

**BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING**



HUỲNH QUỐC TUẤN

**NGHIÊN CỨU MỐI QUAN HỆ GIỮA ĐỘNG CƠ DU LỊCH,
HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN, SỰ HÀI LÒNG VÀ HÀNH VI
TƯƠNG LAI CỦA DU KHÁCH NỘI ĐỊA. NGHIÊN CỨU
TRƯỜNG HỢP ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH ĐỒNG THÁP**

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 2022

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc Lập - Tự Do - Hạnh Phúc

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 01 tháng 11 năm 2022

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

Tên luận án: **Nghiên cứu mối quan hệ giữa động cơ du lịch, hình ảnh điểm đến, sự hài lòng và hành vi tương lai của du khách nội địa. Nghiên cứu trường hợp điểm đến du lịch Đồng Tháp.**

Chuyên ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã số: **934 01 01**

Nghiên cứu sinh: **Huỳnh Quốc Tuấn**

Khóa: **(1) 2017**

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

Người hướng dẫn luận án 01: **TS. Đoàn Liêng Diễm**

Người hướng dẫn luận án 02: **PGS.TS. Huỳnh Thị Thu Sương**

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

1. Đóng góp về mặt lý thuyết và học thuật

Kết quả nghiên cứu này đã có những đóng góp mới về mặt lý thuyết và học thuật như sau:

Thứ nhất, trong nghiên cứu này tác giả đã bổ sung biến “Động cơ du lịch”, một điểm hạn chế trong nhiều nghiên cứu trước đây, như vậy đã góp phần lấp đầy khoảng trống nghiên cứu, giúp việc giải thích hành vi du khách được đầy đủ hơn.

Thứ hai, hình ảnh điểm đến là trung tâm của phát triển du lịch, trong nghiên cứu này tác giả tiếp cận hình ảnh điểm đến gồm 02 thành phần: hình ảnh nhận thức và hình ảnh cảm xúc, đây cũng là một cách tiếp cận khác so với nhiều nghiên cứu trước đó tiếp cận hình ảnh điểm đến chỉ bao gồm hình ảnh tổng thể. Do đó, điều này mở ra một hướng tiếp cận khác về hình ảnh điểm đến góp phần làm đa dạng và hoàn thiện hơn khung phân tích về hình ảnh điểm đến.

Thứ ba, với đối tượng khảo sát là du khách nên việc chọn mẫu theo phương pháp xác suất khó có thể thực hiện. Tuy nhiên, thay vì lựa phương pháp chọn mẫu thuận tiện như phần lớn các nghiên cứu trước đã sử dụng. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu định mức (Quota), điều này làm tăng độ tin cậy hơn khi sử dụng

phương pháp chọn mẫu phi xác suất nói chung. Ngoài ra, trong nghiên cứu này tác giả sử dụng phương pháp mô hình hóa phương trình cấu trúc dựa trên kỹ thuật phân tích bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM) để kiểm tra độ tin cậy và tính hợp lệ của các thang đo. Phương pháp PLS-SEM có một số ưu điểm so với các phương pháp phân tích mô hình cấu trúc khác. Do đó, những cách tiếp cận này đã đóng góp và bổ sung thêm vào lý thuyết về phương pháp nghiên cứu.

Thứ tư, các tập biến quan sát được sử dụng để đo lường các khái niệm trong mô hình nghiên cứu này phần lớn được kế thừa từ các nghiên cứu trước. Tuy nhiên, thông qua nghiên cứu định tính thì một số thang đo cũng được bổ sung thêm các biến quan sát mới. Do đó, với các biến quan sát mới được bổ sung để đo lường các khái niệm nghiên cứu được xem là những đóng góp mới vào việc hoàn thiện thang đo nghiên cứu.

Thứ năm, thông qua việc đánh giá mức độ phù hợp của hình thức truyền miệng điện tử so với truyền miệng truyền thống, trong nghiên cứu này tác giả đã xem xét vai trò của truyền miệng điện tử (EWO) như là một biểu hiện của hành vi tương lai. Đây là một cách tiếp cận mới so với các nghiên cứu trước đây. Kết quả nghiên cứu này góp phần giải thích tốt hơn hành vi du lịch của du khách.

Thứ sáu, nghiên cứu đã xem xét EWO với vai trò là biến nội sinh thay vì rất nhiều nghiên cứu trước đây lại xem xét EWO như là tiền đề dẫn đến hành vi du lịch (chọn điểm đến, sự hài lòng, lòng trung thành). Cách tiếp cận này giúp xác định các yếu tố giữ vai trò giải thích cho hành vi truyền miệng điện tử của du khách, để từ đó có những giải pháp thúc đẩy hành vi truyền miệng điện tử. Kết quả này đóng góp vào việc giải thích đầy đủ hơn hành vi du lịch của du khách, cũng như mở ra những hướng nghiên cứu mới trong tương lai.

Thứ bảy, bên cạnh đó, với kết quả nghiên cứu chỉ ra sự tồn tại mối quan hệ giữa động cơ du lịch và truyền miệng điện tử, kết quả này như là một thực nghiệm quan trọng góp phần củng cố cho mối quan hệ giải thích giữa động cơ du lịch và ý định hành vi đã được đề cập trong Lý thuyết đẩy – kéo của Lee (1965). Do đó, phát hiện này được xem là một đóng góp mới giúp nâng cao giá trị, tính phù hợp của lý thuyết trong bối cảnh du lịch.

Thứ tám, nghiên cứu đã xem xét mối quan hệ đồng thời giữa động cơ du lịch, hình ảnh điểm đến, sự hài lòng và hành vi tương lai của du khách. Qua đó, cung cấp một cái nhìn khá toàn diện về các biến tiền đề ảnh hưởng đến sự hài lòng, ý định quay trở lại và

truyền miệng điện tử của du khách. Kết quả này đóng góp làm hoàn thiện hơn khung phân tích về hành vi du khách.

2. Đóng góp về mặt thực tiễn

Thứ nhất, kết quả nghiên cứu về mối quan hệ giữa động cơ du lịch, hình ảnh điểm đến, sự hài lòng và hành vi tương lai (ý định quay trở lại và truyền miệng điện tử) cho thấy: Hình ảnh cảm xúc về điểm đến chịu sự tác động từ 2 yếu tố là hình ảnh nhận thức ($\beta = 0,611$) và động cơ du lịch ($\beta = 0,185$); Sự hài lòng của du khách chịu sự tác động của hình ảnh nhận thức ($\beta = 0,466$) và hình ảnh cảm xúc ($\beta = 0,298$); Ý định quay trở lại chịu sự tác động của sự hài lòng du khách ($\beta = 0,640$) và hình ảnh cảm xúc ($\beta = 0,112$); Truyền miệng điện tử chịu sự tác động của hình ảnh nhận thức ($\beta = 0,304$), sự hài lòng du khách ($\beta = 0,263$) và động cơ du lịch ($\beta = 0,183$). Từ kết quả nghiên cứu này, các hàm ý chính sách được đề xuất dựa trên mối quan hệ giữa các biến trong mô hình nhằm giúp các nhà quản trị điểm đến, các tổ chức kinh doanh du lịch, các nhà hoạch định chính sách có những chính sách kinh doanh và tiếp thị điểm đến phù hợp, giúp gia tăng sự hài lòng, tạo điều kiện thu hút du khách quay trở lại, cũng như khuyến khích hành vi truyền miệng điện tử của du khách.

Thứ hai, kết quả nghiên cứu cũng góp phần tạo ra động cơ thực hiện các nghiên cứu tiếp theo về vấn đề này nhằm khám phá thêm những nhân tố quan trọng khác mà chưa được đề cập trong mô hình để có những giải pháp có ý nghĩa hơn, mang tính toàn diện hơn, thúc đẩy phát triển du lịch địa phương.

Nghiên cứu sinh

Huỳnh Quốc Tuấn