

TRÍCH YẾU LUẬN ÁN TIẾN SĨ

1. Tóm tắt mở đầu

Tên tác giả: Ngô Trọng Tuấn

Tên luận án: Các nhân tố ảnh hưởng tới lòng trung thành của khách du lịch đối với điểm đến du lịch nông nghiệp Việt Nam – Nghiên cứu tại Hà Nội.

Ngành: **Quản trị kinh doanh** Mã số: **9340101**

Tên cơ sở đào tạo: **Trường Đại học Điện lực**

2. Nội dung bản trích yếu

2.1. Mục tiêu và đối tượng nghiên cứu của luận án

2.1.1 Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung: Mục tiêu tổng thể của đề tài là xây dựng được mô hình nghiên cứu, đánh giá được mức độ ảnh hưởng của các nhân tố và tác động của chúng đối với lòng trung thành (về ý định) của khách du lịch đối với điểm đến du lịch nông nghiệp tại Hà Nội, từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm thu hút và tăng cường lòng trung thành của khách du lịch đối với những điểm đến du lịch nông nghiệp.

Mục tiêu cụ thể:

- Xây dựng mô hình các nhân tố ảnh hưởng tới lòng trung thành điểm đến du lịch nông nghiệp tại Hà Nội của khách du lịch.
- Đánh giá mức độ tác động của các nhân tố tới lòng trung thành điểm đến du lịch nông nghiệp tại Hà Nội của du khách theo mô hình nghiên cứu được đề xuất.
- Dựa trên kết quả nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng tới lòng trung thành điểm đến du lịch nông nghiệp tại Hà Nội của du khách, đề xuất một số giải pháp và khuyến nghị cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch nông nghiệp và các cơ quan quản lý về du lịch nhằm nâng cao sức thu hút, phát triển lượng khách hàng trung thành để đảm bảo đạt được mục tiêu phát triển kinh tế xã hội của thủ đô Hà Nội.

2.1.2. Đối tượng nghiên cứu

Các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành (về ý định) của khách du lịch đối với các điểm đến du lịch nông nghiệp tại Hà Nội. 2/8

2.2. Các phương pháp nghiên cứu đã sử dụng

❖ Phương pháp thu thông tin:

- Thu thập dữ liệu thứ cấp.
- Thu thập dữ liệu sơ cấp.

❖ Phương pháp xử lý thông tin, dữ liệu:

- + Căn cứ dữ liệu thứ cấp, tiến hành tổng hợp, so sánh, đánh giá, chọn lọc và lưu giữ các thông tin cần thiết.
- + Căn cứ dữ liệu sơ cấp: chọn lọc, mã hóa và làm sạch dữ liệu. Sau đó, phân tích định lượng bằng nhiều kỹ thuật thông qua phần mềm SPSS, AMOS.

2.3. Các kết quả chính và kết luận

2.3.1. Những đóng góp mới về khoa học, lý luận

Luận án cung cấp bức tranh tổng thể về các yếu tố ảnh hưởng tới lòng trung thành (về ý định) của khách du lịch đối với các điểm đến du lịch nông nghiệp tại Hà Nội. Bức tranh khái quát được những điểm mới cơ bản:

Thứ nhất, Luận án đề xuất ứng dụng mô hình BRT tích hợp với mô hình lòng trung thành khách hàng trong nghiên cứu dịch vụ để đánh giá các yếu tố tác động tới lòng trung thành của khách du lịch đối với các điểm đến du lịch nông nghiệp tại Hà Nội. Mô hình BRT tích hợp cho thấy có giá trị để giải thích mối quan hệ của một số nhân tố đặc thù đối với lòng trung thành của khách du lịch.

Thứ hai, hai nhân tố lý do ủng hộ (sự hài lòng của khách du lịch) và lý do phản đối (các nhận thức rủi ro) về cơ bản có tác động đáng kể tới lòng trung thành (về ý định) của khách du lịch trong bối cảnh một số điểm đến du lịch nông nghiệp tại Hà Nội. Trong khi “Sự hài lòng” đóng một vai trò quan trọng và có tác động tích cực, thì ngược lại, “Nhận thức rủi ro” (như rủi ro về tài chính, rủi ro về tâm lý, rủi ro vật lý và rủi ro xã hội) được xác định là có tác động tiêu cực đối với lòng trung thành của khách du lịch. Các yếu tố này được đưa vào làm gia tăng mức độ giải thích lòng trung thành (về mặt ý định) của khách du lịch là một đóng góp quan trọng của luận án, đặc biệt là đối với loại hình du lịch nông nghiệp còn khá mới mẻ trong bối cảnh tại Hà Nội.

Thứ ba, khi ứng dụng tích hợp mô hình BRT với mô hình lòng trung thành khách hàng trong nghiên cứu dịch vụ như TPB, kết quả nghiên cứu cho thấy các nhân tố Sự hài lòng (lý do ủng hộ) và Nhận thức rủi ro (lý do phản đối) cũng có tác động tới các yếu tố động lực chung (bao gồm Thái độ với điểm đến, Chuẩn chủ quan, và Nhận thức

kiểm soát hành vi). Kết quả của luận án có thể bổ sung thêm rằng giá trị cảm nhận của khách du lịch, lý do ủng hộ (sự hài lòng) và lý do phản đối (nhận thức rủi ro) có tác động tới thái độ của họ đối với các điểm đến trong lĩnh vực du lịch nông nghiệp.

Thứ tư, kết quả nghiên cứu của luận án đã chỉ ra rằng các yếu tố “truyền miệng” (bao gồm truyền miệng trực tiếp và truyền miệng truyền thông qua điện tử) và hình ảnh điểm đến đều có ảnh hưởng tích cực tới lòng trung thành (về mặt ý định của khách du lịch). Hơn nữa, các kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, truyền miệng và hình ảnh điểm đến đều đóng vai trò là điều tiết đến mối quan hệ giữa thái độ đối với điểm đến và lòng trung thành của khách du lịch trong bối cảnh nghiên cứu du lịch nông nghiệp tại Hà Nội. Có thể nói, vai trò điều tiết của “truyền miệng” và “hình ảnh điểm đến” đối với mối quan hệ giữa “thái độ” và “lòng trung thành” sẽ mở rộng thêm cho mô hình lý thuyết BRT.

2.3.2 Những đóng góp về thực tiễn

Luận án xác định các nhân tố có ảnh hưởng tích cực tới lòng trung thành của khách du lịch đối với các điểm đến du lịch nông nghiệp tại Hà Nội, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp cụ thể cho các đơn vị có liên quan như các công ty lữ hành, ban quản lý các điểm đến du lịch nông nghiệp tại Hà Nội, Sở Du lịch Hà Nội.... tập trung phát triển hoạt động du lịch nông nghiệp của Hà Nội.

Bên cạnh các kết quả nghiên cứu, Luận án đã đưa ra một số đề xuất để các doanh nghiệp, các công ty lữ hành, ban quản lý các khu du lịch tham khảo và vận dụng trong quá trình kinh doanh, đồng thời có những hình thức kiểm soát tốt các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành điểm đến du lịch nông nghiệp của khách du lịch.

Giáo viên hướng dẫn

Hà Nội, ngày 10 tháng 04 năm 2024
Nghiên cứu sinh



PGS.TS. Lê Anh Tuấn



TS. Nguyễn Quang Vinh



Ngô Trọng Tuấn