

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

*Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 31 tháng 3 năm 2026*

**TRANG THÔNG TIN NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI  
VỀ MẶT HỌC THUẬT, LÝ LUẬN CỦA LUẬN ÁN**

**Tên luận án: Tác động trải nghiệm du lịch đáng nhớ đến lòng trung thành điểm đến của khách du lịch với vai trò điều tiết của sự đồng đức: trường hợp du lịch lễ hội tại Thành phố Hồ Chí Minh**

**Ngành:** Quản trị kinh doanh

**Mã số:** 9340101

**Nghiên cứu sinh:** Hồ Thanh Trúc

**Khóa:** 2021

**Cơ sở đào tạo:** Trường Đại học Tài chính - Marketing

**Người hướng dẫn khoa học:**

1. PGS.TS. Bùi Thị Thanh
2. PGS.TS. Nông Thị Như Mai

**ĐÓNG GÓP CỦA LUẬN ÁN**

Luận án đóng góp có ý nghĩa cả về phương diện lý thuyết và thực tiễn trong lĩnh vực nghiên cứu hành vi du khách, đặc biệt trong bối cảnh du lịch lễ hội đô thị tại Việt Nam. Thông qua việc phát triển và kiểm định mô hình tích hợp giữa trải nghiệm du lịch đáng nhớ, sự hài lòng điểm đến và lòng trung thành điểm đến, đồng thời xem xét vai trò điều tiết của sự đồng đức, luận án không chỉ củng cố các khung lý thuyết nền tảng mà còn mở rộng cách tiếp cận nghiên cứu du lịch theo hướng bối cảnh hóa và cảm xúc hóa, phù hợp với xu thế du lịch hiện đại.

**1. Đóng góp lý thuyết đối với mô hình trải nghiệm du lịch đáng nhớ (MTE)**

Thứ nhất, luận án củng cố và mở rộng giá trị khái niệm của mô hình trải nghiệm du lịch đáng nhớ (MTE) trong bối cảnh đô thị toàn cầu hóa, cụ thể là Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy cấu trúc đa chiều của MTE vẫn giữ được tính ổn định về mặt khái niệm, phù hợp với lập luận của Kim và cộng sự (2012) rằng MTE bao gồm các thành phần mang tính phổ quát. Tuy nhiên, mức độ đóng góp của từng thành phần MTE có sự khác biệt đáng kể tùy thuộc vào bối cảnh điểm đến. Phát hiện này làm rõ rằng MTE không phải là một cấu trúc “bất biến”, mà chịu sự điều chỉnh của đặc điểm kinh tế – xã hội, mức độ toàn cầu hóa và kỳ vọng trải nghiệm của du khách tại từng điểm đến.

Cụ thể, trong bảy thành phần cấu thành MTE được kiểm định, sáu thành phần bao gồm sự hưởng thụ, sự mới lạ, sự thư giãn, ý nghĩa, sự tham gia và kiến thức đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến sự hài lòng và lòng trung thành điểm đến. Ngược lại, thành phần văn hóa địa phương không cho thấy tác động đáng kể trong bối cảnh TP. Hồ Chí Minh. Đây là một phát hiện có giá trị lý thuyết quan trọng, phản ánh đặc thù của một đô thị kinh tế – dịch vụ mang tính toàn cầu hóa cao, nơi trải nghiệm du lịch của du khách được định hình nhiều hơn bởi tính tiện nghi, tính quốc tế, nhịp sống năng động và sự đa dạng dịch vụ, hơn là bởi các yếu tố văn hóa bản địa truyền thống. Phát hiện này mở rộng khung lý thuyết MTE theo hướng nhấn mạnh vai trò của **bối cảnh điểm đến** trong việc quyết định tầm quan trọng tương đối của từng thành phần trải nghiệm, đồng thời gợi ý rằng các nghiên cứu tương lai cần xem xét tính tương tác giữa đặc điểm điểm đến và kỳ vọng của du khách khi vận dụng mô hình MTE.

## **2. Đóng góp lý thuyết đối với mối quan hệ MTE – DS – DL**

Thứ hai, luận án làm rõ cơ chế tác động của trải nghiệm du lịch đáng nhớ đến sự hài lòng điểm đến (Destination Satisfaction – DS) và lòng trung thành điểm đến (Destination Loyalty – DL) thông qua kiểm định mô hình cấu trúc SEM. Kết quả cho thấy MTE có ảnh hưởng tích cực và mạnh mẽ đến cả DS và DL, đồng thời DS đóng vai trò trung gian quan trọng trong mối quan hệ giữa MTE và DL. Điều này khẳng định rằng trải nghiệm đáng nhớ không chỉ tạo ra cảm xúc tích cực tức thời, mà còn là động lực bền vững thúc đẩy hành vi quay lại, giới thiệu tích cực và sự gắn bó lâu dài của du khách với điểm đến.

Về mặt lý thuyết, kết quả này củng cố mô hình “sự hài lòng – lòng trung thành” trong marketing dịch vụ (Oliver, 1999), đồng thời mở rộng mô hình này trong bối cảnh du lịch bằng cách đặt trải nghiệm đáng nhớ làm tiền đề trung tâm của sự hài lòng. Thay vì xem sự hài lòng là kết quả trực tiếp của chất lượng dịch vụ, luận án cho thấy sự hài lòng trong du lịch được hình thành từ tổng hòa các trải nghiệm mang tính cảm xúc, nhận thức và xã hội. Đây là đóng góp quan trọng giúp dịch chuyển trọng tâm nghiên cứu từ “đánh giá dịch vụ” sang “quản trị trải nghiệm”, phù hợp với xu hướng kinh tế trải nghiệm trong nghiên cứu du lịch đương đại.

## **3. Đóng góp lý thuyết thông qua tích hợp hai khung C–A–C và S–O–R**

Thứ ba, luận án mở rộng và tích hợp hai khung lý thuyết nền tảng là Cognition–Affect–Conation (C–A–C) và Stimulus–Organism–Response (S–O–R) trong bối cảnh du lịch lễ hội đô thị – một hướng tiếp cận còn mới trong nghiên cứu hành vi du khách tại Việt Nam. Dưới góc nhìn của mô hình C–A–C, luận án xác nhận chuỗi tiến trình “nhận thức – cảm xúc – hành vi” thông qua việc chứng minh MTE (tích hợp cả nhận thức và cảm xúc) tác động trực tiếp và gián tiếp đến lòng trung thành thông qua sự hài lòng. Việc đưa MTE vào tầng nhận thức với cách tiếp cận mở rộng đã làm giàu nội hàm của mô hình C–A–C, biến mô hình này từ cấu trúc tuyến tính đơn giản thành một tiến trình đồng thời giữa nhận thức và cảm xúc trong trải nghiệm thực tại của du khách.

Dưới góc nhìn của lý thuyết S–O–R, luận án đóng góp ở ba khía cạnh. Thứ nhất, nghiên cứu mở rộng khái niệm “kích thích” (Stimulus) từ các yếu tố môi trường vật lý sang các kích thích mang tính xã hội và tâm lý, khi xem MTE và sự đông đúc là các yếu tố kích thích chủ đạo. Thứ hai, kết quả thực nghiệm cho thấy sự đông đúc có hiệu ứng điều tiết dương, tức là trong bối cảnh lễ hội đô thị, mức độ đông đúc vừa phải không làm suy giảm mà còn khuếch đại tác động của MTE đến sự hài lòng và lòng trung thành. Phát hiện này mở rộng lý thuyết S–O–R theo hướng phi tuyến tính và thích ứng bối cảnh, thách thức quan điểm truyền thống coi đông đúc chủ yếu là yếu tố tiêu cực. Thứ ba, việc phát hiện yếu tố văn hóa địa phương không giữ vai trò kích thích trung tâm trong bối cảnh đô thị toàn cầu đã góp phần làm rõ tính biến thiên của các kích thích trong môi trường du lịch theo loại hình điểm đến.

Thông qua việc tích hợp C–A–C và S–O–R trong một mô hình thống nhất, luận án đã xây dựng được khung lý thuyết toàn diện, vừa giải thích được tiến trình tâm lý – hành vi của du khách, vừa phản ánh ảnh hưởng của bối cảnh xã hội và môi trường trải nghiệm. Đây là một đóng góp lý thuyết có giá trị, mở ra hướng tiếp cận mới cho nghiên cứu du lịch đô thị và du lịch lễ hội.

#### **4. Đóng góp thực tiễn đối với quản trị du lịch lễ hội đô thị**

Về phương diện thực tiễn, luận án cung cấp bằng chứng định lượng quan trọng giúp các nhà quản lý du lịch TP. Hồ Chí Minh hiểu rõ hơn các yếu tố quyết định trải nghiệm, sự hài lòng và lòng trung thành của du khách trong bối cảnh lễ hội. Kết quả nghiên cứu cho phép xác định những thành phần trải nghiệm có tác động mạnh nhất, từ đó hỗ trợ việc tái phân bổ nguồn lực theo hướng ưu tiên nâng cao hiệu quả quản trị trải nghiệm. Đồng thời, phát hiện về vai trò hai mặt của sự đông đúc cung cấp cơ sở khoa học cho việc chuyển từ tư duy “kiểm soát đám đông” sang “thiết kế trải nghiệm đám đông”, biến đông đúc thành nguồn năng lượng xã hội tích cực nếu được quản trị hợp lý.

Bên cạnh đó, việc yếu tố văn hóa địa phương không có tác động đáng kể đến MTE trong bối cảnh hiện tại cũng là một cảnh báo chiến lược. Điều này cho thấy để gia tăng giá trị trải nghiệm và khả năng cạnh tranh dài hạn, TP. Hồ Chí Minh cần tái cấu trúc cách thức lồng ghép văn hóa địa phương vào sản phẩm du lịch lễ hội theo hướng sáng tạo, hiện đại và giàu tính tương tác, thay vì trình diễn văn hóa một cách tĩnh và truyền thống.

#### **5. Tổng kết đóng góp của luận án**

Tóm lại, luận án đã đóng góp nổi bật ở ba phương diện: (i) củng cố và mở rộng mô hình MTE trong bối cảnh đô thị toàn cầu hóa; (ii) phát triển mô hình tích hợp MTE – DS – DL có xét đến vai trò điều tiết của sự đông đúc; và (iii) tích hợp hai khung lý thuyết C–A–C và S–O–R trong nghiên cứu du lịch lễ hội đô thị. Những đóng góp này không chỉ làm phong phú nền tảng lý thuyết nghiên cứu hành vi du khách tại Việt Nam mà còn cung cấp cơ sở khoa học quan trọng cho quản trị và hoạch định chính sách phát triển du lịch lễ hội tại các đô thị lớn trong giai đoạn du lịch hướng trải nghiệm và cạnh tranh bằng cảm xúc.