

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1.....	1
TỔNG QUAN.....	1
1.1. Lý do chọn đề tài.....	1
1.2. Mục tiêu nghiên cứu.....	1
1.2.1. Mục tiêu nghiên cứu tổng quát.....	1
1.2.2. Mục tiêu nghiên cứu cụ thể.....	2
1.3. Câu hỏi nghiên cứu.....	2
1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
1.5. Ý nghĩa của đề tài.....	2
1.6. Bố cục của đề tài.....	3
CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU.....	4
2.1. Cơ sở lý thuyết về hành vi của khách du lịch, xu hướng du lịch, tác động của đại dịch Covid19 đến xu hướng của khách du lịch.....	4
2.1.1. Cơ sở lý thuyết về hành vi của khách du lịch.....	4
2.1.2. Cơ sở lý thuyết về xu hướng du lịch.....	5
2.1.3. Cơ sở lý thuyết tác động của đại dịch Covid19 đến xu hướng của khách du lịch.....	5
2.2. Cơ sở lý thuyết về nhu cầu điểm đến, nhu cầu nơi lưu trú, công nghệ an toàn và phương tiện cách ly.....	6
2.2.1. Cơ sở lý thuyết Nhu cầu điểm đến.....	6
2.2.2. Cơ sở lý thuyết Nhu cầu lưu trú.....	6
2.2.3. Cơ sở lý thuyết Công nghệ an toàn.....	7
2.2.4. Cơ sở lý thuyết Phương tiện cách ly.....	7
2.3. Tổng quan các nghiên cứu về tác động của đại dịch Covid 19 đến xu hướng du lịch.....	8
CHƯƠNG 3.....	12
PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	12
3.1. Quy trình nghiên cứu.....	12
3.2. Nghiên cứu định tính.....	13
3.2.1. Thiết kế nghiên cứu định tính.....	13
3.2.2. Kết quả nghiên cứu định tính.....	14
3.3. Nghiên cứu định lượng.....	14
3.3.1. Thiết kế nghiên cứu định lượng.....	14
3.3.2. Xử lý dữ liệu.....	15

CHƯƠNG 4.....	18
MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CÁC THANG ĐO.....	18
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	23

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN

1.1. Lý do chọn đề tài

Từ đầu năm 2020 đến hiện nay, thế giới hiện đang phải chịu tổn thất nặng nề về nền kinh tế khi đại dịch Covid hoành hành. Đại dịch Covid19 đã tạo ra nhiều tổn thất và thách thức chưa từng có trong tiền lệ cho du lịch thế giới. Các ngành dịch vụ với đặc thù là một lĩnh vực kinh tế tổng hợp, đã – đang và sẽ chịu nhiều tổn thất nặng nề và có thể kéo dài cả sau khi dịch bệnh được điều tiết tốt. Nhiều khách sạn, công ty du lịch và các công ty cung cấp ngành dịch vụ phải đóng cửa vì tình trạng đóng băng nền kinh tế cũng như các chỉ thị giãn cách quá lâu. Tuy nhiên, giai đoạn này cũng là cơ hội để các điểm đến du lịch và các công ty du lịch tái cấu trúc lại thị trường, đa dạng hóa sản phẩm du lịch theo xu hướng của khách hàng trong cuộc sống bình thường mới sắp tới. Việt Nam không ngoại lệ, nền kinh tế nói chung cũng như ngành du lịch nói riêng. Trong bối cảnh những ngành dịch vụ như du lịch đều tê liệt khi Chính Phủ thực hiện các chỉ thị giãn cách, có thể nói tương lai, không chỉ riêng ngành du lịch Việt Nam nói riêng mà còn là toàn cầu đều phải thích nghi với Covid19, thay đổi để tiếp tục hoạt động trong một bối cảnh bình thường mới. Để chuẩn bị cho sự sống dậy của ngành du lịch, cần phải có các giải pháp mới để thực hiện mục tiêu kép: vực dậy ngành du lịch và thực hiện nghiêm túc các biện pháp phòng, chống dịch bệnh. Với mong muốn vẫn đảm bảo được chất lượng ngành du lịch và quyền lợi cho khách du lịch, tác giả chọn đề tài **NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID 19 ĐẾN XU HƯỚNG DU LỊCH TẠI VIỆT NAM** để làm tài liệu tham khảo cho các công ty du lịch cũng như các lãnh đạo ngành du lịch về xu hướng sử dụng dịch vụ du lịch của khách hàng trong thời kỳ bình thường mới sắp đến.

1.2. Mục tiêu nghiên cứu

1.2.1. Mục tiêu nghiên cứu tổng quát

Nghiên cứu nhằm góp phần bổ sung vào lý thuyết những đổi mới ngành du lịch trong đại dịch Covid, đồng thời giúp các công ty du lịch cũng như các cấp lãnh đạo ngành du lịch khai thác được tối đa hiệu quả những xu hướng trong hành vi tiêu dùng dịch vụ của khách hàng. Đồng thời dựa vào kết quả nghiên cứu, đề tài đề xuất một số giải pháp làm tài liệu tham khảo cho ngành du lịch.

1.2.2. Mục tiêu nghiên cứu cụ thể

- Xác định các nhân tố tác động đến xu hướng tiêu dùng du lịch của khách hàng dưới tác động của đại dịch Covid19.
- Xác định mức độ tác động của các nhân tố đến xu hướng tiêu dùng du lịch của khách hàng dưới tác động của đại dịch Covid19.
- Đề xuất các giải pháp nhằm đổi mới phục vụ theo xu hướng tiêu dùng du lịch của khách hàng dưới tác động của đại dịch Covid19.

1.3. Câu hỏi nghiên cứu

- Nhu cầu điểm đến ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng du lịch của khách hàng dưới tác động của đại dịch Covid19 tại Việt Nam như thế nào?
- Nhu cầu lưu trú ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng du lịch của khách hàng dưới tác động của đại dịch Covid19 tại Việt Nam như thế nào?
- Công nghệ an toàn ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng du lịch của khách hàng dưới tác động của đại dịch Covid19 tại Việt Nam như thế nào?
- Phương tiện cách ly ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng du lịch của khách hàng dưới tác động của đại dịch Covid19 tại Việt Nam như thế nào?
- Điều chỉnh các yếu tố như thế nào nhằm góp phần đáp ứng xu hướng tiêu dùng du lịch của khách hàng dưới tác động của đại dịch Covid19 tại Việt Nam?

1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- **Đối tượng nghiên cứu:** Nghiên cứu xu hướng du lịch dưới tác động của đại dịch Covid19.
- **Đối tượng khảo sát:** Là những thành viên ngẫu nhiên trong nhóm Facebook “Chia sẻ kinh nghiệm du lịch”.
- **Phạm vi nghiên cứu:** Nghiên cứu được thực hiện trên toàn quốc tại nhóm du lịch trên trang mạng xã hội Facebook.

1.5. Ý nghĩa của đề tài

Đề tài nghiên cứu có ý nghĩa khoa học cho những nhà nghiên cứu về xu hướng du lịch và có ý nghĩa thực tiễn cho những công ty du lịch, các lãnh đạo ban ngành du lịch nhận ra xu hướng du lịch thay đổi như thế nào trong bối cảnh đại dịch bệnh như hiện nay. Nghiên cứu

cũng đề xuất các kiến nghị để ngành du lịch đáp ứng và bắt kịp được xu hướng du lịch của khách hàng để các nhà lãnh đạo tham khảo áp dụng.

1.6. Bố cục của đề tài

Đề tài được thiết kế thành 4 chương, bao gồm:

Chương 1: Tổng quan về đề tài nghiên cứu

Chương 2: Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết về hành vi của khách du lịch, xu hướng du lịch, tác động của đại dịch Covid19 đến xu hướng của khách du lịch.

2.1.1. Cơ sở lý thuyết về hành vi của khách du lịch

2.1.2. Cơ sở lý thuyết về xu hướng du lịch

2.1.3. Cơ sở lý thuyết tác động của đại dịch Covid19 đến xu hướng của khách du lịch

2.2. Tổng quan các nghiên cứu về tác động của đại dịch Covid 19 đến xu hướng du lịch

2.3 Đề xuất mô hình nghiên cứu tác động của đại dịch covid 19 đến xu hướng du lịch tại Việt Nam

Chương 3: Phương pháp nghiên cứu

3.1. Quy trình nghiên cứu

3.2. Nghiên cứu định tính

3.2.1. Thiết kế nghiên cứu định tính

3.2.2. Kết quả nghiên cứu định tính

3.3. Nghiên cứu định lượng

3.3.1. Thiết kế nghiên cứu định lượng

3.3.2. Xử lý dữ liệu

Chương 4: Mô hình nghiên cứu và các thang đo

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết về hành vi của khách du lịch, xu hướng du lịch, tác động của đại dịch Covid19 đến xu hướng của khách du lịch.

2.1.1. Cơ sở lý thuyết về hành vi của khách du lịch

Theo Solomon (2006), hành vi quyết định sử dụng của người khách du lịch là quá trình các khách cá nhân hoặc nhóm khách tham gia tìm kiếm, lựa chọn, chi tiêu, sử dụng hay hủy bỏ các sản phẩm, dịch vụ để đáp ứng nhu cầu và mong muốn du lịch. Theo Um và Crompton (1990) cho rằng quyết định lựa chọn điểm đến du lịch là giai đoạn lựa chọn một điểm đến du lịch từ bộ sưu tập điểm đến phù hợp với nhu cầu của họ.

Theo mô hình hành vi người tiêu dùng du lịch của Engle, Kollat và Blackwell (1968), quá trình ra quyết định tiêu dùng dịch vụ du lịch của khách hàng gồm 8 giai đoạn:

- Nhu cầu cần được thỏa mãn
- Nhu cầu du lịch cần được ưu tiên
- Mức độ liên quan đến thời gian, tiền bạc, công sức trong quá trình quyết định
- Tìm kiếm thông tin
- Đánh giá và lựa chọn
- Quyết định lựa chọn
- Hành động mua và tiêu dùng
- Thái độ sau khi tiêu dùng

Theo mô hình hành vi người tiêu dùng du lịch của Mathieson & Wall (1982), mô hình gồm 5 giai đoạn trong quá trình tiêu dùng du lịch:

- Nhu cầu/mong muốn thực hiện chuyến đi
- Thu thập và đánh giá thông tin
- Quyết định chuyến đi
- Chuẩn bị hành trình
- Đánh giá sự hài lòng – thỏa mãn sau chuyến đi

Nhìn hai mô hình trên có thể thấy khi khách du lịch đã có nhu cầu đi du lịch thì trong suy nghĩ của họ đã hình thành những điểm đến mà họ mong muốn và sau đó chọn một điểm đến trong bộ sưu tập điểm đến có chung đặc thù đáp ứng nhu cầu của họ.

2.1.2. Cơ sở lý thuyết về xu hướng du lịch

Xu hướng du lịch là khái niệm để phản ánh một xu hướng chung của khách hàng sử dụng dịch vụ du lịch, chủ yếu phụ thuộc vào tâm lý học như tại sao khách hàng lại chọn điểm đến đó, tại sao khách hàng lại chọn khách sạn đó, tại sao khách hàng lại chọn phương tiện di chuyển đó,... chung quy đều phản ánh sự trung thành của khách hàng hoặc sự hài lòng khi tham khảo thông tin của khách hàng về một điểm mới.

Việc xác định thị trường khách cho một điểm đến du lịch rất quan trọng vì nó không chỉ liên quan đến số lượng nguồn khách đến mà còn liên quan đến việc xây dựng các sản phẩm du lịch phù hợp với xu hướng của khách du lịch. Các nghiên cứu dựa trên lòng trung thành của du khách đối với điểm đến du lịch chỉ ra rằng một trong những nhân tố khuyến khích quay trở lại của du khách chính là sự hài lòng của họ với điểm du lịch ở lần trước (Alegre & Cladera, 2006; Yoon & Uysal, 2005). Tuy nhiên, động cơ chính của sự hài lòng chính là nhận thức của du khách về chất lượng dịch vụ tại điểm đến (Backer & Crompton, 2000) rất có ý nghĩa cho việc xác định xu hướng du lịch.

Còn đối với những khách hàng có xu hướng muốn tìm hiểu khám phá những địa điểm mới, theo nghiên cứu của Kuschel & Schröder (2002), họ sẽ có xu hướng đưa ra lựa chọn cho một điểm đến chủ yếu phụ thuộc vào nhận thức về an toàn tại điểm đến du lịch.

2.1.3. Cơ sở lý thuyết tác động của đại dịch Covid19 đến xu hướng của khách du lịch.

Đối mặt với rủi ro dịch bệnh Covid cũng như sau những lần lây lan cộng đồng diện rộng và thực hiện các chỉ thị giãn cách, hầu hết khách du lịch sẽ thay đổi hành vi tiêu dùng của họ, chẳng hạn như: hủy chuyến đi nhiều hơn (Huang & Min, 2002), hạn chế việc tiếp xúc nhiều với mọi người và ưa thích các hoạt động ngoài trời (Wen, Huimin, & Kavanaugh, 2005), thường xuyên quyết định chọn tour vào phút cuối (Hystad & Keller, 2008).

Có thể thấy Covid19 làm tâm lý khách du lịch e ngại rủi ro sức khỏe, rủi ro kế hoạch, rủi ro tài chính nhiều hơn, dù khi quản lý được dịch bệnh nhưng sau nhiều đợt bùng dịch bất ngờ, Chính phủ cùng người dân lung tung chống dịch đã đem lại cho tâm lý khách du lịch nhiều

tâm lý đề phòng hơn khi thực hiện các chuyến đi ra khỏi địa phương. Từ đó, khách du lịch có xu hướng chú trọng hơn tới các yếu tố an toàn sức khỏe, vệ sinh, bảo hiểm du lịch, tránh tiếp xúc đông người, nhu cầu đối với các kỳ nghỉ dưỡng cao cấp ở các không gian mở, biệt lập gia tăng, lựa chọn các điểm du lịch gần, cắt ngắn thời gian các kỳ nghỉ, kế hoạch đi du lịch được xây dựng sát với thời điểm chuyến đi và có thể thay đổi linh hoạt hơn trước. Thay vì ưu tiên về giá cả, khách hàng sẽ ưu tiên về an toàn và lựa chọn sản phẩm du lịch có chất lượng cao trước.

2.2. Cơ sở lý thuyết về nhu cầu điểm đến, nhu cầu nơi lưu trú, công nghệ an toàn và phương tiện cách ly

2.2.1. Cơ sở lý thuyết Nhu cầu điểm đến

Theo Chen và Tsai (2007), hình ảnh điểm đến có tác động đến thái độ và hành vi của du khách.

Theo Zhou (2005), các thuộc tính của hình ảnh điểm đến đã được sử dụng trong rất nhiều nghiên cứu trước đây, bao gồm văn hóa và lịch sử, cảnh quan, dịch vụ, giải trí, thư giãn, khí hậu, giá cả, thể thao, an ninh an toàn,...

Bài viết nghiên cứu nhu cầu điểm đến là nơi khách hàng muốn đến du lịch sau khoảng thời gian dài thực hiện chỉ thị “ai ở đâu ở yên đó” của Chính Phủ đề ra, họ đã quần quanh trong nhà suốt nhiều ngày liên tục, sinh hoạt và làm việc trong một không gian kín dẫn đến xu hướng khi đi du lịch họ thường muốn trở về với thiên nhiên, đến những nơi không gian mở như biển, rừng, đồi núi,...ngoài ra, các thành phố phát minh cũng đang cố gắng tạo ra nhiều không gian xanh hơn. Đồng thời, từ khi dịch bệnh Covid19 bùng phát mạnh vào lần thứ 4, những chỉ thị giãn cách và phong tỏa xảy ra liên tục bất ngờ, dẫn đến tâm lý con người bắt đầu e ngại rủi ro kẹt lại một địa điểm ngoài kế hoạch, vì vậy họ sẽ thường có xu hướng chọn du lịch trong thành phố họ sinh sống để bảo đảm sự an toàn, tuy nhiên cũng có phần đông lượng khách trẻ tuổi họ vẫn thích di chuyển ra khỏi thành phố họ đang sống để đổi mới không khí. Tâm lý này sẽ buộc các công ty du lịch phải thiết kế các gói du lịch khám phá địa phương cho chính những người dân tại đó, hay còn gọi là “du lịch tại chỗ”.

2.2.2. Cơ sở lý thuyết Nhu cầu lưu trú

Theo Luật Du Lịch Việt Nam có bảy loại hình được định nghĩa là cơ sở lưu trú du lịch là: khách sạn, làng du lịch, biệt thự du lịch, căn hộ du lịch, bãi cắm trại, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê và các loại hình khác.

Vì những kinh nghiệm sau nhiều lần Chỉ thị giãn cách và phong tỏa bất ngờ, những kế hoạch sẵn có phải đình trệ hoặc hủy bỏ, tâm lý con người ta đã có sự đề phòng hơn và đòi hỏi cao với các khách sạn có chính sách minh bạch hỗ trợ hủy phòng do ảnh hưởng từ dịch Covid, đồng thời họ cũng ngại đến các khách sạn từng có lịch sử dịch tễ của các bệnh nhân nhiễm Covid19 hoặc làm nơi thực hiện cách ly cho các trường hợp nghi nhiễm. Đồng thời, sau nhiều tháng các hoạt động kinh doanh sản xuất mua bán bị đóng băng, người lao động mất việc hoặc giảm lương đã thật sự ảnh hưởng không nhỏ đối với nền kinh tế, vì vậy nên khi chọn lựa chi tiêu, khách hàng sẽ cân đo đong đếm kỹ hơn ngày trước so với thu nhập của bản thân, để còn dự trù cho những tình huống bất ngờ khác của Covid19 có thể xảy đến trong tương lai. Ngoài ra những cơ sở lưu trú có những mã giảm giá cũng sẽ thu hút khách du lịch hơn sau một khoảng thời gian dài thâm hụt thu nhập.

2.2.3. Cơ sở lý thuyết Công nghệ an toàn

Công nghệ an toàn ở bài viết này muốn đề cập đến các công nghệ tự động, tránh tiếp xúc hoặc các ứng dụng khai báo y tế, kiểm tra tình trạng sức khỏe,...

Vì sự hạn chế tiếp xúc nên kỳ vọng của khách hàng vào các công nghệ phục vụ tự động đối với các khách sạn nhiều hơn, như quầy lễ tân, khai báo y tế có thể sử dụng sinh trắc học. Tuy tâm lý rất nôn nóng được đi du lịch sau thời kỳ giãn cách căng thẳng của đất nước, tuy nhiên vấn đề sức khỏe bây giờ được mọi người rất chú trọng, nên bên cạnh những khao khát được đi du lịch thì mọi người đều chờ đợi và cho rằng khi vacxin đạt được độ bao phủ cao họ mới đi du lịch hoặc thậm chí có một số người cũng quyết định chỉ đi du lịch khi có thuốc đặc trị Virus Corona. Điều này càng phụ thuộc nhiều vào các công nghệ kiểm tra tình trạng tiêm vacxin của các cá nhân khác cùng tham gia du lịch.

2.2.4. Cơ sở lý thuyết Phương tiện cách ly

Phương tiện cách ly đề cập trong đề tài nghiên cứu này là các loại phương tiện di chuyển của khách du lịch từ điểm xuất phát đến điểm du lịch và phương tiện sử dụng trong lúc đi

chuyển tại địa điểm du lịch cần mang loại hình thông thoáng, tránh không gian kín dễ lây lan như việc sử dụng các phương tiện cá nhân hoặc các phương tiện công cộng mang tính biệt lập.

Tâm lý ngại không gian kín vì môi trường đó dễ lây nhiễm Covid19 đồng thời tiết kiệm chi phí tài chính sau một thời gian kinh tế suy thoái do thực hiện các Chỉ thị giãn cách, con người thường ít có nhu cầu sử dụng máy bay để di chuyển, tuy nhiên còn phải phụ thuộc vào các phương tiện có thể sử dụng đến địa điểm du lịch một cách hợp lý. Vì vậy, xu hướng du lịch chuyển sang phương thức vận tải cá nhân nhiều hơn như thuê xe ô tô, xe máy,... để tránh xa các phương tiện giao thông công cộng.

2.3. Tổng quan các nghiên cứu về tác động của đại dịch Covid 19 đến xu hướng du lịch

► Cao Thị Cẩm Hương và Phạm Thị Mỹ Linh (2021), “Nghiên cứu sự ảnh hưởng của dịch COVID-19 đến hành vi tiêu dùng du lịch của người dân tại thành phố Đà Nẵng”: Nghiên cứu cho thấy các yếu tố tác động còn phụ thuộc vào độ tuổi, tuy nhiên tất cả các độ tuổi đều có thái độ e ngại khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh. Độ tuổi từ 25 đến 44 thích đặt dịch vụ du lịch chủ yếu qua nền tảng trực tuyến và có khả năng chi tiêu dưới 10 triệu đồng. Còn độ tuổi 45 đến trên 65 đều có xu hướng đặt dịch vụ du lịch qua đặt trực tiếp và khả năng chi tiêu cho một chuyến du lịch chỉ từ 4 đến 6 triệu do tâm lý e ngại về suy giảm kinh tế sau dịch bệnh.

► Phạm Thị Thu Hiền (2021) , “Tác động của cảm nhận rủi ro về dịch bệnh do Virus Corona (COVID-19) đến ý định hành vi du lịch hạn chế tiếp xúc của khách du lịch nội địa đến từ Thành Phố Hồ Chí Minh” cho ra kết quả cảm nhận rủi ro nhận thức, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi tác động dương đến ý định du lịch hạn chế tiếp xúc, với chuẩn chủ quan tác động mạnh nhất và thái độ và cảm nhận rủi ro tình cảm không có tác động đến ý định hành vi du lịch hạn chế tiếp xúc.

► Phòng bán hàng sản phẩm ngân quỹ, Khối thị trường tài chính (2020) , “Ngành du lịch thế giới và Covid-19 - Cuộc khủng hoảng toàn diện sẽ kéo dài trong bao lâu?” đề xuất ra một số chiến lược xu hướng để vực dậy ngành du lịch như sau: “du lịch hành lang” (travel corridors) và “bong bóng du lịch” (travel bubbles) gần như là giống nhau về khái niệm khi cho phép các quốc gia hoặc khu vực kết nối hoạt động du lịch với nhau khi các quốc gia này đã thể hiện được mức độ thành công trong việc kiểm soát tốt được dịch bệnh trong nước; và chiến lược “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam” là chiến dịch người dân đi du lịch trong nước

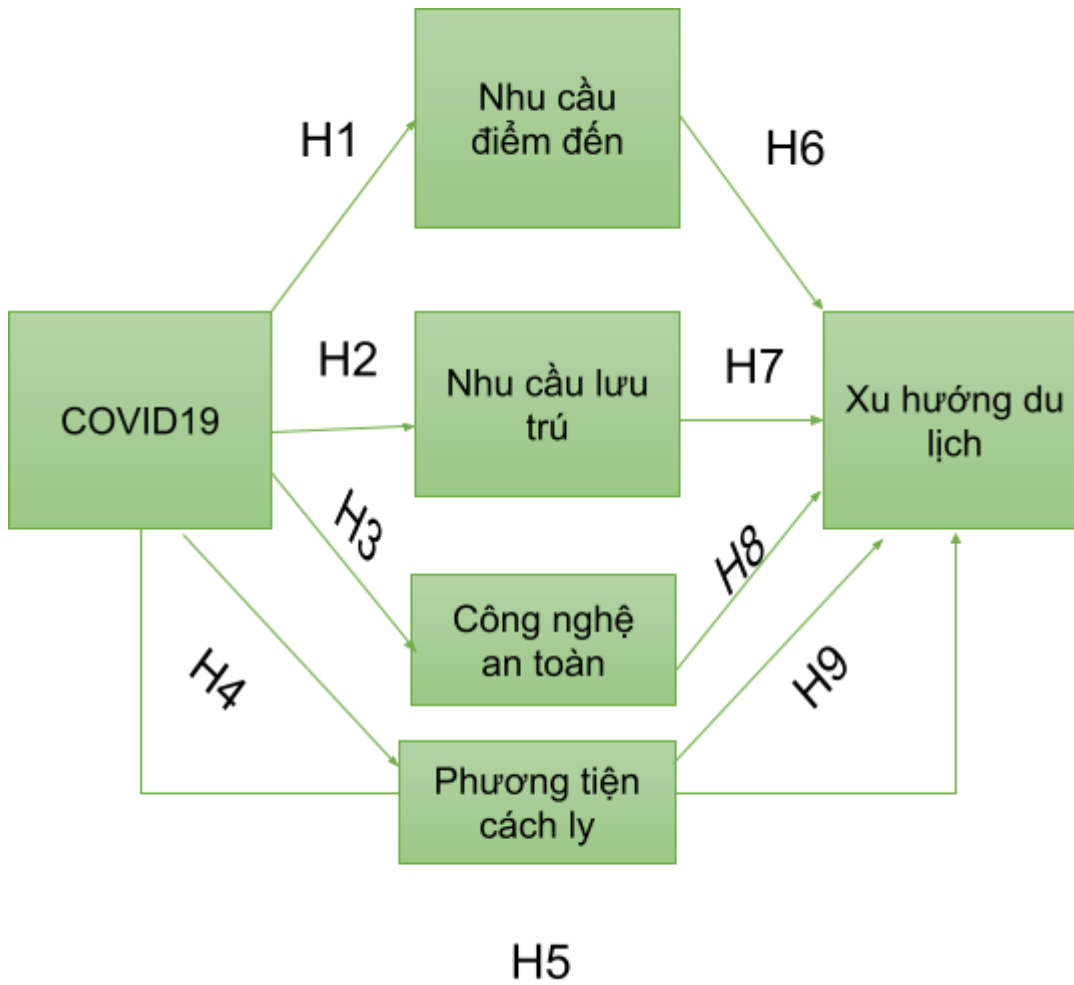
hiện đang là biện pháp an toàn nhất để kích cầu du lịch, vừa đảm bảo an toàn của người dân mỗi quốc gia.

► Vân Ly (2020), “Covid-19 đã làm thay đổi xu hướng du lịch”: nghiên cứu đã khảo sát và cho ra các kết quả thống kê một số yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng du lịch tương lai như địa điểm đến, nơi lưu trú, chế độ hủy dịch vụ, công nghệ quản lý rủi ro sức khỏe.

► CN. Phạm Văn Dương – Phòng TT, SP & QH Du lịch (2021), “Đại dịch Covid-19 và những cơ hội, xu hướng mới cho ngành du lịch Việt Nam” , nghiên cứu đã chỉ ra các xu hướng du lịch có thể áp dụng cho Việt Nam như: du lịch nội địa an toàn: du lịch cá nhân hoặc nhóm nhỏ, khoảng cách ngắn, khám phá di sản trong nước, di sản của cộng đồng địa phương, sử dụng ngôi nhà thứ hai hoặc nhà người thân; du lịch công vụ và các hoạt động kinh doanh thiết yếu trong điều kiện an toàn là nhu cầu đặc trưng trong tình hình hiện nay; du lịch gắn với thiên nhiên như du lịch golf, du lịch tới những địa phương có cảnh quan thiên nhiên, khí hậu trong lành; du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch y tế, du lịch vaccine...; du lịch ứng dụng công nghệ trong việc đặt chỗ, đặt dịch vụ, du lịch không tiếp xúc

2.3 Đề xuất mô hình nghiên cứu tác động của đại dịch covid 19 đến xu hướng du lịch tại Việt Nam

Dựa trên cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu đi trước về đề tài tác động của Covid19 đến xu hướng du lịch, bài viết đề xuất mô hình nghiên cứu kiểm định sự ảnh hưởng của Covid19 đến xu hướng du lịch tại Việt Nam như sau:



Trong mô hình nghiên cứu đề xuất, tác giả dự kiến đo lường ảnh hưởng của 1 biến độc lập là xu hướng du lịch và 4 biến trung gian là nhu cầu điểm đến, nhu cầu lưu trú, công nghệ an toàn và phương tiện cách ly lên biến phụ thuộc xu hướng du lịch. Nói cách khác, trong nghiên cứu này tác giả sẽ thu thập số liệu để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu như bảng sau:

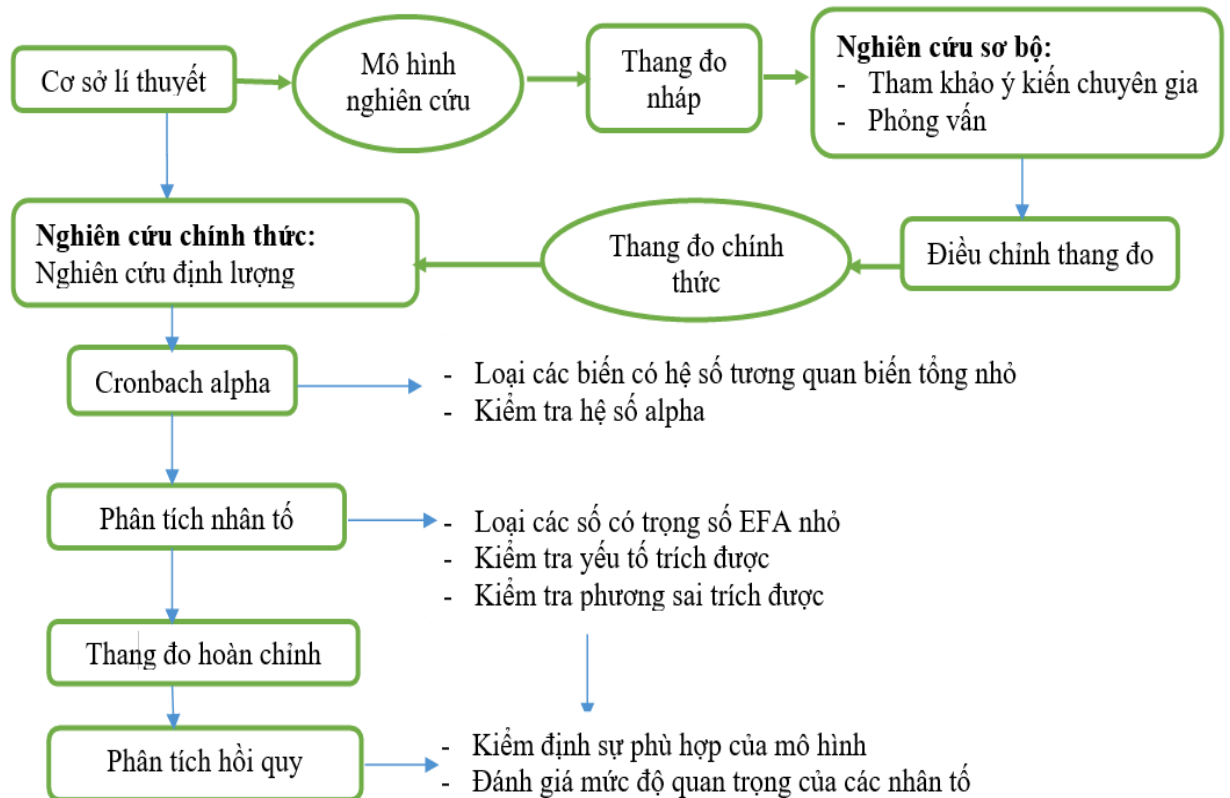
H1	Covid có tác động tích cực đến nhu cầu điểm đến
H2	Covid có tác động tiêu cực đến nhu cầu lưu trú
H3	Covid có tác động tích cực đến công nghệ an toàn
H4	Covid có tác động tích cực đến phương tiện cách ly
H5	Covid có tác động tích cực đến xu hướng du lịch

H6	Nhu cầu điểm đến có tác động tích cực đến xu hướng du lịch
H7	Nhu cầu lưu trú có tác động tích cực đến xu hướng du lịch
H8	Công nghệ an toàn có tác động tích cực đến xu hướng du lịch
H9	Phương tiện cách ly có tác động tích cực đến xu hướng du lịch

CHƯƠNG 3

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Quy trình nghiên cứu

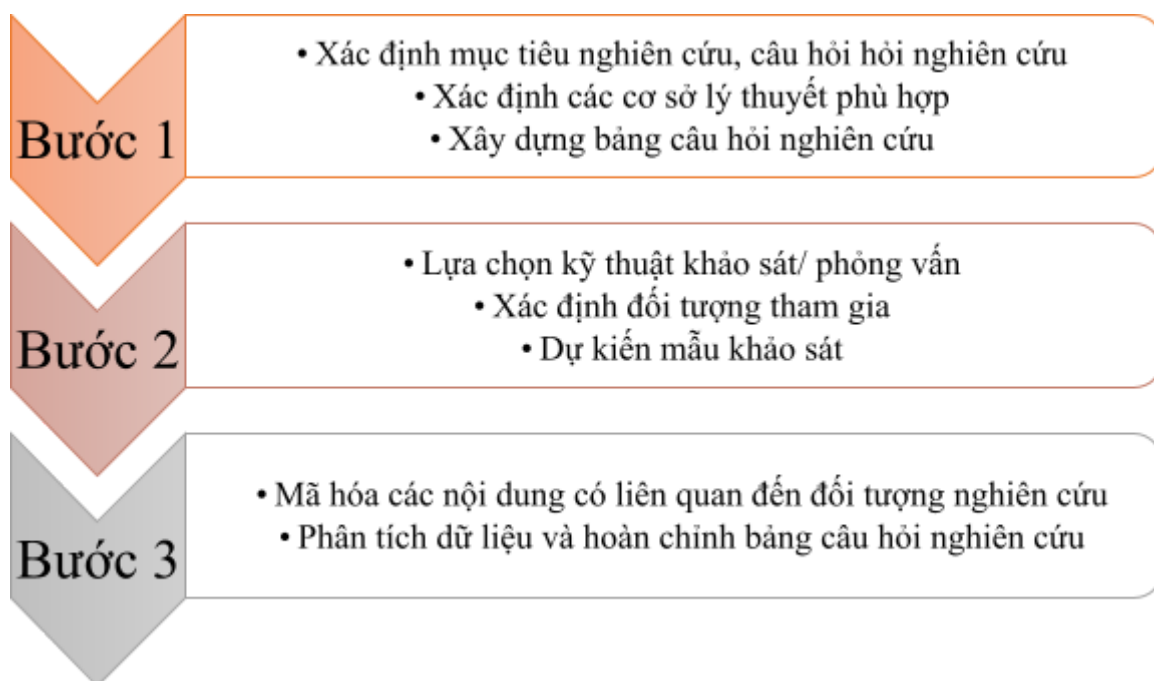


- Cronbach's alpha là thước đo tính nhất quán của các câu hỏi nhỏ bên trong một bảng hỏi hoặc một nhóm các yếu tố thuộc về bảng hỏi, nghĩa là mức độ liên quan chặt chẽ giữa một tập hợp các mục như một nhóm hoặc nhóm con. Phân tích nhân tố khám phá là một phương pháp kiểm tra tính nhất quán. Về mặt kỹ thuật, Cronbach's alpha không phải là một phép thử thống kê - nó là một hệ số của độ tin cậy (hoặc tính nhất quán).
- Phân tích nhân tố EFA: Phân tích nhân tố EFA là một công cụ quan trọng được sử dụng để phát triển, sàng lọc và đánh giá các thử nghiệm, thang đo và các biện pháp (Williams, Brown và cộng sự 2010). Phân tích nhân tố là một phương pháp rất hữu ích trong việc giảm độ phức tạp của dữ liệu bằng cách giảm số lượng biến đang được nghiên cứu.

- Thang đo hoàn chỉnh: sau khi phỏng vấn sơ bộ bằng cách phỏng vấn nhóm nhỏ hoặc tham khảo ý kiến chuyên gia, thang đo sẽ điều chỉnh để có những biến quan sát hợp lý hơn và thật sự có ý nghĩa để có được thang đo chính thức.

3.2. Nghiên cứu định tính

3.2.1. Thiết cấu nghiên cứu định tính



Trong bước 1, bài viết đã xác định mục tiêu nghiên cứu của mình là thực hiện nghiên cứu mới dựa trên các tài liệu thông tin dịch bệnh Covid19 và một số đề tài nghiên cứu có liên quan, thừa kế lại những yếu tố phù hợp với nghiên cứu của đề tài. Từ các câu hỏi nghiên cứu, tác giả sẽ chuyển hóa và hoàn thiện thành câu hỏi điều tra dưới dạng bảng câu hỏi khảo sát mức độ hài lòng.

Ở bước 2, kỹ thuật phỏng vấn tác giả thực hiện là phỏng vấn nhóm với một số hướng dẫn viên du lịch của các trang mạng xã hội du lịch để thực hiện hoàn thiện và chỉnh sửa các câu hỏi nghiên cứu. Mẫu khảo sát ở bước 2 là phi xác suất, kích cỡ mẫu phụ thuộc vào trạng thái bão hòa thông tin của cuộc phỏng vấn nhóm và chọn mẫu phụ thuộc vào khả năng chịu chia sẻ và đóng góp ý kiến.

Bước cuối cùng, từ kết quả phỏng vấn, bài viết hoàn thiện bảng câu hỏi khảo sát cho đề tài nghiên cứu ở bước nghiên cứu định lượng và mã hóa các nội dung khảo sát đó để việc phân tích dễ dàng hơn.

3.2.2. Kết quả nghiên cứu định tính

Sau khi thực hiện 3 bước nghiên cứu định tính, bài viết đã đạt được sự kết nối cơ sở lý thuyết và kết quả nghiên cứu định tính.

Và từ những nghiên cứu trước, thừa kế các yếu tố thích hợp để đề xuất mô hình nghiên cứu cho bài nghiên cứu. Bài viết đã xác định được 6 yếu tố thích hợp với nghiên cứu của bài viết: địa điểm đến du lịch (H1), địa lý (H2), phương tiện di chuyển (H3), thời điểm (H4), nơi lưu trú khi du lịch (H5) và khả năng chi tiêu cho chuyến đi (H6) cùng 1 yếu tố phụ thuộc là xu hướng du lịch (XH) dựa trên sự tổng hợp nghiên cứu định tính của tác giả trong quá trình phỏng vấn sơ bộ.

3.3. Nghiên cứu định lượng

3.3.1. Thiết kế nghiên cứu định lượng

- Thiết kế mẫu nghiên cứu: Bài viết đã có những bước nghiên cứu tài liệu, sắp xếp lại các ý về mô hình nghiên cứu. Bảng hỏi được chỉnh sửa từ bảng hỏi nghiên cứu sơ khởi sau cuộc phỏng vấn với một số hướng dẫn viên du lịch của các trang mạng xã hội du lịch. Với kết quả ban đầu, tác giả đã xây dựng hoàn thiện về bảng hỏi.

Theo Hair và cộng sự (2006) cỡ mẫu được xác định được dựa vào:

- Mức tối thiểu
- Số lượng biến đưa vào phân tích của mô hình.

Mức tối thiểu (min) = 50

Tỷ lệ của số quan sát so với 1 biến phân tích (k) là : 5:1 hoặc 10:1

Nếu mô hình có m thang đo và Pj biến quan sát. Cỡ mẫu được xác định:

$$n = k \sum_{j=1}^m p$$

Ví dụ: Nếu mô hình có 6 thang đo, mỗi thang đo có 5 biến quan sát, chọn k = 5:1

$$\Rightarrow n = 5 * \sum_{1}^6 5 = 150$$

Bài nghiên cứu có 23 biến quan sát, thực hiện 120 mẫu khảo sát của những thành viên thành viên ngẫu nhiên trong nhóm Facebook “Chia sẻ kinh nghiệm du lịch”.

●Thiết kế bảng hỏi

Các thang đo và các biến quan sát của bảng hỏi sử dụng thang đo điểm Likert (5 mức độ) và được mô tả chi tiết trong 1 bảng nhằm xác định những yếu tố chính ảnh hưởng đến xu hướng du lịch tại Việt Nam do đại dịch Covid19. Thang đo Likert được phát triển và giới thiệu bởi nhà tâm lý học người Mỹ Rensis Likert (1932).Thang đo Likert có thể đo các thái độ và các hành vi người dùng. Bằng cách sử dụng các lựa chọn để trả lời phân vùng phạm vi. Có thể từ tệ nhất đến tốt nhất như từ không hài lòng đến rất hài lòng, không đơn giản chỉ là có hoặc không. Thang đo Likert là thang điểm năm hoặc bảy điểm, bài viết sử dụng thang đo 5 điểm để khảo sát.

Thang đo Likert 5 mức độ có dạng như sau:

- | | |
|----------------------------------|---|
| - Mức 1: Hoàn toàn không đồng ý: | 1 |
| - Mức 2: Không đồng ý: | 2 |
| - Mức 3: Trung lập: | 3 |
| - Mức 4: Đồng ý: | 4 |
| - Mức 5: Hoàn toàn đồng ý: | 5 |

Bảng hỏi được thiết kế gồm hai phần chính:

□ *Phần 1.* Thông tin các nhân: là những câu hỏi về thông tin cá nhân nhân viên để làm bảng khảo sát.

□ *Phần 2.* Phần nội dung: gồm nhóm 23 câu hỏi được sàng lọc từ các mô hình nghiên cứu trước và kết hợp của tác giả đúc kết từ những nghiên cứu sàng lọc tâm lý học của con người về vấn đề các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng du lịch dưới tác động của Covid19. Tổng các biến quan sát là 23.

3.3.2. Xử lý dữ liệu

Kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's alpha

- Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), thang đo được đánh giá:

Từ 0,8 đến gần bằng 1: thang đo lường rất tốt.

Từ 0,7 đến gần bằng 0,8: thang đo lường sử dụng rất tốt.

Từ 0,6 trở lên: thang đo lường đủ điều kiện.

- Theo Nunnally (1978), Peterson (1994), thang đo được đánh giá: hệ số tương quan quan biến tổng (Corrected Item-Total Correlation) $> 0,3$ thì biến đó đạt yêu cầu.

☐ Với 2 điều kiện trên thang đo được đánh giá chấp nhận là tốt.

☐ Nếu hệ số Cronbach's Alpha $< 0,6$, lựa chọn loại biến quan sát để đạt tiêu chuẩn.

Phân tích nhân tố EFA

Để kiểm tra tính phù hợp của dữ liệu đối với phân tích nhân tố, các bước sau được thực hiện:

☞ Các ma trận tương quan được tính toán và kiểm tra. Nó cho thấy rằng có đủ mối tương quan để tiến hành phân tích nhân tố.

☞ Kaiser-Meyer Olkin đo lường mức độ đầy đủ của việc lấy mẫu cho các biến riêng lẻ được nghiên cứu từ đường chéo của ma trận tương quan từng phần. Nó được phát hiện là đủ cao cho tất cả các biến. Phép đo này có thể được hiểu theo các hướng dẫn sau: 0,80 hoặc cao hơn là cao; 0,70 trở lên trung bình; 0,60 trở lên là bình thường; 0,50 và dưới 0,50 là không thể chấp nhận được (Hair và cộng sự 1995).

☞ Ý nghĩa tổng thể của ma trận tương quan được kiểm tra với kiểm nghiệm Barlett để hỗ trợ cho tính hợp lệ của phân tích nhân tố của tập dữ liệu. Giá trị $p < 0,05$ cho thấy rằng nó có ý nghĩa để tiếp tục phân tích nhân tố.

☞ Có hai giai đoạn trong phân tích nhân tố. Giai đoạn 1 có thể được gọi là quy trình xác định các nhân tố chính, trong đó mục tiêu của chúng ta là xác định có bao nhiêu nhân tố sẽ được trích xuất từ dữ liệu. Phương pháp phổ biến nhất cho việc này là phân tích nhân tố chính, nó có thể dựa trên việc tính toán một giá trị riêng, để xác định có bao nhiêu yếu tố cần trích xuất. Giai đoạn 2 tiếp theo sau khi số lượng nhân tố trích xuất được quyết định ở giai đoạn 2, nhiệm vụ tiếp theo là giải thích và đặt tên cho các nhân tố. Nó cho bức tranh ban đầu về tải của

các biến lên các nhân tố, nhưng nó có thể được làm rõ ràng hơn bằng cách sử dụng phép quay varimax. Dùng ma trận Rotated để chỉ ra các biến khác nhau phụ thuộc vào các yếu tố khác nhau và chọn tên phù hợp cho các yếu tố.

Mục tiêu của Phân tích nhân tố khám phá (Pett, Lackey et al. 2003; Thompson 2004) là:

- Giảm số lượng nhân tố (biến)
- Đánh giá đa cộng tuyến giữa các yếu tố có tương quan
- Tính thống nhất của đánh giá và phát hiện cấu trúc
- Đánh giá tính hợp lệ của cấu trúc trong một cuộc khảo sát
- Kiểm tra mối quan hệ hoặc cấu trúc của các nhân tố (biến)
- Phát triển các cấu trúc lý thuyết
- Chứng minh các lý thuyết được đề xuất

Phân tích phương sai một chiều

Phân tích phương sai là so sánh giá trị trung bình của hai hoặc nhiều nhóm độc lập để xác định xem có bằng chứng thống kê cho thấy trung bình dân số liên quan là khác nhau đáng kể hay không. Phân tích phương sai là một bài kiểm tra tham số. Các biến được sử dụng trong thử nghiệm này được gọi là:

Biến phụ thuộc

Biến độc lập (còn được gọi là biến nhóm hoặc nhân tố): Biến này chia các trường hợp thành hai hoặc nhiều cấp độ hoặc nhóm loại trừ lẫn nhau

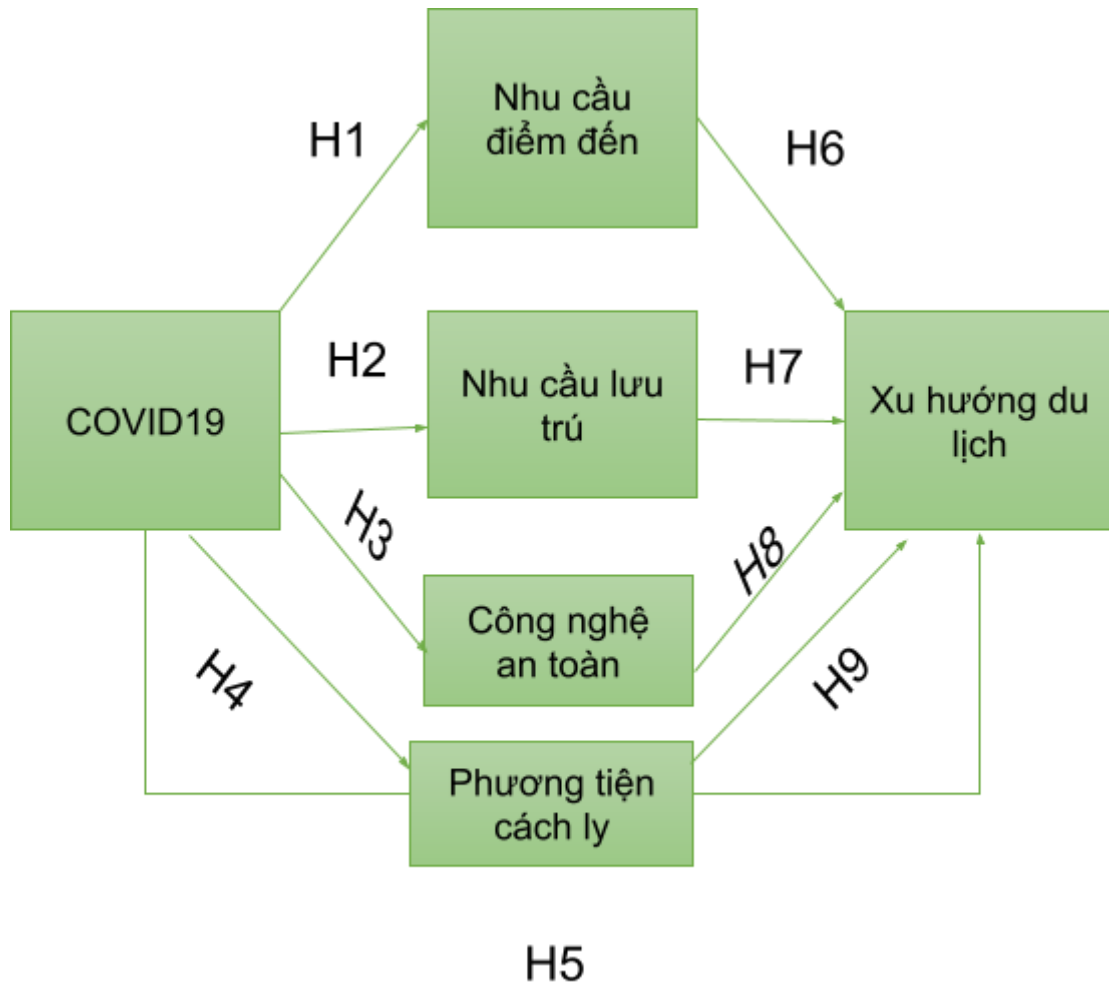
Kiểm nghiệm Chi bình phương

Chi bình phương được sử dụng trong các thử nghiệm liên quan đến dữ liệu định danh. Sử dụng kỹ thuật này, sự khác biệt đáng kể giữa phân phối dữ liệu quan sát được giữa các loại và phân phối dự kiến được kiểm tra trên giả thuyết rỗng.

CHƯƠNG 4

MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CÁC THANG ĐO

Mô hình nghiên cứu để phục vụ cho nghiên cứu định lượng như sau:



Nghiên cứu chính thức phần thực trạng được định lượng dựa trên số liệu thu thập được, trong bài viết sử dụng các thống số kê đã được đề cập ở trên để làm rõ phần thực trạng. Nghiên cứu sử dụng nhiều công cụ phân tích dữ liệu: kiểm định thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha và loại bỏ các biến có hệ số tương quan giữa biến và tổng nhỏ. Sử dụng phân tích nhân tố khám phá (EFA), kiểm tra độ thích hợp của các biến với mô hình, xây dựng mô hình hồi quy, kiểm định các giả thuyết.

Đối tượng khảo sát là những thành viên ngẫu nhiên trong nhóm Facebook “Chia sẻ kinh nghiệm du lịch”.

Tác giả tiến hành phát 150 phiếu, sau quá trình thu lại phiếu, bài viết sử dụng được 120 phiếu để thống kê xử lý số liệu.

Phần thông tin cá nhân : Các dữ liệu này là một thước đo xu hướng sử dụng du lịch của từng giai đoạn tuổi, sự khác biệt về giới tính cũng tạo ra sự e sợ rủi ro dịch bệnh khác nhau dẫn tới xu hướng khác nhau, đồng thời thu nhập của khách du lịch là yếu tố hết sức cần xem xét trong giai đoạn Covid19 kéo dài làm nền kinh tế suy thoái, tài chính eo hẹp. Bài viết thừa hưởng lại những quan sát từ kết quả của nghiên cứu của Cao Thị Cẩm Hương và Phạm Thị Mỹ Linh (2021).

GIỚI TÍNH	Nam
	Nữ
ĐỘ TUỔI	25 – 44 tuổi
	45 - > 60 tuổi
THU NHẬP	< 5 triệu
	5 – 10 triệu
	<10 triệu

Phần biến phụ thuộc và biến độc lập

Các biến quan sát trong mô hình: bài viết tổng hợp từ các thông tin tài liệu liên quan đến đề tài nghiên cứu để chạy mô hình SPSS, xác định các yếu tố ảnh hưởng đến biến phụ thuộc xu hướng du lịch.

STT	Yếu tố	Thang điểm
DD	Điểm đến: thừa kế những kết quả nghiên cứu của Phòng bán hàng sản phẩm ngân quỹ ACB, Khối thị trường tài chính (2020), Vân Ly (2020) và CN. Phạm Văn Dương – Phòng TT, SP & QH Du lịch (2021)	

DD1	Tôi thích chọn du lịch về thiên nhiên	1	2	3	4	5
DD2	Tôi sẽ chọn du lịch đến các trung tâm thành phố	1	2	3	4	5
DD3	Tôi sẽ chọn du lịch tại địa phương đang sinh sống	1	2	3	4	5
DD4	Tôi sẽ chọn du lịch đến các địa phương khác	1	2	3	4	5
DD5	Tôi sẽ chọn du lịch theo địa điểm tôi muốn đến					
PT	Phương tiện cách ly: thừa kế từ các kết quả nghiên cứu của Phạm Thị Thu Hiền (2021)					
PT1	Tôi thích di chuyển bằng máy bay	1	2	3	4	5
PT2	Tôi thích di chuyển bằng tàu thuyền	1	2	3	4	5
PT3	Tôi thích di chuyển bằng tàu hỏa	1	2	3	4	5
PT4	Tôi thích di chuyển bằng xe khách	1	2	3	4	5
PT5	Tôi thích di chuyển bằng xe máy	1	2	3	4	5
PT6	Tôi thích tự thuê xe ô tô riêng	1	2	3	4	5
LT	Lưu trú: thừa kế từ các kết quả nghiên cứu của Vân Ly (2020), CN. Phạm Văn Dương – Phòng TT, SP & QH Du lịch (2021)					

LT1	Tôi sẽ chọn những khách sạn có ứng dụng các công nghệ đảm bảo an toàn sức khỏe	1	2	3	4	5
LT2	Tôi sẽ chọn những khách sạn có ứng dụng các công nghệ phục vụ tự động thay cho con người	1	2	3	4	5
LT3	Tôi sẽ chọn những khách sạn chưa từng có lịch sử ảnh hưởng dịch bệnh Covid19	1	2	3	4	5
LT4	Tôi sẽ chọn khách sạn có chính sách hủy phòng minh bạch, hỗ trợ tình hình dịch bệnh Covid	1	2	3	4	5
LT5	Tôi sẽ chọn khách sạn có mã giám giá	1	2	3	4	5
CN	Công nghệ an toàn: thừa kế từ các kết quả nghiên cứu của Phạm Thị Thu Hiền (2021), Vân Ly (2020), CN. Phạm Văn Dương – Phòng TT, SP & QH Du lịch (2021)					
CN1	Tôi sẽ đi du lịch khi độ bao phủ vacxin cộng đồng trên 70%	1	2	3	4	5
CN2	Tôi sẽ đi du lịch khi có thuốc đặc trị Virus Corona	1	2	3	4	5
CN3	Tôi sẽ đi du lịch khi các ứng dụng khai báo y tế luôn luôn được áp dụng nghiêm ngặt	1	2	3	4	5

CN4	Tôi sẽ đi du lịch khi thẻ xanh Vaccin được vận hành	1	2	3	4	5
XH	Xu hướng du lịch					
XH1	Xu hướng du lịch tiếp theo của tôi là an toàn	1	2	3	4	5
XH2	Xu hướng du lịch tiếp theo của tôi là chi phí rẻ	1	2	3	4	5
XH3	Xu hướng du lịch tiếp theo của tôi là thỏa mãn nhu cầu bản thân	1	2	3	4	5

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. CN. Phạm Văn Dương – Phòng TT, SP & QH Du lịch (2021), “Đại dịch Covid-19 và những cơ hội, xu hướng mới cho ngành du lịch Việt Nam”, Tổng cục du lịch – Viện nghiên cứu phát triển du lịch
2. Phạm Thị Thu Hiền (2021) , “Tác động của cảm nhận rủi ro về dịch bệnh do Virus Corona (COVID-19) đến ý định hành vi du lịch hạn chế tiếp xúc của khách du lịch nội địa đến từ Thành Phố Hồ Chí Minh”, Thư viện Đại Học Kinh Tế TP.Hồ Chí Minh.
3. Hùng, L. P. (2014). Xây dựng lòng trung thành của du khách đối với du lịch biển Việt Nam.
4. Cao Thị Cẩm Hương và Phạm Thị Mỹ Linh (2021), “Nghiên cứu sự ảnh hưởng của dịch COVID-19 đến hành vi tiêu dùng du lịch của người dân tại thành phố Đà Nẵng”, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Duy Tân 3(46) (2021) 42-50.
5. Vân Ly (2020), “Covid-19 đã làm thay đổi xu hướng du lịch “, Kinh tế Sài Gòn Online – truy cập 10/09/2021
6. Phòng bán hàng sản phẩm ngân quỹ, Khối thị trường tài chính (2020) , “Ngành du lịch thế giới và Covid-19 - Cuộc khủng hoảng toàn diện sẽ kéo dài trong bao lâu?”, <https://www.acb.com.vn/> - truy cập ngày 10/09/2021.
7. Lí thuyết về hành vi tiêu dùng trong du lịch, ĐH Duy Tân.
8. Alegre, J., & Cladera, M. (2006). Repeat visitation in mature sun and sand holiday destinations. *Journal of travel Research*, 44(3), 288-297.
9. Hogg, M., Askegaard, S., Bamossy, G., & Solomon, M. (2006). Consumer behaviour: a European perspective.
10. Huang, J. H., & Min, J. C. (2002). Earthquake devastation and recovery in tourism: The Taiwan case. *Tourism Management*, 23(2), 145-154.
11. Hystad, P. W., & Keller, P. C. (2008). Towards a destination tourism disaster management framework: Long-term lessons from a forest fire disaster. *Tourism management*, 29(1), 151-162
12. Kollat, D. T., Blackwell, R. D., & Engel, J. F. (1972). The current status of consumer behavior research: Developments during the 1968-1972 period. *ACR Special Volumes*.
13. Kuschel, R., & Schröder, A. (2002). *Tourismus und Terrorismus. Interaktionen, Auswirkungen und Handlungsstrategien*. Dresden.

14. Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.
15. Um, S., & Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of tourism research*, 17(3), 432-448.
16. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56.
17. Wen, Z., Huimin, G., & Kavanaugh, R. R. (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 8(1), 22-38.