

NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN

Tên luận án: *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn điểm đến du lịch trong nước: Trường hợp thể hệ Y tại Việt Nam.*

Ngành: Du lịch

Mã số: 9810101

Họ và tên Nghiên cứu sinh: Phan Thảo Nguyên

Khóa đào tạo năm: 2020

Chức danh, học vị, họ và tên người hướng dẫn: 1. PGS. TS. Trần Hữu Tuấn
2. TS. Trần Thị Ngọc Liên

Tên đơn vị đào tạo: Trường Du lịch – Đại học Huế

Nội dung:

Về mặt lý luận

- Luận án đề xuất một góc nhìn mới dựa trên cách tiếp cận hệ thống kép, trong đó yếu tố thiên kiến và yếu tố nhận thức, đánh giá của du khách về giá trị điểm đến, được xem là các nhân tố quan trọng ảnh hưởng hành vi người tiêu dùng.
- Luận án mở rộng nghiên cứu về thiên kiến quốc gia trong du lịch nội địa bằng việc kết hợp hai khái niệm Bản dạng quốc gia và Chủ nghĩa vị chủng du lịch, làm rõ cách chúng tác động chung và riêng tới thái độ và sự lựa chọn điểm đến.
- Luận án đã khám phá vai trò điều tiết của chủ nghĩa tập thể, góp phần củng cố thêm những luận giải lý thuyết về tác động của yếu tố đa văn hóa trong hành vi của khách hàng.
- Luận án kết hợp hai lý thuyết nền tảng là Lý thuyết Bản dạng xã hội và Lý thuyết Nhận thức-Cảm xúc-Hành vi (CAB) để xây dựng và kiểm chứng mô hình toàn diện về lựa chọn điểm đến du lịch nội địa của thể hệ Y Việt Nam.

Về ý nghĩa thực tiễn

- Cung cấp cơ sở khoa học và dữ liệu chiến lược cho các nhà hoạch định chính sách, cơ quan quản lý và các bên liên quan, giúp thiết kế và triển khai các chiến lược tích hợp, phù hợp với nhu cầu thị trường, từ đó phát triển bền vững du lịch nội địa.
- Bổ sung thông tin chuyên sâu về phân khúc du khách thể hệ Y tại Việt Nam, lấp đầy khoảng trống dữ liệu về nhận thức và nhu cầu của nhóm khách này, hỗ trợ việc hoạch định và tối ưu hóa chính sách, chương trình kích cầu.
- Định hướng cho doanh nghiệp lữ hành và các bên liên quan trong việc thiết kế sản phẩm, chương trình du lịch nội địa, gia tăng bản dạng quốc gia, vị chủng du lịch và giá trị cảm nhận, từ đó thúc đẩy lựa chọn điểm đến nội địa, nâng cao thương hiệu và năng lực cạnh tranh.

Giảng viên hướng dẫn

Nghiên cứu sinh



PGS. TS. Trần Hữu Tuấn



TS. Trần Thị Ngọc Liên



Phan Thảo Nguyên

NEW CONTRIBUTIONS OF DOCTORAL THESIS

Title of Thesis: *Research On Factors Influencing Domestic Tourism Destination Choice: The Case Of Generation Y In Vietnam*

Major: Tourism

Major Code: 9810101

PhD student: Phan Thao Nguyen

Course year: 2020

Academic supervisors: 1. Assoc.Prof.Dr. Tran Huu Tuan
2. Dr. Tran Thi Ngoc Lien

Educational institution: School of Hospitality and Tourism – Hue University

New contributions of the thesis

Theoretical contributions

- The thesis proposes a novel perspective based on a dual-system approach, in which both affective biases and travelers' cognitive evaluations of destination value are treated as key drivers of consumer behavior.
- The study extends research on home country biases in domestic tourism by integrating the concepts of national identity and tourism ethnocentrism, clarifying how they jointly and independently shape attitudes and destination choice.
- The study identifies the moderating role of "Collectivism", thereby enriching theoretical explanations of how multicultural factors influence consumer behavior.
- The study combines two foundational theories—Social Identity Theory and the Cognition–Affect–Behavior (CAB) model—to build and validate a comprehensive framework for understanding domestic destination choice among Vietnam's Millennials.

Managerial contributions

- The thesis provides a scientific foundation and strategic data for policymakers, regulatory bodies, and stakeholders, enabling the design and implementation of integrated, market-driven strategies that foster sustainable development of domestic tourism.
- The thesis further delivers in-depth insights into Vietnamese Millennial tourists segment, filling critical data gaps about their perceptions and needs to inform and optimize policy and stimulus program design.
- The thesis guides tour operators and industry partners in crafting domestic tourism products and programs that strengthen national identity, tourism ethnocentrism, and perceived value—thereby driving domestic destination choice and enhancing brand image and competitiveness.

Academic Supervisor

PhD Student



Assoc.Prof.Dr. Tran Huu Tuan

Dr. Tran Thi Ngoc Lien

Phan Thao Nguyen