

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LẠC HỒNG**



LƯU THỊ THANH MAI

**MỐI QUAN HỆ GIỮA
MẠNG XÃ HỘI, NHẬN THỨC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG VÀ
LỰA CHỌN ĐIỂM ĐẾN CỦA DU KHÁCH:
NGHIÊN CỨU TẠI KHU VỰC TÂY NGUYÊN**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đồng Nai – 2020

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LẠC HỒNG**

*** * * * ***



LƯU THỊ THANH MAI

**MỐI QUAN HỆ GIỮA
MẠNG XÃ HỘI, NHẬN THỨC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG
VÀ LỰA CHỌN ĐIỂM ĐẾN CỦA DU KHÁCH:
NGHIÊN CỨU TẠI KHU VỰC TÂY NGUYÊN**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số:9340101

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
GS. TS HOÀNG THỊ CHÍNH**

Đông Nai – 02/2020

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

* * * * *

LỜI CAM ĐOAN

Tôi là Lưu Thị Thanh Mai, xin cam đoan nội dung luận án tiến sĩ chuyên ngành Quản Trị Kinh Doanh: *“Mối quan hệ giữa mạng xã hội, nhận thức phát triển bền vững và lựa chọn điểm đến của du khách: Nghiên cứu tại khu vực Tây Nguyên”* là công trình nghiên cứu của riêng tôi và giảng viên hướng dẫn GS.TS. Hoàng Thị Chinh. Các nội dung trình bày trong luận án là đúng sự thật và chưa bao giờ công bố trên bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác.

Tất cả những nội dung trích dẫn, tham khảo và kế thừa đều được dẫn nguồn một cách rõ ràng, trung thực, đầy đủ trong danh sách các tài liệu tham khảo.

Nghiên cứu sinh

Lưu Thị Thanh Mai

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình nghiên cứu, tác giả đã nhận được rất nhiều sự động viên, hỗ trợ giúp đỡ, góp ý chân thành và khoa học từ quý Thầy/Cô tại trường đại học Lạc Hồng. Tác giả cũng nhận được rất nhiều sự giúp đỡ từ các du khách đi du lịch đến vùng Tây Nguyên đã hợp tác trong việc trả lời câu hỏi phỏng vấn hỗ trợ nghiên cứu cho tác giả và các chuyên gia trong ngành du lịch đã dành thời gian cho các buổi phỏng vấn góp ý nhằm hỗ trợ tác giả xây dựng thang đo và bảng hỏi và hồi đáp phiếu khảo sát trong quá trình nghiên cứu định lượng sơ bộ cũng như chính thức. Tác giả vô cùng biết ơn khi nhận được các định hướng nghiên cứu, sự theo dõi, động viên và hướng dẫn tận tình từ GS. TS Hoàng Thị Chinh và quý thầy cô trong mọi trao đổi, góp ý về vấn đề nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, bài báo khoa học và các vấn đề học thuật khác.

Với tất cả sự kính trọng, tác giả kính gửi quý Thầy/Cô, bạn bè, đồng nghiệp và gia đình lòng biết ơn sâu sắc.

Trân trọng cảm ơn!

Đồng Nai, ngày.... tháng.... năm 2019

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, TỪ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC HÌNH ẢNH, ĐỒ THỊ.....	ix
DANH MỤC BẢNG BIỂU	x
TÓM TẮT	xii
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU.....	1
1.1 Lý do chọn đề tài	1
1.1.1 Bối cảnh lý thuyết	1
1.1.2 Bối cảnh thực tiễn	3
1.2 Mục tiêu nghiên cứu	7
1.3 Câu hỏi nghiên cứu.....	7
1.4 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	8
1.4.1 Đối tượng nghiên cứu.....	8
1.4.2 Đối tượng khảo sát	8
1.4.3 Phạm vi nghiên cứu.....	8
1.5 Phương pháp nghiên cứu.....	9
1.5.1 Phương pháp nghiên cứu định tính.....	9
1.5.2 Phương pháp nghiên cứu định lượng.....	9
1.6 Lược khảo các nghiên cứu có liên quan đến đề tài.....	10
1.6.1 Nghiên cứu trong nước	10
1.6.2 Nghiên cứu ngoài nước	13
1.7 Đóng góp của nghiên cứu.....	23
1.8 Kết cấu của luận án.....	24
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT.....	26
2.1 Lý thuyết về điểm đến (Destination).....	26

2.1.1	Khái niệm Điểm đến.....	28
2.1.2	Đặc điểm của điểm đến du lịch.....	28
2.1.3	Hướng tiếp cận lý thuyết điểm đến của luận án.....	29
2.2	Lý thuyết về mạng xã hội (Social Network)	29
2.2.1	Theo quan điểm mạng xã hội là tập hợp nhiều cá thể có tương tác với nhau (Egocentric Networks).....	30
2.2.2	Theo quan điểm mạng xã hội là một tổng thể (Sociocentric Networks/Whole Networks).....	31
2.2.3	Theo quan điểm mạng - hệ thống mở (Open-Systems Network).....	31
2.2.4	Hướng tiếp cận lý thuyết mạng xã hội của luận án	35
2.3	Lý thuyết về nhận thức phát triển bền vững (Sustainability Perception).....	35
2.3.1	Phát triển bền vững.....	35
2.3.2	Du lịch phát triển bền vững.....	36
2.3.3	Định nghĩa của Tổ chức Du lịch Thế giới về du lịch bền vững	38
2.3.4	Hướng tiếp cận lý thuyết phát triển bền vững của luận án.....	40
2.4	Lý thuyết về ý định du lịch (Travel Intention).....	41
2.4.1	Ý định du lịch	41
2.4.2	Hướng tiếp cận lý thuyết ý định của luận án	42
2.5	Các lý thuyết có liên quan.....	42
2.5.1	Lý thuyết trao đổi xã hội	42
2.5.2	Mô hình chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model – TAM)	43
2.5.3	Lý thuyết về trách nhiệm xã hội (Social Responsibility – SR)	44
2.5.4	Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder Theory - ST)	47
2.5.5	Lý thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action - TRA)	49
2.5.6	Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior - TPB).....	49
2.5.7	Tác nhân thúc đẩy - cản trở (Push and Pull Factors – PPF)	50
2.6	Cơ sở xây dựng và phát triển các giả thuyết nghiên cứu	52
2.6.1	Quyết định lựa chọn điểm đến	52
2.6.2	Ý định du lịch	54

2.6.3 Nhận thức phát triển bền vững.....	54
2.6.4 Mạng xã hội.....	56
2.6.5 Biến nhân khẩu học.....	59
2.7 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	60
CHƯƠNG 3: THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU.....	62
3.1 Quy trình nghiên cứu.....	62
3.2 Thang đo gốc đo lường các khái niệm của mô hình nghiên cứu.....	65
3.3 Nghiên cứu định tính.....	69
3.3.1 Quy trình nghiên cứu định tính.....	70
3.3.2 Kết quả thu thập ý kiến chuyên gia ban đầu.....	72
3.3.3 Kết quả nghiên cứu định tính.....	73
3.4 Nghiên cứu định lượng.....	76
3.4.1 Nghiên cứu định lượng sơ bộ.....	76
3.4.2 Nghiên cứu định lượng chính thức.....	77
3.5 Thống kê mô tả thang đo sơ bộ.....	85
3.6 Kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ.....	86
3.6.1 Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha sơ bộ.....	86
3.6.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA sơ bộ.....	89
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN.....	95
4.1 Thống kê mô tả thang đo chính thức.....	95
4.2 Kết quả nghiên cứu định lượng chính thức.....	96
4.2.1 Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha chính thức.....	96
4.2.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA chính thức.....	98
4.3 Kết quả phân tích nhân tố khẳng định.....	99
4.4 Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính.....	103
4.5 Kiểm định giả thuyết nghiên cứu.....	104
4.6 Kết quả kiểm định Bootstrap.....	106
4.7 Kết quả phân tích đa nhóm.....	107
4.7.1 Phân tích đa nhóm biến Giới tính.....	107

4.7.2 Phân tích đa nhóm biến Tuổi.....	111
4.7.3 Phân tích đa nhóm biến Trình độ học vấn	112
4.8 Thảo luận kết quả nghiên cứu.....	113
4.8.1 Thảo luận về nhân tố Mạng xã hội.....	114
4.8.2 Thảo luận về nhân tố Nhận thức phát triển bền vững.....	115
4.8.3 Thảo luận về nhân tố Ý định du lịch.....	117
4.8.4 Thảo luận về nhân tố Quyết định lựa chọn điểm đến.....	117
4.8.5 Thảo luận kết quả kiểm định đa nhóm.....	119
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	120
5.1 Kết luận	120
5.2 Cơ sở đề xuất hàm ý quản trị.....	121
5.3 Hàm ý quản trị cho các điểm đến du lịch.....	124
5.3.1 Hàm ý quản trị cho nhân tố Mạng xã hội.....	124
5.3.2 Hàm ý quản trị cho nhân tố Nhận thức phát triển bền vững	128
5.3.3 Hàm ý quản trị cho nhân tố Ý định du lịch.....	135
5.3.4 Hàm ý quản trị cho nhân tố Quyết định lựa chọn điểm đến.....	136
5.4 Hạn chế của nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo	140
TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC 1: DANH SÁCH CÁC CHUYÊN GIA.....	
PHỤ LỤC 2: BẢNG CÂU HỎI GỐC VÀ Ý KIẾN NHẬN XÉT CHỈNH SỬA CỦA CHUYÊN GIA.....	
PHỤ LỤC 3: BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT SƠ BỘ	
PHỤ LỤC 4: BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT CHÍNH THỨC	
PHỤ LỤC 5: KẾT QUẢ ĐỊNH LƯỢNG SƠ BỘ.....	
PHỤ LỤC 6: KẾT QUẢ ĐỊNH LƯỢNG CHÍNH THỨC.....	

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, TỪ VIẾT TẮT

Ký hiệu	Tiếng Anh	Ý nghĩa
AI	Artificial Intelligence	Trí tuệ nhân tạo
AMOS	Analysis of MOment Structures	Phân tích cấu trúc mô năng
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
CFA	Confirmatory factor analysis	Phân tích nhân tố khẳng định
CSR	Corporate Social Responsibility	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp
Chi-square		Giá trị chi bình phương
DD	Destination Desition	Quyết định lựa chọn điểm đến
ĐĐ		Điểm đến
Df	Degrees Of Freedom	Số bậc tự do của mô hình
DN		Doanh nghiệp
EFA	Exploratory Factor Analysis	Phân tích nhân tố khám phá
GDP	Gross Domestic Product	Thu nhập bình quân đầu người
ISR	Individual Social Responsibility	Trách nhiệm xã hội của từng cá nhân trong xã hội
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin	Hệ số KMO
MXH		Mạng xã hội
PPF	Push and Pull Factors	Tác nhân thúc đẩy - cản trở
PTBV		Phát triển bền vững

Ký hiệu	Tiếng Anh	Ý nghĩa
RMSEA	Root Mean Square Error Approximation	Hệ số RMSEA
SEM	Structural Equation Modeling	Mô hình cấu trúc tuyến tính
SN	Social Network	Mạng xã hội
SP	Sustainability Perception	Nhận thức phát triển bền vững
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences	Phần mềm phân tích số liệu thống kê
SR	Social Responsibility	Trách nhiệm xã hội
TAM	Technology Acceptance Model	Mô hình chấp nhận công nghệ
TI	Travel Intention	Ý định du lịch
TPB	Theory of Planned Behavior	Lý thuyết hành vi có kế hoạch
TRA	Theory of Reasoned Action	Mô hình hành động có suy xét
UGC	User Generated Content	Nội dung do người tiêu dùng tạo
UNWTO	World Tourism Organization	Tổ chức Du lịch thế giới