cư dân; nhu cầu tâm lý xã hội chẳng hạn như trải nghiệm của du khách và chính trị ví dụ như hành động, các chương trình nghị sự. Các yếu tố kể trên giúp hỗ trợ các tổ chức quản lý điểm đến nắm bắt và làm giảm thiểu tác động gây ảnh hưởng tiêu cực đến phát triển du lịch bền vững. Điều này cũng góp phần tránh việc vượt ngưỡng sức chứa của các điểm đến dẫn đến cộng đồng phản đối du lịch và giảm sự thu hút du khách [20].

Lý thuyết về TNXH điểm đến nhấn mạnh rằng, tính bền vững của điểm đến có thể đạt được nếu các bên liên quan hành động với mục tiêu chung là bảo vệ môi trường, tăng trưởng kinh tế, mang lại lợi ích cho xã hội. Việc này được thông qua sự hợp tác thể hiện trong hành vi có trách nhiệm với xã hội [8, 21]. Trong bối cảnh quản lý và điều hành điểm đến du lịch, khả năng rộng lớn của các tổ chức quản lý điểm đến trong vai trò trung gian và kết nối là rất quan trọng để thúc đẩy sự hợp tác và hành vi trách nhiệm của các bên liên quan [22].

Trong khi các định nghĩa về TNXH điểm đến du lịch nêu bật vai trò của tất cả các bên liên quan thì các nghiên cứu đa phần xem xét mối quan hệ của TNXH điểm đến chủ yếu tập trung vào khách du lịch và người dân. Các nghiên cứu về TNXH điểm đến cho thấy rằng khi người dân nhận được lợi ích từ các hoạt động TNXH điểm đến, chẳng hạn như môi trường được trong lành,

chất lượng cuộc sống được cải thiện, ... thì họ có thể thực hiện những hành vi phản hồi như hành vi ủng hộ du lịch, hành vi có trách nhiệm với môi trường [3, 21, 23]. Tương tự như vậy, ý định thăm viếng điểm đến của khách du lịch được định hình dựa trên các nhận thức của họ về các nỗ lực TNXH điểm đến [2]. Cụ thể, nhận thức TNXH điểm đến của du khách đóng vai trò quyết định tới ý định và hành vi trách nhiệm của họ đến môi trường và ý định quay lại của du khách [24, 25, 26]. Do đó, nhận thức của các bên liên quan về TNXH điểm đến là phù hợp vì nó có thể nâng cao các tác động du lịch tích cực và giảm bớt tác động tiêu cực [5].

3 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện dựa vào quy trình thống kê và xem xét tài liệu một cách hệ thống nhằm cung cấp tổng quan về các nghiên cứu TNXH điểm đến. Việc thống kê và xem xét có hệ thống này làm giảm thiểu khả năng sai lệch của người đánh giá trong quá trình chọn lựa các bài báo khoa học có liên quan đến chủ đề này [26]. Từ đó, giúp cho việc xác định được những vấn đề đã được nghiên cứu một cách khách quan hơn và cho phép thiết lập những vấn đề chưa được xem xét [27]. Do đó, quy trình định hướng này có thể được sử dụng để phát hiện những lỗ hổng nghiên cứu hiện tại và có phương hướng cho các nghiên cứu tiếp theo trong tương lai [28]. Theo cách tiếp cận này, nghiên cứu của nhóm tác giả nhằm giúp mô tả các hướng nghiên cứu trong tương lai và đề xuất một định nghĩa toàn diện cho TNXH điểm đến du lịch thông qua các khía cạnh: quá trình phát triển của việc xuất bản các bài báo trên các tạp chí khoa học về TNXH điểm đến; cơ sở lý thuyết đã được sử dụng; phương pháp tiếp cận và đo lường được sử dụng trong các nghiên cứu; những kết quả đạt được của TNXH điểm đến; những lỗ hổng nghiên cứu còn tồn tại; những khía cạnh này là cơ sở để phản ánh TNXH điểm đến so với các nghiên cứu trước đây và để đề xuất một định hướng nghiên cứu cụ thể hơn về TNXH điểm đến du lịch trong tương lai.

Trong giới hạn của nghiên cứu này, các dữ liệu được sử dụng cho công tác phân tích là các bài báo khoa học về TNXH điểm đến đã được xuất bản trên các tạp chí Scopus và WoS vì tính toàn diện và được bình duyệt của các bài báo [29]. Việc sử dụng các bài báo trên tạp chí đã được bình duyệt của hệ thống giúp giảm thiểu sai sót và nâng cao chất lượng của kết quả [28, 30, 31].

Công cụ tìm kiếm được thực hiện trực tiếp trong cơ sở dữ liệu trực tuyến của WoS và Scopus. Bộ lọc tìm kiếm gồm các bài báo bằng tiếng Anh thông qua tiêu đề, tóm tắt, từ khóa trách nhiệm xã hội điểm đến và được loại trừ kết quả trùng lặp bằng phần mềm Endnote. Sau đó, dùng phần mềm VOS Viewer phân tích trực lượng thư mục để đánh giá và phân tích kết quả nghiên

cứu của các bài báo khoa học. VOS Viewer sử dụng dữ liệu về số lượng, tác giả của các bài báo, các trích dẫn để đo lường đầu ra và trình bày các mối quan hệ của lĩnh vực nghiên cứu.

Trong giai đoạn đầu của quá trình sàng lọc có 32 bài báo được đề cập đến TNXH điểm đến của WoS và Scopus trong khoảng thời gian từ năm 2013 đến năm 2022. Tuy nhiên, trong số này có 10 bài báo trọng tâm nghiên cứu không phải là TNXH điểm đến; do vậy nhóm tác giả loại 10 bài báo không đảm bảo. Vậy còn lại 22 bài báo quốc tế uy tín được nhóm tác giả đưa vào xem xét. Theo Nguyễn Đình Thọ, các nghiên cứu định tính thường được thực hiện với một nhóm nhỏ các đối tượng nghiên cứu. Do đó, mẫu không chọn theo phương pháp chọn mẫu xác suất mà mẫu được chọn sao cho thỏa mãn các đặc tính của nghiên cứu [32]. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả khai thác toàn bộ các bài báo khoa học tiếng Anh về chủ đề TNXH điểm đến du lịch được xuất bản trên hai tạp chí WoS và Scopus từ năm 2013 đến năm 2022 và được tổng số lượng hợp lệ là 22 bài báo. Vì vậy, số lượng này là đảm bảo độ tin cậy và phù hợp theo nhận định của Nguyễn Đình Thọ. Với số lượng 22 bài báo được đánh giá hợp lệ và được đưa vào xem xét một cách có hệ thống của nghiên cứu cho thấy chủ đề TNXH điểm đến được xuất bản trên tạp chí Scopus và WoS còn khá hạn chế. Đây là tiền đề để giúp mở rộng nghiên cứu về chủ đề TNXH điểm đến du lịch trong tương lai.

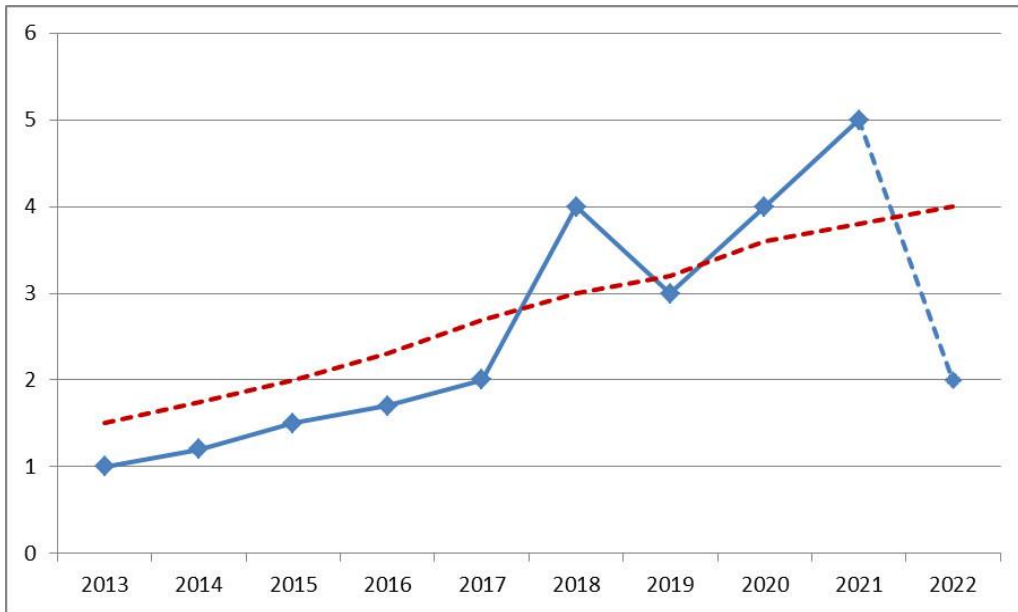
4 Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1 Sự phát triển của các nghiên cứu khoa học về TNXH điểm đến

Phân tích bộ dữ liệu cho thấy số lượng bài báo khoa học về TNXH điểm đến đã tăng lên trong những năm gần đây. Bài báo đầu tiên đề cập đến cấu trúc này là từ năm 2013. Từ năm 2017 trở đi, các nghiên cứu về chủ đề này gia tăng, cho thấy các học giả bắt đầu có mối quan tâm về TNXH điểm đến du lịch ngày càng nhiều (Hình 1).

Các tác giả có nhiều công trình nghiên cứu hơn theo thời gian. Cụ thể là Su với 13 bài báo được xuất bản bằng tiếng Anh, tiếp theo là Swanson với 4 bài báo, Huang với 3 bài báo và Lee với 2 bài báo tương ứng. 35 tác giả khác tham gia với vai trò là cộng sự trong các bài báo. Tất cả các bài báo đều có đồng tác giả. Ba tạp chí tích cực trong việc xuất bản về TNXH điểm đến là Sustainability (n = 6), Tourism Management (n = 3), và Journal of Destination Marketing & Management (n = 2) (Bảng 1).

Bảng 1 mô tả rằng tất cả các nghiên cứu đo lường TNXH điểm đến như một cấu trúc đa chiều. Trần và cộng sự đã điều chỉnh thang đo nghiên cứu TNXH doanh nghiệp và TNXH điểm



Hình 1. Số bài báo khoa học TNXH điểm đến du lịch từ năm 2013 đến 2022

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả năm 2023

đến, sử dụng 28 mục và 5 khía cạnh [33]. Mặc dù các thang đo được chuyển từ nghiên cứu TNXH doanh nghiệp nhưng đã cho thấy tính nhất quán nội bộ cao, các khía cạnh trách nhiệm đạo đức và từ thiện đã được hợp nhất thành một khía cạnh và sáu hạng mục đã bị loại bỏ do hệ số tải thấp. Yu & Hwang đã sử dụng thang đo đa chiều tương tự, trong đó các khía cạnh đạo đức và từ thiện bị loại bỏ do độ tin cậy thấp [16]. Su và cs. đã sử dụng quy trình phát triển thang đo để đo lường TNXH điểm đến dưới dạng cấu trúc năm chiều (môi trường, kinh tế, xã hội, các bên liên quan và tính tự nguyện). Tính nhất quán bên trong là tốt cho tất cả các kích thước, trong tổng số 20 mục. Giới hạn của thang đo có liên quan đến thực tế là nó chỉ được xác nhận từ quan điểm của người dân [34]. C. Lee và cs.; S. Lee và cs. đã sử dụng thang đo được xác nhận bởi Fatma và cs. [5] để đo lường TNXH doanh nghiệp trong bối cảnh khách sạn [23, 24]. Mặc dù tính nhất quán bên trong là tốt cho tất cả các khía cạnh nhưng thang đo chỉ xác thực trong bối cảnh khách sạn và chỉ bao gồm ba khía cạnh liên quan đến ba điểm mấu chốt của phát triển bền vững (kinh tế, môi trường và xã hội). Mặc dù nhấn mạnh bản chất đa chiều của cấu trúc về mặt khái niệm nhưng các nghiên cứu đánh giá TNXH điểm đến theo cấu trúc đơn chiều.

Bảng 1. Thống kê các bài báo khoa học được đăng trên tạp chí Scopus và WoS từ năm 2013 đến năm 2022

Tác giả	Quốc gia	Mẫu	Thang đo	Kích thước/số khía cạnh	TNXH điểm đến Cronbach's Alpha	Phương pháp phân tích
Ma & cs. [23]	Trung Quốc	272 cư dân	5-point Likert	4 thành phần	0.798	SEM*
Su & Swanson [2]	Trung Quốc	539 du khách	7-point Likert	5 thành phần	0.914	CFA**, SEM
Su & cs. [1]	Trung Quốc	272 cư dân	5-point Likert	5 thành phần	0.798	CFA, SEM
Su & cs. [5]	Trung Quốc	272 cư dân	5-point Likert	4 thành phần	0.798	CFA, SEM
Su & cs. [39]	Trung Quốc	453 cư dân	7-point Likert	5 thành phần	0.921	CFA, SEM
Su & cs. [21]	Trung Quốc	541 du khách	5-point Likert	4 thành phần	0.802	CFA, SEM
Tran & cs. [34]	Vietnam	359 du khách	5-point Likert	5 thành phần	Kinh tế: 0.948, môi trường: 0.888, xã hội: 0.922	EFA**, CFA, SEM
Hu & cs. [17]	Trung Quốc	381 cư dân	7-point Likert	5 thành phần	0.792	CFA, SEM
Su & Huang [44]	Trung Quốc	522 du khách	7-point Likert	5 thành phần	0.881	CFA, SEM
Yu & Hwang [16]	Trung Quốc	359 du khách	5-point Likert	5 thành phần	Kinh tế: 0.896, môi trường: 0.836, xã hội: 0.697	SEM
Kim & Yoon [37]	Hàn Quốc	250 du khách	7-point Likert	4 thành phần	0.894	CFA
Su & cs. [35]	Trung Quốc	127 sinh viên, 167 du khách	7-point Likert	Nghiên cứu thực nghiệm	N/A	ANOVA, LRA
Su & cs. [6]	Trung Quốc	280 sinh viên, 167 du khách	7-point Likert	Nghiên cứu thực nghiệm	N/A	ANOVA, LRA
Su & cs. [3]	Trung Quốc	86 sinh viên, 467 cư dân	7-point Likert	5 thành phần	Kinh tế: 0.875, môi trường: 0.945, xã hội: 0.818, sự tình nguyện: 0.846	EFA, CFA, SEM
Hassan & Soliman [46]	Ai cập	543 du khách	5-point Likert	6 thành phần	0.899	SEM

Tác giả	Quốc gia	Mẫu	Thang đo	Kích thước/số khía cạnh	TNXH điểm đến Cronbach's Alpha	Phương pháp phân tích
C. Lee & cs. [24]	Nam Hàn Quốc	415 du khách	5-point Likert	3 thành phần	Kinh tế: 0.871, môi trường: 0.868, xã hội: 0.839	CFA, Cluste, ANCOVA
Khan & cs. [36]	Malaysia	163 quản lý	5-point Likert	5 thành phần	N/A	SEM
S. Lee & cs. [25]	Nam Hàn Quốc	433 du khách	5-point Likert	3 thành phần	Kinh tế: 0.87, môi trường: 0.85, xã hội: 0.87	SEM LMSA++
Su & cs. [43]	Trung Quốc	249 đáp viên (online)	-	Nghiên cứu thực nghiệm	N/A	T-test, ANOVA
He & cs. [45]	Trung Quốc	419 du khách	7-point Likert	5 thành phần	N/A	ANOVA
Su & cs. [51]	Trung Quốc	539 du khách	7-point Likert	5 thành phần	0.914	CFA, SEM

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả năm 2023

Ngoại trừ nghiên cứu của Su & cộng sự sử dụng cả phương pháp định lượng và định tính [25], tất cả các bài báo đều theo phương pháp định lượng. 21 bài báo được phân tích nhấn mạnh sự khó khăn trong việc đo lường TNXH điểm đến do tính chất phức tạp của cấu trúc. Bảng 1 cũng cho thấy rằng liên quan đến phân tích dữ liệu, mô hình phương trình cấu trúc được sử dụng nhiều nhất trong nghiên cứu TNXH điểm đến du lịch. Mặc dù các nghiên cứu ban đầu về TNXH điểm đến tập trung vào nhận thức của người dân, nhưng có 62% bài viết dựa trên nhận thức của khách du lịch. Chỉ có một nghiên cứu dựa trên quan điểm của các nhà quản lý [35] và không có nghiên cứu nào là theo chiều dọc. Nghiên cứu theo chiều dọc được thực hiện bằng cách tập trung nghiên cứu vào một chủ đề, quan sát nó lặp đi lặp lại để theo dõi sự thay đổi trong một khoảng thời gian và đưa ra các báo cáo cụ thể cho sự thay đổi ấy.

4.2 Cơ sở lý thuyết của nghiên cứu TNXH điểm đến

Các lý thuyết được sử dụng thường xuyên nhất làm nền tảng cho nghiên cứu TNXH điểm đến là mô hình SOR (Stimulus – Organism – Response Model) của Mehrabian & Russell và lý thuyết trao đổi xã hội SET (Social Exchange Theory). SOR đã được thông qua trong năm bài báo của Kim & Yoon; Su & Swanson; Su, Swanson, & Hsu; Tran và cs.; Yu & Hwang [2, 16, 21, 33, 36]. Khung SOR được giới thiệu bởi Mehrabian & Russell, người đã gợi ý rằng cảm xúc và tình cảm

dẫn đến hành vi của con người. Cơ sở lý luận của khuôn khổ này là khi các cá nhân gặp phải một kích thích cụ thể, các trạng thái bên trong tương ứng với cơ thể được tạo ra (nhận thức và cảm xúc). Những trạng thái bên trong này ảnh hưởng đến phản ứng của cá nhân, có thể liên quan đến phản ứng tiếp cận hoặc tránh né [37]. Các bài báo xem nhận thức TNXH điểm đến là tác nhân kích thích (S), nhận thức và cảm xúc (O) và kết quả hành vi (R).

Lý thuyết trao đổi xã hội (SET) đã được sử dụng trong nghiên cứu của Ma và cộng sự; Su, Huang & Huang; Su, Huang & Pearce; Su, Lian & Huang; Khan và cộng sự xem xét quan điểm của người dân, khách du lịch và nhà quản lý [5, 6, 23, 35, 38]. Lý thuyết do Homans phát triển rất hữu ích cho việc nghiên cứu hành vi, bao gồm cả sự thay đổi hành vi hoặc dự đoán hành vi trong bối cảnh các mối quan hệ xã hội [39]. Trong bối cảnh TNXH điểm đến, khi thu được nhiều lợi ích hơn từ các chiến lược TNXH điểm đến, các cá nhân có thể áp dụng các hành vi có trách nhiệm hơn với môi trường để bảo vệ môi trường tại điểm đến. Sự thay đổi hành vi này, liên quan đến nỗ lực cá nhân, góp phần vào sự phát triển bền vững của điểm đến và do đó, mang lại lợi ích cho người dân [38], khách du lịch [6] và chính điểm đến [35]. Mức độ phù hợp của lý thuyết trao đổi xã hội đã được nhấn mạnh trong các thảo luận liên quan đến việc ngăn chặn các hành vi du lịch không bền vững [20].

Lý thuyết các bên liên quan chỉ rõ rằng các cá nhân và nhóm khác nhau có thể hỗ trợ và tác động qua lại trong việc thực hiện tốt TNXH điểm đến du lịch cũng đã được sử dụng trong các nghiên cứu TNXH điểm đến [3, 23, 35, 38]. Theo định nghĩa của Freeman, các bên liên quan có thể được mô tả là một nhóm hoặc một cá nhân có thể tác động hoặc bị tác động bởi việc đạt được các mục tiêu của tổ chức [19]. Trong bối cảnh của TNXH điểm đến, các hành động TNXH điểm đến sẽ mang lại lợi ích cho tất cả các bên liên quan. Trong các bài báo được phân tích, các bên liên quan được nghiên cứu thường xuyên nhất là khách du lịch, tiếp theo là người dân. Tương tự như lý thuyết hành vi trao đổi xã hội, lý thuyết các bên liên quan được coi là cốt yếu trong các thảo luận xung quanh việc ngăn chặn du lịch không bền vững [20].

Lý thuyết quy kết đã được sử dụng trong hai nghiên cứu của Su, Lian & Huang; Su, Gong & Huang [6, 33]. Lý thuyết này được giới thiệu bởi Heider và được dựa vào bản chất tâm lý học xã hội, nhằm mục đích giải thích cách các cá nhân nhận thức được nguyên nhân của một sự việc hoặc hành vi và kết quả của sự quy kết là tác động đến các hành vi tiếp theo của họ [40].

Lý thuyết tín hiệu của Connelly và cs., liên quan đến các tín hiệu được gửi đến người nhận tập trung vào việc giảm thiểu sự bất đối xứng thông tin giữa các nhóm [41], đã được sử dụng trong nghiên cứu của Su, Lian & Huang; Su và cs. [6, 42]. Lý thuyết giá trị cũng đã được sử dụng

làm nền tảng lý thuyết cho các nghiên cứu gần đây về TNXH điểm đến thông qua lăng kính của lý thuyết chuẩn mực niềm tin giá trị [24] và mô hình giá trị-bản sắc-cá nhân (VIP) [25] trong việc giải thích các hành vi vì môi trường. Các lý thuyết về chất lượng mối quan hệ đã được chứng minh là hữu ích trong việc kiểm tra vai trò của TNXH điểm đến trong việc củng cố mối quan hệ giữa các cá nhân và điểm đến bằng cách tập trung vào niềm tin, sự đồng nhất và sự hài lòng [2, 43].

Lý thuyết gắn bó đã được áp dụng trong khung nghiên cứu của Hu và cộng sự [17]. Bắt nguồn từ tâm lý môi trường, sự gắn bó về điểm đến có liên quan đến sự ràng buộc giữa các cá nhân và địa điểm. Dựa vào lý thuyết gắn bó, Hu và cộng sự đưa ra sự gắn bó điểm đến là biến trung gian cho mối liên hệ giữa TNXH điểm đến với hành vi ủng hộ du lịch của người dân địa phương [17]. Các lý thuyết khác như lý thuyết thúc đẩy [24], lý thuyết lan tỏa từ dưới lên [5], lý thuyết nhất quán cảm xúc [43], chất lượng dịch vụ và lý thuyết tương hỗ [44] cũng được cho là hữu ích để nâng cao kiến thức về TNXH điểm đến và các tác động của nó.

Bảng 2. Bảng tổng hợp các cơ sở lý thuyết liên quan đến TNXH điểm đến

Nguồn	Các cơ sở lý thuyết	Ảnh hưởng của cơ sở lý thuyết trong các nghiên cứu TNXH điểm đến
Ma & cs. [23]	Lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết tín hiệu, lý thuyết trao đổi xã hội, lý thuyết nhận thức – cảm xúc – hành vi (SOR)	TNXH điểm đến -> lợi ích cư dân -> sự ủng hộ du lịch TNXH điểm đến -> niềm tin cư dân -> sự ủng hộ du lịch
Su & Swanson [2]	Lý thuyết nhận thức – cảm xúc – hành vi (SOR)	TNXH điểm đến -> cảm xúc tích cực của du khách -> hành vi trách nhiệm môi trường TNXH điểm đến -> cảm xúc tiêu cực của du khách -> hành vi trách nhiệm môi trường TNXH điểm đến -> gắn bó điểm đến -> hành vi trách nhiệm môi trường TNXH điểm đến -> cảm xúc tích cực -> gắn bó điểm đến -> hành vi trách nhiệm môi trường
Su & cs. [1]	Lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết trao đổi xã hội	TNXH điểm đến -> niềm tin của cư dân TNXH điểm đến -> sự hài lòng của cư dân -> hiệu quả kinh tế điểm đến TNXH điểm đến -> sự gắn bó điểm đến

Nguồn	Các cơ sở lý thuyết	Ảnh hưởng của cơ sở lý thuyết trong các nghiên cứu TNXH điểm đến
Su & cs. [5]	Lý thuyết trao đổi xã hội, lý thuyết tín hiệu	TNXH điểm đến -> chất lượng cuộc sống TNXH điểm đến -> sự ủng hộ du lịch của cư dân TNXH điểm đến -> nhận thức của cư dân về tác động tích cực của du lịch
Su & cs. [39]	Lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết trao đổi xã hội	TNXH điểm đến -> hành vi trách nhiệm môi trường của cư dân TNXH điểm đến -> nhận thức của cư dân về tác động tích cực của du lịch TNXH điểm đến -> sự hài lòng của cộng đồng
Su & cs. [21]	Lý thuyết nhận thức – cảm xúc – hành vi (SOR)	TNXH điểm đến -> cảm xúc tích cực/ tiêu cực của du khách -> ý định quay lại TNXH điểm đến -> cảm xúc tích cực/ tiêu cực của du khách -> ý định quảng bá điểm đến TNXH điểm đến -> cảm xúc tích cực/ tiêu cực của du khách -> tìm kiếm điểm đến thay thế
Tran & cs. [34]	Lý thuyết nhận thức – cảm xúc – hành vi (SOR)	TNXH điểm đến (kinh tế, môi trường, xã hội) -> trách nhiệm xã hội (pháp luật, đạo đức, từ thiện)-> sự hài lòng du khách
Hu & cs. [17]	Lý thuyết gắn bó	TNXH điểm đến -> sự gắn bó điểm đến TNXH điểm đến -> sự phụ thuộc điểm đến TNXH điểm đến -> hành vi ủng hộ du lịch của cư dân
Yu & Hwang [16]	Lý thuyết nhận thức – cảm xúc – hành vi (SOR)	TNXH điểm đến -> hình ảnh điểm đến-> lòng trung thành của du khách
Su & Huang [44]	Lý thuyết trao đổi xã hội	TNXH điểm đến -> sự yêu thích điểm đến-> sự hài lòng của khách du lịch
Su & cs. [3]	Lý thuyết các bên liên quan	TNXH điểm đến -> sự hài lòng của cộng đồng TNXH điểm đến -> sự gắn bó của cộng đồng
Su & cs. [33]	Lý thuyết quy kết	Nghiên cứu thực nghiệm: ý định tham quan của du khách có xu hướng cao hơn khi điểm đến thực hiện các chiến lược TNXH điểm đến
Su & cs. [6]	Lý thuyết trao đổi xã hội, lý thuyết quy kết	Nghiên cứu thực nghiệm: TNXH điểm đến -> tin tưởng điểm đến-> ý định viếng thăm của khách du lịch

Nguồn	Các cơ sở lý thuyết	Ảnh hưởng của cơ sở lý thuyết trong các nghiên cứu TNXH điểm đến
Kim & Yoon [37]	Lý thuyết nhận thức – cảm xúc – hành vi (SOR)	Phân tích hồi quy: khi tiếp xúc với một điểm đến đồng đức, du khách sẽ tức giận hơn nếu họ cho rằng TNXH điểm đến thấp nhưng cảm thấy thông cảm hơn trong các tình huống có TNXH điểm đến cao
Hassan & Soliman [46]	Lý thuyết quy kết	TNXH điểm đến -> uy tín điểm đến-> sự tin tưởng -> ý định quay lại của du khách
Khan & cs. [36]	Lý thuyết trao đổi xã hội, lý thuyết các bên liên quan	Chính sách du lịch bền vững và quản lý điểm đến -> TNXH điểm đến -> phát triển du lịch bền vững
C. Lee & cs. [24]	Lý thuyết tín hiệu	TNXH điểm đến -> hành vi môi trường của du khách
S. Lee & cs. [25]	Lý thuyết tín hiệu	TNXH điểm đến (môi trường) có tác động điều chỉnh tiêu cực
Su & cs. [43]	Lý thuyết tín hiệu	TNXH điểm đến -> tình cảm -> chất lượng cuộc sống của cư dân
Su & cs. [51]	Lý thuyết trao đổi xã hội	TNXH điểm đến -> sự gắn bó điểm đến-> khả năng chống lại thông tin tiêu cực
He & cs. [45]	Lý thuyết gắn bó	TNXH điểm đến xem xét ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ điểm đến đối với hành vi trách nhiệm môi trường của du khách thông qua cam kết môi trường.

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả năm 2023

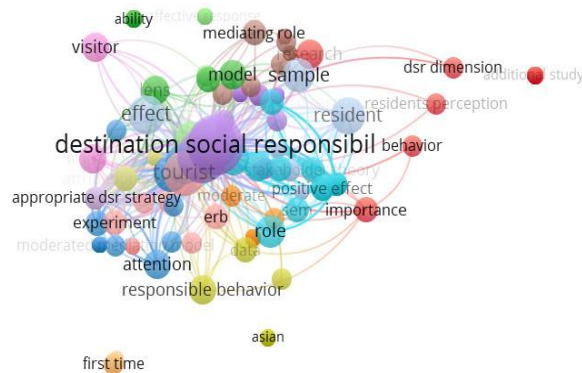
4.3 Kết quả nghiên cứu TNXH điểm đến và khoảng trống nghiên cứu

Các nghiên cứu TNXH điểm đến xuất phát từ quan điểm của người dân hướng đến hành vi ủng hộ du lịch được nghiên cứu nhiều nhất thông qua các bài báo đã được xuất bản của Hu và cs. [17]; Ma và cs. [23]; Su, Huang & Huang [5]; Su và cs. [3]. Các tác động giữa TNXH điểm đến với các cấu trúc như gắn bó điểm đến của cư dân [1, 3], niềm tin [2, 23], hành vi có trách nhiệm với môi trường [38], chất lượng cuộc sống [5, 42], gắn bó điểm đến dựa vào sự phụ thuộc điểm đến, sự gắn bó điểm đến [17] và tinh thần đoàn kết cũng đã được đề xuất trong nghiên cứu TNXH điểm đến [42].

Từ quan điểm của khách du lịch, kết quả các nghiên cứu đã chứng minh TNXH điểm đến có tác động tích cực đến ý định quay lại của du khách [6, 16, 21, 33, 43, 45]. Tiếp theo là tác động

của TNXH điểm đến tới hành vi trách nhiệm môi trường [2, 24, 25], trong đó sự hiện diện của nhận thức TNXH điểm đến làm giảm thiểu các tác động tiêu cực đến môi trường của du khách [44]. Tác động của TNXH điểm đến đối với cảm xúc của khách du lịch [2, 21, 34]. Chỉ có một nghiên cứu TNXH điểm đến được thực hiện dưới góc độ của các nhà quản lý du lịch. Nghiên cứu về tác động của TNXH điểm đến đối với việc quản lý du lịch bền vững, cũng như vai trò của TNXH điểm đến trong việc hoạch định các chính sách du lịch bền vững và quản lý điểm đến du lịch [35].

Thông qua phần mềm VOS Viewer (Hình 2), có thể thấy năm nhóm thuật ngữ liên quan đến trọng tâm chính của bài báo: nhận thức của khách du lịch về TNXH điểm đến và tác động của nó đối với hành vi của họ, chẳng hạn như sự yêu thích điểm đến, sự thỏa mãn, ý định quay lại và tin tưởng (cụm màu tím); nhận thức TNXH điểm đến của người dân đối với sự hài lòng và hành vi ủng hộ du lịch (cụm màu nâu và màu xám); các nghiên cứu về tác động của TNXH điểm đến tới hành vi trách nhiệm, chẳng hạn như hành vi vì môi trường (cụm màu đỏ); nhận thức TNXH điểm đến đối với hành vi trách nhiệm của các bên liên quan (cụm màu vàng, xanh lá); vai trò của TNXH điểm đến du lịch đến phát triển du lịch bền vững (cụm màu xanh lam, hồng). Các chủ đề chính tập trung nghiên cứu TNXH điểm đến cũng được xác định trong Hình 3; điều này cho thấy xu hướng nghiên cứu TNXH điểm đến cao. Mặc dù ban đầu, các bài báo TNXH điểm



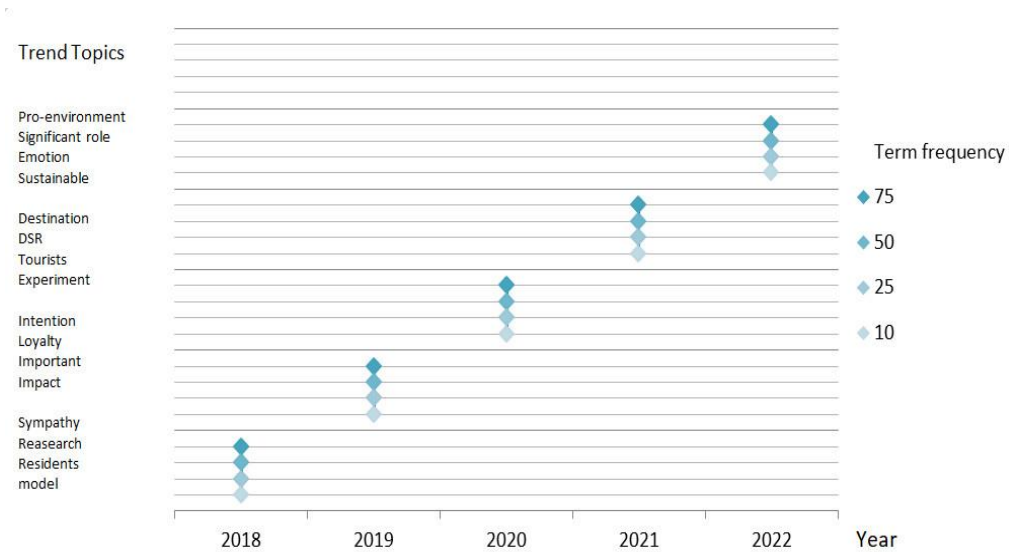
Hình 2. Tóm tắt các trọng tâm nghiên cứu TNXH điểm đến

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả năm 2023

đến tập trung vào đối tượng cư dân địa phương; tuy nhiên, sau này mối quan tâm của các học giả cũng đã được chuyển sang quan điểm của khách du lịch. Mối quan tâm đến tác động tích cực và tiêu cực của TNXH điếm đến đối với các hành vi bền vững, chẳng hạn như hành vi có trách nhiệm với môi trường đã trở thành mục tiêu nghiên cứu gần đây.

Bản tóm tắt các hạn chế của nghiên cứu về TNXH điếm đến được nhóm tác giả tổng hợp (Bảng 1). Những lỗ hổng trong các nghiên cứu được phân tích chủ yếu dựa vào các mẫu được sử dụng trong những nghiên cứu, tuy nhiên vẫn còn một số hạn chế nhất định, chẳng hạn yếu tố văn hóa và địa lý. Ngoài ra, các phát hiện cho thấy các mô hình được thử nghiệm vẫn chưa thể hiện được mức độ phức tạp của TNXH điếm đến và sự đa dạng của các biến có thể ảnh hưởng đến kết quả của TNXH điếm đến [6, 34, 45].

Hầu hết các nghiên cứu điều chỉnh thang đo từ nghiên cứu TNXH doanh nghiệp và đánh giá TNXH điếm đến theo cấu trúc một chiều. Khía cạnh này được coi là một lỗ hổng nghiên cứu [6]. Bảng 1 cũng cho thấy sự thiếu đại diện của các bên liên quan trong các bài báo, các nghiên cứu chỉ tập trung vào khách du lịch hoặc người dân. Hơn nữa, hầu hết các nghiên cứu đều là nghiên cứu cắt ngang (Cross-sectional Study) nên chúng không cho phép kiểm tra các tác động theo thời gian, tập trung nhiều hơn vào ý định hơn là hành vi thực tế và kết quả.



Hình 3. Các chủ đề nghiên cứu chính của TNXH điếm đến

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả năm 2023

5 Thảo luận và kết luận

5.1 Thảo luận

Về tiến độ xuất bản các bài báo về TNXH điểm đến cho thấy đây là một chủ đề nghiên cứu mới nổi, khoảng 67% bài báo đã được xuất bản từ năm 2019 trở lại đây. Điều này khẳng định sự quan tâm về chủ đề nhận thức TNXH điểm đến và mức độ phù hợp của cấu trúc này ngày càng tăng trong việc giải quyết TNXH điểm đến thay vì chỉ trong bối cảnh TNXH doanh nghiệp. Trong Hình 2, nhóm tác giả tóm tắt các trọng tâm nghiên cứu chính của TNXH điểm đến theo quan điểm của người dân và khách du lịch, qua đó đưa ra hướng nghiên cứu tiếp theo dựa trên lỗ hổng nghiên cứu về TNXH điểm đến.

Các lý thuyết nền tảng trong xã hội học và tâm lý học ví dụ như mô hình SOR và SET đã được ưu tiên nghiên cứu những tác động về thái độ, hành vi của cá nhân thông qua ảnh hưởng của nhận thức TNXH điểm đến dựa trên cơ sở lý luận của lý thuyết các bên liên quan. SOR chủ yếu được sử dụng để nghiên cứu du khách và SET chủ yếu được sử dụng để kiểm tra quan điểm của cư dân. Các lý thuyết khác liên quan đến giá trị, gắn bó điểm đến, lý thuyết tín hiệu và cảm xúc rất hữu ích trong việc giải quyết các kết quả TNXH điểm đến nhưng vẫn chưa được các nghiên cứu khám phá.

Bên cạnh đó, cho đến thời điểm hiện tại, các cơ sở lý thuyết về văn hóa hầu như không có trong các nghiên cứu TNXH điểm đến, mặc dù hầu hết các nghiên cứu thực nghiệm đều nhấn mạnh nhu cầu tiến hành các nghiên cứu đa văn hóa và kiểm tra xem liệu sự khác biệt về văn hóa có ảnh hưởng đến kết quả của các chiến lược TNXH điểm đến hay không [25]. Đa phần các nghiên cứu về TNXH điểm đến được thực hiện trong bối cảnh châu Á. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu về phát triển du lịch bền vững ở khu vực Châu Á [46]. Điều này trái ngược với nhiều nghiên cứu du lịch nhấn mạnh sự cần thiết phải tiến hành nhiều nghiên cứu hơn nữa về chủ đề này ở các nước Châu Á và các nghiên cứu chưa tập trung nhiều vào các mẫu ở các quốc gia Châu Âu. Địa bàn khảo sát mẫu có thể gây ra các quan điểm khác nhau về TNXH điểm đến và các tác động của nó, nghiên cứu TNXH điểm đến từ nhiều góc độ và địa bàn khác nhau có thể góp phần hiểu rõ hơn về TNXH điểm đến [16].

Hầu hết các nghiên cứu dựa vào các thang đo được phát triển từ TNXH doanh nghiệp. Mặc dù các khái niệm và cấu trúc của TNXH điểm đến có phạm vi phức tạp và đa chiều hơn (Bảng 1). Đa phần các học giả đánh giá TNXH điểm đến là cấu trúc một chiều (từ bốn đến sáu mục). Su và cộng sự đã tiến hành quy trình phát triển thang đo và đề xuất một thang đo cụ thể

bao gồm 5 khía cạnh là môi trường, kinh tế, xã hội, các bên liên quan và tính tự nguyện và 20 hạng mục. Tuy nhiên, quy mô chỉ được thực hiện từ quan điểm của người dân [3].

Mặc dù các khái niệm hiện tại về cấu trúc TNXH điếm đến nhấn mạnh vai trò của tất cả các bên liên quan nhưng các nghiên cứu đều tập trung vào đối tượng người dân và du khách là trọng tâm. Hơn nữa, các nhà quản lý du lịch là đối tượng cần phải có nhận thức sâu hơn về TNXH điếm đến, nhưng chỉ có một nghiên cứu duy nhất đề cập đến quan điểm của họ về vấn đề này [35]. Do đó, các nghiên cứu trong tương lai nên giải quyết lỗ hổng này bằng cách đề cập đến việc tiếp cận nhận thức TNXH điếm đến đối với các nhà quản lý doanh nghiệp du lịch, người lao động, đối thủ cạnh tranh, chính phủ và các tổ chức quản lý có liên quan từ góc độ quản lý và quản lý điếm đến. Đây là một hướng mới cho nghiên cứu về các cách tiếp cận du lịch có trách nhiệm và bền vững [46].

Đánh giá này chỉ ra rằng, việc thực hiện TNXH điếm đến sẽ có khả năng tác động tích cực đến cộng đồng và du khách, chẳng hạn hỗ trợ phát triển du lịch, chất lượng cuộc sống, ý định viếng thăm điếm đến, ý định tham gia vào hành vi có trách nhiệm với môi trường. Tuy nhiên, các nghiên cứu trong tương lai cần khám phá các mô hình phức tạp bằng cách giải quyết các tiền đề và kết quả của TNXH điếm đến liên quan đến sự an toàn và rủi ro được nhận thức, sự quen thuộc, nhân khẩu học xã hội và các biến tình huống. Nâng cao kiến thức về nhận thức TNXH điếm đến là mục tiêu cơ bản cho các nghiên cứu trong tương lai [6]. Cụ thể, tầm quan trọng của tác động của TNXH điếm đến đối với du lịch trách nhiệm thông qua các hành vi có trách nhiệm với môi trường, sự đóng góp trở lại cho cộng đồng, nâng cao chất lượng cuộc sống của cư dân, mang lại những hiệu quả tích cực cho phát triển kinh tế, xã hội và văn hóa [20, 47, 48].

Phân tích định lượng được sử dụng phổ biến nhất trong các nghiên cứu TNXH điếm đến. Tuy nhiên, việc áp dụng các phương pháp định tính cũng có thể mang lại kiến thức chuyên sâu hơn về TNXH điếm đến và tác động của nó đối với lĩnh vực này [25]. Trên thực tế, tương tự như các nghiên cứu trước đây cho thấy một số thách thức trong việc thu hút sự chú ý của các cá nhân đối với TNXH điếm đến [10, 49], một số cá nhân có thể có mức độ nhận thức thấp về các hành động TNXH điếm đến. Do đó, việc thực hiện các hành động TNXH điếm đến nhằm nâng cao nhận thức cần áp dụng cho tất cả các bên liên quan có thể giảm thiểu vấn đề này. Trong bối cảnh này, thiết kế nghiên cứu thực nghiệm cũng có thể hỗ trợ sâu hơn về TNXH điếm đến [46].

Theo hướng du lịch trách nhiệm, TNXH điếm đến có thể được coi là một lộ trình để đáp ứng các mục tiêu phát triển du lịch bền vững đến năm 2030 của Liên hợp quốc [46]. Vì nỗ lực để đánh giá tác động của TNXH điếm đến tới hành vi trách nhiệm là một chủ đề quan trọng cho các

ngiên cứu trong tương lai [35]. Hơn nữa, mặc dù các nghiên cứu theo chiều dọc được đề xuất cho chủ đề TNXH điểm đến [17, 45] và sự liên quan của việc đánh giá các phương pháp tiếp cận dựa trên trách nhiệm hành động, ảnh hưởng và giám sát các rủi ro của du lịch không bền vững [20]; không có nghiên cứu nào trong cơ sở dữ liệu thực hiện cách tiếp cận theo chiều dọc.

5.2 Đề xuất định nghĩa thống nhất TNXH điểm đến

Bản chất phức tạp của TNXH điểm đến nằm ở năm khía cạnh được thể hiện trong các nghiên cứu, vốn chưa được thống nhất cùng nhau trong các định nghĩa trước đây (1) nó là một cấu trúc bậc hai bao gồm nhiều chiều; (2) nó tập trung vào những nỗ lực được nhận thức ở cấp độ toàn bộ điểm đến hơn là ở cấp độ tổ chức; (3) vượt quá các nghĩa vụ pháp lý; (4) nó liên quan đến nỗ lực tập thể và liên tục của các bên liên quan tại điểm đến; (5) phương pháp quản lý liên quan đến vai trò trung gian của các tổ chức quản lý điểm đến trong việc kết nối, lập kế hoạch, khuyến khích, giám sát và phổ biến các chiến lược tập thể có trách nhiệm mang lại lợi ích cho điểm đến trong dài hạn nhằm phát triển du lịch bền vững và góp phần giảm thiểu những tác động tiêu cực đến du lịch. Dựa trên kết quả các nghiên cứu trước đây và các khái niệm, định nghĩa về TNXH điểm đến được nhóm tác giả tổng hợp và đề xuất như sau:

TNXH điểm đến là một cấu trúc đa chiều đề cập đến những nỗ lực TNXH của toàn bộ điểm đến theo cảm nhận của các bên liên quan. TNXH điểm đến du lịch đòi hỏi sự cam kết tập thể và liên tục để bảo vệ và nâng cao lợi ích của cộng đồng và tổ chức của điểm đến bằng cách áp dụng các hành động hướng đến các trách nhiệm về kinh tế, môi trường, xã hội, văn hóa, sự tự nguyện. Bên cạnh đó cần dựa vào các bên liên quan nhằm tăng cường các tác động du lịch tích cực lâu dài và giảm bớt những tiêu cực; phát huy tối đa vai trò trung gian và kết nối của các bên liên quan.

5.3 Kết luận

Nghiên cứu này đã đóng góp kiến thức bằng cách phản ánh các cách tiếp cận thực tế đối với tính bền vững trong bối cảnh du lịch. Cụ thể, nghiên cứu này tập trung vào mối quan tâm ngày càng tăng gần đây đối với TNXH điểm đến trong phạm vi du lịch có trách nhiệm tại các điểm đến du lịch. Các đánh giá trước đây về du lịch có trách nhiệm của Mondal & Samaddar chưa coi TNXH điểm đến là từ khóa tìm kiếm [46]. Nghiên cứu của nhóm tác giả cung cấp một cái nhìn tổng quan có hệ thống về những gì đã được thực hiện và những gì chưa được thực hiện về TNXH điểm đến để đề xuất hướng nghiên cứu trong tương lai. Đầu tiên, nhóm tác giả đề xuất một định nghĩa toàn diện và thống nhất về TNXH điểm đến có thể áp dụng trong các bối cảnh

khác nhau. TNXH điểm đến đưa ra một cách tiếp cận cụ thể đối với du lịch có trách nhiệm, xem xét toàn bộ điểm đến và không chỉ dừng lại ở các tổ chức như trong trường hợp TNXH doanh nghiệp. Sự quan tâm ngày càng tăng trong việc sử dụng cấu trúc TNXH điểm đến trên các tạp chí du lịch hàng đầu. Thứ hai, nhóm tác giả chỉ ra một số hướng nghiên cứu về TNXH điểm đến trong tương lai. Sự tổng hợp và phản ánh này có thể giúp các nhà nghiên cứu xác định hướng nghiên cứu mới cho TNXH điểm đến trong thời gian tới.

Các nghiên cứu hiện tại chứng minh rằng TNXH điểm đến ảnh hưởng tích cực đến các điểm đến du lịch, du khách và cư dân địa phương. Cơ sở lý thuyết được sử dụng trong các nghiên cứu này chủ yếu là lý thuyết các bên liên quan [3, 13]. Trước những thời điểm đầy thách thức trong việc đẩy mạnh phát triển du lịch bền vững, khách du lịch có thể có thái độ và hành vi tích cực hơn đối với các điểm đến thông qua các hành động có trách nhiệm. Do đó, TNXH điểm đến có thể được coi là một tác nhân tốt giúp nâng cao nhận thức của các bên liên quan về TNXH điểm đến [50]. Vì nhận thức TNXH điểm đến ảnh hưởng tích cực đến niềm tin và danh tiếng của điểm đến, điều này khuyến khích các hành vi có trách nhiệm đối với điểm đến [45]. Các kết quả nghiên cứu cho đến thời điểm hiện tại cho thấy tiềm năng của TNXH điểm đến trong bối cảnh du lịch bền vững là rất quan trọng và cần được khai thác nghiên cứu nhiều hơn nữa ở các khía cạnh liên quan.

Do đó, tương tự như TNXH doanh nghiệp đã phát triển từ cách tiếp cận đạo đức sang quan điểm chiến lược, các chiến lược TNXH điểm đến được đề xuất là chìa khóa cho phát triển du lịch có trách nhiệm [35]. Tuy nhiên, nghiên cứu thực nghiệm hỗ trợ cơ sở lý luận này là khan hiếm và nghiên cứu trong tương lai sẽ khám phá thêm mối quan hệ của nhận thức TNXH điểm đến. Do đó, TNXH điểm đến có thể là một cách tiếp cận có ý nghĩa để xem xét trong mối quan hệ giữa các điểm đến và các bên liên quan trong các chiến lược quảng bá điểm đến [22, 38, 51]. Ngoài ra, nó có thể là một phần của việc hướng đến phát triển du lịch bền vững và bảo vệ phúc lợi của cộng đồng [20, 52]. Trong bối cảnh đó, một cách tiếp cận quan trọng đối với các nghiên cứu là việc đề xuất một định nghĩa thống nhất về TNXH điểm đến. Xem xét việc đánh giá và tiến hành các hoạt động TNXH điểm đến bằng cách tiếp cận nhiều khía cạnh của điểm đến, chẳng hạn như môi trường, kinh tế, xã hội, văn hóa, liên quan đến các bên liên quan và tính tự nguyện.

Dựa vào kết quả của các nghiên cứu về TNXH điểm đến, nhóm tác giả đưa ra những nhận định trên; tuy nhiên nghiên cứu cũng có những mặt hạn chế như nhóm tác giả chỉ xem xét các bài báo về TNXH điểm đến đã được xuất bản trên các tạp chí Scopus và WoS. Ngoài ra, các bài báo được xuất bản trên các trang web khác và ngoài ngôn ngữ tiếng Anh thì không được xem

xét. Cuối cùng, nghiên cứu này chỉ tập trung vào từ khóa TNXH điểm đến được sử dụng trên tiêu đề, tóm tắt hoặc từ khóa của tác giả. Vì mục tiêu của nghiên cứu là lập bản đồ mối quan tâm ngày càng tăng đối với cấu trúc này; do đó nghiên cứu của nhóm tác giả không bao gồm xem xét các nghiên cứu khác tập trung vào cách tiếp cận TNXH điểm đến rộng hơn từ du lịch bền vững hoặc TNXH doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo

1. Su, L., Wang, L., Law, R., Chen, X. & Fong, D. (2016), Influences of destination social responsibility on the relationship quality with residents and destination economic performance, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 488–502.
2. Su, L., & Swanson, S. R. (2017), The effect of destination social responsibility on tourist environmentally responsible behavior: Compared analysis of first-time and repeat tourists, *Tourism Management*, 60, 308–321.
3. Su, L., Swanson, S. R., & He, X. (2020), A scale to measure residents perceptions of destination social responsibility, *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 873–897.
4. Su, L. & Huang, F. C. (2012), Study on the relationships among destination social responsibility, destination reputation, destination identification and tourism loyalty, *Tourism Tribune*, 27(10), 53–64.
5. Huang, Su, L., S. & Huang, J. (2018), Effects of destination social responsibility and tourism impacts on residents' support for tourism and perceived quality of life, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(7), 1039–1057.
6. Su, L., Lian, Q. & Huang, Y. (2020), How tourists' attribution of destination social responsibility motives impact trust and intention to visit? The moderating role of destination reputation, *Tourism Management*, 77, 103970.
7. RTP. (2002), The Cape Town declaration, Responsible Tourism Partnership. <https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/>
8. Goodwin, H. (2016), Responsible tourism: using tourism for sustainable development, 2nd ed. Goodfellow Publishers Ltd.
9. Carroll, A. B. (1999), Corporate social responsibility, *Business & Society*, 38(3), 268–295.

10. Fatma, M., Rahman, Z., & Khan, I. (2016), Measuring consumer perception of CSR in tourism industry: Scale development and validation, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 27, 39–48.
11. Latif, K. F., & Sajjad, A. (2018), Measuring corporate social responsibility: A critical review of survey instruments, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1174–1197.
12. Dahlsrud, A. (2008), How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1–13.
13. Font, X. & Lynes, J. (2018), Corporate social responsibility in tourism and hospitality, *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1027–1042.
14. Gursoy, D., Boğan, E., Dedeoğlu, B. B., & Çalışkan, C. (2019), Residents' perceptions of hotels' corporate social responsibility initiatives and its impact on residents' sentiments to community and support for additional tourism development, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 117–128.
15. Martínez, P., Pérez, A., & del Bosque, I. R. (2013), Measuring corporate social responsibility in tourism: Development and validation of an efficient measurement scale in the hospitality industry, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 365–385.
16. Yu, C., & Hwang, Y. (2019), Do the social responsibility efforts of the destination affect the loyalty of tourists? *Sustainability*, 11(7), 1998.
17. Hu, B., Tuou, Y., & Liu, J. (2019), How does destination social responsibility impact residents' pro-tourism behaviors? The mediating role of place attachment, *Sustainability*, 11(12), 3373.
18. Mathew, P. & Sreejesh, S. (2017), Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 83–89.
19. Freeman, R. E. (1984), Strategic management: A stakeholder approach, *Pitman*.
20. Mihalič, T., Mohamadi, S., Abbasi, A., & Dávid, L. D. (2021), Mapping a sustainable and responsible tourism paradigm: A bibliometric and citation network analysis, *Sustainability*, 13(2), 853.
21. Su, L., Swanson, S. R., & Hsu, M. (2018), Tourists' social responsibility perceptions of an urban destination in China: The mediating role of consumption emotions, *Journal of China Tourism Research*, 14(3), 310–333.

22. Volgger, M., & Pechlaner, H. (2014), Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success, *Tourism Management*, 41, 64–75.
23. Ma, B., Su, L., Ding, Y., & Hu, X. (2013), Understanding the relationships among destination social responsibility, resident benefits, trust and support for tourism development, *Information Technology Journal*, 12(20), 5947–5954.
24. Lee, C., Olya, H., Ahmad, M. S., Kim, K. H., & Oh, M. (2021), Sustainable intelligence, destination social responsibility, and pro-environmental behaviour of visitors: Evidence from an eco-tourism site, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 365–376.
25. Lee, S., Park, H., Kim, K. H., & Lee, C. (2021), A moderator of destination social responsibility for tourists' pro-environmental behaviors in the VIP model, *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100610.
26. Yang, E. C. L., Khoo-Lattimore, C., & Arcodia, C. (2017), A systematic literature review of risk and gender research in tourism, *Tourism Management*, 58, 89–100.
27. Prayag, G., Hassibi, S., & Nunkoo, R. (2019), A systematic review of consumer satisfaction studies in hospitality journals: Conceptual development, research approaches and future prospects, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(1), 51–80.
28. Bichler, B. F. (2021), Designing tourism governance: The role of local residents, *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100389.
29. Kuhzady, S., Seyfi, S., & Béal, L. (2020), Peer-to-peer (P2P) accommodation in the sharing economy: A review, *Current Issues in Tourism*, 1–16.
30. Liu, Y., Dupre, K., & Jin, X. (2021), A systematic review of literature on contested heritage, *Current Issues in Tourism*, 24(2), 442–465.
31. Scott, N., Zhang, R., Le, D., & Moyle, B. D. (2019), A review of eye-tracking research in tourism, *Current Issues in Tourism*, 22 (10), 1244–1261.
32. Tho, N. Đ. (2013), Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh, *Nhà xuất bản Tài chính (ấn bản lần thứ 2)*, 60–75.
33. Su, L., Gong, Q., & Huang, Y. (2020), How do destination social responsibility strategies affect tourists' intention to visit? An attribution theory perspective, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 102023.

34. Tran, H., Hwang, Y., Yu, C., & Yoo, S. (2018), The effect of destination social responsibility on tourists' satisfaction: The mediating role of emotions, *Sustainability*, 10(9), 3044.
35. Su, L., Gong, Q., & Huang, Y. (2020), How do destination social responsibility strategies affect tourists' intention to visit? An attribution theory perspective, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 102023.
36. Khan, M. R., Khan, H. U., Lim, C. K., Tan, K. L., & Ahmed, M. F. (2021), Sustainable tourism policy, destination management and sustainable tourism development: A moderated-mediation model, *Sustainability*, 13(21), 12156.
37. Kim, H., & Yoon, S. (2020), How to help crowded destinations: Tourist anger vs. Sympathy and role of destination social responsibility, *Sustainability*, 12(6), 2358.
38. Mehrabian, A., & Russell, J. (1974), *An approach to environmental psychology*, MIT Press.
39. Su, L., Huang, S., & Pearce, J. (2018), How does destination social responsibility contribute to environmentally responsible behaviour? A destination resident perspective, *Journal of Business Research*, 86, 179–189.
40. Homans, G. C. (1958), Social behavior as exchange, *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606.
41. Heider, F. (1958), *The psychology of interpersonal relations*, John Wiley & Sons.
42. Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011), Signaling theory: A review and assessment, *Journal of Management*, 37(1), 39–67.
43. Su, L., Tang, B., & Nawijn, J. (2021), How destination social responsibility shapes resident emotional solidarity and quality of life: Moderating roles of disclosure tone and visual messaging, *Journal of Travel Research*.
44. Su, L., & Huang, Y. (2019), How does perceived destination social responsibility impact revisit intentions: The mediating roles of destination preference and relationship quality, *Sustainability*, 11(1), 133.
45. He, X., Cheng, J., Swanson, S. R., Su, L., & Hu, D. (2022), The effect of destination employee service quality on tourist environmentally responsible behavior: A moderated mediation model incorporating environmental commitment, destination social responsibility and motive attributions, *Tourism Management*, 90, 104470.
46. Hassan, S. B., & Soliman, M. (2021), COVID-19 and repeat visitation: Assessing the role of destination social responsibility, destination reputation, holidaymakers' trust and fear arousal, *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100495.

47. Mondal, S., & Samaddar, K. (2021), Responsible tourism towards sustainable development: Literature review and research agenda, *Asia Pacific Business Review*, 27(2), 229–266.
48. Hartwell, H., Fyall, A., Willis, C., Page, S., Ladkin, A., & Hemingway, A. (2018), Progress in tourism and destination well-being research, *Current Issues in Tourism*, 21(16), 1830–1892.
49. Vada, S., Prentice, C., Scott, N., & Hsiao, A. (2020), Positive psychology and tourist well-being: A systematic literature review, *Tourism Management Perspectives*, 33, 100631.
50. Babakhani, N., Melanie Randle, M., & Dolnicar, S. (2020), Do tourists notice social responsibility information? *Current Issues in Tourism*, 23(5), 559–571.
51. Su, L., Hsu, M.K., & Huels, B. (2022), First-time versus repeat tourists: Resistance to negative information, *Journal of Service Theory and Practice*, 32(2), 258–282.
52. D'Angella, F., & De Carlo, M. (2016), Orientation to sustainability and strategic positioning of destinations: An analysis of inter- national tourism websites, *Current Issues in Tourism*, 19(7), 624–633.