PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU ỨNG DỤNG TRONG DU LỊCH

TÓM TẮT

Bài trình bày nhằm trao đổi về phương pháp nghiên cứu, ứng dụng trong du lịch, đến các học viên, đa phần là nghiên cứu sinh ngành du lịch, đến từ các nước khác nhau trên thế giới.

Từ khóa: phương pháp nghiên cứu, du lịch

BUSINESS RESEARCH METHODOLOGY APPLIED IN TOURISM

ABSTRACT

The presentation aims at exchanging opinions of methodologies applied in tourism, to the post graduate students, whereas most of them are doctrate students from many countries.

Keywords: business research methodology, tourism

Tham luận
PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU
ỨNG DỤNG TRONG DU LỊCH
(Hội thảo “NGÀY Y NGHIÊN CỨU SINH DU LỊCH”)
22-10-2011

HÀ NAM KHÁNH GIAO, PhD

NỘI DUNG

- ✓ KHÁI NIỆM VỀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU
 - ✓ NỘI DUNG BẢN BÁO CÁO NGHIÊN CỨU
 - ✓ QUYẾT ĐỊNH VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU
 - ✓ CHƯƠNG TRÌNH NGHIÊN CỨU
 - ✓ CÁC HƯỚNG DẪN CĂN BẢN
 - ✓ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU
 - ✓ XÁC ĐỊNH CÂU HỎI NGHIÊN CỨU
 - ✓ NGUỒN THÔNG TIN
 - ✓ CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ
 - ✓ NGHIÊN CỨU ĐIỂN CỨU

KHÁI NIỆM PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

✓ **KHÁI NIỆM:** Phương pháp nghiên cứu là chiếc cầu nối giữa các vấn đề nghiên cứu và kết quả nghiên cứu

✓ **CÁC VẤN ĐỀ CẦN CHÚ Ý:**

- Xác định câu hỏi nghiên cứu
- Xác định mối quan hệ giữa các vấn đề nghiên cứu
- Dùng những lý luận và mô hình nào để xác định các mối quan hệ
- Vận dụng các lý thuyết ra sao
- Thiết kế các thử nghiệm
- Các câu hỏi, các khảo sát cho các dữ kiện
- Sử dụng các phương pháp thống kê và giải thích các kết quả

NỘI DUNG MỘT BÁO CÁO NGHIÊN CỨU

- ✓ TÊN BÁO CÁO
- ✓ NÊU VẤN ĐỀ
- ✓ CHƯƠNG TRÌNH NGHIÊN CỨU
- ✓ CÁC KẾT QUẢ PHÂN TÍCH
- ✓ BÌNH LUẬN VÀ VẬN DỤNG
- ✓ TỔNG KẾT
- ✓ TÀI LIỆU THAM KHẢO VÀ PHỤ LỤC

QUYẾT ĐỊNH VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

✓ CÁC BƯỚC:

- Xác định những vấn đề yêu thích, có lợi
- Viết một bảng proposal ngắn
- Chọn hai hay ba chuyên đề và trao đổi với giáo sư hướng dẫn
- Cân nhắc những lý thuyết có liên quan
- Xác định các khó khăn trong việc triển khai và các giải pháp
- Cuối cùng, xác định đề tài để thực hiện

✓ TIÊU CHUẨN ĐÁNH GIÁ MỘT ĐỀ CƯƠNG NGHIÊN CỨU:

- Khả năng nghiên cứu:
 - Nguồn lực sẵn có
 - Tính đánh giá được
- Tầm quan trọng:
 - Về lý thuyết
 - Về thực tiễn
- Mức độ đóng góp:
 - Lý thuyết
 - Thực tiễn

CHƯƠNG TRÌNH NGHIÊN CỨU

- ✓ **KHÁI NIỆM:** Chương trình nghiên cứu là một kế hoạch hành động nhằm tiến đến mục tiêu nghiên cứu
- ✓ **THÀNH PHẦN CHƯƠNG TRÌNH NGHIÊN CỨU:**
 - Các câu hỏi nghiên cứu
 - Mô hình, cơ sở lý luận hiện có
 - Các đề xuất định hướng
 - Đơn vị phân tích
 - Các nguồn thông tin và các thu thập
 - Các cách thức đánh giá điều hành
 - Phương pháp phân tích dữ kiện
 - Các tiêu chuẩn đánh giá những điều tìm được

HƯỚNG DẪN NGHIÊN CỨU CHUNG

- ✓ **BƯỚC 0:** chọn lĩnh vực ham thích
- ✓ **BƯỚC 1:** Định hình các vấn đề nghiên cứu
- ✓ **BƯỚC 2:** Xem xét và liên kết các lý thuyết
- ✓ **BƯỚC 3:** Phát triển mô hình nghiên cứu
- ✓ **BƯỚC 4:** Soạn thảo tỷ mỉ các giả thuyết và các biến số
- ✓ **BƯỚC 5:** Chuẩn bị các thử nghiệm, khảo sát
- ✓ **BƯỚC 6:** Các công cụ đánh giá
- ✓ **BƯỚC 7:** Chọn mẫu nghiên cứu
- ✓ **BƯỚC 8:** Chuẩn bị kế hoạch phân tích dữ liệu
- ✓ **BƯỚC 9:** Làm các thử nghiệm mẫu
- ✓ **BƯỚC 10:** Thu thập các dữ liệu cần thiết
- ✓ **BƯỚC 11:** Phân tích dữ liệu và thử nghiệm giả định
- ✓ **BƯỚC 12:** Giải thích kết quả và viết báo cáo

VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

✓ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU:

- Liên quan đến việc thu thập thông tin cần thiết
- Vấn đề nghiên cứu hỗ trợ vấn đề quyết định
- Vấn đề nghiên cứu cần được xác định rõ ràng đến mức không thể tách ra thành những vấn đề nhỏ hơn nữa
- Nếu bạn mơ hồ về vấn đề nghiên cứu, bạn đang mất thời gian

MỘT SỐ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU TRONG DU LỊCH

✓ DU LỊCH:

- Chất lượng điểm đến
- Chương trình đào tạo
- Phát triển du lịch bền vững
- Du lịch sinh thái
- Du lịch lễ hội, văn hóa, tâm linh....

✓ HOSPITALITY:

- Chất lượng phục vụ
- Các hoạt động quản lý, nghiệp vụ nhà hàng, khách sạn
- Các hoạt động tổ chức sự kiện
- Chương trình đào tạo...

XÁC ĐỊNH CÂU HỎI NGHIÊN CỨU

- ✓ QUY LUẬT 1: Các câu hỏi nghiên cứu phải rõ ràng và chính xác
- ✓ QUY LUẬT 2: Vấn đề cần được phát biểu dưới hình thức gồm mối liên hệ giữa các biến số

ĐỀ CƯƠNG/ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

- ✓ **KHÁI NIỆM:** Đề cương/ Mô hình nghiên cứu bao gồm các khái niệm và sự tương quan giữa chúng, các nghiên cứu hiện đại nhất, các quan điểm nhằm xem xét một vấn đề.
- ✓ **PHÁT TRIỂN ĐỀ CƯƠNG/ MÔ HÌNH:**
 - Tìm các khái niệm và các mối quan hệ giữa chúng
 - Phân tích các khái niệm
 - Dự đoán các quan hệ giữa các khái niệm qua mô hình
 - Kiểm tra xem mô hình có giải thích được vấn đề không
 - Xem xét “tôi đang định làm gì” để có thể định ra các câu hỏi nghiên cứu
 - Đưa ra các câu hỏi nghiên cứu

NGUỒN THÔNG TIN

✓ LOẠI DỮ LIỆU:

- Sơ cấp: khảo sát, quan sát, thử nghiệm
- Thứ cấp:
 - Dữ liệu nội bộ: hoạt động marketing, kế toán, phân phối
 - Dữ liệu bên ngoài: báo chí, các công bố rộng rãi

✓ DỮ LIỆU CHUYÊN NGÀNH VÀ DỮ LIỆU ĐA NGÀNH:

- Dữ liệu chuyên ngành: theo dõi sự chuyển biến của một cá nhân, một tổ chức hay một ngành theo thời gian
- Dữ liệu đa ngành: theo dõi sự khác biệt giữa các cá nhân, tổ chức hay ngành tại một thời điểm nhất định

CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ

- ✓ GIÁ TRỊ (VALIDITY): Các kết luận có cơ sở chắc chắn không?
- ✓ KHẢ NĂNG KHÁI QUÁT HÓA (GENERALIZATION): Các khái niệm có ứng dụng được cho các trường hợp khác?
- ✓ TÍNH TƯƠNG TÁC (CORRELATION): Có mối quan hệ nhân quả nào giữa các phát hiện không?
- ✓ ĐỘ TIN CẬY (RELIABILITY): Mức độ mà các thử nghiệm có thể đạt đến cùng kết quả qua nhiều lần thử nghiệm

ĐIỂN CỨU (1)

✓ **KHÁI NIỆM:** “Căn bản của điển cứu chính là nó cố gắng giải thích một/ hay một loạt quyết định: tại sao, vận dụng ra sao, đem lại kết quả gì” (Schramm, 1971)

- Điển cứu trả lời “Tại sao?” “Như thế nào?”
- Điển cứu nhằm phân tích, không nhằm thống kê

✓ **KHI NÀO NÊN LÀM ĐIỂN CỨU:**

- Khi vấn đề nghiên cứu chưa được đúc kết thành lý luận
- Trong những trường hợp- quốc gia, ngành, công ty, nhóm hay cá nhân- có những vấn đề đặc biệt cần phải giải quyết
- Khi bạn muốn vận dụng những phát hiện của lý luận vào thực tiễn

ĐIỂN CỨU (2)

✓ PHÂN LOẠI ĐIỂN CỨU:

- Theo chương trình nghiên cứu
 - Phân tích chuyên ngành
 - Phân tích đa ngành
- Theo số trường hợp:
 - Điển cứu cho một trường hợp
 - Điển cứu so sánh hai trường hợp
 - Điển cứu so sánh nhiều trường hợp
- Theo mục đích:
 - Điển cứu nhằm kiểm nghiệm các phát hiện
 - Điển cứu nhằm tìm hiểu thực tế

ĐIỂN CỨU (3)

➤ Xúc tiến phân tích trường hợp nhằm nghiên cứu:

o Bước 1: tiền nghiên cứu:

- ❖ Lãnh vực nghiên cứu yêu thích, các câu hỏi nghiên cứu
- ❖ (Những) trường hợp có liên quan

o Bước 2: Xem xét các lý luận có liên quan

o Bước 3: Xây dựng đề cương hay mô hình nghiên cứu

o Bước 4: Thu thập thông tin

o Bước 5: Xác định xem mô hình hay các giả định trước đó có đúng không

- ❖ Nếu bạn không đưa ra được mô hình rõ ràng, hãy nhận diện càng nhiều càng tốt các phát hiện từ các điển cứu, trên cơ sở kinh nghiệm và kiến thức của bạn

- ❖ Các phát hiện mới

o Bước 6: Đề xuất mở rộng mô hình:

- ❖ Cải tiến mô hình từ những phát hiện mới
- ❖ Đưa ra các giả thuyết mới, nếu có thể
- ❖ Đề xuất các hướng nghiên cứu xa hơn

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bartels, F. L., Giao, H. N. K., & Ohlenburg, T. J. (2006). ASEAN Multinational Enterprises: A Structural Analysis of Strategic Coherence. *ASEAN Economic Bulletin*, 23(2), 171-191. doi:10.1355/AE23-2C
- Giao, H. N. K. (1996a). *Hướng dẫn tóm tắt Chiến lược Công ty*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (1996b). *Quản trị Tiếp thị Toàn cầu*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004a). *Diễn thuyết trước Công chúng- Làm sao để thu hút Khán giả?* Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004b). *Kỹ năng làm việc – Skills for Success (S4S) (Vol. 2)*: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004c). *Kỹ năng làm việc – Skills for Success (S4S) (Vol. 1)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004d). *Kỹ năng Thương lượng- 7 bước RESPECT*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004e). *Marketing Công nghiệp- Phục vụ Khách hàng là các Tổ chức*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004f). *Marketing Dịch vụ- Mô hình 5 Khoảng cách Chất lượng Dịch vụ*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004g). *Marketing Dịch vụ- Phục vụ Khách hàng tốt hơn*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004h). *Quan hệ Công chúng- Để người khác gọi ta là PR*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004i). *Quản trị Bán hàng- Đội ngũ Bán hàng tốt chưa?* . Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004j). *Quản trị Chiến lược Công ty- Phát huy Tiềm lực Cạnh tranh (Vol. 2)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004k). *Quản trị Chiến lược Công ty- Phát huy Tiềm lực Cạnh tranh (Vol. 1)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004l). *Quản trị Công ty Đa quốc gia- Quản lý từ sự đa dạng Văn hóa (Vol. 2)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004m). *Quản trị Công ty Đa quốc gia- Quản lý từ sự đa dạng Văn hóa (Vol. 1)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004n). *Quản trị học- Để Quản lý không còn là quá khó (Vol. 2)*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.

- Giao, H. N. K. (2004o). *Quản trị học- Để Quản lý không còn là quá khó* (Vol. 1). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004p). *Quản trị Marketing- Marketing để Chiến thắng*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2011). *Giáo trình Marketing Du lịch*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp
- Giao, H. N. K., & Hào, N. H. (2011). Đo lường chất lượng dịch vụ tại resort Whitesand. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính- Marketing*, 3, 56-65. doi:10.31219/osf.io/57kdr
- Giao, H. N. K., & Hương, Đ. T. (2010). Các nhân tố tác động đến định hướng khách hàng của nhân viên phục vụ khách sạn Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính- Marketing*, 1, 24-34. doi:10.31219/osf.io/n6mxu
- Giao, H. N. K., Ly, P. T. T., & Giang, N. T. Q. (2010). *Giáo trình Giao Tiếp Kinh Doanh*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Lao động – Xã hội.
- Giao, H. N. K., & Phương, V. T. M. (2011). Đo lường sự thỏa mãn công việc của nhân viên sản xuất tại công ty TNHH TM-DV Tân Hiệp Phát. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 6, 15-21. doi:10.31219/osf.io/uwcae
- Giao, H. N. K., & Tú, P. T. N. (2010). Đánh giá Chất lượng dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Việt Nam. *Tạp chí Ngân hàng*, Ngân hàng Nhà nước VN, 18, 20-28. doi:10.31219/osf.io/tr6k4
- Giao, H. N. K., & Vũ, N. T. (2011). Sự thỏa mãn khách hàng về chất lượng dịch vụ siêu thị Vinatex-mart. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 253, 9-16. doi:10.31219/osf.io/r7xfe