

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN ĐIỂM ĐẾN CỦA KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA TẠI PHƯỜNG XUÂN HƯƠNG – ĐÀ LẠT

Võ Thị Hương, Nguyễn Thị Thuý*

Khoa Kinh tế, Trường Cao đẳng Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam

Tóm tắt: Nghiên cứu này nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại phường Xuân Hương – Đà Lạt. Dữ liệu được thu thập từ 319 bảng khảo sát hợp lệ trong 6 tháng đầu năm 2025. Phân tích Cronbach's Alpha, EFA, tương quan và hồi quy tuyến tính bội cho thấy mô hình nghiên cứu phù hợp với độ tin cậy cao. Kết quả chỉ ra rằng động cơ du lịch là yếu tố tác động mạnh nhất, tiếp đến là đặc trưng điểm đến, chi phí du lịch và thông tin điểm đến. Nghiên cứu góp phần bổ sung cơ sở lý luận và đưa ra hàm ý quản trị giúp nâng cao sức hấp dẫn, xây dựng chiến lược phát triển bền vững cho điểm đến.

Từ khoá: điểm đến, khách du lịch, quyết định lựa chọn

1. GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh ngành du lịch đang ngày càng khẳng định vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế – xã hội, việc tìm hiểu các yếu tố chi phối quyết định lựa chọn điểm đến của du khách trở thành một hướng nghiên cứu cần thiết. Phường Xuân Hương – Đà Lạt với lợi thế về khí hậu, cảnh quan tự nhiên và giá trị văn hóa – lịch sử, đã và đang thu hút một lượng lớn khách du lịch nội địa. Tuy nhiên, sự cạnh tranh gay gắt giữa các địa phương có tiềm năng du lịch trong cả nước đặt ra yêu cầu cấp thiết phải hiểu rõ động cơ, kỳ vọng và hành vi lựa chọn điểm đến của du khách.

Phường Xuân Hương – Đà Lạt là địa bàn tập trung nhiều hoạt động dịch vụ du lịch, đồng thời là khu vực có mật độ du khách cao. Việc nghiên cứu các nhân tố tác động đến quyết định lựa chọn của khách du lịch nội địa tại khu vực này không chỉ giúp làm rõ cơ sở lý luận về hành vi du lịch mà còn mang ý nghĩa thực tiễn trong việc hoạch định chính sách phát triển, xây dựng chiến lược marketing điểm đến và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Nghiên cứu này nhằm xác định và phân tích các nhóm yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại phường Xuân Hương – Đà Lạt. Kết quả sẽ đóng góp cho cả phương diện học thuật, thông qua việc bổ sung bằng chứng thực nghiệm về hành vi du lịch và cung cấp cơ sở cho chính quyền địa phương và các doanh nghiệp dịch vụ du lịch trong việc thiết kế sản phẩm, nâng cao trải nghiệm và thu hút khách hàng bền vững.

Kết quả nghiên cứu trả lời các câu hỏi sau:

(1) Các nhóm yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại phường Xuân Hương – Đà Lạt?

(2) Mức độ ảnh hưởng của từng nhóm yếu tố đến quyết định lựa chọn điểm đến tại phường Xuân Hương – Đà Lạt là bao nhiêu?

(3) Những hàm ý quản lý nào để nâng cao quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại phường Xuân Hương – Đà Lạt?

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

Theo định nghĩa của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), điểm đến du lịch được hiểu là một khu vực địa lý nơi du khách lưu trú ít nhất một đêm. Điểm đến này bao hàm tổng thể các sản phẩm du lịch, dịch vụ hỗ trợ và tài nguyên thu hút khách, đồng thời có ranh giới hành chính rõ ràng để quản lý cũng như hình ảnh nhận diện đặc trưng nhằm khẳng định vị thế cạnh tranh trên thị trường.

Trong nghiên cứu của Correia và Pimpão (2008), ba nhóm yếu tố cơ bản được xác định là tác động đến sự lựa chọn điểm đến của du khách, bao gồm: (1) nguồn thông tin từ các kênh chính thống và phi chính thống như văn phòng du lịch, công ty và đại lý lữ hành, bạn bè, người thân, quảng cáo; (2) đặc trưng của điểm đến, chẳng hạn như ẩm thực, khí hậu, mức độ an ninh, cảnh quan, dịch vụ lưu trú và giải trí, tính độc đáo hay mới lạ; (3) yếu tố cá nhân, thể hiện qua mong muốn mở rộng trải nghiệm văn hóa, nâng cao kiến thức, khám phá các địa danh mới và làm giàu vốn sống.

Nghiên cứu của Nguyễn Hoàng Đông và cộng sự (2020) phân chia các nhân tố ảnh hưởng thành hai nhóm chính: (1) nhóm yếu tố bên trong liên quan đến động cơ và mục đích chuyến đi của du khách; (2) nhóm yếu tố bên ngoài bao gồm tính an toàn, nguồn

thông tin, đặc trưng điểm đến, chi phí và kế hoạch du lịch.

Tương tự, Nguyễn Thị Oanh và Lê Trần Anh Thư (2022) đã xác định sáu nhân tố tác động đến ý định lựa chọn Đà Lạt của khách nội địa, cụ thể là: động cơ du lịch, thông tin về điểm đến, hình ảnh điểm đến, thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức hành vi.

Trong khi đó, Nguyễn Danh Nam và cộng sự (2024) nhấn mạnh sáu yếu tố then chốt ảnh hưởng đến lựa chọn điểm đến du lịch chăm sóc sức khỏe, bao gồm: đặc trưng điểm đến, chất lượng dịch vụ y tế – chăm sóc sức khỏe, cơ hội khám phá và học hỏi, hoạt động quảng bá hình ảnh, chi phí và sự an toàn. Trên cơ sở đó, nhóm tác giả cũng đề xuất các hàm ý quản trị nhằm tăng cường sức hút của loại hình du lịch này tại khu vực trung du và miền núi phía Bắc.

Ngoài ra, Phạm Xuân Trường và Nguyễn Thị Hằng (2022) cho rằng động cơ kéo có tác động mạnh mẽ nhất đến quyết định lựa chọn điểm đến, tiếp đến là nguồn thông tin, sự kỳ vọng và nhận thức về điểm đến, mức độ hài lòng và lòng trung thành, cuối cùng là động cơ đẩy. Từ kết quả nghiên cứu, một số giải pháp đã được đề xuất nhằm nâng cao tính cạnh tranh và sức hấp dẫn của điểm đến du lịch nội địa.

Các nghiên cứu được tổng hợp trong bảng 1 như sau:

Bảng 1. Bảng tổng hợp nghiên cứu

Tác giả/ Năm	Đối tượng/Nội dung nghiên cứu	Các nhóm/yếu tố ảnh hưởng chính	Kết quả, đóng góp chính
Correia & Pimpão (2008)	Phân tích các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn điểm đến du lịch của du khách quốc tế	(1) Nguồn thông tin (chính thống, phi chính thống); (2) Đặc trưng điểm đến (âm thực, khí hậu, an ninh, cảnh quan...); (3) Yếu tố cá nhân (mong muốn trải nghiệm, học hỏi, khám phá)	Xác định 3 nhóm yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của du khách
Nguyễn Hoàng Đông và cộng sự (2020)	Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi lựa chọn điểm đến du lịch của du khách	(1) Nhóm yếu tố bên trong: động cơ, mục đích chuyến đi; (2) Nhóm yếu tố bên ngoài: an toàn, thông tin, đặc trưng điểm đến, chi phí, kế hoạch du lịch	Chỉ ra sự tương tác giữa yếu tố nội tại và môi trường bên ngoài trong quyết định lựa chọn
Nguyễn Thị Oanh & Lê Trần Anh Thư (2022)	Ý định lựa chọn điểm đến Đà Lạt của khách nội địa	(1) Động cơ du lịch; (2) Thông tin điểm đến; (3) Hình ảnh điểm đến; (4) Thái độ; hành vi có kế hoạch (5) Chuẩn mực chủ quan; (6) Nhận thức hành vi	Xây dựng mô hình dựa trên lý thuyết (TPB), làm rõ các yếu tố tâm lý – xã hội ảnh hưởng đến ý định du lịch
Nguyễn Danh Nam và cộng sự (2024)	Yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn điểm đến du lịch chăm sóc sức khỏe tại khu vực trung du và miền núi phía Bắc	(1) Đặc trưng điểm đến; (2) Chất lượng dịch vụ y tế – chăm sóc sức khỏe; (3) Cơ hội khám phá, học hỏi; (4) Quảng bá hình ảnh; (5) Chi phí; (6) sức khỏe An toàn	Nhấn mạnh vai trò của chất lượng dịch vụ y tế và yếu tố an toàn trong du lịch
Phạm Xuân Trường & Nguyễn Thị Hằng (2022)	Hành vi lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa	(1) Động cơ kéo; (2) Nguồn thông tin; (3) Kỳ vọng và nhận thức điểm đến; (4) Mức độ hài lòng; (5) Lòng trung thành; (6) Động cơ đẩy	Động cơ kéo có ảnh hưởng mạnh nhất; đề xuất các giải pháp nâng cao tính cạnh tranh của điểm đến nội địa

2.2. Khoảng trống nghiên cứu

Các nghiên cứu trước đây về hành vi lựa chọn điểm đến du lịch đã cung cấp nền tảng lý thuyết và thực tiễn quan trọng, song vẫn tồn tại nhiều khoảng trống cần được tiếp tục làm rõ. Cụ thể, nghiên cứu của Correia và

Pimpão (2008) đã xác định ba nhóm yếu tố cơ bản tác động đến quyết định lựa chọn điểm đến của du khách, bao gồm nguồn thông tin, đặc trưng điểm đến và yếu tố cá nhân. Tuy nhiên, bối cảnh nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào du khách quốc tế, nên

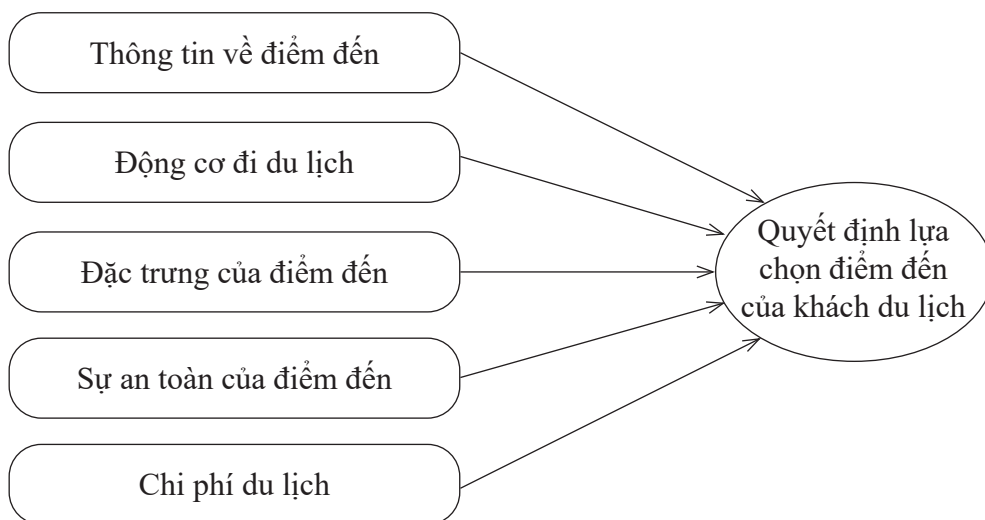
mức độ phù hợp với thị trường du lịch nội địa còn hạn chế. Tiếp theo, Nguyễn Hoàng Đông và cộng sự (2020) đã mở rộng mô hình với hai nhóm nhân tố bên trong và bên ngoài, nhưng chưa đi sâu phân tích từng yếu tố cụ thể trong điều kiện du lịch đô thị.

Các nghiên cứu gần đây tại Việt Nam, như của Nguyễn Thị Oanh và Lê Trần Anh Thư (2022), đã lồng ghép các yếu tố tâm lý – xã hội vào mô hình lựa chọn điểm đến, thể hiện qua động cơ du lịch, thái độ và chuẩn mực chủ quan. Dù vậy, các yếu tố về chi phí, an toàn và trải nghiệm thực tế vẫn chưa được xem xét một cách hệ thống. Trong khi đó, nghiên cứu của Nguyễn Danh Nam và cộng sự (2024) tập trung vào du lịch chăm sóc sức khỏe, cho thấy vai trò nổi bật của dịch vụ y tế và hình ảnh điểm đến, nhưng phạm vi nghiên cứu chỉ giới hạn ở khu vực miền núi phía Bắc, chưa phản ánh đặc thù của các thành phố du lịch như Đà Lạt. Ngoài ra, Phạm Xuân Trường và Nguyễn Thị Hằng (2022) nhấn mạnh ảnh hưởng của động cơ kéo và nguồn thông tin, song chưa đánh giá sự tương tác giữa động cơ, chi phí và mức độ an toàn trong quyết định du lịch.

Từ tổng quan trên, có thể thấy rằng các công trình trước tuy đề cập đến nhiều yếu tố khác nhau nhưng chưa có nghiên cứu nào kết hợp đồng thời năm nhóm nhân tố gồm thông tin điểm đến, động cơ du lịch, đặc trưng điểm đến, chi phí và mức độ an toàn trong một mô hình tổng thể. Hơn nữa, chưa có nghiên cứu nào tập trung vào phạm vi cấp phường – như phường Xuân Hương (Đà Lạt), nơi có đặc thù về cảnh quan, văn hóa và hành vi du khách riêng biệt. Vì vậy, việc nghiên cứu lại mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại phường Xuân Hương là cần thiết, nhằm bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho bối cảnh địa phương và đóng góp vào việc hoàn thiện lý thuyết hành vi du lịch trong điều kiện Việt Nam hiện nay.

2.3. Mô hình hình nghiên cứu

Kế thừa và phát triển từ các công trình nghiên cứu trước, đề tài này xây dựng mô hình nghiên cứu với năm nhóm nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại phường Xuân Hương – Đà Lạt, bao gồm: thông tin về điểm đến, động cơ du lịch, đặc trưng điểm đến, sự an toàn của điểm đến, mức độ an toàn và chi phí du lịch.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Giả thuyết nghiên cứu đề xuất như sau:

H1: Thông tin về điểm đến ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại Phường Xuân Hương – Đà Lạt

H2: Động cơ du lịch ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại Phường Xuân Hương – Đà Lạt

H3: Đặc trưng của điểm đến ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại Phường Xuân Hương – Đà Lạt

H4: Sự an toàn của điểm đến ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại Phường Xuân Hương – Đà Lạt

H5: Chi phí du lịch ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại Phường Xuân Hương – Đà Lạt

2.4. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu phục vụ nghiên cứu được thu thập thông qua khảo sát định lượng bằng bảng câu hỏi phát cho đối tượng là khách du lịch đến Phường Xuân Hương – Đà Lạt. Quá trình khảo sát được tiến hành từ

tháng 1 – 6 năm 2025, với tổng số 350 bảng câu hỏi được phát trực tiếp cho du khách tại các địa điểm du lịch và dịch vụ liên quan. Sau khi loại bỏ các bảng trả lời không đầy đủ hoặc không hợp lệ, số phiếu hợp lệ được sử dụng cho phân tích là 319. Nguồn dữ liệu này là cơ sở để tiến hành các bước xử lý thống kê và kiểm định mô hình nghiên cứu.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả nghiên cứu

Phân tích độ tin cậy

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha, sau khi loại các biến DC5, DTDD5, ATDD3, ATDD5 thì các thang đo đều đạt độ tin cậy, với hệ số từ 0,655 đến 0,908. Thang đo “Thông tin điểm đến” (0,855), “An toàn điểm đến” (0,894) và “Quyết định lựa chọn” (0,908) có độ tin cậy rất cao, trong khi “Đặc trưng điểm đến” (0,792) và “Chi phí du lịch” (0,748) đạt mức tốt. Thang đo “Động cơ du lịch” (0,655) ở mức chấp nhận được. Nhìn chung, các biến quan sát đều có tương quan biến tổng đạt chuẩn, khẳng định thang đo phù hợp cho phân tích nhân tố và kiểm định mô hình nghiên cứu.

Bảng 2. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach' Alpha nếu loại biến
Thông tin về điểm đến, Cronbach' Alpha = ,855				
TT1	15,72	5,724	,665	,826
TT2	15,65	5,888	,687	,821
TT3	15,73	5,437	,730	,808
TT4	15,50	5,987	,635	,834
TT5	15,50	5,823	,630	,835
Động cơ du lịch, Cronbach' Alpha = ,655				
DC1	11,02	1,927	,431	,593
DC2	10,90	1,776	,508	,541
DC3	11,10	1,597	,518	,526
DC4	11,04	1,885	,310	,679
Đặc trưng của điểm đến, Cronbach' Alpha = ,792				
DTDD1	11,33	2,512	,633	,726
DTDD2	11,49	2,515	,601	,742
DTDD3	11,27	2,536	,588	,748
DTDD4	11,59	2,633	,586	,749
An toàn của điểm đến, Cronbach' Alpha = ,894				
ATDD1	7,05	2,239	,828	,816
ATDD2	6,95	2,510	,705	,920
ATDD4	7,09	2,215	,845	,801
Chi phí du lịch, Cronbach' Alpha = ,748				
CP1	11,17	2,504	,479	,725
CP2	11,33	2,146	,582	,668
CP3	11,35	2,115	,645	,627
CP4	11,29	2,825	,490	,723
Quyết định lựa chọn điểm đến, Cronbach' Alpha = ,908				
QDDD1	14,93	7,175	,674	,906
QDDD2	14,91	7,202	,722	,897
QDDD3	15,19	6,163	,867	,865
QDDD4	14,95	6,623	,714	,900
QDDD5	15,16	6,288	,876	,864

(Nguồn phân tích dữ liệu khảo sát)

Phân tích nhân tố khám phá EFA

Đối với nhóm nhân tố độc lập, kết quả EFA với 20 biến quan sát cho thấy: chỉ số KMO đạt 0,806 ($>0,5$), khẳng định dữ liệu phù hợp để tiến hành phân tích nhân tố. Kiểm định Bartlett's có ý nghĩa thống kê ($\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$), chứng tỏ tồn tại mối tương quan trong toàn bộ biến quan sát. Giá trị Eigenvalue bằng 1,281 (>1), với tổng phương sai trích đạt 64,130%, vượt ngưỡng 50%, cho thấy mô hình giải thích tốt sự biến thiên của dữ liệu. Kết quả phân tích hình thành 5 nhóm nhân tố, trong đó các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0.5, đảm bảo ý nghĩa thực tiễn.

Đối với nhóm nhân tố phụ thuộc, hệ số KMO đạt 0,810 ($>0,5$), tiếp tục khẳng định sự phù hợp của dữ liệu với phân tích EFA. Kiểm định Bartlett's có mức ý nghĩa $\text{Sig.} = 0,000 (<0,05)$, cho thấy các biến quan sát

có tương quan chặt chẽ trong tổng thể. Giá trị Eigenvalue cao nhất đạt 3,672 (>1) với tổng phương sai trích bằng 73,435%, vượt ngưỡng 50%, chứng minh thang đo biến phụ thuộc có độ giải thích cao.

Phân tích tương quan

Kết quả phân tích tương quan Pearson cho thấy tất cả các yếu tố độc lập đều có mối quan hệ dương và có ý nghĩa thống kê với quyết định lựa chọn điểm đến. Động cơ du lịch có mức tương quan mạnh nhất ($r = 0,726$), Đặc trưng điểm đến ($r = 0,513$) và chi phí du lịch ($r = 0,438$) có tác động trung bình, trong khi thông tin điểm đến ($r = 0,424$) cũng góp phần đáng kể. Yếu tố an toàn điểm đến có mối quan hệ yếu hơn ($r = 0,206$), nhưng vẫn có ý nghĩa.

Phân tích hồi quy

Bảng 3. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	sig	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai lệch chuẩn	Beta			Hệ số Tolerance	VIF
(Constant)	-1,561	,249		-6,265	,000		
TT	,138	,042	,127	3,272	,001	,808	1,237
DC	,826	,062	,546	13,389	,000	,730	1,371
DTDD	,223	,052	,180	4,269	,000	,685	1,460
ATDD	,054	,031	,062	1,704	,089	,909	1,100
CP	,189	,051	,147	3,737	,000	,789	1,268
Giá Trị F= 101,968; Sig.=0,000 R ² hiệu chỉnh 0,614; Durbin-Watson = 1,985 b, Biến phụ thuộc QD - Quyết định lựa chọn điểm đến							

(Nguồn phân tích dữ liệu khảo sát)

Kết quả hồi quy cho thấy mô hình đạt mức ý nghĩa thống kê cao ($F = 101,968$; $\text{Sig.} = 0,000$), với hệ số R^2 hiệu chỉnh bằng 0,614 nghĩa là các biến độc lập giải thích được khoảng 61,4% sự biến thiên trong quyết định lựa chọn điểm đến của du khách. Chỉ số Durbin-Watson = 1,985 gần bằng 2, cho thấy hiện tượng tự tương quan không xảy ra, đảm bảo độ tin cậy của mô hình.

Trong các nhân tố, động cơ du lịch (DC) có ảnh hưởng mạnh nhất ($\text{Beta} = 0,546$; $\text{Sig.} = 0,000$) khẳng định đây là yếu tố chủ đạo chi phối hành vi du khách. Tiếp đến là đặc trưng điểm đến (DTDD) ($\text{Beta} = 0,180$; $\text{Sig.} = 0,000$), chi phí du lịch (CP) ($\text{Beta} = 0,147$; $\text{Sig.} = 0,000$) và thông tin điểm đến (TT) ($\text{Beta} = 0,127$; $\text{Sig.} = 0,001$) đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê. Trong khi đó, an toàn điểm đến (ATDD) có hệ số Beta thấp (0,062) và $\text{Sig.} = 0,089 > 0,05$ cho thấy chưa đủ bằng chứng thống kê để khẳng định vai trò ảnh hưởng.

Các chỉ số Tolerance ($>0,6$) và VIF ($<1,5$) chứng minh không có hiện tượng đa cộng tuyến, đảm bảo tính ổn định của ước lượng hồi quy.

Vậy, mô hình xác nhận động cơ du lịch là yếu tố quyết định chính, trong khi thông tin, đặc trưng và chi phí điểm đến cũng đóng góp đáng kể vào quyết định lựa chọn của khách nội địa tại Đà Lạt.

3.2. Thảo luận

Kết quả hồi quy cho thấy động cơ du lịch là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa. Phát hiện này phù hợp với nghiên cứu của Phạm Xuân Trường và Nguyễn Thị Hằng (2022), khi cho rằng động cơ kéo đóng vai trò trung tâm trong quá trình hình thành và duy trì hành vi du lịch của du khách. Kết quả cũng nhất quán với kết luận của Nguyễn Thị Oanh và Lê Trần Anh Thư (2022), nhấn mạnh rằng động cơ là yếu tố nền tảng dẫn đến ý định lựa chọn điểm

đến Đà Lạt, phản ánh nhu cầu tìm kiếm trải nghiệm, nghỉ dưỡng và khám phá của du khách nội địa.

Bên cạnh đó, đặc trưng điểm đến và chi phí du lịch được chứng minh có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn, củng cố kết quả nghiên cứu của Nguyễn Danh Nam và cộng sự (2024). Theo các tác giả này, những đặc điểm nổi bật về tự nhiên, văn hóa và chất lượng dịch vụ, cùng với mức chi phí hợp lý, là hai yếu tố cốt lõi quyết định sức hấp dẫn của điểm đến du lịch. Trong bối cảnh Đà Lạt là địa phương có điều kiện tự nhiên ưu việt, cảnh quan đặc sắc và dịch vụ phong phú, kết quả nghiên cứu hiện tại cho thấy sự tương đồng với các kết luận trước đó, khẳng định vai trò của việc duy trì bản sắc và kiểm soát chi phí trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến.

Ngoài ra, thông tin về điểm đến cũng thể hiện tác động đáng kể đến quyết định lựa chọn, phù hợp với nhận định của Correia và Pimpão (2008) cũng như Nguyễn Hoàng Đông và cộng sự (2020). Hai nghiên cứu này đều chỉ ra rằng nguồn thông tin từ các kênh truyền thông, công ty lữ hành và đặc biệt là từ bạn bè, người thân có ảnh hưởng đáng kể đến hành vi lựa chọn điểm đến. Kết quả nghiên cứu hiện tại một lần nữa khẳng định vai trò của thông tin truyền thông và truyền miệng trong việc hình thành nhận thức, niềm tin và định hướng hành vi của du khách khi lựa chọn địa điểm du lịch.

Ngược lại, an toàn điểm đến trong nghiên cứu này không đạt mức ý nghĩa thống kê, khác biệt với kết quả của Nguyễn Danh Nam và cộng sự (2024), nơi yếu tố an toàn được xem là điều kiện quan trọng. Sự khác biệt này có thể xuất phát từ các yếu tố sau: thứ nhất, mức độ an toàn tại Đà Lạt được du khách mặc định là cao và ổn định, do địa phương có hình ảnh lâu năm gắn liền với sự yên bình, thân thiện và trật tự xã hội tốt. Khi yếu tố an toàn được xem như “điều hiển nhiên”, nó không còn là tiêu chí quyết

định tạo khác biệt trong quá trình lựa chọn điểm đến; thứ hai, trong bối cảnh du lịch nội địa, du khách thường tập trung nhiều hơn vào các yếu tố tạo trải nghiệm tích cực như cảnh quan, chi phí, cơ sở hạ tầng hoặc các hoạt động giải trí, thay vì lo ngại rủi ro an toàn. Điều này khiến biến “an toàn” không thể hiện được sự biến thiên đủ lớn để ảnh hưởng có ý nghĩa đến quyết định và thứ ba, có thể sự tương quan giữa “an toàn điểm đến” và các biến khác như “đặc trưng điểm đến” hoặc “động cơ du lịch” đã làm giảm vai trò riêng lẻ của biến này trong mô hình, dù về mặt cảm nhận, nó vẫn là yếu tố nền tảng trong tâm lý du khách. Tổng hợp lại, “an toàn điểm đến” tuy quan trọng về mặt lý thuyết, nhưng trong bối cảnh thực tế của Đà Lạt – nơi yếu tố này đã đạt mức kỳ vọng chung và ít biến động – nên không còn tác động đáng kể đến quyết định lựa chọn điểm đến của du khách trong mô hình thống kê.

Tổng thể, kết quả phân tích cho thấy các yếu tố động cơ du lịch, đặc trưng điểm đến, chi phí du lịch và thông tin điểm đến đều có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa, đồng thời khẳng định tính kế thừa và mở rộng các nghiên cứu trước đây trong bối cảnh thực tiễn tại Đà Lạt.

4. HÀM Ý QUẢN TRỊ VÀ KẾT LUẬN

4.1. Hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng động cơ du lịch là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại phường Xuân Hương – Đà Lạt. Do đó, chính quyền địa phương và các doanh nghiệp du lịch cần tập trung xây dựng các sản phẩm, dịch vụ gắn với nhu cầu trải nghiệm, nghỉ dưỡng, khám phá văn hóa và thiên nhiên của du khách. Các chương trình nên được thiết kế đa dạng, từ du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng cao cấp đến trải nghiệm cộng đồng, nhằm đáp ứng tối đa mong đợi của nhiều nhóm

khách khác nhau. Đồng thời, việc quảng bá những giá trị đặc trưng, độc đáo của điểm đến sẽ giúp khơi gợi động cơ và thúc đẩy hành vi lựa chọn.

Bên cạnh đó, đặc trưng điểm đến cũng được xác định có tác động đáng kể. Do đó, cần chú trọng gìn giữ và phát triển cảnh quan tự nhiên, văn hóa bản địa cũng như những yếu tố đặc thù tạo nên thương hiệu riêng cho phường Xuân Hương – Đà Lạt. Chính quyền địa phương cần phối hợp với cộng đồng trong công tác bảo tồn di sản và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch gắn với bản sắc văn hóa. Điều này không chỉ duy trì sức hấp dẫn mà còn nâng cao tính bền vững của ngành du lịch địa phương.

Yếu tố chi phí du lịch cũng có ảnh hưởng quan trọng, hàm ý rằng giá cả dịch vụ cần hợp lý, minh bạch và đa dạng để phù hợp với nhiều đối tượng khách. Doanh nghiệp du lịch nên xây dựng các gói dịch vụ linh hoạt, bao gồm cả mức giá tiết kiệm cho khách bình dân và dịch vụ cao cấp cho khách có thu nhập cao. Bên cạnh đó, chính quyền cần kiểm soát tình trạng “chật chém” và tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh để đảm bảo sự hài lòng cho du khách.

Ngoài ra, thông tin điểm đến được chứng minh có vai trò quan trọng. Do vậy, cần tăng cường ứng dụng công nghệ số trong quảng bá hình ảnh điểm đến thông qua các nền tảng mạng xã hội, website chính thức và các kênh truyền thông uy tín. Việc cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, hấp dẫn sẽ giúp khách hàng có cơ sở tin tưởng và đưa ra quyết định lựa chọn.

Ngược lại, yếu tố an toàn điểm đến chưa cho thấy tác động đáng kể trong mô hình, song không có nghĩa là yếu tố này kém quan trọng. Các nhà quản lý vẫn cần duy trì và củng cố hình ảnh điểm đến an toàn, thân thiện để bảo đảm tính bền vững lâu dài. Việc đảm bảo an toàn cho du khách nên được thực hiện thông qua việc nâng cao

chất lượng dịch vụ y tế, quản lý an ninh và ứng phó với rủi ro tự nhiên.

4.2. Kết luận

Kết quả nghiên cứu khẳng định rằng quyết định lựa chọn điểm đến của khách du lịch nội địa tại phường Xuân Hương – Đà Lạt chịu sự tác động của nhiều yếu tố. Trong đó, động cơ du lịch thể hiện vai trò nổi bật nhất, phản ánh nhu cầu trải nghiệm, nghỉ dưỡng và khám phá của du khách. Các yếu tố như đặc trưng điểm đến, chi phí và thông tin du lịch cũng có ảnh hưởng đáng kể, cho thấy hành vi lựa chọn thường gắn liền với sức hấp dẫn, sự thuận tiện và mức độ phù hợp về tài chính. Yếu tố an toàn tuy có liên quan đến quyết định, nhưng trong phạm vi khảo sát lại chưa thể hiện vai trò chi phối.

Kết quả nghiên cứu đã góp phần bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho lý thuyết hành vi du khách, đồng thời mang lại giá trị ứng

dụng trong công tác quản lý và hoạch định chiến lược phát triển du lịch địa phương. Việc tập trung vào nâng cao trải nghiệm, tăng cường cung cấp thông tin minh bạch, và xây dựng các gói dịch vụ hợp lý về chi phí sẽ giúp gia tăng sức hấp dẫn và năng lực cạnh tranh của Đà Lạt.

Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế. Thứ nhất, phạm vi khảo sát chỉ tập trung tại phường Xuân Hương – Đà Lạt nên kết quả có thể chưa phản ánh đầy đủ toàn bộ hành vi du khách khi đến Đà Lạt hoặc các địa phương khác. Thứ hai, nghiên cứu mới xem xét các yếu tố định lượng, chưa khai thác sâu khía cạnh định tính như cảm xúc, trải nghiệm cá nhân hay tác động của xu hướng du lịch mới. Trong tương lai, các nghiên cứu có thể mở rộng phạm vi khảo sát, kết hợp phương pháp định tính, hoặc so sánh giữa các nhóm khách du lịch khác nhau để mang lại kết quả toàn diện và có tính khái quát cao hơn.

Thông tin tác giả:

ThS. Võ Thị Hương, Khoa Kinh tế, Trường Cao đẳng Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam

Email: vothihuong@cddl.edu.vn

ThS. Nguyễn Thị Thuý (**Tác giả liên hệ*), Khoa Kinh tế, Trường Cao đẳng Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam

Email: nguyenthithuy87@cddl.edu.vn

Thông tin bài báo:

Ngày nhận bài: 21/09/2025

Ngày hoàn thiện biên tập: 25/11/2025

Ngày duyệt đăng: 29/11/2025

Ghi chú

Các tác giả xác nhận không có tranh chấp về lợi ích đối với bài báo này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Correia, A., & Pimpão, A. (2008). Decision-making processes of Portuguese tourist travelling to South America and Africa. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2(4), 330–373. <https://doi.org/10.1108/17506180810908989>

Nguyễn Hoàng Đông, Hoàng Thế Hải, Trần Chí Vĩnh Long, Hoàng Thị Mộng Liên, & Lê Nam Hải. (2020). Động cơ lựa chọn điểm đến của khách du lịch Hàn Quốc đến miền Trung, Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 129(5B), 139–151.

Nguyễn Thị Oanh, & Trần Lê Anh Thư. (2022). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn điểm đến thành phố Đà Lạt của khách du lịch nội địa. *Tạp chí Khoa học Kinh tế*, 10(3), 90–107.

Nguyễn Danh Nam, Nguyễn Thu Hà, & Đỗ Thị Tuệ Minh. (2024). Nghiên cứu các yếu tố tác động đến việc lựa chọn điểm đến du lịch chăm sóc sức khỏe tại vùng trung du và miền núi phía Bắc Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Trường Đại học Hòa Bình, Special Issue* (12), 51–65.

Phạm Xuân Trường, & Nguyễn Thị Hằng. (2022). Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn điểm đến du lịch của người dân Hà Nội. *Tạp chí Quản lý và Kinh tế Quốc tế*, 152(1), 62–78. <https://doi.org/10.38203/jiem.vi.082022.1007>

FACTORS INFLUENCING DOMESTIC TOURISTS' DESTINATION CHOICE IN XUAN HUONG – DA LAT WARD

Vo Thi Huong, Nguyen Thi Thuy*

Faculty of Economics, Da Lat College, Lam Dong Province, Vietnam

Abstract: *This study aims to identify the factors influencing domestic tourists' destination choice in Xuan Huong – Da Lat Ward. Data were collected from 319 valid survey questionnaires during the first six months of 2025. Analyses using Cronbach's Alpha, EFA, correlation, and multiple linear regression confirmed that the research model is reliable and appropriate. The findings reveal that travel motivation is the most influential factor, followed by destination attributes, travel costs, and destination information. The study contributes to the theoretical foundation and provides managerial implications to enhance destination attractiveness and support the development of sustainable tourism strategies.*

Keywords: *decision-making, destination, tourist*

Author Information:

M.A. Vo Thi Huong, Faculty of Economics, Da Lat College, Lam Dong Province, Vietnam

Email: vothihuong@cddl.edu.vn

M.A. Nguyen Thi Thuy (*Corresponding author), Faculty of Economics, Da Lat College, Lam Dong Province, Vietnam

Email: nguyenthithuy87@cddl.edu.vn

Note:

The authors declare no competing interests regarding this article.