

Tác động của rủi ro cảm nhận đến ý định quay lại điểm du lịch của du khách: Trường hợp nghiên cứu tại Bình Thuận

Lê Quốc Nghi^{1*}, Nguyễn Thị Lại¹, Nguyễn Viết Bằng²



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Theo Tổng Cục du lịch (2018), số lượng khách quay trở lại Việt Nam du lịch nói chung và Bình Thuận nói riêng chỉ đạt khoảng 40%. Hiện tượng tăng giá vào mùa cao điểm, môi trường cảnh quan bị ô nhiễm, v.v. đã ảnh hưởng đến cảm nhận rủi ro của khách du lịch về điểm đến. Do đó, công trình nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục đích: (1) Xác định các thành phần rủi ro cảm nhận; (2) Đo lường tác động của những rủi ro cảm nhận đó đến ý định quay lại điểm đến du lịch Bình Thuận; (3) Đề xuất hàm ý quản trị để cho các nhà quản lý ngành và quản lý kinh doanh dịch vụ du lịch tại địa phương vận dụng nhằm gia tăng ý định quay trở lại Bình Thuận của khách du lịch trong thời gian tới. Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp định lượng. Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua thảo luận nhóm tập trung. Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua phỏng vấn 278 khách du lịch. Kết quả nghiên cứu cho thấy: ý định quay trở lại chịu tác động bởi 04 thành phần của rủi ro cảm nhận theo thứ tự tầm quan trọng giảm dần là: rủi ro tài chính (-0,547); rủi ro hoạt động (-0,346); rủi ro tâm lý – xã hội (-0,274); và, rủi ro vật lý (-0,248). Tuy nhiên, nghiên cứu cũng có một số hạn chế nhất định: một là, nghiên cứu thực hiện khảo sát trong vào mùa cao điểm du lịch tại Bình Thuận. hai là, nghiên cứu chỉ thực hiện số mẫu khảo sát 278 khách du lịch nên chưa đại diện hết cho đám đông nghiên cứu./

Từ khoá: ý định quay trở lại, rủi ro cảm nhận, du lịch Bình Thuận

GIỚI THIỆU

Bình Thuận có vị trí địa lý thuận lợi, nằm giữa các trung tâm du lịch lớn ở phía Nam như: TP.HCM, Vũng Tàu, Đà Lạt, Nha Trang. Toàn tỉnh có 192 km bờ biển trải dài từ Cà Ná (giáp ranh Ninh Thuận) đến Bình Châu (giáp ranh Bà Rịa-Vũng Tàu). Vịnh Phan Thiết tương đối nông, nhiều gió nên phù hợp với các loại hình thể thao biển mà người châu Âu ưa thích. Lợi thế không chỉ ở biển mà còn ở sự tồn tại phong phú về danh lam thắng cảnh, di tích kiến trúc lịch sử và hệ thống văn hóa lễ hội cả dân gian lẫn hiện đại.

Mặc dù được nhận định là tỉnh có vùng biển đẹp, khá hoang sơ và quyến rũ nhưng đa số du khách lựa chọn đến Bình Thuận chủ yếu là để nghỉ ngơi và tắm biển vì Bình Thuận chưa có nhiều sản phẩm hỗ trợ du lịch khác như vui chơi-giải trí, chữa bệnh, mua sắm.

Thực trạng về doanh thu và lượng khách du lịch (bao gồm khách quốc tế và khách nội địa) đến với Bình Thuận được trình bày trong Bảng 1, và Bảng 2.

Nhìn chung, lượng du khách trong nước đến Bình Thuận tăng qua các năm. Nếu như năm 2010 chỉ 2,25 triệu lượt khách nội địa (chiếm 8,04% tổng lượng khách du lịch nội địa) thì đến hết năm 2018 con số này đạt 5,08 triệu lượt khách nội địa (chiếm 6,35% tổng lượng khách du lịch nội địa tại Việt Nam). Tuy

ố lượng du khách tăng, nhưng tỷ trọng so với cả nước giảm liên tục trong 5 năm gần đây, điều này có nghĩa là nhịp độ tăng trưởng dịch vụ du lịch của Bình Thuận thấp hơn nhịp độ tăng chung của toàn ngành. Mặt khác, so với hoạt động du lịch của cả nước, tỷ trọng du khách nội địa đến Bình Thuận chiếm từ 6,2% đến gần 9% (hàng năm), nhưng doanh thu chỉ có từ hơn 2% đến 2,8% (hàng năm).

Thêm vào đó, số lượng khách quay trở lại Việt Nam du lịch nói chung và Bình Thuận nói riêng chỉ đạt khoảng 40%¹. Hiện tượng tăng giá vào mùa cao điểm, môi trường cảnh quan bị ô nhiễm, v.v. đã ảnh hưởng đến cảm nhận rủi ro của khách du lịch về hình ảnh điểm đến. Và đây là nguyên nhân chính tác động tiêu cực đến ý định quay trở lại của khách du lịch. Do đó, công trình nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục đích: (1) Xác định các yếu tố rủi ro tác động đến cảm nhận về điểm đến du lịch của du khách; (2) Đo lường tác động của những rủi ro cảm nhận đó đến ý định quay lại điểm đến du lịch Bình Thuận; (3) Đề xuất hàm ý quản trị để cho các nhà quản lý ngành và quản lý kinh doanh dịch vụ du lịch tại địa phương vận dụng nhằm thu hút du khách cho điểm đến du lịch Bình Thuận mạnh mẽ hơn trong thời gian tới.

¹Trường Đại học Kinh Tế Luật

²Trường Đại Học Kinh Tế TP.HCM

Liên hệ

Lê Quốc Nghi, Trường Đại học Kinh Tế Luật
Email: Nghilq@uel.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 2020-09-15
- Ngày chấp nhận: 2020-11-23
- Ngày đăng: 2021-1-05

DOI: 10.32508/stdjelm.v5i1.699



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Trích dẫn bài báo này: Nghi L Q, Lại N T, Bằng N V. Tác động của rủi ro cảm nhận đến ý định quay lại điểm du lịch của du khách: Trường hợp nghiên cứu tại Bình Thuận. *Sci. Tech. Dev. J. - Eco. Law Manag.*; 5(1):1233-1241.

Bảng 1: Doanh thu dịch vụ du lịch của Bình Thuận (so với Việt Nam) giai đoạn 2010 – 2018^{1,2}.

Năm	Bình Thuận	Tốc độ tăng (%)	Việt Nam	Tỷ trọng của Bình Thuận so với VN (%)
2010	2,54	-	96,00	2,65
2011	3,39	25,08	130,00	2,61
2012	4,37	22,48	160,00	2,73
2013	5,47	20,13	200,00	2,74
2014	6,45	15,14	230,00	2,80
2015	7,64	15,58	337,83	2,26
2016	9,05	15,51	400,00	2,26
2017	10,81	16,34	510,90	2,11
2018	12,86	15,95	620,00	2,07

Đơn vị tính: Nghìn tỷ đồng

Bảng 2: Số lượng du khách nội địa đến Bình Thuận (so với Việt Nam) giai đoạn 2010 – 2018^{1,2}.

Năm	Khách nội địa đến Bình Thuận	Tốc độ tăng (%)	Khách nội địa tại Việt Nam	Tỷ trọng của lượng khách du lịch đến Bình Thuận so với cả nước (%)
2010	2,25	-	28,0	8,04
2011	2,50	11,22	30,0	8,33
2012	2,80	11,90	32,5	8,62
2013	3,14	12,31	35,0	8,97
2014	3,35	6,65	38,5	8,70
2015	3,70	10,36	57,0	6,49
2016	3,99	7,91	62,0	6,44
2017	4,54	13,70	73,2	6,20
2018	5,08	11,78	80,0	6,35

Đơn vị tính: Triệu lượt

TỔNG QUAN LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Ý định quay lại điểm đến du lịch của du khách

Ý định quay trở lại của khách du lịch là một trong những chủ đề nghiên cứu chính trong các nghiên cứu về du lịch³, đặc biệt là trong nghiên cứu du lịch bền vững nhằm khám phá về ý định của khách du lịch⁴. Các nhà tiếp thị du lịch tin rằng việc quay trở lại điểm đến của khách du lịch rất quan trọng trong việc tăng doanh thu tại các điểm đến⁴ và tiết kiệm chi phí tiếp thị so với khách du lịch lần đầu⁵.

Ý định quay trở lại điểm đến được xem như ý định du lịch trở lại hoặc giới thiệu điểm đến cho người khác⁴; như việc lên kế hoạch của khách du lịch để ghé thăm trở lại điểm đến và hoặc sẵn sàng giới thiệu điểm đến cho người khác⁶; như hành vi của một cá nhân bị

ảnh hưởng bởi những quyết định thuận lợi hay không thuận lợi để quay trở lại du lịch trong tương lai⁷.

Rủi ro cảm nhận

Khái niệm

Rủi ro cảm nhận được xem như cảm nhận của khách hàng về những tác động, kết quả không mong đợi có thể nhận được trong quá trình tiêu dùng hàng hóa/dịch vụ⁸; như thái độ và đánh giá chủ quan của con người về rủi ro⁹.

Trong lĩnh vực du lịch, rủi ro cảm nhận được xem như cảm nhận của khách du lịch về tác động tiêu cực đến một sự kiện du lịch vượt quá mức độ chấp nhận trong chuyến du lịch¹⁰; như là tâm lý không thoải mái và lo lắng trong quá trình mua và tiêu thụ một số dịch vụ du lịch của du khách¹¹; việc đánh giá chủ quan của khách du lịch về sự không chắc chắn của kết quả trong chuyến đi du lịch¹²; khả năng xảy ra kết quả tiêu

cực và mức độ không chắc chắn cảm nhận của khách du lịch khi mua sản phẩm tại các điểm đến¹³; những đánh giá chủ quan về các yếu tố rủi ro tiềm ẩn xuất hiện trong quá trình du lịch cho khách du lịch¹⁴; và cảm nhận về kết quả tiêu cực có thể xảy ra trong khi đi du lịch^{9,15}. Nhận thức rủi ro đề cập đến mối quan tâm của khách du lịch về sự mất mát có thể xảy ra, những tác động bất lợi trong quá trình du lịch¹⁶.

Các thành phần rủi ro cảm nhận trong du lịch

Các yếu tố khách quan ảnh hưởng đến nhận thức rủi ro du lịch chủ yếu đề cập đến hậu quả tiêu cực hoặc tác động tiêu cực có thể xảy ra trong quá trình du lịch⁹ và có thể phân loại nhận thức rủi ro theo nhiều cách⁶ và được tổng hợp tại Bảng 3.

Dựa trên kết quả tổng quan lý thuyết và nghiên cứu định tính cùng 10 đối tượng khảo sát (chi tiết được trình bày tại mục 3), rủi ro cảm nhận trong nghiên cứu này bao gồm: rủi ro vật lý, rủi ro tài chính, rủi ro tâm lý – xã hội, rủi ro hoạt động.

Rủi ro vật lý

Rủi ro vật lý như khả năng gây ra bởi dịch vụ kém chất lượng và dẫn đến thương tích hay tổn hại cho khách du lịch¹⁷; như là những điều nguy hiểm trong chuyến đi có thể không tương thích với suy nghĩ của bản thân về hình ảnh chuyến du lịch mà làm cho cá nhân không hài lòng¹⁶. Rủi ro vật lý bao gồm thiên tai, bất ổn chính trị, tội phạm, tai nạn ô tô, khủng bố, bệnh truyền nhiễm và an toàn thực phẩm^{16,20,21}.

Kết quả nghiên cứu thực nghiệm cũng cho thấy: rủi ro vật lý là yếu tố có tác động ngược chiều đến ý định quay trở lại điểm đến của khách du lịch^{6,15,19-22}. Vì vậy: giả thuyết H₁ được đề xuất như sau:

H₁: Rủi ro vật lý có tác động đến ý định quay trở lại điểm đến du lịch của khách du lịch (-)

Rủi ro tài chính

Rủi ro tài chính được xem như rủi ro xảy ra khi mất tiền vô ích vào các sản phẩm, dịch vụ du lịch hoặc mất nhiều hơn số tiền cần cho sản phẩm, dịch vụ tại điểm đến^{14,16-18}; hoặc các chi phí bất ngờ phát sinh cả trước chuyến đi và tại điểm đến¹⁶.

Các kết quả nghiên cứu trước cũng cho thấy: Rủi ro tài chính là một trong những yếu tố có tác động ngược chiều đến ý định quay trở lại điểm đến của khách du lịch^{6,14,19-23}. Vì vậy, giả thuyết H₂ được đề xuất như sau:

H₂: Rủi ro tài chính có tác động đến ý định quay trở lại điểm đến du lịch của khách du lịch (-)

Rủi ro tâm lý – xã hội

Rủi ro xã hội như rủi ro từ chối của người khác về lựa chọn điểm đến²¹; như là sự thay đổi có thể xảy ra trong quan điểm và thái độ của bạn bè và người thân đối với khách du lịch cho chuyến đi cụ thể¹⁶.

Rủi ro tâm lý là sự thất vọng với trải nghiệm du lịch²¹, như không tương thích với hình ảnh bản thân của khách du lịch với chuyến đi¹⁶, như là sự băn khoăn lo lắng do sự tiên liệu trước những phản ứng có thể xảy ra do quá trình tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ tại điểm đến¹⁸.

Các nghiên cứu trước đây cũng cho thấy: rủi ro cảm nhận về tâm lý – xã hội có tác động ngược chiều đến ý định quay trở lại điểm đến của khách du lịch^{6,19-23}.

Chính vì vậy, giả thuyết H₃ được đề xuất như sau:
H₃: Rủi ro tâm lý – xã hội có tác động đến ý định quay trở lại điểm đến du lịch của khách du lịch (-)

Rủi ro hoạt động

Rủi ro hoạt động được xem như là rủi ro do thời tiết không đẹp, chỗ tham quan đông đúc, cơ sở vật chất du lịch không phù hợp, người dân địa phương không thân thiện, nhân viên khách sạn bất lịch sự và thực phẩm vô vị^{16,19,22}.

Các nghiên cứu trước cũng cho thấy: rủi ro hoạt động là yếu tố có tác động ngược chiều đến ý định quay trở lại điểm đến của khách du lịch^{6,15,19-22}. Vì vậy, giả thuyết H₄ được đề xuất như sau:

H₄: Rủi ro hoạt động có tác động đến ý định quay trở lại điểm đến du lịch của khách du lịch (-)

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Về mẫu và quy trình thực hiện

Nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu định tính và định lượng:

Nghiên cứu định tính được thực hiện cùng 10 du khách tại khách sạn Cliff. Kết quả nghiên cứu cho thấy: Một là, rủi ro cảm nhận bao gồm 05 thành phần: rủi ro vật lý, rủi ro tài chính, rủi ro thời gian, rủi ro tâm lý – xã hội, rủi ro hoạt động; Hai là, 26 biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu đã được hình thành. Cụ thể: 5 biến đo lường khái niệm Ý định quay trở lại điểm đến (được kế thừa từ nghiên cứu của Harun và cộng sự⁷); 05 biến quan sát đo lường rủi ro cảm nhận vật lý (được điều chỉnh từ nghiên cứu của Fuchs & Reichel¹⁶), 04 biến quan sát đo lường rủi ro tài chính (được điều chỉnh từ nghiên cứu của Fuchs & Reichel¹⁶), 03 biến quan sát đo lường rủi ro tâm lý – xã hội (được điều chỉnh từ nghiên cứu của Fuchs & Reichel¹⁶), 05 biến quan sát đo lường rủi ro hoạt động (được điều chỉnh từ nghiên cứu của

Bảng 3: Tổng hợp các thành phần rủi ro cảm nhận

Nghiên cứu	Các thành phần rủi ro cảm nhận
Fuchs & Reichel ¹⁶	Rủi ro vật lý, rủi ro tài chính, rủi ro thời gian, rủi ro tâm lý – xã hội, rủi ro hoạt động.
Boksberger và cộng sự ¹⁷	Rủi ro tài chính, rủi ro chức năng, rủi ro cá nhân, rủi ro xã hội, rủi ro thời gian.
Liu & Gao ¹²	Rủi ro tài sản, rủi ro hoạt động, rủi ro sức khỏe, rủi ro xã hội, rủi ro tâm lý, rủi ro y tế, rủi ro bảo mật, rủi ro cơ sở vật chất.
Chen & Zhang ¹⁴	Rủi ro tài chính, rủi ro hoạt động, rủi ro sức khỏe, rủi ro thuận tiện, rủi ro cơ sở vật chất.
Cetinsoz & Ege ¹⁵	Rủi ro vật lý, rủi ro hài lòng, rủi ro thời gian, rủi ro tâm lý – xã hội, rủi ro hoạt động
Đông Xuân Đàm & Lê Chí Công ¹⁸	Rủi ro thể chất, rủi ro tài chính, rủi ro tâm lý.
Artuğer ¹⁹	Rủi ro vật lý, rủi ro tài chính, rủi ro thời gian, rủi ro tâm lý – xã hội, rủi ro hoạt động.
Hasan và cộng sự ²⁰	Rủi ro vật lý, rủi ro tài chính, rủi ro hoạt động, rủi ro tâm lý, rủi ro bảo mật.
Kaushik & Chakrabarti ²¹	Rủi ro vật lý, rủi ro tài chính, rủi ro thời gian, rủi ro tâm lý – xã hội, rủi ro hoạt động.
Khan và cộng sự ²²	Rủi ro vật lý, rủi ro tài chính, rủi ro thời gian, rủi ro tâm lý – xã hội, rủi ro hoạt động.
Asgarnezhad và cộng sự ²³	Rủi ro tài chính và kinh tế, rủi ro văn hóa – xã hội, rủi ro tâm lý, rủi ro môi trường, rủi ro sức khỏe, rủi ro chính trị, rủi ro công nghệ
Khasawneh & Alfandi ⁶	Rủi ro vật lý, rủi ro tài chính, rủi ro thời gian, rủi ro tâm lý – xã hội, rủi ro hoạt động.

Fuchs & Reichel¹⁶), 04 biến quan sát đo lường rủi ro rủi ro thời gian (được điều chỉnh từ nghiên cứu của Fuchs & Reichel¹⁶).

Sau đó, nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu định lượng thông qua khảo sát 300 khách du lịch Bình Thuận bằng cách phỏng vấn theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện vào giai đoạn từ tháng 11/2019 đến tháng 01/2020 (đây là mùa cao điểm du lịch tại Bình Thuận) tại các điểm du lịch như: Đảo Phú Quý, Mũi Né, Bãi đá Ông Địa, Hòn Gênh, Tháp Chàm Poshanư, Núi Tà Cú, Trường Dục Thanh.

Về kỹ thuật xử lý dữ liệu

Dữ liệu sau khi thu thập từ các đối tượng khảo sát được đánh giá bằng công cụ phân tích độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, Hồi quy OLS để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả nghiên cứu

Về thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu được trình bày trong Bảng 4 cho thấy: Trong 300 phiếu trả lời được phát ra thì có 22 phiếu trả lời bị loại do có quá nhiều ô trống. Cuối cùng 278 phiếu trả lời hợp lệ được sử dụng. Dữ liệu được nhập và làm sạch bằng phần

mềm SPSS 20.0. Trong 278 phiếu trả lời hợp lệ có: 150 khách du lịch là nam (54%), 128 khách du lịch là nữ (chiếm 46%); 110 khách du lịch có trình độ dưới đại học (39,6%), 102 khách du lịch có trình độ dưới đại học (chiếm 36,7%), và 66 khách du lịch có trình độ sau đại học (23,7%).

Về đánh giá thang đo

Kết quả được trình bày trong Bảng 5 cho thấy: Các biến quan sát đều thỏa mãn các chỉ tiêu vì vậy 31 biến quan sát này được sử dụng để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu ở mục kế tiếp.

Về kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu

- Mức độ giải thích của mô hình:

Kết quả nghiên cứu cho thấy: R^2 hiệu chỉnh là 0,550. Như vậy, 55% thay đổi về ý định quay trở lại của khách du lịch được giải thích bởi các biến độc lập. Kết quả kiểm định được trình bày trong Bảng 6.

- Mức độ phù hợp

Kết quả kiểm định cho thấy: Mức ý nghĩa Sig < 0,05. Do vậy, có thể kết luận rằng mô hình đưa ra phù hợp với dữ liệu thu thập từ thị trường. Hay nói cách khác, các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc với mức ý nghĩa 5%, độ tin cậy 95%. Kết quả được trình bày trong Bảng 7.

Về kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu:

Bảng 4: Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Đặc điểm mẫu	Tần suất	Tỷ lệ phần trăm (%)
Giới tính	Nam	54,0
	Nữ	46,0
Trình độ học vấn	Dưới đại học	39,6
	Đại học	36,7
	Trên đại học	23,7

Kết quả kiểm định cho thấy: 04 giả thuyết đều được chấp nhận ở mức ý nghĩa 5%, độ tin cậy 95%. Kết quả kiểm định được trình bày trong Bảng 8.

Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu của bài báo đã xác định và đo lường được tác động của rủi ro cảm nhận đến ý định quay trở lại Bình Thuận của khách du lịch.

Kết quả nghiên cứu cho thấy: Ý định quay trở lại du lịch tại Bình Thuận chịu tác động bởi 04 thành phần của rủi ro cảm nhận theo thứ tự tầm quan trọng giảm dần là: rủi ro tài chính (-0,547); rủi ro hoạt động (-0,346); rủi ro tâm lý – xã hội (-0,274); và, rủi ro vật lý (-0,248). Điều này có nghĩa là:

Một là, Ý định quay lại chịu tác động bởi rủi ro vật lý với hệ số tác động $\beta = -0,248$. Kết quả này cũng tương đồng với nghiên cứu của Cetinsoz & Ege¹⁵; Artuğer¹⁹; Hasan và cộng sự²⁰; Kaushik & Chakrabarti²¹; Khan và cộng sự²²; Khasawneh & Alfandi⁶. Khi khách du lịch lo lắng về khả năng bị bệnh, về vệ sinh, an toàn thực phẩm, về tai nạn giao thông, về tình hình tội phạm khi du lịch tại Bình Thuận thì họ sẽ làm cho họ không có ý định quay trở lại Bình Thuận để du lịch.

Hai là, ý định quay trở lại chịu tác động bởi rủi ro tài chính với hệ số tác động $\beta = -0,547$. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với nghiên cứu của Chen & Zhang¹⁴; Đồng Xuân Đàm & Lê Chí Công¹⁸; Artuğer¹⁹; Hasan và cộng sự²⁰; Kaushik & Chakrabarti²¹; Khan và cộng sự²²; Asgarnezhad và cộng sự²³; Khasawneh & Alfandi⁶. Khi khách du lịch đến Bình Thuận cảm thấy lo lắng về giá cả, lo bị chặt chém khi tiêu dùng/mua sắm các sản phẩm/dịch vụ du lịch, lo lắng bị mất tiền vào những khoản phát sinh không mong muốn khi du lịch, cảm thấy không nhận được giá trị tương xứng so với chi phí bỏ ra khi du lịch tại Bình Thuận thì họ sẽ không có ý định quay trở lại Bình Thuận để du lịch.

Ba là, Rủi ro tâm lý xã hội có tác động đến ý định quay trở lại điểm đến của khách du lịch quốc tế với hệ số tác động $\beta = -0,274$. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với nghiên cứu của Asgarnezhad và

cộng sự²³; Artuğer¹⁹; Hasan và cộng sự²⁰; Kaushik & Chakrabarti²¹; Khan và cộng sự; Asgarnezhad và cộng sự²³; Khasawneh & Alfandi⁶. Khi khách du lịch đến Bình Thuận lo lắng sẽ bị thất vọng khi du lịch tại Bình Thuận, lo lắng bị bạn bè, người thân không ủng hộ khi du lịch tại Bình Thuận, lo lắng hình ảnh cá nhân bị giảm sút khi du lịch tại Bình Thuận thì họ sẽ không có ý định quay trở lại Bình Thuận để du lịch. Bốn là, kết quả khảo sát cho thấy rủi ro hoạt động là yếu tố có tác động đến ý định quay trở lại điểm đến TpHCM của khách du lịch quốc tế với hệ số tác động là $\beta = -0,346$. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Cetinsoz & Ege¹⁵; Đồng Xuân Đàm & Lê Chí Công¹⁸; Artuğer¹⁹; Kaushik & Chakrabarti²¹; Hasan và cộng sự²⁰; Khan và cộng sự²²; Khasawneh & Alfandi⁶. Khi khách du lịch đến Bình Thuận cảm thấy lo lắng về thời tiết, về cơ sở vật chất, về tình trạng đông đúc, về thái độ không thân thiện của dân cư, về thái độ phục vụ của nhân viên khách sạn khi du lịch tại Bình Thuận thì họ sẽ không có ý định quay trở lại Bình Thuận để du lịch.

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Kết quả nghiên cứu cung cấp một bằng chứng thực nghiệm về tác động của rủi ro cảm nhận đến ý định quay trở lại điểm đến Bình Thuận. Từ kết quả này, nghiên cứu cũng đưa ra một số hàm ý nhằm gia tăng ý định quay trở lại điểm đến Bình Thuận. Cụ thể:

Hạn chế rủi ro tài chính: chính quyền địa phương nên yêu cầu của cơ sở kinh doanh du lịch, kinh doanh ăn uống, kinh doanh lưu trú tại Bình Thuận niêm yết công khai giá các sản phẩm/dịch vụ du lịch, và không tăng giá quá mức trong mùa cao điểm. Chính quyền Bình Thuận nên hình thành các tổ công tác kiểm tra, giám sát các đơn vị này trong việc niêm yết giá và kinh doanh các sản phẩm/dịch vụ du lịch.

Hạn chế rủi ro hoạt động: Chính quyền địa phương nên đầu tư hoàn thiện hệ thống giao thông nội địa; hoàn thiện hệ thống xe buýt, xe điện chạy từ trung tâm thành phố đến điểm đến du lịch; đầu tư hệ thống wifi miễn phí tại các khu vui chơi, giải trí công cộng. Thêm vào đó, chính quyền thành phố nên yêu cầu các

Bảng 5: Kết quả đánh giá Conbach' Alpha, hệ số tải nhân tố, phương sai trích, Eigenvalues

Khái niệm	FL	Eigenvalues	Phương sai trích
Rủi ro vật lý: Alpha = 0,861			
RRVL1: Tôi lo lắng về khả năng bị bệnh khi du lịch tại Bình Thuận	0,670	5,507	19,517
RRVL2: Tôi lo lắng về vệ sinh an toàn thực phẩm khi du lịch tại Bình Thuận	0,924		
RRVL3: Tôi lo lắng đến tai nạn giao thông khi du lịch tại Bình Thuận	0,881		
RRVL4: Tôi lo lắng về tình hình tội phạm khi du lịch tại Bình Thuận	0,816		
RRVL5: Tôi lo lắng bị mất cắp khi du lịch tại Bình Thuận	0,651		
Rủi ro tài chính: Alpha = 0,819			
RRTC1: Tôi lo lắng về giá cả khi du lịch tại Bình Thuận	0,775	1,790	14,947
RRTC2: Tôi có thể bị chặt chém khi tiêu dùng/mua sắm các sản phẩm/dịch vụ du lịch tại Bình Thuận	0,740		
RRTC3: Tôi lo lắng bị mất tiền vào những khoản phát sinh không mong muốn khi du lịch tại Bình Thuận	0,731		
RRTC4: Tôi cảm thấy không nhận được giá trị tương xứng so với chi phí bỏ ra khi du lịch tại Bình Thuận	0,722		
Rủi ro tâm lý – xã hội: Alpha = 0,792			
RRTL1: Tôi lo lắng sẽ bị thất vọng khi du lịch tại Bình Thuận	0,762	1,139	12,627
RRTL2: Tôi lo lắng bị bạn bè, người thân không ủng hộ khi du lịch tại Bình Thuận	0,826		
RRTL3: Tôi lo lắng hình ảnh cá nhân bị giảm sút khi du lịch tại Bình Thuận	0,844		
Rủi ro hoạt động: Alpha = 0,865			
RRHD1: Tôi lo lắng về thời tiết không phù hợp khi du lịch tại Bình Thuận	0,764	2,874	19,439
RRHD2: Tôi lo lắng về cơ sở vật chất không phù hợp khi du lịch tại Bình Thuận	0,802		
RRHD3: Tôi lo lắng về tình trạng đông đúc khi du lịch tại Bình Thuận	0,809		
RRHD4: Tôi lo lắng về thái độ không thân thiện của dân cư khi du lịch tại Bình Thuận	0,735		
RRHD5: Tôi lo lắng về thái độ phục vụ của nhân viên khách sạn khi du lịch tại Bình Thuận	0,797		
Ý định quay trở lại: Alpha = 0,873			
YD1: Tôi sẽ quay trở lại du lịch tại Bình Thuận trong tương lai	0,715	2,898	72,446
YD2: Tôi sẽ nói tốt về điểm đến du lịch Bình Thuận	0,756		
YD3: Tôi sẽ khuyến khích người thân, bạn bè du lịch tại Bình Thuận	0,703		
YD4: Tôi sẽ cùng người thân, bạn bè du lịch tại Bình Thuận trong tương lai	0,724		

Ghi chú: FL: Factor Loading; hệ số tải nhân tố

Bảng 6: Kết quả tóm tắt mô hình

Model	R	R ²	R2 hiệu chỉnh	Std. Error of the Estimate
1	0,746 ^a	0,556	0,550	0,67106442

a. Predictors: (Constant), RRTL, RRTC, RRHD, RRVL

Bảng 7: Kết quả kiểm định sự phù hợp của mô hình

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	154,061	4	38,515	85,527	0,000 ^b
Residual	122,939	273	0,450		
Total	277,000	277			

a. Dependent Variable: YD

b. Predictors: (Constant), RRTL, RRTC, RRHD, RRVL

Bảng 8: Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
			Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-7.586E-017	0,040		0,000	1,000
	RRVL	-0,248	0,040	-0,248	-6,160	0,000
	RRHD	-0,346	0,040	-0,346	-8,584	0,000
	RRTC	-0,547	0,040	-0,547	-13,570	0,000
	RRTL	-0,274	0,040	-0,274	-6,807	0,000

a. Dependent Variable: YD

cơ sở kinh doanh lưu trú, lễ hành thường xuyên đào tạo bồi dưỡng các lớp kỹ năng mềm cho nhân viên trực tiếp phục vụ khách du lịch và chỉ được trực tiếp phục vụ nếu có được các chứng chỉ này.

Hạn chế rủi ro tâm lý – xã hội: chính quyền địa phương nên công khai các thông tin về điểm đến, các sản phẩm du lịch của địa phương bao gồm các hình ảnh và đoạn video ngắn để khách có thể cảm nhận.

Hạn chế rủi ro vật lý: chính quyền Bình Thuận nên thành lập các đội phản ứng nhanh, một là để hỗ trợ khách du lịch trong vấn đề tai nạn giao thông, trộm cắp, móc túi, v.v.; hai là để kiểm tra, giám sát vệ sinh an toàn thực phẩm tại các cơ sở kinh doanh du lịch, ăn uống; và ba là, giữ gìn an ninh, trật tự trong các điểm đến du lịch tại Bình Thuận.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng có một số hạn chế nhất định: một là, nghiên cứu thực hiện khảo sát trong vào mùa cao điểm du lịch tại Bình Thuận. hai là, nghiên cứu chỉ thực hiện số mẫu khảo sát 278 khách du lịch nên chưa đại diện hết cho đám đông nghiên cứu./

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

TP.HCM Thành phố Hồ Chí Minh
 FL Factor Loading
 EFA Exploratory Factor Analysis
 OLS Ordinary Least Squares
 RRVL Rủi ro vật lý
 RRTC Rủi ro tài chính
 RRTL Rủi ro tâm lý – xã hội
 RRHD Rủi ro hoạt động
 YD Ý định quay trở lại

TUYÊN BỐ VỀ XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Nhóm tác giả xin cam đoan: Không có bất kì xung đột lợi ích cá nhân hay tổ chức nào trong công bố bài báo.

TUYÊN BỐ ĐÓNG GÓP CỦA CÁC TÁC GIẢ

Lê Quốc Nghi, Nguyễn Thị Lại, Nguyễn Viết Bằng đã cùng thực hiện nghiên cứu và hoàn thiện bài.

Lê Quốc Nghi, Nguyễn Thị Lại, Nguyễn Viết Bằng cùng thực hiện viết bản thảo bài báo và chỉnh sửa theo các góp ý của các phản biện.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục du lịch. Số liệu thống kê du lịch. 2019; Available from: <http://vietnamtourism.gov.vn>.
2. Cục thống kê Bình Thuận. Niên giám thống kê 2018. NXB Thống kê. 2018;.
3. Li F, Wen J, Ying T. The influence of crisis on tourists' perceived destination image and revisit intention: An exploratory study of Chinese tourists to North Korea. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2018;9:104–111. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.11.006>.
4. Tavitiyaman P, Qu H. Destination Image and Behavior Intention of Travelers to Thailand: The Moderating Effect of Perceived Risk. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2013;30(3):169–185. Available from: <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.774911>.
5. Bang NV, Huu PD, Ho HN. Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business & Management*. 2020;7(1):1796249. Available from: <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1796249>.
6. Khasawneh MS, Alfandi AM. Determining behaviour intentions from the overall destination image and risk perception. *Tourism and Hospitality Management*. 2019;25(2):355–375. Available from: <https://doi.org/10.20867/thm.25.2.6>.
7. Harun A, Obong A, Kassim AWM, Lily J. The Effects of Destination Image and Perceived Risk on Revisit Intention: A Study in the South Eastern Coast of Sabah, Malaysia. *E-Review of Tourism Research*. 2018;15(6):540–559.
8. Bauer RA. Consumer behavior as risk taking. In R. S. Hancock (Ed.) *Dynamic marketing for a changing world* (389-398). Chicago, IL: American Marketing Association. 1960;.
9. Cui F, Liu Y, et al. An overview of tourism risk perception. *Natural Hazards*. 2016;82:643–658. Available from: <https://doi.org/10.1007/s11069-016-2208-1>.
10. Reichel A, Fuchs G, Uriely N. Perceived risk and the non-institutionalized tourist role: The case of Israeli student backpackers. *Journal of Travel Research*. 2007;46(2):217–226. Available from: <https://doi.org/10.1177/0047287507299580>.
11. Huang J, Chuang S, Lin Y. Folk religion and tourist intention avoiding tsunami-affected destinations. *Annals of Tourism Research*. 2008;35(4):1074–1078. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.06.007>.
12. Liu J, Gao J. Based tourism risk perception conceptual model-A case study of Shanghai residents. *Tourism Science*. 2008;22(5):37–43.
13. Wong J, Yeh C. Tourist hesitation in destination decision making. *Annals of Tourism Research*. 2009;36(1):6–23. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.005>.
14. Chen YQ, Zhang H. Investigation of sports tourism visitors risk perception and coping behavior. *Journal of Hebei Institute of Physical Education*. 2012;26(3):38–43.
15. Çetinsöz BC, Ege Z. Impacts of perceived risks on tourists' revisit intentions, Anatolia. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 2013;24(2):173–187. Available from: <https://doi.org/10.1080/13032917.2012.743921>.
16. Fuchs G, Reichel A. Tourist Destination Risk Perception: The Case of Israel. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*. 2006;14(2):83–108. Available from: https://doi.org/10.1300/J150v14n02_06.
17. Boksberger PE, Bieger T, Laesser C. Multidimensional analysis of perceived risk in commercial air travel. *Journal of Air Transport Management*. 2007;13(2):90–96. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2006.10.003>.
18. Đàm ĐX, Công LC. Nghiên cứu ảnh hưởng của rủi ro cảm nhận đến lòng trung thành du khách: Trường hợp khách du lịch quốc tế đến du lịch biển tại Nha Trang. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*. 2014;210:62–72.
19. Artuğer S. The Effect of Risk Perceptions on Tourists' Revisit Intentions. *European Journal of Business and Management*. 2015;7(2):36–43.
20. Hasan K, Ismail AR, Islam F. Tourist risk perceptions and revisit intention: A critical review of literature. *Cogent Business & Management*. 2017;4:1412874. Available from: <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1412874>.
21. Kaushik AK, Chakrabarti D. Does perceived travel risk influence tourist's revisit intention? *International Journal of Business Excellence*. 2018;15(3):352–371. Available from: <https://doi.org/10.1504/IJBEX.2018.092575>.
22. Khan MJ, Chelliah S, Ahmed S. Factors influencing destination image and visit intention among young women travellers: role of travel motivation, perceived risks, and travel constraints. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 2017;22(11):1139–1155. Available from: <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1374985>.
23. Asgarnezhad NB, Ebrahimpour H, Zadeh MH, Banghinie M, Soltani M. The Effect of Tourism Risk Dimensions on Foreign Tourists Satisfaction and Loyalty: Mediating Role of Destination Image (Case Study Ardabil City). *Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*. 2018;9(17):55–94.

The impact of perceived risk on a traveller 's revisit intention: Case study in Binh Thuan

Le Quoc Nghi^{1*}, Nguyen Thi Lai¹, Nguyen Viet Bang²



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

According to the Vietnam National Administration of Tourism (2018), the number of travellers revisit to Vietnam in general and Binh Thuan in particular is only about 40%. Price increases in peak season, polluted environment, etc. affected the tourists' perceived risk at destination. Therefore, this research is done for the purposes of: (1) Identifying perceived risk components; (2) Measuring the impact of those perceived risks on traveller 's revisit intention at Binh Thuan province; (3) Proposed implications for local industry managers and business managers to apply in order to increase tourists' intention to return to Binh Thuan in the near future. The research uses both qualitative and quantitative research methods. Qualitative research was conducted through focus group discussions. The quantitative study was conducted through interviews with 278 tourists. Research results show that: revisit intention is affected by 04 components of perceived risk: financial risk (-0.547); operational risk (-0,346); psychological - social risks (- 0.274); and, physical risk (-0,248). However, the study also has some certain limitations: firstly, the study conducted a survey during the peak tourist season in Binh Thuan. Secondly, the study only conducted a sample of 278 tourists, so it did not fully represent the research crowd./.

Key words: revisit intention, perceived risk, Binh Thuan tourism

¹University of Economics and Law

²University of Economics Ho Chi Minh City

Correspondence

Le Quoc Nghi, University of Economics and Law

Email: Nghilq@uel.edu.vn

History

- Received: 2020-09-15
- Accepted: 2020-11-23
- Published: 2020-01-05

DOI : 10.32508/stdjelm.v5i1.699



Copyright

© VNU-HCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Cite this article : Nghi L Q, Lài N T, Bằng N V. The impact of perceived risk on a traveller 's revisit intention: Case study in Binh Thuan. *Sci. Tech. Dev. J. - Eco. Law Manag.*; 5(1):1233-1241.