

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

ĐƯƠNG NGỌC LANG

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC LỰA CHỌN
DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TÂY NGUYÊN

Chuyên ngành: Du lịch

Mã số: 9810.101.01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ DU LỊCH

Hà Nội - 2024

Công trình được hoàn thành tại: Khoa Du lịch học, Trường Đại học KHXH & NV, Đại học Quốc gia Hà Nội

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Phạm Hồng Long

Phản biện: GS. Từ Thị Loan

Phản biện: PGS.TS. Nguyễn Thị Nguyên Hồng

Phản biện: PGS.TS. Nguyễn An Thịnh

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng cấp Đại học Quốc gia chấm luận án tiến sĩ họp tại phòng 302, Trường Đại học KHXH&NV, Đại học Quốc gia Hà Nội vào hồi 8 giờ 30 ngày 29 tháng 6 năm 2024

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội

MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết của nghiên cứu

Về mặt lý luận, những nghiên cứu về du lịch cộng đồng chủ yếu tập trung vào các khía cạnh từ phía cung du lịch, có rất ít các nghiên cứu từ phía du khách. Các nghiên cứu từ phía khách du lịch thường tập trung vào một số khía cạnh riêng lẻ của hành vi tiêu dùng, nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng tại một khu vực nhất định còn khá hạn chế, cụ thể là tại khu vực Tây Nguyên. Chưa có nhiều nghiên cứu chuyên sâu về các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

Về mặt thực tiễn, Tây Nguyên là khu vực có nhiều tiềm năng phát triển du lịch, nhiều chính sách du lịch của Quốc gia và các tỉnh đều tập trung ưu tiên phát triển du lịch cộng đồng tại địa phương, đây cũng là khu vực còn nhiều khó khăn như số hộ nghèo cao, số xã nghèo lớn, thực trạng phát triển du lịch của vùng còn nhiều bất cập

2. Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định được những yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên, từ đó đưa ra những hàm ý nghiên cứu, quản trị có liên quan đến những yếu tố đã xác định được.

3. Nhiệm vụ nghiên cứu, câu hỏi nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện với các nhiệm vụ như: Nghiên cứu và tổng quan các tài liệu liên quan; Nghiên cứu các lý thuyết liên quan; Khảo sát chuyên gia, hoàn thiện mô hình nghiên cứu; Khảo sát du khách; Phân tích dữ liệu bằng công cụ NPS và phần mềm SPSS, AMOS.

Về câu hỏi nghiên cứu, luận án tập trung giải quyết các câu hỏi sau:

Câu hỏi 1. Những yếu tố nào ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên của du khách?

Câu hỏi 2. Mức độ ảnh hưởng của những yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên như thế nào?

Câu hỏi 3. Tác động của các yếu tố nhân khẩu học đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên như thế nào?

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

* Đối tượng nghiên cứu: Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên của du khách, trong đó khách thể nghiên cứu là khách du lịch nội địa đã và đang lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

* Phạm vi nghiên cứu

- Lý thuyết nghiên cứu: Lý thuyết hành vi tiêu dùng, lý thuyết đẩy và kéo, lý thuyết hành vi tiêu dùng bền vững, và lý thuyết kỳ vọng.

- Nội dung nghiên cứu: Nghiên cứu chỉ tập trung vào các hành vi lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên của du khách, không nghiên cứu vào quá trình lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên của du khách.

- Không gian: 5 làng du lịch cộng đồng của 5 tỉnh Tây Nguyên.

- Thời gian: Thu thập dữ liệu thứ cấp trong phạm vi 5 năm (từ 2019 đến 2023). Dữ liệu sơ cấp được điều tra từ tháng 02/2023 đến tháng 11/2023.

5. Khái quát về phương pháp nghiên cứu

Để phục vụ cho nghiên cứu, tác giả đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu, gồm: Phương pháp tổng hợp và nghiên cứu tài liệu thứ cấp, phương pháp chuyên gia, phương pháp phỏng vấn sâu, phương pháp điều tra bảng hỏi, và phương pháp xử lý và phân tích số liệu. Ba công cụ là NPS, SPSS và AMOS.

6. Đóng góp của luận án

Về mặt lý luận, nghiên cứu góp phần vào việc phát triển lý luận về hành vi tiêu dùng trong du lịch cộng đồng. Điều này không chỉ giúp hiểu sâu hơn về nhu cầu, động cơ, và kì vọng của du khách khi họ quyết định lựa chọn loại hình du lịch cộng đồng, mà còn đóng góp vào sự phát triển và cải tiến các lý thuyết có liên quan đến hành vi tiêu dùng trong du lịch.

Về mặt thực tiễn, luận án cung cấp thông tin hữu ích cho quản lý du lịch, hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng, định hướng marketing và quảng bá du lịch.

7. Kết cấu của luận án

Ngoài mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo, luận án được kết cấu thành 5 chương, với tiêu đề lần lượt là: Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu, đặc điểm của khu vực nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu, thảo luận kết quả nghiên cứu và khuyến nghị.

1.2. Lựa chọn du lịch cộng đồng

Hiện có khá ít các nghiên cứu về lựa chọn trong du lịch, các nghiên cứu hiện có chủ yếu tập trung vào những yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn các sản phẩm, dịch vụ, hoặc một chương trình du lịch cụ thể. Tuy nhiên, chưa có nhiều nghiên cứu liên quan đến lựa chọn du lịch cộng đồng.

Về các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn trong du lịch chủ yếu khai thác theo từng khía cạnh riêng lẻ như nhu cầu, động cơ, tâm lý,... du khách, ít có đề tài nghiên cứu tổng hợp các yếu tố liên quan đến hành vi của du khách.

Các nghiên cứu về hành vi của du khách chủ yếu xoay quanh các lý thuyết: lý thuyết hành vi tiêu dùng, lý thuyết đẩy và kéo, lý thuyết hành vi tiêu dùng bền vững, lý thuyết kỳ vọng.

Tổng quan những nội dung nghiên cứu trên cho thấy nổi bật ba nội hàm sau: 1. Hiện đã có rất nhiều nghiên cứu về du lịch cộng đồng nói chung và du lịch cộng đồng Tây Nguyên nói riêng. Phần lớn các nghiên cứu về du lịch cộng đồng tập trung vào các khía cạnh liên quan từ phía đơn vị cung ứng du lịch cộng đồng như: các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch, phát triển du lịch tại một số khu vực cụ thể, mô hình phát triển du lịch, tính bền vững trong phát triển du lịch, sự tham gia của các bên trong phát triển du lịch,... Có rất ít các nghiên cứu từ phía khách du lịch, và đặc biệt càng ít nghiên cứu về các hành vi của du khách trong việc lựa chọn loại hình du lịch cộng đồng; 2. Về lựa chọn trong du lịch, và các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn trong du lịch, phần nhiều nghiên cứu về lựa chọn điểm đến du lịch, lựa chọn doanh nghiệp du lịch, lựa chọn một loại hình du lịch hay một sản phẩm du lịch cụ thể, có rất ít các nghiên cứu về lựa chọn loại hình du lịch cộng đồng; 3. Về du lịch cộng đồng Tây Nguyên, các nghiên cứu chủ yếu tập trung từ phía các đơn vị cung ứng du lịch, như phát triển du lịch cộng đồng tại một khu vực cụ thể, thực trạng phát triển du lịch cộng đồng, mô hình du lịch cộng đồng,... chưa phát hiện đề tài nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng

đồng Tây Nguyên. Từ ba nội hàm này cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên là một lựa chọn mới mẻ, khai thác khía cạnh mà ít được các nghiên cứu trước đây khai thác. Bên cạnh đó, kết quả tổng quan về lựa chọn trong du lịch, phần lớn các nghiên cứu sử dụng lý thuyết hành vi tiêu dùng, hành vi tiêu dùng bền vững, lý thuyết động cơ, lý thuyết kỳ vọng,... đây cũng là cơ sở để tác giả sử dụng làm lý thuyết nền cho nghiên cứu.

1.3. Khoảng trống nghiên cứu

Trong thời gian qua, các nghiên cứu về du lịch cộng đồng phần lớn tập trung vào các khía cạnh nội tại của khu, điểm du lịch cộng đồng, như chính sách, mô hình phát triển, đánh giá tính bền vững và giải pháp,... trong khi các nghiên cứu về hành vi, lựa chọn trong du lịch của du khách còn khá hạn chế.

Đối với các nghiên cứu liên quan đến quyết định lựa chọn trong du lịch, nội dung này thường tập trung vào một sản phẩm hoặc một điểm đến cụ thể, điều này tạo ra một khoảng trống nghiên cứu khi có rất ít nghiên cứu chi tiết về quyết định lựa chọn du lịch cộng đồng. Ngoài ra, việc áp dụng lý thuyết hành vi tiêu dùng, lý thuyết kéo và đẩy, lý thuyết hành vi tiêu dùng bền vững, và lý thuyết kỳ vọng đã có những nghiên cứu riêng lẻ, chưa có nhiều nghiên cứu tổng hợp liên quan đến các lý thuyết trên.

Với khu vực Tây Nguyên, vấn đề nghiên cứu về du lịch cộng đồng còn khá hạn chế. Những nghiên cứu tới thời điểm hiện tại chủ yếu tập trung vào thực trạng phát triển và mô hình phát triển của du lịch cộng đồng, với ít sự tập trung vào phía khách du lịch. Điều này tạo ra một khoảng trống nghiên cứu đặc biệt về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên. Để lấp đầy khoảng trống này, nghiên cứu đã tổng hợp và áp dụng những lý thuyết hiện có để hiểu rõ hơn về các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn du lịch cộng đồng tại khu vực Tây Nguyên hiện nay.

Chương 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết liên quan đến nghiên cứu

Các lý thuyết được nghiên cứu và áp dụng vào việc xây dựng mô hình nghiên cứu trong luận án bao gồm:

Lý thuyết hành vi tiêu dùng (bao gồm nhu cầu, động cơ và tâm lý).

Lý thuyết đẩy và kéo (push and pull)

Lý thuyết hành vi tiêu dùng bền vững.

Lý thuyết kỳ vọng.

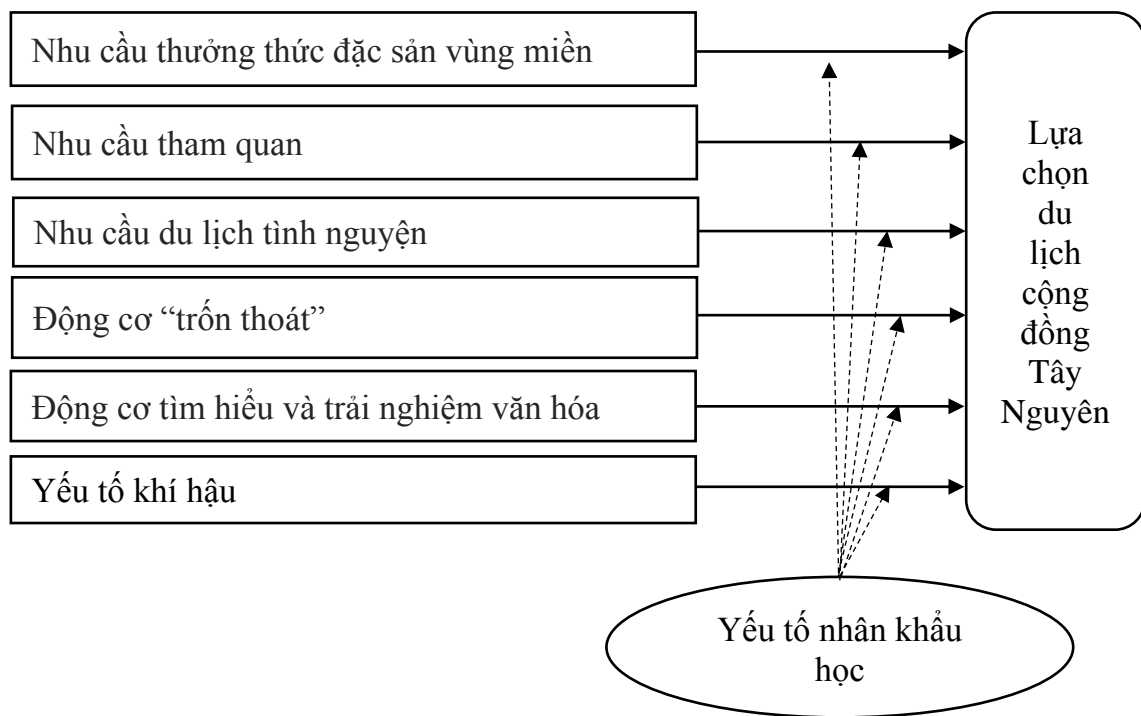
2.2. Đề xuất mô hình và giả thuyết nghiên cứu

2.2.1. Mô hình nghiên cứu

Tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu dựa trên hai nhóm dữ liệu: thứ nhất, kế thừa từ các lý thuyết riêng lẻ liên quan đến việc lựa chọn du lịch, lựa chọn điểm đến du lịch (bao gồm 29 yếu tố tổng hợp từ 4 lý thuyết); thứ hai dựa trên các đặc điểm của khu vực Tây nguyên thu hút khách du lịch (bao gồm 7 yếu tố, qua khảo sát ý kiến chuyên gia).

Tác giả đối chiếu hai nhóm yếu tố này, những nội dung nào của nhóm này có liên quan đến ít nhất một nội dung của nhóm kia, tác giả giữ lại để tiếp tục nghiên cứu, những yếu tố không liên quan đến cả hai nhóm, tác giả loại khỏi khung nghiên cứu. Sau khi có kết quả đối sánh sơ bộ, tác giả tiếp tục gửi lấy ý kiến chuyên gia với nội dung đồng thuận hay không đồng thuận về các kết quả đối sánh, những nội dung có hai chuyên gia trở lên không đồng thuận/đề xuất nội dung mới thì tác giả sẽ điều chỉnh lại kết quả.

Từ kết quả đối chiếu, mô hình nghiên cứu phát thảo bao gồm mười một biến độc lập. Từ mười một biến độc lập trên, sau khi tham khảo ý kiến chuyên gia, một số biến có nội dung giống nhau được gộp lại và đổi tên cho phù hợp, một số biến đổi tên, một số biến thay đổi nội dung cho phù hợp với đặc trưng của khu vực Tây Nguyên. Kết quả còn sáu biến độc lập đưa vào nghiên cứu, bao gồm: Nhu cầu thưởng thức đặc sản vùng miền, nhu cầu tham quan, nhu cầu du lịch tình nguyện, động cơ “trốn thoát”, động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa, yếu tố khí hậu.



Hình 2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2.2. Giả thuyết nghiên cứu

Căn cứ vào các lý thuyết đã nêu và mô hình nghiên cứu đề xuất, tác giả đề xuất các giả thuyết nghiên cứu sau:

Giả thuyết H1. Nhu cầu thưởng thức đặc sản vùng miền có tác động ảnh hưởng thuận chiều tới lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

Giả thuyết H2. Nhu cầu tham quan có tác động ảnh hưởng thuận chiều tới lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

Giả thuyết H3. Nhu cầu du lịch tình nguyện có tác động ảnh hưởng thuận chiều tới lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

Giả thuyết H4. Động cơ “trốn thoát” có tác động ảnh hưởng thuận chiều tới lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

Giả thuyết H5. Động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa có tác động ảnh hưởng thuận chiều tới lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

Giả thuyết H6. Yếu tố khí hậu có tác động ảnh hưởng thuận chiều tới lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

Chương 3. ĐẶC ĐIỂM KHU VỰC NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Đặc điểm của khu vực nghiên cứu

3.1.1. Đặc điểm tự nhiên và tài nguyên du lịch tự nhiên

a. Đặc điểm tự nhiên

Tây Nguyên là khu vực có diện tích tự nhiên là 54.548 km², chiếm 16,46% diện tích tự nhiên cả nước. Khu vực này được cấu thành từ nhiều cao nguyên liền kề, được bao bọc về phía Đông bởi những dãy núi và khối núi cao, đó chính là dãy Trường Sơn Nam.

b. Tài nguyên tự nhiên

Tài nguyên khí hậu

Tài nguyên địa chất - địa mạo

Tài nguyên thực vật

3.1.2 Đặc điểm kinh tế - xã hội, và tài nguyên du lịch văn hóa

a Về kinh tế

Lĩnh vực nông nghiệp

Lĩnh vực công nghiệp

Lĩnh vực du lịch

b. Xã hội

Về dân tộc và văn hóa

Về dân số và đô thị hóa

Về giao thông

Về giáo dục và y tế

Về môi trường

c. Tài nguyên du lịch văn hóa

Di sản thế giới

Di tích lịch sử văn hóa

Công trình tôn giáo - tín ngưỡng

Lễ hội và các sự kiện văn hóa
 Làng nghề truyền thống
 Các đối tượng du lịch gắn với dân tộc học
 Các công trình đương đại và cơ sở kinh tế

3.1.3. Đặc điểm cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật du lịch

Cơ sở lưu trú.
 Cơ sở ăn uống
 Giao thông và hệ thống cơ sở phục vụ du lịch

3.1.4. Đặc điểm nguồn khách khu vực Tây Nguyên

Số lượt khách
 Thành phần khách
 Sở thích về loại hình du lịch

3.2. Phương pháp nghiên cứu

3.2.1. Thiết kế nghiên cứu

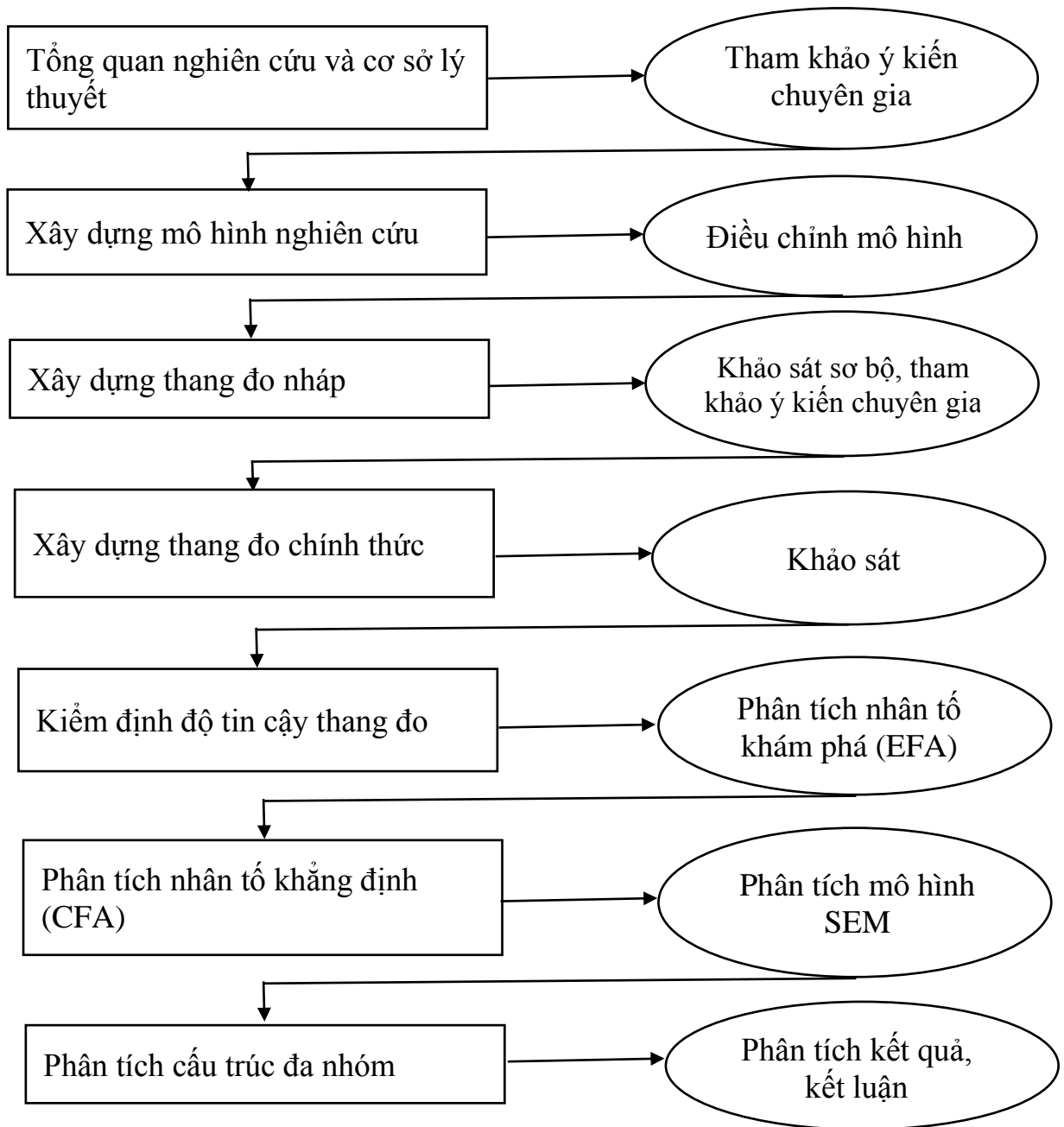
Quá trình nghiên cứu được chia thành hai giai đoạn: nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Phương pháp, kỹ thuật thu thập dữ liệu, thời gian và địa điểm được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 1. Tiến độ thực hiện các nghiên cứu

Bước	Dạng nghiên cứu	Phương pháp	Kỹ thuật thu thập dữ liệu	Thời gian	Địa điểm
1	Sơ bộ	- Phương pháp chuyên gia. - Phương pháp điều tra bảng hỏi.	Khảo sát ý kiến chuyên gia; Phỏng vấn sâu.	2/2023 - 4/2023	Lâm Đồng
			Điều tra bảng hỏi	5/2023 - 6/2023	- Lâm Đồng
2	Chính thức	- Phương pháp xử lý và phân tích số liệu	Điều tra bảng hỏi	7/2023 - 11/2023	- Lâm Đồng - Đắk Nông - Đắk Lắk - Gia Lai - Kon Tum

3.2.2. Quy trình nghiên cứu

Quá trình nghiên cứu bao gồm 14 bước như sau:



Hình 3. Quy trình nghiên cứu

3.2.3. Các phương pháp nghiên cứu

Phương pháp điều tra bảng hỏi: Từ tháng 2 đến tháng 11/2023, số mẫu 484, thu về 443 mẫu, 402 mẫu đạt yêu cầu.

Phương pháp chuyên gia: 55 chuyên gia

Phương pháp xử lý và phân tích số liệu, bao gồm các bước: xây dựng mô hình, xây dựng thang đo, phân tích số liệu.

Công cụ nghiên cứu: NPS phân tích kết quả khảo sát chuyên gia. SPSS, AMOS phân tích kết quả khảo sát du khách.

3.3. Xây dựng thang đo

Thang đo gồm 28 biến quan sát như sau:

Bảng 2. Các biến và thang đo trong nghiên cứu

STT	Biến nghiên cứu	Thang đo
1	<i>Nhu cầu thưởng thức đặc sản vùng miền (DS)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - DS1: Tôi có nhu cầu thưởng thức những món ăn đặc trưng của cộng đồng địa phương. - DS2: Tôi có nhu cầu thưởng thức thực phẩm sạch, có nguồn gốc rõ ràng. - DS3: Tôi có nhu cầu thưởng thức những món ăn có giá cả phù hợp với chất lượng. - DS4: Tôi có nhu cầu sử dụng những thực phẩm tốt cho sức khỏe.
2	<i>Nhu cầu tham quan (TQ)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - TQ1: Tôi có nhu cầu tham quan những cảnh quan thiên nhiên đặc sắc của địa phương. - TQ2: Tôi có nhu cầu tham quan những nét đặc trưng của cộng đồng. - TQ3: Tôi có nhu cầu tham quan, thưởng thức những loại hình nghệ thuật truyền thống của người dân bản địa. - TQ4: Tôi có nhu cầu tham gia những lễ hội truyền thống của người dân bản địa.
3	<i>Nhu cầu du lịch tình nguyện (TN)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - TN1: Tôi muốn đẩy mạnh các hoạt động bảo vệ môi trường tại cộng đồng thông qua các chuyến du lịch. - TN2: Tôi muốn đẩy mạnh việc tuyên truyền gìn giữ và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng thông qua du lịch. - TN3: Tôi muốn giúp đỡ, hỗ trợ cộng đồng cải thiện đời sống, nâng cao dân trí thông qua các chuyến du lịch. - TN4: Tôi muốn sử dụng các dịch vụ lưu trú, ăn uống,... trong cộng đồng để ủng hộ cộng đồng phát triển du lịch.
4	<i>Động cơ “trốn thoát” (TT)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - TT1: Tôi muốn đi du lịch để thoát khỏi công việc và cuộc sống thường ngày. - TT2: Tôi muốn đi du lịch để thoát khỏi những áp lực của cuộc sống thường ngày.

		<ul style="list-style-type: none"> - TT3: Tôi muốn đi du lịch để thoát khỏi trách nhiệm thường ngày. - TT4: Tôi muốn đi du lịch để thoát khỏi môi trường và không gian sống hàng ngày.
5	<i>Động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa (VH)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - VH1: Tôi muốn tìm hiểu và trải nghiệm những yếu tố văn hóa độc đáo. - VH2: Tôi muốn tìm hiểu và trải nghiệm những nền văn hóa và lối sống khác biệt. - VH3: Tôi muốn tham quan và tìm hiểu cuộc sống của đồng bào dân tộc bản địa. - VH4: Tôi muốn gặp gỡ, giao lưu với đa dạng sắc tộc.
6	<i>Khí hậu (KH)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - KH1: Khí hậu khu vực Tây Nguyên dễ chịu, thích hợp cho các hoạt động tham quan, trải nghiệm. - KH2: Khí hậu các khu du lịch cộng đồng Tây Nguyên trong lành, ít bị ô nhiễm. - KH3: Khí hậu các khu du lịch cộng đồng Tây Nguyên mát mẻ hơn các vùng khác. - KH4: Tôi muốn thay đổi môi trường, khí hậu tại khu vực đang sinh sống.
7	<i>Lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên (CBT)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - CBT1: Việc lựa chọn du lịch Tây Nguyên do chính nhu cầu, động cơ và mong muốn của bản thân tôi. - CBT2: Tôi kỳ vọng nhiều ở du lịch cộng đồng Tây Nguyên. - CBT3: Du lịch cộng đồng Tây nguyên tiếp tục là một trong những lựa chọn trong thời gian tới của tôi. - CBT4: Tôi sẽ giới thiệu cho người thân về du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

* Đánh giá độ tin cậy của thang đo: Hệ số Cronbach's Alpha được tác giả sử dụng chính để đánh giá độ tin cậy thang đo nghiên cứu trong luận án.

3.4. Đặc điểm của địa phương khảo sát

- (1) Làng Kon Pring (Kon Tum)
- (2) Làng Ôp (Gia Lai)
- (3) Buôn Akô Đhông (Đăk Lăk)
- (4) Bon N'Jriêng (Đăk Nông)
- (5) Khu vực Lang Biang (Lâm Đồng).

Chương 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Kết quả nghiên cứu sơ bộ

4.1.1. Những đặc trưng của khu vực Tây Nguyên

Kết quả phân tích NPS cho thấy các yếu tố có NPS lớn hơn 0 được giữ lại và tiếp tục đưa vào nghiên cứu, bao gồm: 1. Cảnh quan thiên nhiên hoang sơ; 2. Khí hậu trong lành, mát mẻ; 3. Văn hóa đa dạng và độc đáo; 4. Khu vực có nhiều cộng đồng dân tộc thiểu số sinh sống; 5. Nhiều khu dân cư nằm ở vùng sâu, xa, vùng khó khăn; 6. Ẩm thực phong phú và khác biệt; 7. Giao thông đặc trưng đèo, dốc.

4.1.2. Kết quả hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu

Tác giả đối chiếu nhóm các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn trong du lịch và nhóm những đặc điểm của khu vực Tây Nguyên thu hút du khách, những nội dung nào của nhóm này có liên quan đến ít nhất 1 nội dung của nhóm kia, tác giả giữ lại để tiếp tục nghiên cứu, những yếu tố không liên quan đến cả 2 nhóm, tác giả loại khỏi khung nghiên cứu.

Từ kết quả đối chiếu, mô hình nghiên cứu được lựa chọn bao gồm 11 biến độc lập, sau khi tham khảo ý kiến chuyên gia, một số biến có nội dung giống nhau được gộp lại và đổi tên cho phù hợp, một số biến đổi tên, một số biến thay đổi nội dung cho phù hợp với đặc trưng của khu vực Tây Nguyên. Kết quả tổng hợp cho thấy có 6 biến độc lập được đưa vào mô hình nghiên cứu gồm: 1. Nhu cầu thưởng thức đặc sản vùng miền; 2. Nhu cầu tham quan; 3. Nhu cầu du lịch tình nguyện; 4. Động cơ trốn thoát; 5. Động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa; 6. Yếu tố khí hậu.

4.2. Kết quả nghiên cứu chính thức

4.2.1. Đặc điểm nhân khẩu học của đối tượng khảo sát

Để thực hiện nghiên cứu, tác giả đã phát 485 phiếu tại các địa điểm nghiên cứu như đã trình bày phần trước, tổng cộng 443 phiếu được thu về, tuy nhiên có nhiều phiếu không đạt yêu cầu, như không điền đầy đủ thông tin cần thiết, trả lời duy nhất 1 phương án trong tất cả các câu trả lời,... Sau khi làm sạch dữ liệu, còn lại 402 phiếu được đưa và phân tích, phục vụ cho nghiên cứu.

Bảng 3. Đặc điểm nhân khẩu học của các đối tượng khảo sát

STT	Thông tin mẫu	Số lượng (người)	Tỷ lệ
1	Giới tính	402	100 %
	- Nam	217	54 %
	- Nữ	185	46 %
2	Độ tuổi	402	100%
	- Dưới 25 tuổi	96	23,9 %
	- Từ 25 đến 34 tuổi	89	22,1 %
	- Từ 35 đến 44 tuổi	128	31,8 %
	- Từ 45 đến 54 tuổi	46	11,4 %
	- Từ 55 tuổi trở lên	43	10,7 %
3	Thu nhập bình quân/ tháng	402	100%
	- Đến 10 triệu đồng	127	31,6 %
	- Trên 10 triệu đến 18 triệu đồng	118	29,4 %
	- Trên 18 triệu đến 32 triệu đồng	100	24,9 %
	- Trên 32 triệu đồng	57	14,2 %
4	Nghề nghiệp	402	100%
	- Kinh doanh	112	27,9 %
	- Công việc văn phòng	98	24,4 %
	- Lao động tri thức	48	11,9 %
	- Lao động tự do	77	19,2 %
	- Khác	67	16,7 %
5	Trình độ	402	100%
	- Dưới Đại học	89	22,1 %
	- Đại học	252	62,7 %
	- Trên Đại học	61	15,2 %

4.2.2. Thống kê mô tả các biến liên quan đến nghiên cứu

Kết quả thống kê mô tả được trình bày trong bảng sau:

Bảng 4. Kết quả thống kê mô tả các biến nghiên cứu

Mã thang đo	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
1. Nhu cầu tham quan				
TQ1	1,00	5,00	2,9150	0,8462
TQ2	1,00	5,00	3,0249	0,9445
TQ3	1,00	5,00	2,6940	0,8377
TQ4	1,00	5,00	4,0522	1,0282
2. Nhu cầu du lịch tình nguyện				
TN1	1,00	5,00	3,7363	1,0013
TN2	1,00	5,00	3,9055	0,9480
TN3	1,00	5,00	3,7736	1,0215
TN4	1,00	5,00	3,2910	1,0906
3. Động cơ trốn thoát				
TT1	1,00	5,00	3,6915	1,0109
TT2	1,00	5,00	3,8806	0,9157
TT3	1,00	5,00	3,7736	0,9765
TT4	1,00	5,00	3,6816	1,0771
4. Nhu cầu thưởng thức đặc sản vùng miền				
DS1	1,00	5,00	3,9428	0,2066
DS2	1,00	5,00	3,9080	0,2656
DS3	1,00	5,00	3,9229	0,2335
DS4	1,00	5,00	3,9353	0,2249
5. Động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa				
VH1	1,00	5,00	3,9129	0,9474
VH2	1,00	5,00	3,8507	1,0769
VH3	1,00	5,00	3,7488	1,0008
VH4	1,00	5,00	3,4080	1,1179
6. Yếu tố khí hậu				
KH1	1,00	5,00	3,6020	0,8538
KH2	1,00	5,00	3,4428	0,9724
KH3	1,00	5,00	3,6517	0,8667
KH4	1,00	5,00	3,5249	0,8739
7. Lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên				
CBT1	1,00	5,00	3,4030	1,0460
CBT2	1,00	5,00	3,6741	1,0621
CBT3	1,00	5,00	3,4353	1,0720
CBT4	1,00	5,00	3,5547	0,8435

4.2.3. Kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha cho thấy phần lớn các thang đo có độ tin cậy cao. Cụ thể, DS, VH và KH là những thang đo đo lường rất tốt, với hệ số Cronbach's Alpha của cả ba thang đo đều lớn hơn 0,8 (lần lượt là 0,801, 0,888, 0,901). Điều này chứng minh rằng chúng đo lường một cách đồng nhất và đáng tin cậy.

Tuy nhiên, ba biến TQ4, TN3 và CBT2 có hệ số tương quan biến tổng thấp (lần lượt là 0,270, -0,004, -0,022), tất cả đều nhỏ hơn 0,3. Do vậy các biến này không đạt yêu cầu và bị loại khỏi thang đo nghiên cứu. Sau khi loại bỏ các biến này và thực hiện kiểm định lại, hệ số Cronbach's Alpha của TQ, TN và CBT đã tăng lên đáng kể, lần lượt là 0,893, 0,733 và 0,790. Kết quả này làm rõ rằng sau quá trình tinh chỉnh, các thang đo này giữ được độ tin cậy và phù hợp cho các phần nghiên cứu tiếp

Một biến khác, là TT, được loại bỏ vì hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,178, nhỏ hơn 0,6 nên tác giả loại biến này khỏi mô hình nghiên cứu để tăng độ tin cậy cho thang đo. Sau khi loại các biến không đạt yêu cầu là TT, TQ4, TN3, CBT2 và kiểm định lại lần hai cho một số biến, lúc này tất cả các biến còn lại có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,7, và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Điều này cho thấy rằng thang đo đã được tối ưu hóa và đáp ứng đủ cho các phân tích tiếp theo trong nghiên cứu.

4.2.4. Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA)

a. Phân tích nhân tố khám phá đối với các biến độc lập

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho thấy kết quả kiểm định khá tích cực, với hệ số KMO đạt 0,810, thỏa mãn yêu cầu về giá trị nằm trong khoảng từ 0,5 đến 1. Do đó, việc sử dụng tập dữ liệu này để thực hiện phân tích nhân tố được coi là thích hợp. Kiểm định Bartlett's Test, sử dụng để đánh giá sự tương quan giữa các biến quan sát trong nhân tố, cũng cho thấy kết quả tích cực với giá trị Sig. của kiểm định là 0,000, nhỏ hơn ngưỡng 0,05. Điều này chứng tỏ rằng các biến quan sát có mối tương quan tổng thể, và dữ liệu đủ điều kiện để thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA.

Giá trị eigenvalue tại nhân tố thứ năm là 1,398, lớn hơn 1, trong khi tại

nhân tố thứ sáu là 0,726, nhỏ hơn 1. Do đó, quá trình trích ngừng lại ở nhân tố thứ năm, cho thấy có năm nhân tố được giữ lại. Tổng phương sai trích là 73,292%, vượt quá ngưỡng 50%, chứng tỏ rằng năm nhân tố trích giải thích được 73,292% sự biến thiên trong dữ liệu của các biến quan sát tham gia vào EFA. Kết quả xử lý dữ liệu cho thấy các nhân tố được trích xuất có ý nghĩa thống kê tốt, và được sử dụng để phân tích sâu hơn các nội dung tiếp theo.

Kết quả kiểm định ma trận xoay cho thấy phần lớn các biến có hệ số tải khá cao, tất cả đều trên 0,7 và không bị ẩn nên đều được giữ lại. Kết quả cho ra ở ma trận xoay đảm bảo được tính hội tụ và phân biệt ở mức độ khá cao, điều này cho thấy biến quan sát có ý nghĩa thống kê rất tốt.

Mô hình nghiên cứu mới sau khi loại bỏ các biến không phù hợp là TT, TQ4, TN3, CBT2, được điều chỉnh lại còn năm biến độc lập như sau:

(1) Nhu cầu thưởng thức đặc sản vùng miền (DS): Gồm bốn biến quan sát là DS1, DS2, DS3, DS4.

(2) Nhu cầu tham quan (TQ): Gồm ba biến quan sát là TQ1, TQ2, TQ3.

(3) Nhu cầu du lịch tình nguyện (TN): Gồm ba biến quan sát là TN1, TN2, TN4.

(4) Động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa (VH): Gồm bốn biến quan sát là VH1, VH2, VH3, VH4.

(5) Khí hậu (KH): Gồm bốn biến quan sát là KH1, KH2, KH3, KH4.

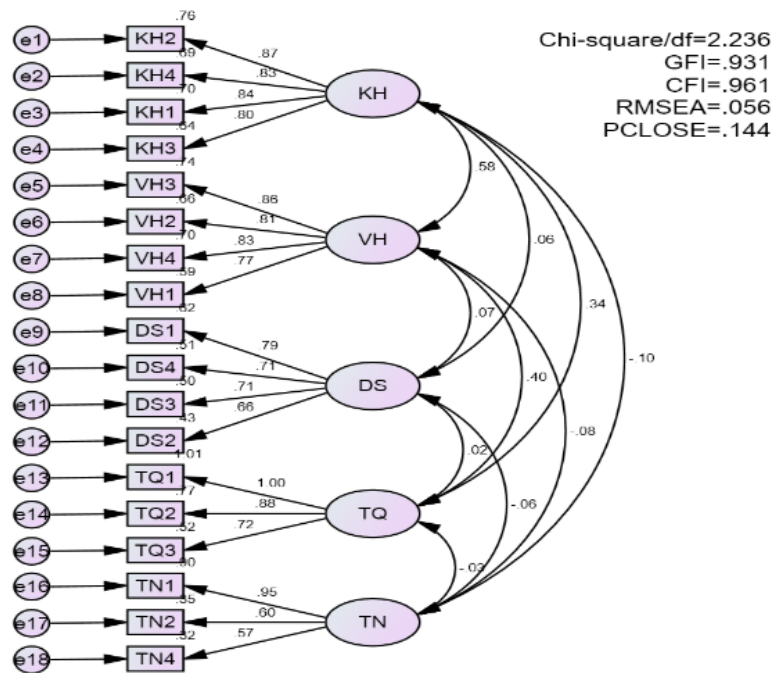
Riêng biến phụ thuộc CBT còn ba biến quan sát là CBT1, CBT3, CBT4.

b. Phân tích nhân tố khám phá đối với biến phụ thuộc

Hệ số KMO = 0,690 > 0,5, Sig. = 0,00 < 0,05, như vậy phân tích nhân tố là phù hợp. Bên cạnh đó, kết quả phân tích cho thấy có một nhân tố được trích tại eigenvalue bằng 2,121 (lớn hơn 1), điều này cho thấy nhân tố giải thích được 70,690% biến thiên dữ liệu của ba biến quan sát tham gia vào EFA.

4.2.5. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA) sau khi xử lý bằng phần mềm AMOS đã cho ra kết quả như sau:



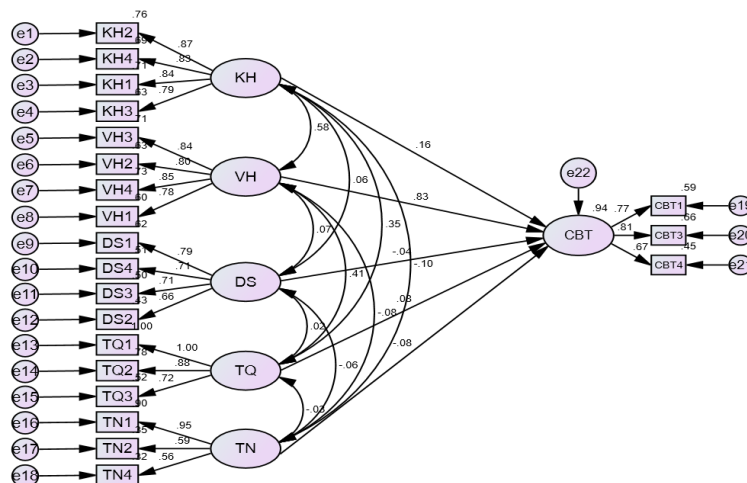
Hình 4. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Hình trên cho thấy hệ số chi-squared/df là 2,236, nhỏ hơn 3, giá trị này là khá tốt, và cho thấy mô hình có khả năng giải thích tốt sự biến động trong dữ liệu, điều này phản ánh tốt về sự phù hợp của mô hình. Ngoài ra, giá trị GFI là 0,931, lớn hơn 0,9, đây là một dấu hiệu tích cực về sự phù hợp của mô hình, thể hiện mô hình phản ánh tốt dữ liệu quan sát. Bên cạnh đó, giá trị CFI bằng 0,961, lớn hơn 0,95, cũng là một dấu hiệu rất tốt về sự phù hợp của mô hình. Giá trị RMSEA là 0,056, nhỏ hơn ngưỡng 0,06, điều này cho thấy mô hình có sự phù hợp tốt với dữ liệu quan sát và đề xuất của mô hình là hợp lý. Giá trị của PCLOSE bằng 0,144, lớn hơn 0,05, được xem là tốt và cho thấy rằng không có đủ chứng cứ thống kê để bác bỏ giả thuyết về sự phù hợp của mô hình.

Dựa trên những kết quả này, có thể thấy rằng mô hình CFA đã phản ánh tốt tính chất nội tại của dữ liệu và phù hợp với các biến trong thang đo. Kết quả này cung cấp sự hiểu biết sâu sắc hơn về mối quan hệ giữa các biến và giúp xác nhận tính chất và cấu trúc của thang đo được nghiên cứu.

4.2.6. Kết quả phân tích mô hình phương trình cấu trúc (SEM)

Kết quả phân tích phương trình cấu trúc (SEM) được trình bày qua hình và bảng sau:



Hình 5. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc (SEM)

Các chỉ số trong mô hình được thể hiện rõ qua bảng sau:

Bảng 5. Tổng hợp các trọng số hồi quy và trọng số hồi quy chuẩn hóa

	P	Estimate
CBT <--- VH	***	0,828
CBT <--- KH	***	0,156
CBT <--- TN	0,020	-0,078
CBT <--- TQ	0,028	0,076
CBT <--- DS	0,278	-0,037

Squared multiple correlations: 0,941

Như vậy, với số mẫu là 402, kết quả nghiên cứu đã chỉ ra trong sáu yếu tố được đề xuất, có ba yếu tố tác động ảnh hưởng thuận chiều, một yếu tố tác động ảnh hưởng ngược chiều, hai yếu tố chưa đủ cơ sở kết luận có tác động ảnh hưởng đến lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

Hệ số Estimate trong mô hình SEM cũng đã chỉ ra mức độ tác động ảnh hưởng của từng nhân tố đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên. Từ

kết quả thực nghiệm được trình bày ở trên, có thể kết luận về các giả thuyết nghiên cứu của luận án như sau:

Bảng 6. Kết luận về các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Yếu tố/ biến số	Kỳ vọng tác động	Kết quả thực nghiệm
H1	Nhu cầu thưởng thức đặc sản vùng miền	Thuận chiều	Chưa đủ cơ sở để chấp nhận giả thuyết
H2	Nhu cầu tham quan	Thuận chiều	Chấp nhận giả thuyết
H3	Nhu cầu du lịch tình nguyện	Thuận chiều	Tác động ngược chiều
H4	Động cơ “trốn thoát”	Thuận chiều	Chưa đủ cơ sở để chấp nhận giả thuyết
H5	Động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa	Thuận chiều	Chấp nhận giả thuyết
H6	Khí hậu	Thuận chiều	Chấp nhận giả thuyết

4.2.7. Kết quả phân tích đa nhóm trong AMOS

Kết quả phân tích đa nhóm cho thấy, không có sự khác biệt về trình độ của du khách trong việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên. Đối với các nhóm du khách có trình độ khác nhau, động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa vẫn tác động nhiều nhất đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên, tiếp theo là khí hậu và cuối cùng là nhu cầu tham quan. Tuy nhiên, với động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa, nhóm khách đại học tác động mạnh nhất đến yếu tố này, với nhu cầu tham quan, nhóm khách dưới đại học tác động mạnh nhất, và với biến khí hậu, nhóm khách sau đại học tác động mạnh nhất.

Chương 5. THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ KHUYẾN NGHỊ

5.1. Thảo luận về kết quả nghiên cứu

5.1.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên

Bảng 7. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên

STT	Yếu tố/ biến số	Kết quả tác động
1	Nhu cầu tham quan	Thuận chiều
2	Nhu cầu du lịch tình nguyện	Ngược chiều
3	Động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa	Thuận chiều
4	Khí hậu	Thuận chiều

5.1.2. Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên

Bảng 8. Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên

STT	Yếu tố/ biến số	Estimate	Mức độ ảnh hưởng
1	Động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa	0,828	Lớn nhất
2	Khí hậu	0,156	Lớn nhì
3	Nhu cầu tham quan	0,076	Lớn ba

Kết quả trên cho thấy, động cơ tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa ảnh hưởng lớn nhất, ảnh hưởng tiếp theo là khí hậu, và cuối cùng là nhu cầu tham quan.

5.1.3. Tác động của nhân khẩu học đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên

Các yếu tố nhân khẩu học có sự tác động khác nhau đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên. Các nhóm du khách có giới tính, độ tuổi, trình độ khác nhau đều không có sự khác biệt trong việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên. Trong khi các nhóm du khách có thu nhập và nghề nghiệp khác nhau lại có những khác biệt đáng kể trong việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên.

5.2. Khuyến nghị

Phát triển các sản phẩm du lịch trải nghiệm văn hóa độc đáo. Bao gồm các chương trình du lịch tìm hiểu văn hóa địa phương, tổ chức các sự kiện văn hóa độc đáo, hợp tác với nghệ nhân địa phương, tổ chức các lớp dạy nấu ăn, chương trình du lịch tình nguyện.

Bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu. Bao gồm các nội dung như chuyển đổi năng lượng sạch, quản lý vận chuyển và di chuyển bền vững, quản lý rác thải và bảo vệ tài nguyên, tổ chức chính sách và hợp tác quốc tế.

Tăng cường các hoạt động tham quan thú vị. Bao gồm các nội dung như: phát triển các chương trình tham quan về thiên nhiên, hành trình thám hiểm, các sự kiện nghệ thuật địa phương.

Đẩy mạnh các hoạt động du lịch tình nguyện. Điều này bao gồm việc khám phá những đặc điểm thiên nhiên và văn hóa độc đáo của cộng đồng, cũng như tham gia vào các dự án bảo tồn và hỗ trợ người dân địa phương trong việc kinh doanh, thực hiện các hoạt động xã hội trong cộng đồng qua các chuyến du lịch. Thiết kế các chương trình tình nguyện cho du khách, như tham gia vào các hoạt động bảo tồn hoặc phát triển cộng đồng, bảo tồn hệ sinh thái, và phát triển làng nghề truyền thống, cùng với việc tích hợp trong các chuyến du lịch

Bảo tồn văn hóa. Thực hiện các nghiên cứu để hiểu rõ về ảnh hưởng của du lịch đối với môi trường và văn hóa địa phương. Tạo ra hệ thống quản lý môi trường, văn hóa mạnh mẽ, kết hợp giữa các cơ quan chính phủ, tổ chức phi chính phủ và cộng đồng địa phương. Phát triển các chương trình đào tạo cho các hướng dẫn viên, nhấn mạnh vào việc du lịch bền vững và giữ vững môi trường địa phương. Tổ chức các hoạt động bảo tồn di sản văn hóa như lễ hội, triển lãm, và sự kiện nghệ thuật để duy trì và quảng bá giá trị văn hóa đặc biệt. Phát triển các chương trình du lịch tập trung vào việc bảo tồn sinh quyển địa phương và tăng cường ý thức bảo tồn của du khách.

Chiến dịch quảng bá hiệu quả. Bao gồm các hình thức quảng bá trực tuyến, quảng bá offline, sử dụng hình ảnh thực tế, thăm dò hiệu quả.

KẾT LUẬN

Hiện các nghiên cứu về du lịch cộng đồng Tây Nguyên chủ yếu tập trung vào phân tích những vấn đề nội tại, rất ít các nghiên cứu từ phía khách du lịch. Xuất phát từ lý luận và thực tiễn phát triển du lịch cộng đồng tại Tây Nguyên, luận án được thực hiện với mục tiêu xác định được những yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên, từ đó đưa ra những hàm ý nghiên cứu, quản trị có liên quan đến nội dung nghiên cứu. Để đạt được mục tiêu, luận án đã tổng quan các nghiên cứu có liên quan, và nghiên cứu bốn lý thuyết nền, gồm lý thuyết hành vi tiêu dùng, lý thuyết kéo và đẩy (pull and push), lý thuyết hành vi tiêu dùng bền vững, và lý thuyết kỳ vọng. Kết hợp với nghiên cứu những đặc trưng của khu vực Tây Nguyên thu hút du khách cùng ý kiến chuyên gia để xây dựng mô hình nghiên cứu. Kết quả khảo sát thực phân tích bằng các công cụ NPS, SPSS, AMOS để trả lời cụ thể cho các câu hỏi nghiên cứu đặt ra. Dựa vào kết quả nghiên cứu, luận án đã đưa ra những khuyến nghị cụ thể, góp phần phát triển hơn nữa du lịch cộng đồng Tây Nguyên trong thời gian tới.

1. Những đóng góp của luận án

a. Về mặt lý luận

Luận án góp phần phát triển lý luận về hành vi tiêu dùng trong du lịch cộng đồng. Điều này không chỉ giúp hiểu sâu hơn về hành vi của du khách khi họ quyết định lựa chọn loại hình du lịch cộng đồng, mà còn đóng góp vào sự phát triển và cải tiến các lý thuyết có liên quan đến hành vi tiêu dùng trong du lịch.

Luận án cũng xác định được những yếu tố quan trọng mà du khách ưu tiên khi họ lựa chọn loại hình du lịch cộng đồng, giúp cung cấp cơ sở lý luận cho việc phát triển các chiến lược và chính sách du lịch cộng đồng một cách hiệu quả và linh hoạt.

Kết quả luận án đóng góp vào việc phát triển các lý thuyết và khung lý luận trong lĩnh vực du lịch cộng đồng, tạo điều kiện đưa ra các cơ sở để phát triển bền vững loại hình này.

b. Về mặt thực tiễn

Luận án đã cung cấp thông tin chi tiết về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên, mức độ tác động của những yếu tố này đến việc lựa chọn của du khách, tác động của các yếu tố nhân khẩu học đến việc lựa chọn của du khách. Dựa vào đó, các nhà quản lý du lịch, các công ty du lịch và các đơn vị liên quan nắm bắt tốt hơn nhu cầu, động cơ, và kỳ vọng của du khách khi quyết định lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên, từ đó xây chiến lược và chính sách quản lý du lịch hiệu quả hơn.

Các doanh nghiệp du lịch có thể sử dụng kết quả nghiên cứu để xây dựng chiến lược marketing, tăng cường quảng bá và xây dựng những trải nghiệm du lịch phù hợp với nhu cầu, động cơ và kì vọng của du khách. Bên cạnh đó, có thể xác định được xu hướng của du khách trong việc lựa chọn du lịch cộng đồng nói chung và du lịch cộng đồng Tây Nguyên nói riêng. Thông qua đó, có thể linh hoạt điều chỉnh chương trình du lịch để đáp ứng tốt nhất những nhu cầu, động cơ và kì vọng của du khách.

Các doanh nghiệp du lịch, cộng đồng địa phương và tổ chức phi chính phủ có thể sử dụng kết quả nghiên cứu để xác định những cơ hội hợp tác và phối hợp nhằm thúc đẩy phát triển du lịch cộng đồng Tây Nguyên bền vững hơn trong tương lai.

2. Những hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Bên cạnh đáp ứng được những mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, luận án vẫn còn một số hạn chế sau:

Thứ nhất, có nhiều lý thuyết nghiên cứu khác nhau về lựa chọn sản phẩm, loại hình, điểm đến du lịch. Tuy nhiên, nghiên cứu chỉ tập trung vào lý thuyết hành vi tiêu dùng, lý thuyết kéo và đẩy (pull and push), lý thuyết hành vi tiêu dùng bền vững, lý thuyết kì vọng.

Thứ hai, luận án mới chỉ dừng ở việc tiếp cận đối tượng khảo sát là khách du lịch trong một thời điểm nhất định. Đồng thời, nghiên cứu thực hiện tại khu vực có sự phân tán về địa hình, khí hậu và đặc điểm dân cư, dân tộc nên khó có sự đồng nhất giữa các địa phương, khó áp dụng chính xác cho từng địa phương. Do đó, các nghiên cứu trong tương lai cần chi tiết hơn ở từng phạm vi từng tỉnh để có kết quả sát với tình hình thực tế của từng địa phương, cụ thể là có những nghiên cứu riêng cho từng tỉnh tại khu vực Tây Nguyên, hoặc cũng có thể tiếp tục nghiên cứu sâu các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn du lịch cộng đồng Tây Nguyên. Kết quả nghiên cứu có thể áp dụng tại một số khu vực khác ở Việt Nam hoặc trên thế giới - những khu vực vùng núi cao, có nhiều dân tộc thiểu số sinh sống và có nhiều nét văn hóa đặc trưng.

Thứ tư, vì số mẫu khá lớn, nên ngoài việc trực tiếp thực hiện lấy mẫu, tác giả hợp tác với một nhóm cộng tác để hỗ trợ công việc này. Do không trực tiếp lấy mẫu tất cả các làng du lịch cộng đồng được lựa chọn, nên có thể sẽ có những sai số nhất định nếu các cộng tác viên thực hiện không đúng tất cả các yêu cầu của tác giả (lấy quá nhiều mẫu trong cùng một nhóm du khách, lấy mẫu không đúng đối tượng,...), do vậy có thể sẽ có những sai số nhất định nếu lấy mẫu sai cách hoặc sai đối tượng.

CÁC CÔNG TRÌNH CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN

1. Lang, D.N., Long, P.H., Thao, H.T.P. (2023), “Applying Push and Pull Theory to Determine Domestic Visitors’ Tourism Motivations”, *Journal of Tourism and Services* Vol. 14(27), pp. 136-160.
2. Lang, D.N, Long, P. H. (2023), “The Impact of Green Consumer Behavior on Community - Based Tourism Choices in the Central Highlands of Vietnam”, *Proceedings of the International Conference on Sustainable Tourism Development in The Southern region in The New Context*, pp. 863-877.
3. Lang, D.N, Long, P. H., Duyen, L.T.D. (2023), “Identifying The Demand of Domestic Tourists for Community-Based Toursim in The Central Highlands”, *ICE 2023 - 1st International Conference on Economics*, pp. 848-870.
4. Lang, D.N., Long, P.H. (2023), “Gender Effects on Central Highlands Community-based Tourism Demand”, *VNU Journal of Social Sciences and Humanities* Vol. 9(2), pp. 168-182.
5. Lang, D.N, Long, P.H. (2024), “Impact of Climate Change on Community-Based Tourism Development in The Central Highlands”, *International Conference: Enhancing Cooperation to Promote Sustainable Tourism in Response to Climate Change, the Fourth Industrial Revolution, and Artificial Intelligence*, pp. 100-111.