

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Dựa trên những ý nghĩa về mặt thực tiễn đối với du lịch Việt Nam và những tồn tại về lý thuyết đề cập ở trên, Luận án nghiên cứu: **“Nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam”** đã được tiến hành thực hiện. Luận án mở rộng các lý thuyết hiện có về mối quan hệ giữa các yếu tố tính xác thực (xác thực khách quan và xác thực hiện sinh), gắn kết điểm đến với sự hài lòng của khách du lịch đối với du lịch di sản tại Việt Nam. Mô hình nghiên cứu mở rộng bằng cách kiểm tra mối quan hệ giữa các yếu tố tính xác thực (xác thực khách quan và xác thực hiện sinh), gắn kết điểm đến lên sự hài lòng của khách du lịch. Hơn nữa, Luận án cũng kiểm tra làm sáng tỏ các tác động sự điều tiết của chất lượng trải nghiệm lên mối quan hệ giữa các yếu tố trên đối với sự hài lòng của khách du lịch. Từ đó, cung cấp thông tin cho việc nâng cao hiệu quả của công tác quản lý điểm đến du lịch di sản nói riêng và phát triển du lịch Việt Nam nói chung.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu tổng quát:

Dựa trên các động cơ nghiên cứu đã được đề cập, mục tiêu chính của Luận án tập trung vào xác định làm rõ mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam, cũng như mức độ ảnh hưởng điều tiết của chất lượng trải nghiệm đến mối quan hệ này, làm cơ sở đề xuất những hệ quả quản lý cụ thể đối với các nhà quản lý điểm đến, nhằm nâng cao mức độ hài lòng của du khách và thu hút họ đến tham quan các điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam.

Mục tiêu nghiên cứu cụ thể:

- Xác định sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam;

- Xây dựng mô hình, các thành phần và thang đo sự hài lòng và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản;
- Điều tra mối quan hệ tương tác giữa các yếu tố của tính xác thực (xác thực khách quan và xác thực hiện sinh);
- Xác định sự ảnh hưởng của các yếu tố của tính xác thực (xác thực khách quan và xác thực hiện sinh) và gắn kết điểm đến tới sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản;
- Khám phá tác động điều tiết của chất lượng trải nghiệm lên mối quan hệ giữa các yếu tố của tính xác thực (xác thực khách quan và xác thực hiện sinh) và gắn kết điểm đến tới sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản;
- Cung cấp những khuyến nghị cụ thể đến các nhà quản lý điểm đến, nhằm tăng cường mức độ hài lòng của khách du lịch và thu hút họ đến tham quan các điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam.

3. Câu hỏi nghiên cứu

Câu hỏi nghiên cứu 1: Khách du lịch hài lòng như thế nào khi trải nghiệm điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam?

Câu hỏi nghiên cứu 2: Làm thế nào để xây dựng mô hình, các thành phần và thang đo sự hài lòng và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản?

Câu hỏi nghiên cứu 3: Làm thế nào các yếu tố của tính xác thực (xác thực khách quan và xác thực hiện sinh) tương tác và ảnh hưởng qua lại lẫn nhau?

Câu hỏi nghiên cứu 4: Các yếu tố của tính xác thực (xác thực khách quan, xác thực hiện sinh) và gắn kết điểm đến ảnh hưởng như thế nào đến sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam?

Câu hỏi nghiên cứu 5: Mức độ tác động điều tiết của chất lượng trải nghiệm đối với mối quan hệ giữa các yếu tố của tính xác thực (xác thực khách quan, xác thực hiện

sinh) và gắn kết điểm đến tới sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản như thế nào?

Câu hỏi nghiên cứu 6: Các gợi ý chính sách nào có thể được đề xuất cho các nhà quản lý nhằm tăng cường mức độ hài lòng của khách du lịch và thu hút họ đến tham quan các điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam?

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Luận án nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản.

Khách thể nghiên cứu: Khách du lịch nội địa (Những du khách nội địa đã từng đến trải nghiệm du lịch ở các điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam). Luận án được thực hiện trong giai đoạn trong và hậu Covid-19. Vì vậy, số lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam còn hạn chế vì vấn đề an toàn, sức khỏe. Chính vì vậy, việc thu thập dữ liệu từ khách du lịch quốc tế gặp nhiều khó khăn. Ngoài ra, khách du lịch nội địa trở thành đối tượng chính để tập trung thu hút và phục vụ. Du lịch di sản tập trung phát triển dựa trên khách du lịch nội địa sẽ đảm bảo sự phát triển ổn định và bền vững, hạn chế ảnh hưởng tác động xấu từ môi trường bên ngoài.

Phạm vi thời gian: Luận án được thực hiện từ năm 2020 đến 2023; Trong đó dữ liệu thứ cấp được thu thập và chọn lọc các dữ liệu chủ yếu trong giai đoạn từ năm 2000 - 2020; Dữ liệu sơ cấp được thu thập từ năm 2021 – 2023 (Thời gian điều tra khảo sát từ tháng 8/2021 đến tháng 3/2023).

Phạm vi không gian: Luận án tập trung vào sự hài lòng của du khách đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam. Tính đến tháng 5/2023, Việt Nam được công nhận 8 Di sản thế giới, gồm 5 Di sản Văn hóa, 2 di sản Thiên nhiên và 1 di sản Hỗn hợp. Các địa điểm du lịch được lựa chọn nằm trong Danh mục Di sản văn hóa thế giới do UNESCO công nhận, hạn chế trong phạm vi di sản văn hóa thế giới tại Việt Nam. Bốn điểm đến du lịch di sản đã được chọn gồm Quần thể di tích Cố đô Huế, Đô thị cổ Hội An, Khu di tích Mỹ Sơn và Khu Trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội (Không

thu thập dữ liệu tại Khu di tích Thành nhà Hồ). Đây là những địa điểm có số lượng lớn du khách tham quan hàng năm và đã được chọn để thu thập dữ liệu trong nghiên cứu. Về nội dung, hai nhóm điểm đến di sản Khu Trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội và Khu di tích Mỹ Sơn, và Quần thể di tích Cố đô Huế cùng Đô thị cổ Hội An được một số nhà nghiên cứu đánh giá có sự khác biệt, giữa thực thể tĩnh và thực thể động. Tuy nhiên, một số nghiên cứu trước đây tại Việt Nam tập trung vào nghiên cứu một điểm đến du lịch di sản cụ thể, chưa có sự đánh giá toàn cảnh. Vì vậy, Luận án đã thử nghiệm thu thập dữ liệu của các điểm đến nêu trên.

Phạm vi nội dung: Luận án tập trung vào nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch đối với các điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam. Để làm rõ được vấn đề này, các nghiên cứu có thể sử dụng phương pháp định tính để thu thập thông tin thông qua phỏng vấn chuyên gia, thảo luận nhóm, quan sát thực địa, điền dã ... để khám phá sự hài lòng của khách du lịch tại các điểm đến du lịch di sản. Ngoài ra, các nghiên cứu gần đây đã sử dụng phương pháp định lượng thông qua việc xây dựng và kiểm định mô hình. Từ đó, kết quả nghiên cứu sẽ chứng minh sự phù hợp của mô hình và xác nhận mức độ hài lòng của khách du lịch. Thông qua tổng quan tài liệu, Luận án đánh giá có mối quan hệ của các yếu tố của tính xác thực (xác thực khách quan, xác thực hiện sinh), gắn kết điểm đến ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch. Bên cạnh đó, tính xác thực (bao gồm các yếu tố: xác thực khách quan, xác thực hiện sinh) và gắn kết điểm đến được tiếp cận từ góc độ khách du lịch. Hơn nữa, Luận án cũng điều tra vai trò của chất lượng trải nghiệm trong việc ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa các thành phần của tính xác thực, gắn kết điểm đến và sự hài lòng của du khách đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam. Từ đó, Luận án đề xuất nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch bằng phương pháp định lượng thông qua phát triển và kiểm định mô hình Domínguez-Quintero, A. M. và cộng sự (2019).

5. Phương pháp nghiên cứu

Trong giai đoạn chuẩn bị khảo sát thực nghiệm, Luận án đã thực hiện phỏng vấn

chuyên gia về nội dung và phương pháp thu thập dữ liệu, đánh giá đặc điểm đa dạng các yếu tố của tính xác thực, đồng thời kiểm tra các câu hỏi trong bảng câu hỏi. Sau đó, một cuộc thử nghiệm trước đã được tiến hành và thực hiện bởi một nhóm gồm 208 người trả lời. Những người này đã từng đến tham quan một trong bốn điểm du lịch di sản (Quần thể di tích Cố đô Huế, Đô thị cổ Hội An, Khu di tích Mỹ Sơn, Khu Trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội).

Trong giai đoạn thứ hai, Luận án đã áp dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện tại bốn điểm du lịch di sản tại Việt Nam. Dữ liệu chính được thu thập từ các cuộc khảo sát được thực hiện từ tháng 12 năm 2022 đến tháng 3 năm 2023 và tổng thu được 394 bảng câu hỏi khảo sát hợp lệ từ hai giai đoạn thu thập. Mẫu này có thể mang tính đại diện, đáp ứng được yêu cầu nghiên cứu.

Phân tích thành phần chính được áp dụng để điều tra vai trò của chất lượng trải nghiệm và các yếu tố liên quan đến tính xác thực, gắn kết điểm đến và cách các yếu tố tương tác để tạo ra sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản. Phương pháp phân tích bình phương nhỏ nhất cho phân tối thiểu (PLS: Partial Least Squares) được sử dụng để kiểm tra mô hình giả thuyết.

Thứ nhất, Luận án với phân tích tổng hợp đã được thông qua, được thu thập để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng trung bình và độ lệch chuẩn của các biến khảo sát cho mỗi giả thuyết nghiên cứu.

Thứ hai, Luận án tiến hành khảo sát bảng câu hỏi để kiểm tra các giả thuyết nghiên cứu dựa trên ý kiến của khách du lịch đã tham quan các điểm đến di sản tại Việt Nam.

Cuối cùng, sau khi dữ liệu được phân tích một cách đầy đủ. Các kết luận được đưa ra để thảo luận và rút ra ý nghĩa. Đồng thời các gợi ý chính sách cũng được trình bày ở cuối của Luận án.

6. Đóng góp mới của luận án

Đóng góp về mặt lý luận:

Đầu tiên, trên cơ sở đánh giá tình hình nghiên cứu cho thấy đây là một hướng nghiên cứu mới trong nước.

Thứ hai, Luận án phát triển mô hình của Domínguez-Quintero, A. M. và cộng sự (2019) để kiểm tra quá trình mà nhận thức của khách du lịch về tính xác thực và gắn kết điểm đến ảnh hưởng đến sự hài lòng của họ. Ngoài ra, Luận án cũng đề xuất kiểm tra vai trò điều tiết của chất lượng trải nghiệm đối với mối quan hệ giữa tính xác thực, gắn kết điểm đến và sự hài lòng của khách du lịch.

Cuối cùng, kết quả của nghiên cứu này quan trọng đối với các nhà nghiên cứu trong tương lai trong việc xác định những lỗ hổng trong khung khái niệm được đề xuất và khám phá các lý thuyết cần thiết để mở rộng kiến thức về quản lý điểm đến du lịch di sản.

Đóng góp về mặt thực tiễn:

Các cơ quan quản lý Nhà nước sẽ có cơ sở xây dựng các chiến lược phát triển, bảo tồn điểm đến du lịch di sản. Doanh nghiệp du lịch thuận lợi trong việc xây dựng chiến lược kinh doanh, xây dựng sản phẩm, tiếp thị và cung cấp dịch vụ trải nghiệm du lịch di sản có chất lượng.

Kết quả nghiên cứu có thể cung cấp cho các tổ chức quản lý điểm đến di sản các chiến lược khác nhau để phát triển điểm đến.

Công trình này có thể coi là nguồn tư liệu tham khảo cho việc hoạch định chiến lược phát triển du lịch của Việt Nam.

Cung cấp kiến thức cần thiết cho cộng đồng địa phương đối với vai trò của việc xây dựng tính xác thực của điểm đến du lịch di sản trong phát triển du lịch.

7. Cấu trúc của luận án

Dựa trên phân tích và giới thiệu ở trên, cấu trúc của luận án “Nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch trong du lịch di sản tại Việt Nam” được dự kiến như sau:

- Phần mở đầu phác thảo cơ sở nghiên cứu: lý do chọn đề tài, mục tiêu nghiên cứu, câu hỏi nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu, đóng góp của nghiên cứu và cấu trúc của nghiên cứu này.

- Phần nội dung có năm chương.

NỘI DUNG

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH ĐỐI VỚI ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH SI SẮN

1.1. Nhu cầu nghiên cứu về du lịch di sản

Với sự phát triển của du lịch toàn cầu, du lịch ở Việt Nam đã tăng trưởng nhanh, góp phần quan trọng cho phát triển kinh tế - xã hội. Việc bảo tồn và phát huy giá trị của di sản văn hóa trở thành trọng tâm. Tuy nhiên, việc tăng cường du lịch cũng mang theo những thách thức như thương mại hóa di sản, quá tải và tác động xấu tới giá trị văn hóa. Để đảm bảo tính bền vững, các nghiên cứu về việc quản lý du lịch di sản tập trung vào cộng đồng địa phương và hài hòa giữa lợi ích kinh tế cũng như bảo tồn di sản đang là xu hướng, có tính cấp thiết.

1.2. Các nghiên cứu về du lịch di sản

Du lịch di sản đồng thời là một trong những loại hình du lịch lâu đời và phổ biến nhất, đã trở thành một từ thông dụng trong lĩnh vực du lịch và trong nghiên cứu học thuật. Di sản liên quan đến sự kế thừa từ quá khứ được coi trọng và sử dụng cho đến ngày nay, và là điều con người hy vọng sẽ truyền lại cho các thế hệ tương lai. Sự truyền tải này có thể hữu hình hoặc vô hình, trừu tượng hoặc cụ thể, tự nhiên hoặc văn hóa, cổ đại hoặc hiện đại.

Tổng quan về các nghiên cứu du lịch di sản nước ngoài, bao gồm:

- Nghiên cứu của Timothy (2006)
- Nghiên cứu của Poria và cộng sự (2003)
- Nghiên cứu của Timothy và Boyd (2006)
- Nghiên cứu của Alderman, Butler, và Hanna (2016)

- Nghiên cứu của Arnold và Kaminski (2014)
- Nghiên cứu của Puja Bhowmik (2021)
- Nghiên cứu của Apostolakis (2003)
- Nghiên cứu của Poria và cộng sự (2004)
- Nghiên cứu của Fernandez và cộng sự (2019)
- Nghiên cứu của Fu (2019)

Tổng quan về các nghiên cứu du lịch di sản trong nước, bao gồm:

- Nghiên cứu của Phan Huy Xu và Võ Văn Thành (2018)
- Nghiên cứu của Nguyễn Thị Thu Mai (2020)
- Nghiên cứu của Vũ Văn Đông (2020)
- Nghiên cứu của Nguyễn Thị Kim Thanh và Nguyễn Trọng Tân (2022)
- Nghiên cứu của Nguyễn Quang Vĩnh và cộng sự (2022)

1.3. Nghiên cứu về sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản

Nghiên cứu về sự hài lòng của khách du lịch trong bối cảnh du lịch di sản là một chủ đề còn khá mới, chưa được nhiều nhà nghiên cứu trên thế giới và tại Việt Nam chú ý. Phần lớn các nghiên cứu về sự hài lòng của khách du lịch với du lịch di sản gắn với hình ảnh điểm đến, xác thực điểm đến, chất lượng trải nghiệm, phát triển bền vững tại điểm đến di sản. Luận án tổng quan 6 mô hình nghiên cứu gồm:

- Nghiên cứu của Asmelash, A. G., và Kumar, S. (2019)
- Nghiên cứu của Lawson và Baud-Bovy (1977)
- Nghiên cứu của Su, Diep Ngoc và cộng sự (2020)
- Nghiên cứu của M. Rosario González-Rodríguez và cộng sự (2020)
- Nghiên cứu của Park S. Y. và cộng sự (2018)
- Nghiên cứu của Domínguez-Quintero, A. M. và cộng sự (2019)

CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

2.1. Cơ sở lý thuyết về du lịch

- Khái niệm về du lịch: Du lịch là một hiện tượng kinh tế - xã hội có những đặc trưng về sự tăng nhanh số lượng, phạm vi và cơ cấu dân cư tham gia vào quá trình du lịch ở các nước, các khu vực và trên toàn thế giới. Du lịch là việc đi lại, lưu trú tạm thời của mỗi người ngoài nơi ở thường xuyên của mình, với mục đích và nhu cầu khác nhau. Du lịch là tổng hợp các hoạt động kinh doanh thương mại dịch vụ nhằm phục vụ các nhu cầu của con người.

- Khái niệm khách du lịch: Khách du lịch là những người rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm thực hiện các hoạt động du lịch. Trong đó, hoạt động du lịch bao gồm việc đi lại, lưu trú tạm thời, vui chơi, giải trí, thư giãn. Khách du lịch được phân loại thành ba nhóm chính dựa theo bối cảnh không gian của khách du lịch gồm khách du lịch nội địa, khách du lịch quốc tế và khách du lịch ra nước ngoài.

- Phân loại du lịch

2.2. Cơ sở lý thuyết về du lịch di sản

- Khái niệm du lịch di sản: Du lịch di sản khai thác và bảo tồn các giá trị văn hoá hoá vật thể, văn hoá phi vật thể, tự nhiên để phục vụ nhu cầu của khách du lịch về quá khứ và hiện tại của sự phát triển con người. Khách du lịch di sản cũng là một đối tượng khách hàng tiềm năng cho mọi quốc gia với mức độ nhận thức cao và khả năng chi tiêu vượt trội so với các loại hình du lịch khác.

- Các sản phẩm đặc trưng của du lịch di sản

2.3. Cơ sở lý thuyết về sự hài lòng của khách du lịch và các nhân tố ảnh hưởng

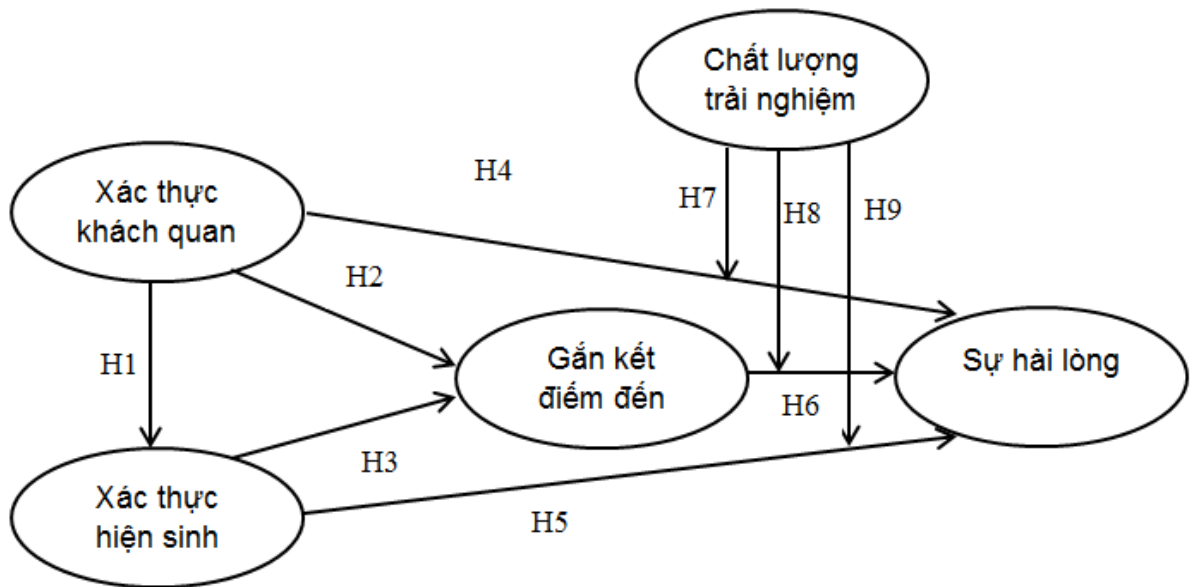
- Lý thuyết về xác thực điểm đến

- Lý thuyết về gắn kết điểm đến

- Lý thuyết về chất lượng trải nghiệm

- Lý thuyết về sự hài lòng

- Các nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của khách du lịch với điểm du lịch di sản



CHƯƠNG 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1 Quy trình nghiên cứu

Giai đoạn đầu tiên, xây dựng cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu.

Giai đoạn thứ hai, đánh giá nội dung các thành phần bảng hỏi bằng phương pháp phỏng vấn chuyên gia.

Giai đoạn thứ ba, nghiên cứu định lượng sơ bộ. Bộ câu hỏi thiết lập được sẽ được tiến hành điều tra sơ bộ. Kết quả điều tra được sử dụng để đánh giá sơ bộ thang đo bằng hai phương pháp là kiểm định Cronbach Alpha và phân tích khám phá nhân tố (EFA).

Giai đoạn thứ tư, định lượng chính thức. Bảng hỏi sau khi được chuẩn hoá được tiến hành khảo sát tại một số điểm du lịch di sản tại Việt Nam. Số mẫu khảo sát là 394 mẫu tại bốn điểm du lịch di sản. Hình thức khảo sát được tiến hành kết hợp giữa trực tuyến (208 mẫu) và trực tiếp (186 mẫu) tại điểm di sản theo phương pháp chọn mẫu phân tầng kết hợp điều tra thuận tiện.

Giai đoạn thứ năm, phân tích Cronbach Alpha, phân tích EFA.

Giai đoạn thứ sáu, kiểm định Mô hình phương trình cấu trúc tuyến tính riêng

phần cơ bản (PLS-SEM).

Giai đoạn cuối cùng, hoàn thiện bài luận án.

3.2 Thiết kế nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu được thiết kế gồm cả các khái niệm đơn hướng (xác thực khách quan, xác thực hiện sinh, sự hài lòng của khách du lịch, chất lượng trải nghiệm) và đa hướng (gắn kết điểm đến). Các khái niệm nghiên cứu khác được tham khảo từ các nghiên cứu khác trên thế giới. Đối với các thang đo được kế thừa từ các nghiên cứu trên thế giới này, tác giả sử dụng phương pháp dịch ngược để đảm bảo các câu hỏi không bị thay đổi ý nghĩa so với các mô hình gốc.

3.3 Thu thập và xử lý dữ liệu sơ cấp

Để đi đến kết quả, quá trình nghiên cứu thực trạng được tiến hành theo 2 bước chính: Nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức.

Nghiên cứu sơ bộ nhằm kiểm tra độ phù hợp và điều chỉnh mô hình lý thuyết, đồng thời giúp khám phá, điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu, đảm bảo thang đo xây dựng phù hợp với lý thuyết và đảm bảo các thang đo đều đạt mức độ tin cậy. Nghiên cứu thực hiện với số lượng mẫu khảo sát thử: 208.

Nghiên cứu chính thức được thực hiện thông qua quá trình khảo sát khách du lịch với $n=394$ bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện.

Kỹ thuật phân tích dữ liệu: Phân tích Partial Least Squares (PLS: một phân bình phương nhỏ nhất) được sử dụng để kiểm tra mô hình giả định về xây dựng tài sản thương hiệu điểm đến. Dữ liệu thu thập được xử lý phân tích bằng gói phần mềm SPSS. 20 và thống kê SmartPLS phiên bản 3.3.5.

CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Kết quả khảo sát mẫu trong nghiên cứu với 394 phiếu điều tra được hồi đáp. Đặc điểm của khách du lịch tham gia khảo sát tại các điểm du lịch di sản được mô tả theo

các tiêu chí về độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân, nghề nghiệp, thu nhập hàng tháng, và tham gia chuyến đi cùng với ai.

4.2. Đánh giá độ tin cậy thang đo

Kết quả cho thấy các thang đo đều có hệ số tin cậy Cronbach's alpha lớn hơn 0,7 và hệ số alpha dao động từ 0,826 (thang đo chất lượng trải nghiệm EQ) đến 0,894 (thang đo xác thực khách quan OA). Bên cạnh đó, kết quả phân tích cho thấy độ tin cậy tổng hợp CR (Composite Reliability) của các thang đo dao động trong khoảng 0,877 (thang đo chất lượng trải nghiệm EQ) đến 0,915 (thang đo xác thực khách quan OA)

4.2.3 Đánh giá giá trị hội tụ

Theo kết quả kiểm định cho thấy, các nhân tố đều đạt độ tin cậy và có giá trị hội tụ tốt; hệ số độ tin cậy tổng hợp CR (Composite Reliability) và hệ số tổng phương sai trích AVE (Average Variance Extracted) của các nhân tố đều lớn hơn giá trị tối thiểu lần lượt là $CR \geq 0.7$ và $AVE \geq 0.5$.

4.4 Đánh giá giá trị phân biệt

Kết quả cho thấy các giá trị của chỉ số HTMT của mỗi nhân tố đều thấp hơn 0,9. Do vậy, tiêu chí về giá trị phân biệt được thiết lập.

4.5 Đánh giá đa cộng tuyến

Kết quả giá trị hệ số phóng đại phương sai VIF từ 1,245 đến 1,946 điều đó có nghĩa rằng không tồn tại vấn đề đa cộng tuyến giữa các biến độc lập. Do đó, có thể tiếp tục phân tích các bước tiếp theo.

4.6 Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu (kiểm định mô hình cấu trúc)

Kết quả PLS cho tất cả các mẫu bootstrap cung cấp các giá trị trung bình và sai số chuẩn cho mỗi hệ số mô hình con đường. Thông tin của T-test thể hiện cho ý nghĩa thống kê của mối quan hệ của mô hình đường dẫn được trình bày trong hình 4.1. Theo Hair và cộng sự., (2011), Các mối quan hệ được chấp thuận nếu các chỉ số đạt ngưỡng như P value đều nhỏ hơn 0,05 ($<0,05$) và có giá trị t lớn hơn 1,96 ($>1,96$).

4.7 Đánh giá hệ số xác định R2 điều chỉnh

Hệ số R2 được để dùng đo lường phương sai giải thích tổng thể nhằm giải thích trong cấu trúc nội sinh. Căn cứ vào bảng 4.10 cho thấy mức độ biến động của biến nội sinh sự hài lòng (SA) của du khách được giải thích bởi các biến ngoại sinh khá cao với hệ số xác định R2 hiệu chỉnh là 53,7%. Kết quả này cho thấy khả năng dự báo của mô hình là đáng kể. Kế tiếp, là xác thực hiện sinh (EA) có mức độ dự báo trung bình với hệ số R2 hiệu chỉnh là 23,8% và gắn kết điểm đến (PA) có mức độ dự báo trung bình với hệ số R2 hiệu chỉnh là 15,2%.

4.8 Đánh giá hệ số tác động f^2

Theo kết quả trình bày ở bảng 4.11, ghi nhận đánh giá hiệu quả mức độ tác động trung bình của xác thực khách quan lên xác thực hiện sinh ($0,316, 0,15 \leq f^2 < 0,35$). Tương tự vậy, kết quả phân tích ghi nhận hiệu quả mức độ tác động rất nhỏ của Chất lượng trải nghiệm lên mối quan hệ giữa xác thực hiện sinh và sự hài lòng ($0,019, f^2 < 0,02$). Kết quả cũng ghi nhận hiệu quả mức độ tác động nhỏ, chỉ nằm trong ngưỡng lớn hơn hoặc bằng $0,02 \leq$ và nhỏ hơn $< 0,15$ của H2. Xác thực khách quan \rightarrow Gắn kết điểm đến; Xác thực hiện sinh \rightarrow Gắn kết điểm đến; Xác thực khách quan \rightarrow Sự hài lòng; Xác thực hiện sinh \rightarrow Sự hài lòng; Gắn kết điểm đến \rightarrow Sự hài lòng; Chất lượng trải nghiệm \rightarrow xác thực khách quan và sự hài lòng; Chất lượng trải nghiệm \rightarrow gắn kết điểm đến và sự hài lòng.

CHƯƠNG 5: THẢO LUẬN VÀ GỢI Ý CHÍNH SÁCH

5.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu và so sánh với tổng quan lý thuyết

5.1.1. Mối quan hệ giữa xác thực khách quan và xác thực hiện sinh

H1 được chấp nhận điều này cho thấy xác thực khách quan mà khách du lịch cảm nhận được càng cao thì mức độ xác thực hiện sinh của họ càng cao. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu trước đây của Zins (2002); De Rojas và Camarero (2008); Del Bosque và San Martín (2008); Kolar và Zabkar (2010); Palau-Saumell và cộng sự (2013); Prayag và cộng sự (2012); Ali và cộng sự (2016); Ana M. Domínguez-Quintero và cộng sự (2019).

5.1.2. Mối quan hệ giữa xác thực điểm đến và gắn kết điểm đến

H2 đưa ra giả thuyết rằng xác thực khách quan ảnh hưởng tích cực đến gắn kết điểm đến. Các yếu tố lịch sử, nguyên bản của di sản có ảnh hưởng đáng kể đến việc tạo ra nhận thức điểm đến và sự gắn bó tình cảm với điểm đến. Những kết quả này chứng lập luận chính của H2, trong đó nêu rõ rằng cảm giác đặc trưng, nguyên bản về không gian, công trình điểm đến di sản dẫn đến ý nghĩa biểu tượng, giá trị chức năng và giá trị tình cảm của điểm đến mà du khách cảm nhận được. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu trước đây của Ramkissoon và cộng sự (2013), Brocato, Baker, và Voorhees (2015); Cohen-Aharoni (2017); Bryce và cộng sự (2017) và Tsai (2011).

H3 đưa ra giả thuyết rằng xác thực hiện sinh ảnh hưởng tích cực đến gắn kết điểm đến. Như đã trình bày ở trên, xác thực hiện sinh như một trạng thái tồn tại nơi một người có thể là Con người thật của họ. Cảm giác về Bản ngã thực sự này trái ngược với Bản ngã mà các cá nhân cảm thấy họ phải có trong xã hội. Thông qua các hoạt động du lịch, cá nhân có thể thoát khỏi cuộc sống hàng ngày của họ (Berger, 1973). Thông qua các hoạt động tại điểm đến du lịch di sản, khách du lịch sẽ rời xa không gian sống bình thường của bản thân để hòa mình vào không gian của di sản. Khi xác thực hiện sinh hình thành trong khách du lịch càng nhiều sẽ càng tạo ra sự gắn bó về mặt cảm xúc với điểm đến di sản, xem đây như là một nơi yên bình để tận hưởng không gian văn hóa. Điều này đã được chứng minh qua nhiều nghiên cứu trước đây như Wang (1999); Yi và cộng sự (2017); Fu (2019).

5.1.3. Mối quan hệ giữa xác thực điểm đến và sự hài lòng của khách du lịch

Một nội dung quan trọng trong luận án là tập trung vào các mối quan hệ của mô hình nghiên cứu phản ánh ảnh hưởng của xác thực khách quan và hiện sinh đối với sự hài lòng của khách du lịch trong du lịch di sản tại Việt Nam. Các phát hiện cho thấy khách du lịch có cảm nhận tích cực về xác thực sẽ hài lòng hơn với địa điểm văn hóa. Những kết quả đạt được phù hợp với nghiên cứu gần đây, chẳng hạn như của Kolar và Zabkar (2010); Shen, Guo, và Wu (2012); Lee và cộng sự (2016); Ana M. Domínguez-

Quintero và cộng sự (2018); Ana M.)Domínguez-Quintero và cộng sự (2019); M. Rosario González-Rodríguez và cộng sự (2019), nơi có ảnh hưởng trực tiếp của xác thực khách quan và xác thực hiện sinh đến sự hài lòng của khách du lịch tại các điểm đến di sản.

Trương tự với các giả thuyết ở trên, mối quan hệ ảnh hưởng giữa xác thực hiện sinh và sự hài lòng cao hơn so với mối quan hệ ảnh hưởng giữa xác thực khách quan và sự hài lòng, tuy mức độ ảnh hưởng đều nhỏ (hệ số f^2 thấp, lần lượt là 0,082 và 0,070). Điều này càng củng cố vai trò của xác thực hiện sinh và xác thực khách quan đang có ảnh hưởng như thế nào trong việc phát triển các điểm đến du lịch di sản.

5.1.4. Mối quan hệ giữa gắn kết điểm đến và sự hài lòng của khách du lịch

Giả thuyết H6 cho thấy gắn kết điểm đến mà khách du lịch nhận được về di sản càng cao thì mức độ hài lòng của họ càng cao. Điều này hoàn toàn được khẳng định không chỉ trong các lĩnh vực của du lịch mà trong ngành công nghiệp dịch vụ. Kết quả này phù hợp với những nghiên cứu trước đây của Hidalgo (2001), Kyle (2004), Halpenny (2010), Yuksel, A. và cộng sự (2010), Mogollón, José và cộng sự (2013), Domínguez-Quintero và cộng sự (2019), Latiff, K. và cộng sự (2020), González-Rodríguez và cộng sự (2019), Su và cộng sự, (2020).

Kết quả phân tích nghiên cứu thực nghiệm cũng nhận thấy, mặc dù gắn kết điểm đến có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch, tuy nhiên tác động vẫn nhỏ (hệ số f^2 thấp).

5.1.5. Kiểm tra vai trò điều tiết của chất lượng trải nghiệm lên các mối quan hệ với sự hài lòng của khách du lịch

Từ kết quả trên, luận án phát hiện được vai trò quan trọng của chất lượng trải nghiệm trong mô hình sự hài lòng của khách du lịch trong du lịch di sản. Mặc dù mức độ ảnh hưởng của chất lượng trải nghiệm lên các mối quan hệ này không cao (hệ số f^2 thấp, hoặc rất thấp. Giả thuyết H7 - chất lượng trải nghiệm ảnh hưởng lên mối quan hệ giữa xác thực khách quan và sự hài lòng là 0,041 (Tác động nhỏ); giả thuyết H8 - chất

lượng trải nghiệm ảnh hưởng lên mối quan hệ giữa gắn kết điểm đến và sự hài lòng là 0,040 (Tác động nhỏ) và giả thuyết H9 - Chất lượng trải nghiệm ảnh hưởng lên mối quan hệ giữa xác thực hiện sinh và sự hài lòng là 0,019 (Tác động rất nhỏ).

Điều này phù hợp với thực tiễn các yếu tố về xác thực khách quan, xác thực hiện sinh và gắn kết điểm đến vẫn còn khá mới trong học thuật và chưa được diễn giải đầy đủ để khách du lịch có thể cảm nhận và xem xét.

5.2. Gợi ý nghiên cứu đối với các nhà quản lý điểm đến di sản, doanh nghiệp du lịch

5.2.1. Gợi ý kết quả nghiên cứu xác thực điểm đến, gắn kết điểm đến và sự hài lòng của khách du lịch

Xác thực điểm đến là một nguồn tài nguyên quý giá và tài sản vô hình cho du lịch di sản ở Việt Nam và có thể được sử dụng để tạo lợi thế cạnh tranh vượt trội so với các điểm đến khác. Các quan điểm trong nghiên cứu này nêu bật vai trò của các yếu tố khác nhau của xác thực điểm đến trong sự hài lòng của khách du lịch. Là chỉ báo về khả năng hoạt động trong tương lai, những kết quả này có ý nghĩa thiết thực đối với các nhà quản lý điểm đến của Việt Nam.

5.2.2. Gợi ý kết quả nghiên cứu đối với sự điều tiết của chất lượng trải nghiệm

Luận án làm phong phú thêm kiến thức hiện có trong lĩnh vực du lịch và di sản, đồng thời cung cấp nền tảng thực nghiệm cho các nghiên cứu trong tương lai trong bối cảnh quản lý điểm đến du lịch toàn cầu bằng cách kiểm tra hoạt động tìm kiếm chất lượng dịch vụ, xác thực điểm đến, gắn kết điểm đến và sự hài lòng của khách du lịch. Những phát hiện chính của luận án này có ý nghĩa quan trọng đối với các nhà quản lý điểm đến và chính phủ.

5.3. Một số khuyến nghị

Thứ nhất, các bên liên quan trong phát triển điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam cần chú trọng hơn đến vai trò của yếu tố sự hài lòng của khách du lịch trong chiến lược và chính sách phát triển của mình.

Thứ hai, về sản phẩm du lịch. Các nhà quản lý cần quan tâm đến sự mong đợi của khách du lịch về xác thực khách quan và hiện sinh tại điểm đến du lịch di sản.

Thứ ba, xác thực hiện sinh được chứng minh là có ảnh hưởng đáng kể tới sự hài lòng của khách du lịch.

Thứ tư, các nhà phát triển du lịch, doanh nghiệp lữ hành cần xác định thị trường khách du lịch được hướng đến.

Thứ năm, áp dụng tiến bộ của khoa học kỹ thuật vào việc gia tăng trải nghiệm của khách du lịch.

Cuối cùng, phát triển du lịch di sản cần đảm bảo yếu tố phát triển bền vững, duy trì và nâng cao lợi ích của các bên tham gia.

5.4. Hạn chế và các hướng nghiên cứu trong tương lai

Đầu tiên, về tổng quan tài liệu, Luận án tập trung vào các nghiên cứu được tổng hợp trên hệ thống Web of Sciences, NASATI cũng như Google Scholar.

Thứ hai, nghiên cứu này tồn tại một số hạn chế trong các phương pháp lấy mẫu nghiên cứu thực nghiệm.

Thứ ba, kết quả nghiên cứu chưa làm rõ được thực trạng sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với điểm đến du lịch di sản được chọn nghiên cứu.

Thứ tư, kết quả nghiên cứu được tính toán thông qua kỹ thuật PLS-SEM và các hệ số đường dẫn.

Thứ năm, nghiên cứu này tập trung xem xét tác động tính xác thực, gắn kết điểm đến và chất lượng trải nghiệm đến sự hài lòng của khách du lịch, nhưng có thể có những yếu tố khác ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch.

Tóm lại, kết quả thực nghiệm của Luận án đã cung cấp hỗ trợ bổ sung cho dòng nghiên cứu ngày càng tăng liên quan đến sự hài lòng của khách du lịch trong du lịch di sản và mang lại cơ hội thúc đẩy ứng dụng sự hài lòng trong nghiên cứu du lịch di sản và văn hóa.

KẾT LUẬN

Dựa trên kết quả phân tích dữ liệu, Luận án đã đáp ứng được mục tiêu nghiên cứu đề ra ban đầu. Luận án đã tập trung vào xác định sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam. Kết quả này phù hợp với những nghiên cứu trước đây về sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản (Hidalgo, 2001; Kyle, 2004; Halpenny, 2010; Yuksel, A. và cộng sự, 2010); Kolar và Zabkar, 2010; Shen, Guo, và Wu, 2012; Mogollón, José và cộng sự, 2013; Lee và cộng sự, 2016; Domínguez-Quintero và cộng sự, 2019; Latiff, K. và cộng sự, 2020; González-Rodríguez và cộng sự, 2019; Su, Diep Ngoc và cộng sự, 2020); Nguyễn Thị Kim Thanh và Nguyễn Trọng Tuấn, 2022). Trong đó, Luận án phát hiện ra những yếu tố quan trọng để tạo nên sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam là việc quảng bá công nhận điểm đến du lịch di sản; tạo ra các hoạt động gắn với truyền thống, lịch sử tại điểm đến; thực hiện các hoạt động tạo ấn tượng tốt với khách du lịch ngay từ ban đầu và định hướng trải nghiệm mới lạ, sáng tạo, đưa khách du lịch thoát khỏi những thói quen thường ngày.

Luận án đã mạnh dạn đề xuất phát triển hai điểm mới trong mô hình nghiên cứu. Thứ nhất, đưa biến quan sát gắn kết điểm đến (place attachment) vào thay thế biến cảm xúc (emotion). Thứ hai, đưa biến chất lượng trải nghiệm (experience quality) từ mô hình nghiên cứu đơn thuần thành biến điều tiết mối quan hệ của các biến quan sát khác trong mối quan hệ với sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến di sản. Kết quả phân tích dữ liệu đã chứng minh được sự phù hợp của mô hình nghiên cứu.

Tiếp đến, Luận án đã chứng minh được sự tồn tại mối quan hệ giữa xác thực khách quan đối với xác thực hiện sinh tại điểm đến du lịch di sản. Kết quả này đã chứng minh sự phù hợp của các nghiên cứu trước đây như Zins (2002); De Rojas và Camarero (2008); Del Bosque và San Martín (2008); Kolar và Zabkar (2010); Palau-Saumell và cộng sự (2013); Prayag và cộng sự (2012); Ali và cộng sự (2016); Domínguez-Quintero, A. M. và cộng sự (2019). Từ đó, Luận án xác nhận xác thực khách quan mà khách du lịch cảm nhận được càng cao thì mức độ xác thực hiện sinh của họ càng cao. Đây là một mối quan hệ đơn hướng, với chỉ số tác động trung bình.

Luận án đã làm rõ mối quan hệ giữa tính xác thực (xác thực khách quan, xác thực hiện sinh), gắn kết điểm đến tới sự hài lòng của khách du lịch, cũng như mức độ ảnh hưởng điều tiết của chất lượng trải nghiệm đến mối quan hệ này tại các điểm đến du lịch di sản. Luận án đã tập trung vào kiểm tra mô hình cấu trúc tích hợp các nhân tố xác thực khách quan và hiện sinh, gắn kết điểm đến, chất lượng trải nghiệm và sự hài lòng đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam. Kết quả cho thấy các ảnh hưởng của xác thực khách quan, xác thực hiện sinh và gắn kết điểm đến đối với sự hài lòng của khách du lịch đã được chứng minh với mức độ đáng kể. Trong đó, xác thực hiện sinh có ảnh hưởng lớn đối với sự hài lòng của khách du lịch khi so sánh với xác thực khách quan và gắn kết điểm đến. Luận án cho thấy rằng khách du lịch có cảm nhận tích cực về tính xác thực mang đến sự hài lòng hơn tại địa điểm du lịch di sản. Kết quả này đã chứng minh sự phù hợp với những nghiên cứu trước đây của Hidalgo (2001), Kyle (2004), Halpenny (2010), Yuksel, A. và cộng sự (2010), Mogollón, José và cộng sự (2013), Domínguez-Quintero và cộng sự (2019), Latiff, K. và cộng sự (2020), González-Rodríguez và cộng sự (2019), Su, Diep Ngoc và cộng sự, (2020).

Bên cạnh đó, Luận án cũng đã chứng minh được nhân tố chất lượng trải nghiệm có tác động tích cực lên quan hệ giữa xác thực khách quan, giữa gắn kết điểm và xác thực hiện sinh với sự hài lòng của khách du lịch. Trong đó, kết quả phân tích dữ liệu cho thấy chất lượng trải nghiệm có tác động điều tiết nhỏ đối với mối quan hệ giữa giữa xác thực khách quan và giữa gắn kết điểm với sự hài lòng của khách du lịch; có tác động điều tiết rất nhỏ hoặc gần như không có ảnh hưởng giữa xác thực hiện sinh với sự hài lòng của khách du lịch. Tuy nhiên, chất lượng trải nghiệm đã được chứng minh vai trò điều tiết trong mô hình. Đây là một đóng góp mới cho mô hình sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam nói riêng và nước ngoài nói chung.

Ngoài ra, Luận án được thực hiện bởi xu hướng tăng cường hiểu biết về vai trò của các biến nhận thức - tình cảm, chẳng hạn như các nhân tố xác thực khách quan, xác thực hiện sinh, gắn kết điểm đến và chất lượng trải nghiệm đối với sự hài lòng. Kết quả đưa đến

sự hiểu biết tốt hơn về cách các nhân tố này tương tác trong một điểm du lịch văn hóa-di sản. Từ những tài liệu tham khảo trước đây, Luận án là một nghiên cứu tiên phong trong việc cùng nhau phân tích ảnh hưởng của tính xác thực, gắn kết điểm đến và chất lượng trải nghiệm đối với sự hài lòng trong bối cảnh văn hóa-di sản, đặc biệt là vai trò điều tiết quan hệ của chất lượng trải nghiệm của các nhân tố tính xác thực, gắn kết điểm đến lên sự hài lòng của khách du lịch. Kết quả khẳng định tầm quan trọng của các khái niệm như tính xác thực, gắn kết điểm đến và chất lượng của trải nghiệm trong chuyến tham quan tại các điểm du lịch văn hóa - di sản. Các điểm đến du lịch văn hóa - di sản nên cung cấp cho du khách trải nghiệm chân thực, tích cực và chất lượng cao, từ đó sẽ tạo ra sự hài lòng của khách du lịch.

Cuối cùng, mô hình nghiên cứu của Luận án đã được chứng minh là phù hợp với bối cảnh du lịch di sản tại Việt Nam. Từ đó, Luận án cũng đã thảo luận một số gợi ý chính sách đối với các nhà quản lý điểm đến du lịch di sản, bên liên quan dựa trên kết quả phân tích mô hình nghiên cứu về tính xác thực (khách quan và hiện sinh), gắn kết điểm đến cũng như vai trò điều tiết của chất lượng trải nghiệm trong việc tạo ra sự hài lòng cho khách du lịch tại điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam. Cùng với đó, Luận án đưa ra sáu khuyến nghị chung và một số khuyến nghị riêng dành cho các cơ quan quản lý Nhà nước về du khách, doanh nghiệp lữ hành, cộng đồng địa phương và khách du lịch. Từ đó, Luận án nhận ra năm hạn chế để có từ đó có thể phát triển nghiên cứu trong tương lai.