

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING
☆☆☆ ☆☆

TRƯỜNG QUỐC DŨNG

**CHẤT LƯỢNG MỐI QUAN HỆ TÁC ĐỘNG ĐẾN LÒNG TRUNG
THÀNH CỦA DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH GỬI KHÁCH ĐỐI
VỚI DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH NHẬN KHÁCH**

Ngành: Quản trị Kinh doanh
Mã số ngành: 9340101

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

Thành phố Hồ Chí Minh - Năm 2023

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc Lập - Tự Do - Hạnh Phúc

.....
Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 11 tháng 11 năm 2023

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

Tên luận án: ***Chất lượng mối quan hệ tác động đến lòng trung thành của doanh nghiệp lữ hành gửi khách đối với doanh nghiệp lữ hành nhận khách***

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh Mã số: 9340101

Nghiên cứu sinh: Trương Quốc Dũng Khóa: 2017

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

Người hướng dẫn luận án 01: PGS. TS. Đào Duy Huân

Người hướng dẫn luận án 02: PGS. TS. Nguyễn Công Hoan

Tóm tắt những đóng góp mới về mặt lý thuyết và thực tiễn của luận án như sau:

1. Đóng góp về phương diện lý thuyết:

Một là, phần lớn nghiên cứu về lòng trung thành trong kinh doanh du lịch trước đây chỉ giới hạn trong môi trường B2C và rất ít nghiên cứu về kinh doanh lữ hành. Do đó, nghiên cứu này đóng góp lý thuyết quan trọng cho nghiên cứu về lòng trung thành trong kinh doanh lữ hành môi trường B2B và là nghiên cứu về lòng trung thành theo cả trung thành hành vi và trung thành thái độ. Đây là cơ sở cho các nghiên cứu tiếp theo về lòng trung thành trong kinh doanh lữ hành môi trường B2B.

Hai là, nghiên cứu này kế thừa mô hình chất lượng dịch vụ - giá trị khách hàng – sự hài lòng - lòng trung thành có bổ sung thêm các yếu tố niềm tin và cam kết nhằm làm rõ hơn các mối quan hệ trong kinh doanh lữ hành môi trường B2B. Hơn nữa nghiên cứu này làm sáng tỏ thêm các mối quan hệ chất lượng dịch vụ trong kinh doanh lữ hành môi trường B2B có tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp lữ hành gửi khách; sự hài lòng

bao gồm sự hài lòng theo định hướng quá trình và sự hài lòng theo định hướng kết quả; cam kết bao gồm cam kết tình cảm và cam kết có tính toán.

Ba là, nghiên cứu này có sự so sánh giữa đặc điểm kinh doanh của doanh nghiệp nhằm làm rõ hơn các yếu tố tác động khác nhau giữa đặc điểm kinh doanh của doanh nghiệp lữ hành gửi khách nội địa, gửi khách ra nước ngoài và nước ngoài gửi khách vào Việt Nam.

2. Đóng góp về phương diện thực tiễn:

Một là, các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nhận khách nhận thức rõ tầm quan trọng của khách hàng là doanh nghiệp lữ hành gửi khách, cũng như các yếu tố để giữ chân khách hàng doanh nghiệp này.

Hai là, tùy theo đặc điểm kinh doanh mà doanh nghiệp lữ hành gửi khách có những mối quan tâm khác nhau trong việc duy trì mối quan hệ với doanh nghiệp lữ hành nhận khách. Từ đó giúp doanh nghiệp lữ hành nhận khách đầu tư vào những lĩnh vực hiệu quả nhất trong kinh doanh nhằm tăng cường lòng trung thành của doanh nghiệp lữ hành gửi khách.

Nghiên cứu sinh

Trương Quốc Dũng