

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**  
**ĐẠI HỌC QUỐC TẾ**



**Tên đề tài:**

**VAI TRÒ CHÍNH PHỦ VÀ CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN  
Ý ĐỊNH ĐẦU TƯ BẤT ĐỘNG SẢN DU LỊCH**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

**MÃ VĂN KHANH**

**MÃ SỐ HỌC VIÊN: PPMIU20005**

**Chuyên ngành: QUẢN LÝ CÔNG**

**Mã số chuyên ngành: 9340403**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:**

**GIÁO SƯ TIẾN SĨ Zafar U. Ahmed**

**TP.HỒ CHÍ MINH, NĂM 2024**

VIETNAM NATIONAL UNIVERSITY HO CHI MINH CITY  
INTERNATIONAL UNIVERSITY



**MÃ VĂN KHANH**

**ID: PPMIU20005**

DISSERTATION TITLLE:

**GOVERNMENT ROLE AND FACTORS  
IMPACT ON INVESTMENT INTENTION  
IN REAL ESTATE TOURISM**

MAJOR: PUBLIC MANAGEMENT

No.: 9340403

**SUPERVISOR**

Professor Zafar U. Ahmed

**HO CHI MINH CITY, 2024**

## CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU

**Mở chương:** Chương 1 giới thiệu tổng quan về các vấn đề thực trạng và nghiên cứu về Bất động sản du lịch. Chương 1 cung cấp sơ lược các văn bản pháp lý cũng như sơ lược tình hình nghiên cứu của Việt Nam và thế giới nhằm dẫn dắt đến mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu về các tác nhân ảnh hưởng đến quyết định mua bất động sản du lịch của nhà đầu tư cũng như tìm hiểu vai trò quan trọng của chính sách từ chính phủ tác động đến quá trình qua quyết định của nhà đầu tư bất động sản du lịch tại Việt Nam. Chương 1 cũng cung cấp thông tin về tổng thể nội dung các phần trong bài luận án.

### 1.1 Thực trạng bất động sản du lịch tại Việt Nam

Bất động sản là ngành đặc thù và đặc biệt, đòi hỏi Chủ đầu tư, Bên mua- Bên bán phải đáp ứng nhiều điều kiện theo quy định pháp luật bất động sản. Vì vậy Vai trò Chính phủ cực kỳ quan trọng cho sự tăng trưởng, phát triển cũng như đóng băng cửa thị trường. Đặc biệt bất động sản du lịch chưa hoàn thiện tính đồng bộ pháp lý, do vậy Chính phủ phải điều tiết, kịp thời, hiệu quả thị trường bất động sản này, đặc biệt khi thị trường có biến động, xuất hiện dấu hiệu đầu cơ, sốt, bong bóng hoặc bị đóng băng.

#### 1.1.1. Bất động sản du lịch

Theo khoản 1 điều 5 Luật Kinh doanh bất động sản 2014, các loại bất động sản được đưa vào kinh doanh: Nhà, công trình xây dựng có sẵn của các tổ chức, cá nhân. Theo Khoản 1 Điều 107 Bộ luật Dân sự 2015 quy định bất động sản bao gồm: (i) đất đai; (ii) nhà, công trình xây dựng gắn liền với đất đai; (iii) tài sản

khác gắn liền với đất đai, nhà, công trình xây dựng; và (iv) tài sản khác theo quy định của pháp luật. Theo khoản 1 Điều 3 Luật Du lịch 2017: du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác. Theo điều 48 Luật Du lịch 2017 Các cơ sở lưu trú du lịch bao gồm: Khách sạn; Biệt thự du lịch; Căn hộ du lịch; Nhà nghỉ du lịch; Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê; Bãi cắm trại du lịch; Các cơ sở lưu trú du lịch khác.

Trên cơ sở các quy định của các Bộ luật và luật vừa nêu, tác giả định nghĩa **Bất động sản du lịch** là loại hình sản phẩm bất động sản gắn liền với các hoạt động đi du lịch và nghỉ dưỡng bao gồm: đất đai, công trình xây dựng gắn liền với đất đai, tài sản khác gắn liền với đất đai, công trình xây dựng, được sử dụng nhằm đáp ứng với các hoạt động đi du lịch và nghỉ dưỡng như cầu tham quan, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác của con người. Định nghĩa này cũng phù hợp với các định nghĩa của bất động sản du lịch được sử dụng trong các bài nghiên cứu học thuật tại Việt Nam và trên thế giới (Nguyen et al. (2021), Song et.al (2023), Zhang et.al (2018)). **Bất động sản du lịch** phục vụ cho nhu cầu lưu trú, nghỉ dưỡng nên việc quy hoạch, đầu tư xây dựng bất động sản du lịch cần theo các tiêu chuẩn, quy chuẩn, yêu cầu riêng, đặc biệt phải phù hợp với các nhu cầu giải trí, du lịch của con người. Định nghĩa này được thống nhất sử dụng xuyên suốt bài nghiên cứu này.

Hiện nay, bất động sản du lịch thường được quy hoạch thành các **dự án tổ hợp** có quy mô lớn, đồng bộ với hệ thống cơ sở hạ tầng tiện ích đáp ứng nhu cầu vui chơi giải trí và tận hưởng cuộc sống.

BDS du lịch khác với các loại hình BDS khác ở khía cạnh công năng sử dụng và hình thức sở hữu. Công năng sử dụng của BDS du lịch tại Việt Nam được quy định là chức năng lưu trú và hình thức sở hữu có thời hạn với thời hạn sử dụng đất và chưa có quy trình cụ thể cho sở hữu cá nhân.

**Sản phẩm bất động sản du lịch** bao gồm mô hình Khách sạn; mô hình Khu nghỉ dưỡng (Resort) - loại hình nghỉ dưỡng được xây dựng độc lập thành các quần thể gồm khách sạn, các căn biệt thự, các căn hộ, bungalow...; mô hình Biệt thự du lịch (resort villa, shopvilla) với thiết kế kiến trúc độc đáo, tinh tế, sang trọng; mô hình Nhà phố du lịch (shoptel), nhà phố thương mại (shophouse) - loại hình nhà phố cho phép việc đầu tư kinh doanh các dịch vụ mua sắm và dịch vụ lưu trú khách sạn du lịch; mô hình căn hộ du lịch (Condotel) - khách sạn căn hộ hay căn hộ khách sạn; mô hình homestay - loại hình lưu trú tại nhà dân bản địa khi đi du lịch; mô hình farmstay - mô hình du lịch trải nghiệm nông nghiệp, một sản phẩm lai kết hợp giữa hai từ “farm” (nông trại) và “homestay” (khu lưu trú địa phương).

## **1.2. Bối cảnh và lý do nghiên cứu**

Ngành du lịch là ngành công nghiệp không khói, ngành có định hướng phát triển toàn diện và có mục tiêu cụ thể theo Quyết định số của Thủ tướng số 147/QĐ-TTg về phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 trong đó mục tiêu cụ thể đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn và phát

triển bền vững. Việt Nam trở thành điểm đến đặc biệt hấp dẫn, thuộc nhóm 30 quốc gia có năng lực cạnh tranh du lịch hàng đầu thế giới, đáp ứng đầy đủ yêu cầu và mục tiêu phát triển bền vững. Tổng thu từ khách du lịch: Đạt 3.100 – 3.200 nghìn tỷ đồng (tương đương 130 – 135 tỷ USD), tăng trưởng bình quân 11 – 12%/năm; đóng góp trực tiếp vào GDP đạt 15 – 17%. Tạo ra khoảng 8,5 triệu việc làm, trong đó có khoảng 3 triệu việc làm trực tiếp, tăng trưởng bình quân 8 – 9%/năm. Về khách du lịch: Phần đầu đón được ít nhất 50 triệu lượt khách quốc tế và 160 triệu lượt khách nội địa; duy trì tốc độ tăng trưởng bình quân về khách quốc tế từ 8 – 10%/năm và khách nội địa từ 5 – 6%/năm.

Trong thập kỷ qua, kinh tế Việt Nam tăng trưởng khá nhanh, tốc độ tăng trưởng kinh tế đạt được những thành quả đáng khích lệ, sự tăng trưởng kinh tế đến từ gia công, sản xuất sản phẩm tăng về số lượng nhưng không tăng về chất lượng, những ngành nghề mũi nhọn hội nhập cùng với sự phát triển thế giới chưa tương xứng với tiềm năng của đất nước, các ngành công nghiệp không khói chưa được khai thác chuyên nghiệp, đầu tư còn rời rạc, chính sách cho ngành này chưa có sự khác biệt để thúc đẩy phát triển bền vững. Ưu thế của Việt Nam có nền chính trị ổn định, an ninh trật tự rất tốt, tạo niềm tin cho bạn bè thế giới và các nhà đầu tư tại Việt Nam cũng như các nhà đầu tư muốn đầu tư vào Việt Nam. Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) bình quân đầu người năm 2022 là 4,162 USD, tăng ổn định hàng năm, thu nhập người dân tăng lên đáng kể, dòng tiền từ kiều bào gửi về đất nước tăng hàng năm, nhu cầu đầu tư của kiều bào về đất nước ngày càng lớn, kéo theo thu hút đầu tư trong và ngoài nước ngày càng gia tăng. Năng suất lao động ngày được nâng lên rõ rệt, nhu cầu tận hưởng cuộc sống ngày càng

lan tỏa đã thúc đẩy thị trường bất động sản ở Việt Nam tăng trưởng nóng, trong đó có thị trường bất động sản du lịch trong tình trạng gia tăng, giá bất động sản du lịch ngày càng tăng đã truyền cảm hứng cho mọi người, kỳ vọng giá tiếp tục tăng và ảnh hưởng lớn đến các ý định đầu tư về loại hình này.

Tuy nhiên những tháng đầu năm 2022 khi Nga tiến hành chiến tranh với Ukraina, những bất ổn về địa chính trị và kinh tế quốc tế đã thay đổi chính sách thương mại, biến động chính trị và căng thẳng kinh tế giữa các quốc gia ngày càng trở nên khó dự đoán đã ảnh hưởng đến toàn bộ nền kinh tế, trong đó có Việt Nam. Nửa cuối 2022, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đứng trước áp lực tăng lãi suất điều hành và đã có những điều chỉnh về chính sách huy động vốn bằng trái phiếu của các doanh nghiệp trong đó doanh nghiệp có liên quan đến ngành nghề bất động sản chiếm tỷ trọng cao nhất. Bước sang những tháng đầu năm 2023, trước tình hình có dấu hiệu suy thoái kinh tế toàn cầu, Chính phủ đã có những điều chỉnh chính sách về vĩ mô, tăng cường tính năng giám sát, minh bạch những sai phạm của hệ thống ngân hàng, chứng khoán, các tổ chức trong và ngoài công lập đã tác động rất lớn về dòng tiền và khả năng huy động vốn của các doanh nghiệp bất động sản đã làm ảnh hưởng lớn đến ý định đầu tư bất động sản, dẫn đến thị trường giảm tốc và trên đà đóng băng làm thay đổi thị trường bất động sản nói chung và bất động sản du lịch nói riêng (Nguyen et al., 2021). Nhưng đây chỉ là những khó khăn cục bộ tạm thời, ngắn hạn, thị trường sẽ phát triển tích cực và ổn định vì bất động sản là hàng hóa đặc biệt là loại hàng hóa đặc trưng riêng và ưa thích nhất của người Việt Nam.

Khi mức sống của người dân đã được cải thiện đáng kể, nhu cầu của họ đối với tài sản nghỉ dưỡng cũng tăng lên. Điều này dẫn đến sự mở rộng dần dần của thị trường bất động sản du lịch (BĐSDL). Ngành du lịch của Việt Nam đã phát triển với tốc độ chưa từng có trong những thập kỷ gần đây. Theo Báo cáo Thường niên Du lịch Việt Nam năm 2019, đóng góp trực tiếp vào tổng sản phẩm quốc nội của ngành du lịch là 9,2%. Cùng với sự mở rộng của lĩnh vực du lịch, Việt Nam đang chứng kiến sự gia tăng nhu cầu về bất động sản du lịch do việc khai thác các khu danh lam thắng cảnh, nơi còn nhiều danh lam thắng cảnh tự nhiên chưa được khai thác (Nguyen et al., 2021). Theo nhận định Tsai et al. (2016), BĐSĐL là loại hình bất động sản kết hợp giữa vai trò du lịch, giải trí, nghỉ dưỡng và để ở, mang đến một tài sản đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng và an cư. BĐSĐL chủ yếu được hình thành từ ảnh hưởng bên ngoài của các khu vực đẹp như tranh vẽ và sự thoải mái của các tòa nhà dân cư, cuối cùng tạo ra các tài sản bất động sản đa mục đích mà các cá nhân có thể sở hữu và thậm chí thu lợi nhuận bằng cách sở hữu và tổ chức dịch vụ (Liu et al., 2019). Điểm độc đáo của BĐSĐL nằm ở sự kết hợp giữa bất động sản giải trí và nhà ở, tạo ra nhu cầu thị trường mới và lợi thế cạnh tranh mà các công ty bất động sản có thể tận dụng. Theo Tsai et al. (2016), mặc dù chi phí cao của những ngôi nhà nghỉ dưỡng này, chúng vẫn nằm trong số những tài sản lớn nhất và luôn dễ bán nhất, ngay cả trong thời kỳ thị trường suy thoái.

Trước nhu cầu ngày càng tăng đối với BĐSĐL, một số nhà nghiên cứu bắt đầu tập trung vào việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị của tài sản này (Nelson, 2010; Nicholls & Crompton, 2007) và rủi ro pháp lý liên quan đến các dự án BĐSĐL (Nguyen et al., 2021). Tác giả tìm kiếm trên Cơ sở dữ liệu của



Scopus với từ khóa “tourism real estate” đã nhận được kết quả 753 tài liệu, trong đó 10 quốc gia, khu vực có số lượng nghiên cứu về lĩnh vực này nhiều nhất bao gồm Tây Ban Nha (100 tài liệu), Mỹ, Trung Quốc, Ý, Anh, Bồ Đào Nha, Brazil, Ấn Độ, Pháp, và Đức (25 tài liệu). Tại Việt Nam, hệ thống Scopus ghi nhận có tổng cộng 8 tài liệu nghiên cứu về BĐSĐL với 04 bài báo khoa học (Article) và 04 bài báo cáo hội thảo (conference paper) trong giai đoạn 2017-2023 (lược khảo nội dung và thông tin xuất bản của các bài báo sẽ được cung cấp dưới Phụ lục). Theo đó, theo hiểu biết của chúng tôi, chưa có nghiên cứu nào được thực hiện để điều tra nhận thức và sở thích của các nhà đầu tư đối với BĐSĐL tại Việt Nam. Theo các tài liệu hiện có, lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) đã được thừa nhận và áp dụng rộng rãi trong việc dự đoán ý định và hành vi cụ thể của cá nhân (Ajzen, 1985, 1991). Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu này đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm về ý định mua trong các lĩnh vực khác nhau, chẳng hạn như tiêu dùng sản phẩm (Mancha & Yoder, 2015; Mufidah et al., 2018; Paul et al., 2016) xanh và bất động sản xanh (Han & Kim, 2010; Nimri et al., 2020; Zhang et al., 2018), trong khi lựa chọn mua bất động sản du lịch của người tiêu dùng vẫn chưa được khám phá. Vì BĐSĐL vẫn được coi là một sản phẩm tương đối mới trên thị trường bất động sản nên các công ty bất động sản cần hiểu được ý định hành vi của các nhà đầu tư đối với BĐSĐL để phát triển các thông điệp tiếp thị hiệu quả.

Ngành bất động sản du lịch là chủ đề ngày càng được quan tâm trong những năm gần đây, khi nền kinh tế toàn cầu tiếp tục phát triển và sở thích của người

tiêu dùng chuyển sang các hình thức đầu tư và sinh hoạt mang tính trải nghiệm hơn. Khái niệm bất động sản du lịch đã nổi lên như một loại sản phẩm tiêu dùng đặc biệt liên quan đến du lịch cho mục đích nghỉ dưỡng, thừa nhận tất cả hoặc một phần chức năng của du lịch (Liu, Huang, Hallak, & Liang, 2016). Bất động sản du lịch có tác động đáng kể đến nền kinh tế địa phương bằng cách ảnh hưởng đến giá nhà, tạo thu nhập, tạo việc làm và phát triển kinh tế. Các nghiên cứu cho thấy hoạt động du lịch có tác động tích cực đến giá nhà ở các quốc gia phụ thuộc vào du lịch, cả trong ngắn hạn và dài hạn (Pacaud et al., 2007). Ngoài ra, việc giới thiệu du lịch ở khu vực nông thôn có thể dẫn đến tăng thu nhập nhưng cũng có thể dẫn đến thất thoát cao, đặc biệt là ở các nền kinh tế nhỏ hơn với cơ cấu kinh tế kém (Cró & Martins, 2024). Các phân tích tác động kinh tế nhấn mạnh tầm quan trọng của việc người dân nhận được lợi nhuận từ khoản đầu tư vào du lịch, nhấn mạnh sự cần thiết phải đo lường lợi ích kinh tế rộng hơn mang lại cho cộng đồng, chẳng hạn như việc làm mới và tăng thu nhập hộ gia đình (Kim & Kim, 1998). Hơn nữa, việc xây dựng các khu nghỉ dưỡng giải trí lớn có thể tạo ra việc làm trực tiếp, gián tiếp và tạo ra, góp phần tăng trưởng kinh tế địa phương với sự hỗ trợ phù hợp từ hoạch định chính sách địa phương và sức mạnh tổng hợp trong các lĩnh vực như đào tạo và môi trường sống (Crompton, 2006). Nhìn chung, mặc dù bất động sản du lịch có thể thúc đẩy sự phát triển kinh tế và xã hội ở các thành phố nhưng nó cũng đặt ra những thách thức về tính bền vững cần được giải quyết (Martín-Martín et al., 2023).

Tuy nhiên, tương lai du lịch toàn cầu đang bị thách thức bởi đại dịch Covid-19, và bất động sản du lịch là một trong những ngành chịu thiệt hại nặng nề nhất,

với khoản lỗ lớn từ các nhà đầu tư dự án. Ngoài ra, thị trường này ở Việt Nam vẫn còn mới và đang nổi lên và gặp phải nhiều vấn đề liên quan đến chính sách của chính phủ, tài chính và cấp phép đất đai để xây dựng, sở hữu và quản lý. Do đặc điểm khác biệt và sự phức tạp về rủi ro pháp lý của ngành Bất động sản tại Việt Nam (Nguyen et al., 2021), khách hàng còn do dự trong việc đầu tư hoặc mua các bất động sản này. Do đó, các công ty bất động sản phải hiểu được kỳ vọng của khách hàng để thành công trong thị trường này bằng cách thường xuyên đưa nghiên cứu khách hàng và vận dụng vào chiến lược của công ty.

Bên cạnh đó, trong thời kỳ hậu đại dịch, khi hầu hết các quốc gia trên thế giới đã dỡ bỏ các hạn chế đi lại, du lịch thì du lịch quốc tế được dự đoán là tương lai của ngành du lịch (Zaman, Raza, Abbasi, Aktan, & Farías 2021), mở ra một thị trường tiềm năng rộng lớn cho các nhà đầu tư vào bất động sản du lịch.

Trong lĩnh vực bất động sản du lịch, hành vi đầu tư và mua sắm có nhiều điểm tương đồng về độ phức tạp trong việc ra quyết định và mức độ ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài (Antonioni et al., 2018), từ đó có thể khẳng định rằng hai hình thức này có bản chất tương tự nhau. Mục đích tài chính là một trong những điểm tương đồng rõ ràng nhất giữa đầu tư và mua bất động sản du lịch. Người đầu tư thường kỳ vọng sẽ thu được lợi nhuận từ việc cho thuê bất động sản của mình hoặc từ việc tăng giá trị tài sản theo thời gian. Tương tự, người mua bất động sản du lịch cũng thường mong muốn rằng tài sản của họ sẽ gia tăng giá trị và có thể cho thuê để thu lợi nhuận. Dù mục tiêu ban đầu có thể khác nhau (đầu tư nhằm

thu lợi nhuận, mua có thể để sử dụng cá nhân), cả hai đều hướng đến việc tối đa hóa giá trị tài sản của mình.

Lựa chọn vị trí là một yếu tố quan trọng khác mà cả nhà đầu tư và người mua đều chú trọng. Vị trí của bất động sản quyết định phần lớn giá trị và tiềm năng sinh lời vì bản chất tiện lợi đem lại cho người ở. Bất động sản gần các điểm du lịch, trung tâm thương mại, hay các tiện ích công cộng thường có giá trị cao hơn và dễ dàng thu hút khách thuê hoặc người mua lại. Cả hai nhóm đều xem xét kỹ lưỡng vị trí trước khi đưa ra quyết định cuối cùng. Chi phí và lợi nhuận cũng là một yếu tố chung mà cả nhà đầu tư và người mua đều phải xem xét. Đối với nhà đầu tư, việc tính toán chi phí ban đầu, chi phí duy trì và ước tính lợi nhuận từ việc cho thuê hoặc bán lại là rất quan trọng. Người mua cũng phải cân nhắc các chi phí liên quan như thuế, phí bảo trì và tiềm năng thu nhập từ việc cho thuê hoặc bán lại bất động sản. Cả hai đều phải đảm bảo rằng số tiền bỏ ra sẽ mang lại lợi nhuận tốt nhất có thể.

Pháp lý và quyền sở hữu là một yếu tố không thể bỏ qua. Cả nhà đầu tư và người mua đều cần đảm bảo các thủ tục pháp lý liên quan đến quyền sở hữu, giấy tờ chứng nhận hợp pháp và tuân thủ các quy định của pháp luật về bất động sản. Điều này giúp họ tránh được các rủi ro pháp lý và bảo vệ quyền lợi của mình. Nhà đầu tư và người mua đều phải đối mặt với các rủi ro như thay đổi chính sách pháp lý, biến động thị trường, thiên tai và rủi ro về khách hàng thuê. Họ cần có kế hoạch dự phòng và các biện pháp giảm thiểu rủi ro để bảo vệ tài sản của mình. Từ những điểm tương đồng trên, có thể thấy rằng hành vi đầu tư bất động sản du lịch và mua bất động sản du lịch có nhiều yếu tố giống nhau, từ mục tiêu tài chính, phân tích

thị trường đến quản lý và rủi ro. Do đó, có thể coi hành vi đầu tư và mua bất động sản du lịch là giống nhau về bản chất, mang đến những cơ hội và thách thức tương tự trong việc gia tăng giá trị tài sản và tối ưu hóa lợi nhuận.

Tuy nhiên, câu hỏi đặt ra là yếu tố nào có thể thúc đẩy ý định mua bất động sản loại này của nhà đầu tư để đối phó với những đặc điểm khác biệt và rủi ro pháp lý tại các thị trường mới nổi, chẳng hạn như Việt Nam. Để lấp đầy khoảng trống nghiên cứu đã đề cập, nghiên cứu hiện tại áp dụng mô hình tâm lý của quá trình ra quyết định để điều tra thái độ và niềm tin khách quan góp phần vào ý định mua bất động sản du lịch. Sự hiểu biết thấu đáo về các yếu tố thúc đẩy hành vi của người mua sẽ giúp cải thiện khả năng hiểu và dự đoán các quyết định về thị trường bất động sản. Ngoài ra, nghiên cứu này mở rộng các tài liệu hiện có về TPB bằng cách điều tra ảnh hưởng của các chính sách của chính phủ và nhận thức của nhà đầu tư về phong thủy, hạ tầng xã hội đối với ý định mua bất động sản du lịch của người tiêu dùng ở một quốc gia đang phát triển

Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) dường như nổi bật trong việc giải thích các hành vi có ý định của khách hàng trong bối cảnh này, được lựa chọn và mở rộng bằng cách bổ sung các yếu tố bối cảnh để phát triển mô hình cụ thể về các yếu tố ảnh hưởng thúc đẩy ý định mua bất động sản du lịch. Ngoài ra, mô hình phương trình cấu trúc bình phương nhỏ nhất một phần (PLS-SEM) đã được chọn để kiểm tra các mối quan hệ trong mô hình khái niệm và cung cấp các thống kê mô tả để chứng minh tính hợp lệ và phù hợp của dữ liệu với phép đo và mô hình cấu trúc, cung cấp những hiểu biết mới cho tài liệu và những người hành nghề

trong lĩnh vực bất động sản. Đáng chú ý, các nhà quản lý có thể xác định những khía cạnh thiết yếu nào trong chính sách của chính phủ cần chú ý để hạn chế những rủi ro pháp lý tiềm ẩn. Ngoài ra, những điều kiện quan trọng và cơ sở vật chất lân cận cần thiết (ví dụ: nội thất, an ninh, tiện ích và khu vực lân cận) để thúc đẩy thái độ tích cực, chuẩn mực khách quan và kiểm soát hành vi của khách hàng, dẫn đến ý định mua sẽ được thảo luận thông qua mối quan hệ giữa việc xem xét các công trình xây dựng để kiến tạo chiến lược marketing phù hợp.

Một số bài báo đã xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua bất động sản của khách hàng, bao gồm chính sách của chính phủ, cơ sở hạ tầng xã hội và điều kiện phong thủy (Ibem & Alagbe, 2015; Sia, Yew, & Siew, 2018; You et al., 2012). Tuy nhiên, vẫn còn thiếu nghiên cứu tổng thể về mối liên hệ giữa các yếu tố này và kỳ vọng của cá nhân. Bên cạnh đó, trong các nghiên cứu trước đây áp dụng mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) để giải thích ý định tham gia vào hành vi của cá nhân ở các lĩnh vực khác nhau: hoạt động y tế, quản lý môi trường, giáo dục, sự lựa chọn của khách hàng, tâm lý, v.v... (Ammar & ctg., 2020; Archie, Hayward, Yoshinobu, & Laursen, 2022; Sánchez-Medina, Romero-Quintero, & Sosa-Cabrera, 2014; Wollast, Schmitz, Bigot, & Luminet, 2021; Xin, Liang, Zhanyou, & Hua, 2019). TPB là mô hình cổ điển trong việc dự đoán các hành vi mong muốn thông qua thái độ, sự tự kiểm soát và chuẩn mực khách quan. Tuy nhiên tác giả nhận thấy vẫn chưa có nghiên cứu áp dụng mô hình TPB áp dụng cho ngành BĐS đặc biệt là BĐS du lịch và kết hợp các các yếu tố kinh tế hoặc tình huống có thể ảnh hưởng đến ý định thực hiện một hành vi của một cá nhân.

### **1.3. Mục tiêu nghiên cứu**

Để lấp đầy khoảng trống trong nghiên cứu trước đây, nghiên cứu này sẽ áp dụng ba yếu tố cốt lõi của TPB hình thành nên ý định hành vi của một cá nhân: Thái độ, chuẩn mực khách quan và nhận thức kiểm soát hành vi (Ajzen, 1991) và kết hợp ba yếu tố bổ sung có liên quan để phát triển ý định của khách hàng đối với đầu tư mô hình bất động sản du lịch. Đặc biệt, luận án hướng đến việc điều tra mối liên hệ giữa các yếu tố này với các biến cốt lõi của TPB, từ đó, giải quyết các vấn đề hiện tại trong ngành bất động sản, cụ thể tập trung vào các yếu tố thiết yếu trong ngành bất động sản, bao gồm chính sách của chính phủ, cơ sở hạ tầng xã hội và các điều kiện phong thủy.

Nghiên cứu này sẽ hữu ích cho các công ty bất động sản và công ty môi giới hiểu được tâm lý của các nhà đầu tư, từ đó xây dựng các chiến lược xúc tiến phù hợp để thúc đẩy đầu tư vào BĐSĐL. Hàm ý của nghiên cứu này cũng sẽ là tài liệu tham khảo thiết thực cho các nhà phát triển dự án bất động sản và chính phủ Việt Nam trong việc vận dụng và ban hành các chính sách khuyến khích hợp lý nhằm thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư đối với BĐSĐL.

### **1.4. Câu hỏi nghiên cứu**

Nghiên cứu này tập trung trả lời ba câu hỏi chủ yếu sau:

Câu 1. Các yếu tố Vai trò của Hạ tầng xã hội, Điều kiện Phong thủy; và các yếu tố thuộc TPB tác động như thế nào đến ý định đầu tư bất động sản du lịch?

Câu 2. Chính sách của Chính phủ về pháp luật bất động sản tác động như thế nào đến ý định đầu tư bất động sản du lịch?

Câu 3. Doanh nghiệp bất động sản du lịch cần thích ứng như thế nào để phát triển ổn định?

### **1.5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu là quan hệ giữa các yếu tố môi trường, kinh tế xã hội và các yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến hành vi đầu tư BĐSĐL tại Việt Nam. Tác giả đã phỏng vấn 10 chuyên gia và nhà đầu tư có kinh nghiệm ít nhất 10 năm trong lĩnh vực bất động sản cho nghiên cứu phỏng vấn chuyên sâu và gần 500 mẫu khảo sát cho nghiên cứu định lượng, đối tượng là những chuyên gia, công chức, viên chức, các nhà đầu tư cấp 1, đầu tư thứ cấp, những nhà phân phối, nhân viên bán hàng chuyên nghiệp về bất động sản du lịch.

Nghiên cứu trong phạm vi khu vực TP.HCM, Đồng Nai, Bà Rịa Vũng Tàu, Bình Thuận, Khánh Hòa. Ngoài khu vực Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm vừa là các Chủ đầu tư, vừa là các nhà đầu tư thứ cấp bất động sản du lịch ở các vùng trọng yếu trên Việt Nam. Các địa phương còn lại là địa phương đang phát triển mạnh về ngành du lịch và bất động sản du lịch.

### **1.6. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng kết hợp phỏng vấn chuyên sâu. Phỏng vấn chuyên sâu được tiến hành nhằm kiểm tra độ phù hợp của mô hình lý thuyết, đồng thời giúp khám phá, điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu nhằm bảo đảm thang đo xây



dụng phù hợp với lý thuyết nghiên cứu trong bối cảnh bất động sản du lịch tại Việt Nam.

Nghiên cứu định lượng tiến hành để đo lường, kiểm tra sự phù hợp và mức độ tin cậy của thang đo cũng như sự liên quan giữa các biến số dưới dạng số đo và thống kê, hướng vào việc phân tích và giải thích mối quan hệ giữa các biến bằng các quan hệ định lượng

### **1.7. Những đóng góp luận án**

Luận án này mở rộng triết lý của TPB bằng cách bổ sung các yếu tố thiết yếu trong ngành bất động sản, bao gồm chính sách của chính phủ, cơ sở hạ tầng xã hội và các điều kiện phong thủy. Do đó, để lấp đầy khoảng trống trong nghiên cứu trước đây, nghiên cứu này đã áp dụng ba yếu tố cốt lõi của TPB hình thành nên ý định hành vi của một cá nhân: Thái độ, chuẩn mực khách quan và nhận thức kiểm soát hành vi (Ajzen, 1991) và kết hợp ba yếu tố bổ sung bao gồm chính sách hỗ trợ từ Chính phủ, có liên quan để phát triển ý định của khách hàng đối với hành vi đầu tư vào mô hình bất động sản du lịch. Đặc biệt, luận án hướng đến việc điều tra mối liên hệ giữa các yếu tố này với các biến cốt lõi của TPB, từ đó, giải quyết các vấn đề hiện tại trong ngành bất động sản du lịch.

Trong đề tài nghiên cứu này tác giả đã điều chỉnh và bổ sung một số biến quan sát ở các biến tiềm ẩn như Chính sách Chính phủ, Hạ tầng xã hội, Phong thủy để phù hợp với tình hình thực tiễn tại Việt Nam, sự bổ sung các biến quan sát này góp phần bổ sung các hàm ý chính sách cho Chính phủ cũng như cho các doanh nghiệp bất động sản nói chung và bất động sản du lịch nói riêng, vận dụng mô

hình này vào chiến lược phát triển dự án, qua đó đánh giá được những bất cập về pháp luật, sở thích của khách hàng, cần nâng cấp sản phẩm đáp ứng của khách hàng, tạo ra những sản phẩm khách hàng cần, xã hội đón nhận và chính phủ hỗ trợ, tạo nên sự cân bằng lợi ích hài hòa giữa Nhà nước- Nhà đầu tư- Khách hàng- Người dân và v.v.

Đáng chú ý, các nhà quản lý có thể xác định những khía cạnh thiết yếu nào trong chính sách của chính phủ cần chú ý để hạn chế những rủi ro pháp lý tiềm ẩn. Ngoài ra, những điều kiện quan trọng và cơ sở vật chất lân cận cần thiết (ví dụ: nội thất, an ninh, tiện ích và khu vực lân cận) để thúc đẩy thái độ tích cực, chuẩn mực khách quan và kiểm soát hành vi của khách hàng, dẫn đến ý định mua sẽ được thảo luận thông qua mối quan hệ giữa việc xem xét các công trình xây dựng để kiến tạo chiến lược marketing phù hợp. Công việc này đóng góp vào lý thuyết về chiến lược tiếp thị bằng cách cung cấp một phiên bản mở rộng của mô hình TPB kết hợp chính sách của chính phủ, hạ tầng xã hội và Phong thủy được nhận thức. Mục đích của nghiên cứu này là đánh giá tác động của các biến tâm lý đến mong muốn mua bất động sản du lịch và ảnh hưởng của chính sách nhà nước đến ý định hành vi và nhận thức Phong thủy, hạ tầng xã hội của các nhà đầu tư cá nhân. Do đó, nghiên cứu này đã trình bày một mô hình mới để đưa ra một phân tích toàn diện hơn về ý định hành vi để mua bất động sản du lịch

**Kết chương:** Như vậy Chương 1 đã trình bày định nghĩa bất động sản du lịch là những tài sản bao gồm đất đai, và các công trình gắn liền với đất phục vụ cho mục đích kinh doanh và phát triển du lịch. Trong bối cảnh nền kinh tế đang phục

hồi sau dịch bệnh COVID-19, bất động sản du lịch vẫn khó theo kịp đà hồi phục, nhưng bất cập về chính sách pháp lý cũng như chính sách kinh doanh ngày càng thể hiện rõ nét. Trong bối cảnh đó, các nghiên cứu học thuật về mảng đầu tư bất động sản du lịch chưa thật sự áp dụng được trong bối cảnh Việt Nam. Tác giả phát triển nghiên cứu dựa trên mô hình TPB để giải thích các nhân tố tác động đến quyết định mua bất động sản du lịch của nhà đầu tư. Các chương tiếp theo sẽ trình bày chi tiết về cơ sở lý thuyết, phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu, và đưa ra các thảo luận và hàm ý chính sách.

## **CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT**

**Mở chương:** Chương 2 sẽ trình bày chi tiết các lý thuyết giải thích hành vi của con người bao gồm lý thuyết hành vi, lý thuyết hành vi có kế hoạch, các bài nghiên cứu về bất động sản du lịch, tập trung nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định và hành vi của con người. Dựa trên cơ sở các nghiên cứu trước, tác giả sẽ biện luận đưa ra các giả thuyết về mối liên hệ giữa các biến và đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua của nhà đầu tư bất động sản du lịch.

### **2.1. Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB)**

#### **2.1.1. Các lý thuyết hành vi**

Các nguyên lý của cách tiếp cận hành động hợp lý đối với hành vi của con người thường xuất hiện trong các nghiên cứu. Tác giả nhận thức sâu sắc về những suy nghĩ và cảm xúc dẫn đến quyết định của bản thân và tác giả tìm thấy trong các quá trình này một lời giải thích thuyết phục cho hành vi của mình. Theo giải thích này, những nguyên nhân trực tiếp của hành vi xã hội của con người không phải là điều bí ẩn hay nằm ngoài nhận thức chủ quan. Hành vi được thực hiện không phải một cách tự động hoặc thiếu suy nghĩ mà tuân theo một cách hợp lý và nhất quán từ thông tin liên quan đến hành vi có sẵn.

Nhiều mô hình đương đại về hành vi xã hội của con người được phát triển như lý thuyết hành động hợp lý (Theory of rational action - TRA) của Fishbein & Ajzen, (1975), lý thuyết nhận thức xã hội của Bandura (1986, 2002), lý thuyết về văn hóa chủ quan và quan hệ giữa các cá nhân của Triandis (1972), mô hình niềm tin sức khỏe (Rosenstock và cộng sự, 1994), lý thuyết thiết lập mục tiêu (Locke

& Latham, 1994), mô hình thông tin-động lực-kỹ năng hành vi (Fisher & Fisher, 1992), và mô hình chấp nhận công nghệ (Davis, 1989). Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (Theory planned behavior – TPB) (Ajzen, 1985, 1988, 1991) là phần mở rộng của lý thuyết hành động hợp lý (TRA; Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1973, tiếp tục thu hút sự chú ý trong tâm lý học xã hội (Eagly & Chaiken, 1993; Olson & Zanna, 1993; Sheppard, Hartwick, & Warshaw, 1988). Cả hai mô hình đều được thiết kế để cung cấp những giải thích sâu sắc về ảnh hưởng của thông tin và động lực lên hành vi. Cả hai đều có thể được coi là mô hình xử lý có chủ ý, vì chúng ngụ ý rằng các cá nhân đưa ra quyết định hành vi dựa trên TRA gợi ý rằng yếu tố quyết định gần nhất của hành vi có ý chí là ý định thực hiện hành vi đó của một người.

Nguồn gốc của TRA có thể bắt nguồn từ sự đối đầu với chủ nghĩa hành vi cấp tiến và quy luật tác động của nó. Theo các nguyên tắc điều hòa của người vận hành, các hành vi theo sau các sự kiện “khen thưởng” (có lợi) được củng cố và các hành vi theo sau các sự kiện “trừng phạt” (gây hại) bị suy yếu. Quá trình này được giả định là tự động, không đòi hỏi nhận thức có ý thức về hành vi - kết quả ngẫu nhiên cũng như bất kỳ trung gian nhận thức bậc cao nào khác. Ý định và hành vi được coi là có liên quan chặt chẽ khi được đo lường ở cùng mức độ cụ thể liên quan đến hành động, mục tiêu, bối cảnh và khung thời gian (Fishbein & Ajzen, 1975; nguyên tắc tương thích) và khi khoảng thời gian đủ ngắn để đảm bảo rằng ý định không thay đổi (xem Randall & Wolff, 1994, để có một đánh giá phân tích tổng hợp về vấn đề này). Thái độ đối với một hành vi cụ thể tác động đến hành vi thông qua ý định. Khi gợi ý rằng hành vi chỉ nằm dưới sự kiểm soát

của ý định, TRA tự giới hạn mình ở những hành vi có ý chí. Các hành vi đòi hỏi kỹ năng, nguồn lực hoặc cơ hội không có sẵn không được coi là nằm trong phạm vi áp dụng của TRA hoặc có thể bị TRA dự đoán kém (Fishbein, 1993).

Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (Theory planned behavior – TPB) là một mô hình giá trị kỳ vọng được áp dụng rộng rãi của các mối quan hệ thái độ-hành vi đã đạt được một số thành công nhất định trong việc dự đoán nhiều loại hành vi (Ajzen, 1988, 1991, 1996a; Conner & Sparks, 1996; Godin & Kok, 1996). TPB nêu chi tiết các yếu tố quyết định quyết định của một cá nhân để thực hiện một hành vi cụ thể.

TPB cũng cố gắng dự đoán các hành vi không có chủ ý bằng cách kết hợp nhận thức về khả năng kiểm soát việc thực hiện hành vi như một yếu tố dự đoán bổ sung (Ajzen, 1988, 1991). Việc xem xét nhận thức về quyền kiểm soát rất quan trọng vì chúng mở rộng khả năng ứng dụng của lý thuyết vượt ra ngoài các hành vi có ý chí, dễ thực hiện đối với các mục tiêu và kết quả phức tạp phụ thuộc vào việc thực hiện một loạt hành vi phức tạp khác.

Kết luận: Từ các những thảo luận được ghi nhận bên trên. Tác giả nhận thấy TPB được xem như là lý thuyết nên phù hợp cho việc phát triển mô hình nghiên cứu của luận án.

### **2.1.2. Lý thuyết hành vi có kế hoạch**

Lý thuyết hành vi có kế hoạch chịu tác động bởi 03 (ba) yếu tố chính bao gồm yếu tố thái độ đúng/sai/yêu/ghét đối với hành vi, tác động từ ý kiến khác hay còn gọi là chuẩn mực khách quan, và nhận thức kiểm soát để có thể thực hiện

được hành vi. Giống như ý định được cho là có các yếu tố quyết định, thái độ, nhận thức kiểm soát hành vi, và chuẩn mực khách quan cũng được cho là có các yếu tố quyết định (đôi khi được gọi là các yếu tố quyết định gián tiếp của ý định). Tác giả sẽ trình bày chi tiết về cơ chế tác động của từng yếu tố ảnh hưởng đến ý định thực hiện theo lý thuyết TPB.

**Thái độ:** Trong TRA, thái độ là một yếu tố dự báo ý định hành vi. Thái độ là sự đánh giá tổng thể về hành vi của cá nhân. Áp dụng nguyên tắc tương thích, các thái độ liên quan là những thái độ đối với việc thực hiện hành vi, được đánh giá ở mức độ cụ thể tương tự như mức độ được sử dụng khi đánh giá hành vi. Cảm xúc, ý muốn của con người sẽ tác động trực tiếp đến quyết định trực tiếp đến ý định thực hiện hành vi của người đó. Cảm nhận về lợi ích và rủi ro, trở ngại sẽ mang tính quyết định đến thái độ của con người. Theo lý thuyết TRA, thái độ trực quan của chúng ta về các yếu tố thuộc về tinh thần quyết định hành vi và mối quan hệ này chịu ảnh hưởng điều phối từ các yếu tố môi trường ngoại cảnh. Theo Dulany (1962), những tác động của thái độ được điều hòa bởi các quá trình tinh thần cao hơn, cụ thể là bởi cách giải thích của người tham gia về kết quả của các sự kiện. Thành phần thái độ là một chức năng của niềm tin hành vi nổi bật của một người, đại diện cho kết quả hoặc thuộc tính được nhận thức của hành vi. Theo các khái niệm về giá trị kỳ vọng (Peak, 1955), mô hình định lượng kết quả là sự kết hợp cấp số nhân của khả năng nhận thức được rằng việc thực hiện hành vi sẽ dẫn đến một kết quả cụ thể và đánh giá kết quả đó. Những tích số giá trị kỳ vọng này sau đó được tổng hợp dựa trên những hậu quả nổi bật khác nhau.

**Nhận thức kiểm soát hành vi:** Lý thuyết TPB đã tách biệt yếu tố về nhận thức kiểm soát hành vi trên với các yếu tố thuộc về thái độ và cảm xúc so với lý thuyết TRA. TPB mô tả hành vi như là một phần chức năng của ý định hành vi và nhận thức kiểm soát hành vi (PBC). PBC là nhận thức của cá nhân về mức độ thực hiện hành vi đó là dễ hay khó (Ajzen, 1991). Khái niệm này tương tự như khái niệm về năng lực bản thân của Bandura (1982). Kiểm soát được coi là một sự liên tục với các hành vi được thực hiện dễ dàng ở một đầu (ví dụ: đánh răng) và các mục tiêu hành vi đòi hỏi nguồn lực, cơ hội và kỹ năng chuyên biệt (ví dụ: trở thành một kỳ thủ cờ vua đẳng cấp thế giới). Mối liên hệ giữa ý định và hành vi phản ánh thực tế là con người có xu hướng thực hiện những hành vi mà họ dự định thực hiện. Tuy nhiên, mối liên hệ giữa PBC và hành vi phức tạp hơn. Mối quan hệ này gợi ý rằng chúng ta có nhiều khả năng tham gia vào các hành vi (hấp dẫn/mong muốn) mà chúng ta có quyền kiểm soát và gợi ý rằng chúng ta bị ngăn cản thực hiện những hành vi mà chúng ta không kiểm soát được. Ngược lại, có ý kiến cho rằng nếu ý định được giữ không đổi thì hành vi sẽ có nhiều khả năng được thực hiện hơn khi PBC tăng lên.

Từ các nghiên cứu trước, ta thấy có nhiều yếu tố, bên trong và bên ngoài, có thể làm giảm (hoặc tạo điều kiện thuận lợi) cho việc thực hiện một hành vi nhất định: mức độ mà mọi người sở hữu thông tin cần thiết, kỹ năng, khả năng thể chất và tinh thần, sự sẵn có của hỗ trợ xã hội, cảm xúc và sự ép buộc, sự vắng mặt hoặc có mặt của các rào cản và trở ngại bên ngoài (Ajzen, 2005). Mọi người sẽ có thể hành động theo ý định của họ trong phạm vi mà họ có thông tin, trí thông minh, kỹ năng, khả năng và các yếu tố bên trong khác cần thiết để thực hiện hành vi và



trong phạm vi mà họ có thể vượt qua bất kỳ trở ngại bên ngoài nào có thể cản trở việc thực hiện hành vi. Do đó, mức độ kiểm soát hành vi thực tế được kỳ vọng sẽ làm giảm tác động của ý định đối với hành vi. Khi khả năng kiểm soát cao đồng đều đến mức hầu như mọi người đều có thể thực hiện hành vi nếu có khuynh hướng như vậy, thì chỉ riêng ý định cũng đủ để dự đoán hành vi, nhưng khi mức độ kiểm soát khác nhau giữa các cá nhân, thì ý định và khả năng kiểm soát sẽ tương tác để cùng tác động đến việc thực hiện hành vi. Những cá nhân có ý định thực hiện hành vi và những người có mức độ kiểm soát cao đối với hành vi đó sẽ có nhiều khả năng thực hiện hành vi đó.

Có lẽ ít hiển nhiên hơn tầm quan trọng của kiểm soát thực tế, nhưng thú vị hơn từ góc độ tâm lý, là vai trò của kiểm soát hành vi được nhận thức - mức độ mà mọi người tin rằng họ có thể thực hiện một hành vi nhất định nếu họ có khuynh hướng làm như vậy. Việc khái niệm hóa nhận thức kiểm soát hành vi trong TPB có được rất nhiều từ công trình của Albert Bandura về năng lực bản thân (Bandura, 1977, 1986). Trong lý thuyết nhận thức xã hội của Bandura, niềm tin của mọi người về khả năng kiểm soát các sự kiện ảnh hưởng đến cuộc sống của họ đóng vai trò là yếu tố quyết định gần nhất đối với động cơ và hành động của con người. Bandura nhấn mạnh rằng sự tự tin vào năng lực bản thân không phải là một khuynh hướng toàn cầu phi ngữ cảnh mà thay vào đó, nó “đề cập đến niềm tin vào khả năng của một người trong việc tổ chức và thực hiện các chuỗi hành động cần thiết để đạt được những thành tựu nhất định” (Bandura, 1986).

Rõ ràng, các khái niệm về nhận thức kiểm soát hành vi trong TPB, mặc dù tập trung vào mức độ mà mọi người tin rằng họ có khả năng, hoặc có quyền kiểm

soát, thực hiện một hành vi nhất định, rất giống với quan niệm của Bandura về năng lực bản thân. Một số lượng đáng kể các nghiên cứu chứng thực những tác động mạnh mẽ của niềm tin vào năng lực bản thân đối với động lực và hiệu suất (Bandura, 1986). Bằng chứng mạnh mẽ nhất đến từ các nghiên cứu trong đó mức độ tự tin vào năng lực bản thân được minh chứng bằng thực nghiệm để quan sát tác động đối với sự kiên trì trong một nhiệm vụ và/hoặc đối với việc thực hiện nhiệm vụ. Phần lớn nghiên cứu này đã được thực hiện trong các tình huống mà ý định thực hiện hành vi quan tâm có thể được coi là có sẵn.

Trong những điều kiện này, sự kiên trì và khả năng thực hiện nhiệm vụ được phát hiện là tăng lên cùng với nhận thức về năng lực bản thân. Ví dụ, Cervone và Peake (1986) yêu cầu những người tham gia giải quyết một loạt các bài toán trí tuệ (đảo chữ cái hoặc đồ thị tuần hoàn) không có lời giải. Trước khi thực hiện nhiệm vụ này, họ đã thao túng niềm tin về năng lực bản thân bằng phương pháp kinh nghiệm cố định và điều chỉnh (Tversky & Kahneman, 1974). Sau khi rút thăm, bề ngoài là ngẫu nhiên, một con số tương đối cao (ví dụ 18) hoặc một con số tương đối thấp (ví dụ là 4), những người tham gia được yêu cầu cho biết liệu họ nghĩ rằng họ có thể giải nhiều hơn, bằng một số hoặc ít vấn đề hơn con số đó hay không. Họ đã rút ra, và như một thước đo về năng lực bản thân - họ nghĩ mình có thể giải quyết bao nhiêu vấn đề. Người ta thấy rằng kỳ vọng cao tạo ra mức độ tự tin vào năng lực bản thân được nhận thức cao hơn đáng kể so với niềm tin thấp. Sau đó, các nhà điều tra đã ghi lại số lần những người tham gia cố gắng giải quyết các vấn đề thuộc loại nhất định trước khi chuyển sang nhiệm vụ thứ hai. Kết quả cho thấy những người tham gia trong tình trạng kỳ

vọng cao đã kiên trì thực hiện nhiệm vụ không thể giải quyết lâu hơn đáng kể so với những người tham gia trong tình trạng kỳ vọng thấp, và hiệu ứng này hoàn toàn chịu sự điều phối bởi sự tự tin vào năng lực bản thân được đo lường.

Các phán đoán của PBC bị ảnh hưởng bởi niềm tin liên quan đến việc liệu một người có tiếp cận được các nguồn lực và cơ hội cần thiết để thực hiện hành vi thành công hay không, được cân nhắc bởi sức mạnh nhận thức của từng yếu tố để tạo điều kiện thuận lợi hoặc ngăn cản hành vi (Ajzen, 1988, 1991). Nhận thức về các yếu tố có khả năng tạo thuận lợi hoặc cản trở việc thực hiện hành vi được gọi là niềm tin kiểm soát. Những yếu tố này bao gồm cả yếu tố kiểm soát nội bộ (ví dụ: thông tin, thiếu sót cá nhân, kỹ năng, khả năng, cảm xúc) và các yếu tố kiểm soát bên ngoài (ví dụ: cơ hội, sự phụ thuộc vào người khác, rào cản). Những người nhận thấy rằng họ có quyền tiếp cận các nguồn lực cần thiết và có cơ hội (hoặc không có trở ngại) để thực hiện hành vi thì có khả năng có PBC ở mức độ cao (Ajzen, 1991).

**Chuẩn mực khách quan:** TRA cũng chỉ rõ các chuẩn mực khách quan là yếu tố quyết định khác của ý định. Chuẩn mực khách quan bao gồm niềm tin của một người về việc liệu những người quan trọng khác có nghĩ rằng họ nên thực hiện hành vi đó hay không. Những người quan trọng khác là những cá nhân có sở thích quan trọng đối với hành vi của một người trong lĩnh vực này. Các chuẩn mực khách quan được giả định để đánh giá áp lực xã hội đối với các cá nhân trong việc thực hiện hoặc không thực hiện một hành vi cụ thể. Các chuẩn mực khách quan có thể đến từ nhiều nguồn khác nhau, trong đó một số nguồn có ảnh hưởng là ý kiến của bạn bè, giá trị gia đình của bạn, niềm tin văn hóa mà bạn được nuôi

dưỡng và ảnh hưởng của truyền thông. Bất kể nguồn gốc của chúng là gì, các chuẩn mực khách quan đều đóng một vai trò quan trọng trong việc hình thành thái độ và hành vi của chúng ta và (theo lý thuyết về hành vi có kế hoạch) chúng có thể giúp dự đoán hành vi trong tương lai của mọi người.

Chuẩn mực khách quan là một chức năng của niềm tin chuẩn mực, thể hiện nhận thức về sở thích cụ thể của những người quan trọng khác về việc một người nên hay không nên tham gia vào hành vi đó. Điều này được định lượng trong mô hình dưới dạng khả năng chủ quan của các cá nhân (người tham chiếu) nổi bật cụ thể nghĩ rằng người đó nên hoặc không nên thực hiện hành vi đó, nhân với động cơ của người đó để tuân theo người được giới thiệu đó. Động cơ tuân thủ là mức độ mà người đó mong muốn tuân theo mong muốn của người được giới thiệu.

Tóm lại theo TPB, hành vi của con người bị chi phối bởi ba loại cân nhắc: niềm tin về hậu quả có thể xảy ra của hành vi (niềm tin hành vi), niềm tin về những kỳ vọng chuẩn mực của người khác (niềm tin chuẩn mực) và niềm tin về sự hiện diện của các yếu tố có thể tạo điều kiện thuận lợi. hoặc cản trở việc thực hiện hành vi (niềm tin kiểm soát). Trong tập hợp tương ứng của họ, niềm tin hành vi tạo ra một thái độ thuận lợi hoặc không thuận lợi đối với hành vi; niềm tin chuẩn mực dẫn đến áp lực nhận thức từ xã hội hoặc chuẩn mực của nhiều bên liên quan; và niềm tin kiểm soát làm phát sinh nhận thức kiểm soát hành vi hoặc tự tin vào năng lực bản thân. Tác động của thái độ đối với hành vi và chuẩn mực khách quan đối với ý định được điều hòa bởi nhận thức về kiểm soát hành vi. Theo nguyên tắc chung, thái độ và chuẩn mực khách quan càng thuận lợi và khả năng kiểm soát được nhận thức càng lớn thì ý định thực hiện hành vi được đề cập của

người đó càng mạnh mẽ. Cuối cùng, với mức độ đủ kiểm soát thực tế đối với hành vi, mọi người được kỳ vọng sẽ thực hiện ý định của họ khi có cơ hội. Do đó, ý định được coi là tiền đề trực tiếp của hành vi.

## **2.2. Nghiên cứu gần đây về Bất động sản du lịch**

Các nghiên cứu gần đây về bất động sản du lịch (BĐSDL) mang lại cái nhìn sâu sắc về nhiều khía cạnh quan trọng của thị trường này. Nghiên cứu của Barrantes-Reynolds (2011) tập trung vào ý nghĩa và hành vi mở rộng BĐS ở Costa Rica, chỉ ra rằng BĐS không chỉ là loại hình du lịch mà còn là một dạng kinh doanh bất động sản cạnh tranh. Hof và Blázquez-Salom (2013) đưa ra cái nhìn về lộ trình lập kế hoạch và ảnh hưởng của yếu tố địa lý đến quyết định mua BĐS ở Majorca. Fereidouni và Al-Mulali (2014) chứng minh mối quan hệ nhân quả giữa đầu tư trực tiếp nước ngoài và ngành du lịch quốc tế. Tsai, Huang, và Li (2016) tập trung vào các yếu tố quyết định giá BĐS ở Trung Quốc, đặc biệt là ảnh hưởng của các công viên chủ đề. Liu và đồng nghiệp (2016) nghiên cứu nhận thức của người tiêu dùng Trung Quốc về tính cách thương hiệu của các công ty BĐS. Liu, Huang, và Liang (2019) khám phá tầm quan trọng của việc nhân cách hóa thương hiệu trong tiêu thụ sản phẩm BĐS tại Trung Quốc. H.D. Nguyen và đồng nghiệp (2021) tập trung vào rủi ro pháp lý tại các dự án BĐS ở Việt Nam. Dĩnh (2021) chứng minh sự hiệu quả của phương pháp quyền chọn thực trong đầu tư BĐS ở Hoa Kỳ. Kabil và đồng nghiệp (2022) cung cấp sự hiểu biết về mối liên hệ giữa ngành du lịch và BĐS từ góc độ tài liệu.

Thông qua tổng quan tài liệu sâu rộng trong lĩnh vực BĐSĐL, không có nghiên cứu nào xem xét các yếu tố quyết định ý định mua BĐSĐL. Hầu hết chúng là nghiên cứu định tính để khám phá các khái niệm hoặc hiện tượng kinh tế mới (H. D. Nguyen & ctg., 2021), phân tích tổng hợp để xem xét tài liệu tổng hợp (Kabil & ctg., 2022), nghiên cứu trường hợp để khẳng định một giả định như một ví dụ điển hình trong BĐSĐL (Barrantes-Reynolds, 2011; Hof & Blázquez-Salom, 2013; Ying, 2021) hoặc nghiên cứu định lượng sử dụng dữ liệu thứ cấp để phát triển các công thức kinh tế (Fereidouni & Al-Mulali, 2014; Tsai et al., 2016). Một số nghiên cứu về BĐSĐL sử dụng bảng câu hỏi để thu thập dữ liệu sơ cấp nhằm nhấn mạnh tầm quan trọng của tính cách thương hiệu hay rủi ro pháp lý. Do tầm quan trọng của TPB trong tài liệu về ý định hành vi, sự vắng mặt của TPB trong tài liệu BĐSĐL gây ra một lỗ hổng đáng kể trong chủ đề này.

Nghiên cứu hiện tại xây dựng mô hình ý định mua BĐSĐL tại Việt Nam, làm sáng tỏ ảnh hưởng của chính sách chính phủ, cơ sở hạ tầng xã hội, và điều kiện xung quanh, với Phong thủy là yếu tố quyết định quan trọng. Tổng cộng, những nghiên cứu này cung cấp cái nhìn chi tiết và đa chiều, đóng góp quan trọng vào sự hiểu biết và phát triển của thị trường BĐSĐL từ nhiều góc độ khác nhau.

### **2.3. Phát triển hệ thống giả thiết:**

#### **2.3.1. TPB đối với ý định mua BĐS du lịch**

TPB đã trở thành một trong những lý thuyết thống trị được áp dụng trong nghiên cứu hành vi, trong đó một số hành vi và nhận thức của các cá nhân được nghiên cứu và giải thích (Ajzen, 2020). Theo TPB, ý định hành vi của một cá nhân

được xác định bởi ba yếu tố xã hội: thái độ, chuẩn mực khách quan và nhận thức kiểm soát hành vi (Ajzen, 1991). Nghiên cứu trước đây đã áp dụng TPB để giải thích việc sử dụng, áp dụng công nghệ mới hoặc mua sản phẩm thân thiện với môi trường (Ajzen, 2020; Zhang et al., 2018). Một dòng nghiên cứu khác đã chứng minh tầm quan trọng của việc kiểm tra các tiền đề tâm lý trong quá trình ra quyết định của các nhà đầu tư để tìm ra các khả năng tiếp thị hoặc thương mại tiềm năng (Kumar et al., 2017; Paul et al., 2016). Như đã nêu Paul et al., (2016), điều cần thiết là phải hiểu các yếu tố này để tạo ra các thông điệp tiếp thị hấp dẫn nhất đối với khách hàng và thu hút sự chú ý của họ.

Tương tự, theo một nghiên cứu gần đây của Ajzen (2020), mô hình TPB dự đoán ý định của một cá nhân đối với một hành vi dựa trên cường độ của ý định đó. Vì vậy, chúng tôi lập luận rằng mô hình TPB cung cấp một khuôn khổ hữu ích để kiểm tra tiền đề của các lựa chọn mua bất động sản du lịch. Trong bối cảnh ngành bất động sản, Yadav & Pathak (2016) phát hiện ra rằng thái độ, chuẩn mực khách quan và nhận thức kiểm soát hành vi có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua của thế hệ trẻ đối với các sản phẩm xanh, trong đó có bất động sản xanh. Tương tự, Judge et al. (2019) xác nhận rằng cả ba thành phần TPB đều ảnh hưởng mạnh mẽ đến ý định mua một ngôi nhà bền vững .

Yếu tố thái độ thể hiện sự ưa thích hoặc phản đối của một người đối với một hoạt động cụ thể. Các cá nhân có xu hướng lập kế hoạch đầu tư hơn nếu họ nhận thấy hành vi này mang lại kết quả thuận lợi (Armitage & Conner, 2001; Zhang et al., 2020). Điều này cho thấy rằng sản phẩm hoặc dịch vụ của nhà đầu tư càng được đánh giá tích cực thì họ càng mong muốn thực hiện các bước cụ thể

để có được sản phẩm hoặc dịch vụ đó. Trong bối cảnh của nghiên cứu này, nếu các nhà đầu tư bị thuyết phục rằng BĐSĐL là một khoản đầu tư có lợi và đáng khen ngợi, thì nhiều khả năng họ sẽ đầu tư vào BĐSĐL. Một số nghiên cứu về phát triển bất động sản Trung Quốc đã xác nhận tác động đáng kể của thái độ đối với ý định mua của nhà đầu tư. Chẳng hạn, Zhang et al. (2018), sử dụng dữ liệu từ 241 nhà đầu tư trẻ, nhận thấy rằng thái độ là yếu tố quyết định thiết yếu đến ý định mua nhà ở Trung Quốc. Zhang et al. (2020) cung cấp bằng chứng thực nghiệm từ các nhà đầu tư Trung Quốc cho rằng tồn tại mối quan hệ tích cực giữa thái độ và ý định mua bất động sản. Vì vậy, giả thuyết sau đây được đề xuất:

*H1: Thái độ có mối quan hệ tích cực với ý định mua BĐSĐL.*

Kiểm soát hành vi cho biết mức độ mà các cá nhân cảm thấy khó khăn khi thực hiện một hành động nhất định. Biến này được phát triển Ajzen (1991) để đánh giá cách người tiêu dùng cảm nhận mức độ khó khăn hoặc thuận tiện mà họ gặp phải khi chấp nhận hoặc sử dụng một sản phẩm hoặc dịch vụ nhất định dựa trên trải nghiệm trước đây của họ. Điều này gợi ý rằng khả năng được nhận thức để tham gia vào một số hành vi nhất định tương quan với sự tự tin của một cá nhân trong việc đánh giá các tình huống cụ thể với sự sẵn có của các nguồn lực và cơ hội (Armitage & Conner, 2001). Do đó, điều cần thiết đối với các cơ quan bất động sản và các nhà tiếp thị là thiết lập các chiến lược nhằm nâng cao kiến thức của các nhà đầu tư về đầu tư BĐSĐL. Sẽ có nhiều khả năng thu hút khách hàng mới hơn nếu mọi người hiểu rõ hơn và tin tưởng hơn vào những lợi ích của đầu tư BĐSĐL. Các nghiên cứu trước đây đưa ra những phát hiện gây tranh cãi liên quan đến ảnh hưởng của kiểm soát hành vi đối với ý định đầu tư. Ví dụ, Zhang



et al. (2018) xác nhận rằng kiểm soát hành vi không có tác động đến ý định mua nhà ở xanh. Mặt khác, nghiên cứu từ Paul et al. (2016) kết luận khác. Nghiên cứu này ủng hộ tác động tích cực của kiểm soát hành vi đối với ý định mua hàng, do đó giả thuyết sau đây được đề xuất:

*H2: Kiểm soát hành vi có mối quan hệ tích cực với ý định mua BĐSĐL.*

Chuẩn mực khách quan đề cập đến áp lực xã hội mà một cá nhân nhận thức và cảm thấy trong khi quyết định có hay không tham gia vào một hành vi cụ thể (Ajzen, 1991; Armitage & Conner, 2001). Điều này chỉ ra rằng chuẩn mực khách quan bao gồm đánh giá và ý kiến từ gia đình, bạn thân, đồng nghiệp và giới truyền thông, có thể ảnh hưởng đến khả năng một người tham gia vào một hành động cụ thể (Han & Kim, 2010). Khi quyết định mua BĐSĐL, nhà đầu tư có thể thường xuyên phải đối mặt với áp lực xã hội từ vợ/chồng hoặc các thành viên trong gia đình, điều này có thể ảnh hưởng lớn đến cách nhìn của nhà đầu tư về BĐSĐL. Nghiên cứu trước đây đã xác nhận mối quan hệ tích cực giữa chuẩn mực khách quan và ý định mua hàng. Ví dụ, Nimri et al. (2020) cung cấp bằng chứng về mối quan hệ có ý nghĩa giữa chuẩn mực khách quan và ý định mua chỗ ở tại các khách sạn xanh. Judge et al. (2019) cũng xác nhận chuẩn mực khách quan là yếu tố chính quyết định ý định mua nhà ở bền vững cho 330 cư dân Úc. Do đó, dựa trên những phát hiện trước đó, chúng tôi đề xuất giả thuyết sau:

*H3: Chuẩn mực khách quan có mối quan hệ tích cực với ý định mua BĐSĐL.*

### **2.3.2. Các yếu tố mở rộng mô hình TPB đối với ý định mua BĐS du lịch**

TPB đã được sử dụng để dự đoán ý định và hành vi của khách hàng trong nhiều bối cảnh khác nhau, bao gồm nhà ở môi trường xanh (Wu & ctg., 2021), hàng hóa xanh (Yadav & Pathak, 2016), nhà ở môi trường xanh (Judge, Warren-Myers, & Paladino, 2019; Sang, Yao, Zhang, Wang, Wang, & Liu, 2020; Zahan, Chuanmin, Fayyaz, & Hafeez, 2020), khách sạn xanh (Kwon & Ahn, 2021) và xe điện (Shalender & Sharma, 2021). Do đó, TPB là một mô hình có giá trị để xác định hành vi có trách nhiệm với sinh thái (Kwon & Ahn, 2021; L. Zhang & ctg., 2018). Hơn nữa, Y. Zhang và cộng sự (2020) nhận thấy rằng TPB ủng hộ một phần việc mua lại bất động sản công nghiệp. Khi khả năng kiểm soát hành vi được nhận thức của mọi người là đáng kể, họ có nhiều khả năng thực hiện ý định hành vi của mình và báo cáo ý định phù hợp với quan điểm và chuẩn mực khách quan của họ (Hagger, Cheung, Ajzen, & Hamilton, 2022).

Mặc dù TPB không được áp dụng nhiều trong nghiên cứu bất động sản du lịch (BĐSDL) do mới xuất hiện tại Việt Nam, nhưng nó đã được nghiên cứu một phần về bất động sản nói chung; do đó, ảnh hưởng của thái độ, chuẩn mực khách quan và nhận thức kiểm soát hành vi đối với ý định hành vi mua tài sản đã được tổng hợp ở một số quốc gia (Al-Nahdi, Habib, & Albdour, 2015; Islam, Saidin, Ayub, & Islam, 2022; van Haaster-De Winter, Dijkshoorn-Dekker, Mattijssen, & Polman, 2022; C. Wu, Liang, Wu, & Hong, 2021; Y. Zhang, Wang, Tian, & Zhang, 2020),... Tuy nhiên, những phát hiện không nhất quán giữa các nghiên cứu khi các biến yếu tố môi trường được đưa thêm vào nghiên cứu trong mô hình.

Chẳng hạn trong một nghiên cứu ở Ả-rập Xê-út tác giả không tìm ra mối quan hệ đáng kể nào giữa nhận thức kiểm soát hành vi và ý định mua bất động sản (Al-Nahdi & ctg., 2015). Tương tự, một số bài nghiên cứu cho thấy các chuẩn mực khách quan không ảnh hưởng đáng kể đến ý định hành vi mua căn hộ ở Bangladesh hoặc các dự án bất động sản được phát triển trên các khu công nghiệp nâu ở Trung Quốc (Islam & ctg., 2022; Y. Zhang & ctg., 2020). Bên cạnh đó, cả ba yếu tố quan điểm của khách hàng: thái độ, chuẩn mực khách quan và nhận thức kiểm soát hành vi đều có ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng ý tưởng thiết kế và xây dựng hòa nhập với thiên nhiên (van Haaster-De Winter & ctg., 2022) hay ý định mua nhà ở xanh (C. Wu & ctg., 2021). Vì vậy, việc kiểm tra các yếu tố môi trường đối với mối quan hệ giữa ba yếu tố nền tảng và ý định hành vi trong ngành BĐSĐL là cần thiết đặc biệt là tại Việt Nam nơi loại hình BĐSĐL chỉ mới được phát triển gần đây và hệ thống pháp lý cho loại hình bất động sản này vẫn đang được cân nhắc ban hành.

Trong các nghiên cứu áp dụng TPB cho các lĩnh vực khác nhau, không có nghiên cứu rõ ràng nào kiểm tra tác động trực tiếp của các yếu tố quan trọng như chính sách của chính phủ, cơ sở hạ tầng xã hội và điều kiện Phong thủy xung quanh đối với các công trình xây dựng trong TPB. Tuy nhiên, ba yếu tố này đóng vai trò quan trọng trong ngành bất động sản và du lịch (Ibem & Alagbe, 2015; Sia & ctg., 2018; You & ctg., 2012). Do đó, việc phát triển một mô hình khái niệm về ý định mua BĐSĐL của khách hàng, bao gồm ba yếu tố này là hết sức cần thiết. Vì lý do này, chính sách của chính phủ, cơ sở hạ tầng xã hội và các điều kiện Phong Thủy xung quanh đã được thêm vào TPB để mở rộng lý thuyết vào

lĩnh vực BĐSĐL và dựa trên triết lý của TPB để phát triển các giả thuyết về mối quan hệ giữa các cấu trúc trong TPB và các yếu tố bổ sung.

### **2.3.2.1. Chính sách của chính phủ và TPB**

Bất động sản có ý nghĩa quyết định đối với sản xuất và phát triển kinh tế của một quốc gia. Theo Zhu (2002), vì nguồn cung đất đai về cơ bản là cố định về mặt địa lý và chất lượng, ngành công nghiệp đất đai đô thị vốn đã có thiếu sót và có thể không phản ứng hiệu quả với những thay đổi của thị trường. Do đó, có sự can thiệp đáng kể của chính phủ vào thị trường đất đai của một số quốc gia (Tian & Ma, 2009). Các biện pháp can thiệp của chính phủ có thể bao gồm sự kiểm soát trực tiếp của chính phủ đối với các quy tắc cung cấp đất hoặc sử dụng đất và thường xuyên phá vỡ toàn bộ thị trường. Ví dụ vào năm 2016, chính phủ Trung Quốc đã khởi xướng một chính sách được gọi là "giảm hàng tồn kho." Chiến lược tìm cách tăng cường các chính sách tín dụng và thuế hỗ trợ mua nhà ở hợp lý, đặt ưu tiên cho việc đáp ứng nhu cầu và giảm thiểu hàng tồn kho nhà ở. Những người di cư từ nông thôn được coi là những người mua tiềm năng thiết yếu ở các thành phố nhỏ theo chương trình này. Người di cư từ nông thôn được hưởng lợi từ việc giảm thuế và các nghĩa vụ trả trước. Chính quyền địa phương cũng thúc đẩy việc mua nhà ở và làm cho Hộ khẩu đô thị dễ dàng tiếp cận (Wang, Guo, & Ming, 2020). Ngoài ra, các chính sách nhà nước đóng vai trò quan trọng trong quá trình ra quyết định của khách hàng đối với việc mua bất động sản. Ví dụ, các ưu đãi của chính phủ đối với việc mua nhà ở có thể làm tăng doanh số bán nhà (Wang & ctg., 2020).

Trên thực tế, Mohit và Azim (2012) thông qua nghiên cứu về mức độ hài lòng của người dân đối với các khu nhà ở công cộng tiên tiến giá rẻ ở Kuala Lumpur, Malaysia, người ta giả định điều tra các đặc điểm vật chất của cơ sở hạ tầng và dịch vụ nhà ở tùy thuộc vào nhu cầu hiện tại. Và các ưu tiên cũng như một số tiêu chuẩn được xác định trước do các cơ quan chính phủ, chuyên gia và người có chuyên môn tạo ra. Hơn nữa, theo L. Zhang và cộng sự (2018), các chính sách của chính phủ (đặc biệt là các ưu đãi của chính phủ) có tác động lớn nhất đến ý định mua, bao gồm cả mua bất động sản. Điều này chứng minh cho trường hợp của chính phủ Việt Nam khi gói vay mua nhà 30 nghìn tỷ đồng được tung ra vào năm 2013 (Seo, Chung, & Kwon, 2018). Kể từ khi chương trình bắt đầu, khoảng 80% người mua căn hộ tại Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam ( TP. HCM ) đã tận dụng lợi thế của gói hỗ trợ này (World Bank Group, 2015). Chính sách của chính phủ đối với du lịch cũng rất cần thiết đối với ý định mua BĐSĐL của khách hàng. Hơn nữa, H. D. Nguyen và cộng sự (2021) tuyên bố rằng các dự án phát triển BĐSĐL thường chịu nhiều rủi ro pháp lý hơn so với các dự án cơ sở hạ tầng thông thường.

Một tổ chức bao gồm các quy tắc giữa các cá nhân, bao gồm các tổ chức bên trong và bên ngoài (You et al., 2012b). Theo đó, các quy phạm pháp luật được xếp vào các thể chế bên ngoài được ủy quyền từ trên xuống và thiết lập các luật và quy định. Các quy định pháp lý hoặc khung pháp lý đã được đề cập trong các nghiên cứu trước đây liên quan đến bất động sản như một yếu tố quan trọng trong quá trình ra quyết định (Black et al., 2003; Salzman & Zwinkels, 2017). Những

diễn biến ảnh hưởng mạnh mẽ đến hành vi mua hàng của khách hàng trong môi trường chính trị và luật pháp. Môi trường này bao gồm luật pháp, cơ quan chính phủ và các nhóm áp lực có ảnh hưởng và hạn chế các tổ chức và cá nhân khác nhau. Có thể hiểu đây là phản ứng của chính phủ đối với thị trường, kiểm soát hành vi của các bên và đưa ra các biện pháp chế tài, giải quyết phù hợp khi phát sinh tranh chấp trong giao dịch. Cách một cá nhân phân tích và nhận thức các chính sách này có thể quyết định mua một hàng hóa hoặc sản phẩm nhất định, đặc biệt là liên quan đến đầu tư bất động sản, liên quan đến các quy trình pháp lý quan trọng. Như đã nêu trong nghiên cứu trước đây, các quy định về bất động sản đáp ứng được nhu cầu có thể nâng cao hiệu quả của môi trường chính sách rộng lớn hơn và tính minh bạch của thị trường (Buckley & Mathema, 2008). Hơn nữa, các quy định pháp luật được cho là nhằm hạn chế các hoạt động bất hợp pháp, giữ thuần phong mỹ tục và định hình trách nhiệm của các bên tham gia giao dịch bất động sản (You et al., 2012).

Một số nghiên cứu đã xem xét tác động của các chính sách của chính phủ đối với ý định mua một số sản phẩm nhất định. Ví dụ, Zhang et al. (2018) xác nhận rằng các ưu đãi của chính phủ là yếu tố quyết định quan trọng nhất đối với việc kiểm soát hành vi và ý định mua bất động sản của nhà đầu tư. Tương tự, Zhou et al. (2019) nhận thấy rằng các chính sách khuyến khích danh tiếng và tài chính ảnh hưởng tích cực đến ý định mua các tòa nhà dân cư tiền chế. Do đó, chúng tôi cũng kỳ vọng các chính sách của chính phủ sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến các thành phần TPB và cuối cùng là ý định mua bất động sản của khách hàng. Về bối cảnh Việt Nam, khung pháp lý cho bất động sản du lịch còn mập mờ (H. D. Nguyen et

al., 2021), và một khi nó được giải quyết, ngành này dự kiến sẽ phát triển mạnh vì khách hàng sẽ tin tưởng hơn khi mua và đầu tư vào loại bất động sản đặc biệt này. Do đó, chúng tôi lập luận rằng hệ thống luật pháp càng mạnh thì khả năng khách hàng có ý định mua BĐSĐL càng cao, điều này hỗ trợ chúng tôi đề xuất giả thuyết sau:

*H4: Chính sách của chính phủ có mối quan hệ tích cực với thái độ*

*H5: Chính sách của chính phủ có mối quan hệ tích cực với kiểm soát hành vi*

*H6: Chính sách của chính phủ có mối quan hệ cùng chiều với chuẩn mực khách quan*

*H7: Chính sách của chính phủ có mối quan hệ tích cực với ý định mua*

#### **2.3.2.2. Cơ sở hạ tầng xã hội**

Cơ sở hạ tầng xã hội là một yếu tố quan trọng khác ảnh hưởng đến quyết định mua trong nền tảng cơ bản của lý thuyết TPB của khách hàng đối với các công trình xây dựng nhà ở, ảnh hưởng đến sự sẵn lòng của họ để mua những tòa nhà đó. Nó được coi là các cơ sở độc lập, bao gồm trường học, bệnh viện, đồn cảnh sát, tòa nhà văn phòng và tòa án (Casady & Geddes, 2020). Theo S. W. Lee và Xue (2020), các mục tiêu phát triển du lịch bền vững liên quan đến các khía cạnh kinh tế và xã hội thường xuyên được kết nối với nhau, chẳng hạn như tăng cơ hội việc làm và kinh doanh, tăng cường cơ sở vật chất/cơ sở hạ tầng cộng đồng, nâng cao mức sống của cộng đồng và thúc đẩy hàng hóa và dịch vụ. Một số nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng sự hài lòng và hành vi du lịch đã được chứng minh là bị

ảnh hưởng bởi các đặc điểm kinh tế xã hội của một khu vực, chẳng hạn như cơ sở hạ tầng xã hội, giao thông vận tải, lựa chọn du lịch và tiện nghi, và hành vi giá cả tương đối (Chen & Phou, 2013; Qu, Kim, & Im, 2011; C. W. Wu, 2016).

Ngoài ra, cơ sở hạ tầng xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc mua BĐS. Casady và Geddes (2020) chỉ ra rằng bất động sản là một trong bốn lĩnh vực kinh doanh chính của cơ sở hạ tầng xã hội bằng cách cung cấp dịch vụ lập kế hoạch tài sản, quản lý hợp đồng cơ sở vật chất và tư vấn bất động sản. Điều này giúp hiện đại hóa và nâng cao danh mục đầu tư bất động sản của chính phủ. Do đó, cơ sở hạ tầng xã hội có thể ảnh hưởng đến nhận thức của người dân về việc tạo điều kiện cho dự án bất động sản phát triển thông qua các lợi ích có được. Theo T. H. Lee, Jan, và Liu (2021), về mặt quản lý văn hóa xã hội, cơ sở hạ tầng phải phù hợp với người khuyết tật. Một nghiên cứu trên 156 cư dân trong các khu nhà ở công cộng dành cho người thu nhập thấp được xây dựng ở Bang Ogun, Nigeria, đã phát hiện ra rằng một trong ba khía cạnh quan trọng nhất của nhà ở là khả năng tiếp cận cơ sở hạ tầng xã hội (Ibem & Alagbe, 2015). Cụ thể, cơ sở hạ tầng xã hội, bao gồm cấp nước, vệ sinh và các cơ sở quản lý chất thải, là một trong những yếu tố thiết yếu để có nhà ở phù hợp. Theo McCray và Weber (1991), nhận thức về nhà ở đầy đủ là hình ảnh tổng hợp của tất cả các khía cạnh của môi trường xung quanh cần thiết để duy trì chất lượng cuộc sống tối thiểu có thể chấp nhận được. Họ nói rằng bối cảnh văn hóa, chuẩn mực và giá trị nhà ở, và trải nghiệm với các đặc điểm khác nhau của ngôi nhà và chuẩn mực khách quan. Từ đó, tác giả đưa ra các giả thiết sau:

*H8: Hạ tầng xã hội có mối quan hệ tích cực với thái độ*



*H9: Hạ tầng xã hội có mối quan hệ tích cực với chuẩn mực khách quan*

*H10: Hạ tầng xã hội có mối quan hệ tích cực với kiểm soát hành vi*

### **2.3.2.3. Điều kiện môi trường Phong Thủy**

Theo Vischer (2008), người dùng đưa ra đánh giá về các công trình và các cơ sở được thiết kế khác dựa trên kinh nghiệm cá nhân và mối quan hệ với chúng, điều này trái ngược với các chuyên gia thiết kế và xây dựng các cơ sở và cơ sở hạ tầng nhưng có thể không bao giờ sử dụng chúng (Chohen, CheAni, Memon, Mohd, Abdullah, & Ishak, 2010). Khi mua bất động sản, người mua thường xem xét Phong thủy, chủ yếu là khách hàng châu Á, là một yếu tố quan trọng khác. Theo Lin et al. (Lin, Chen, & Twu, 2012), Phong thủy là một yếu tố quan trọng đối với nhiều người Trung Quốc trong việc đưa ra các lựa chọn như nơi sống, nơi làm việc, nơi chôn cất những người thân yêu của họ, nơi đặt các tòa nhà và cách thiết kế cả bên trong và bên ngoài của ngôi nhà, các tòa nhà. Phong Thủy không chỉ được sử dụng ở châu Á và các nước lân cận mà cả các nước phương Tây; ví dụ, các nguyên tắc Phong thủy đã được tham gia vào các thiết kế khác nhau của các dự án trang trí nội thất và kiến trúc phương Tây (Yap & Lum, 2020).

Hơn nữa, Phong thủy đến từ Trung Quốc cổ đại khoảng năm đến sáu nghìn năm trước (Webster, 2000). Sau đó, nó được mở rộng sang các nước châu Á khác như Hàn Quốc, Việt Nam, Thái Lan, Nhật Bản, Indonesia,... (Hobson, 1994; Linda & Tanuwidjaja, 2014). Hơn nữa, Mak và Ng (2008) chỉ ra rằng Trường phái La bàn và Trường phái Hình thức là hai trường phái tư tưởng và thực hành chính của Phong Thủy. Tương tự, theo Wu, Yau, và Lu (2012), phong thủy thì tùy thuộc vào việc đánh giá môi trường vật chất xung quanh, chẳng hạn như núi

và sông. Theo nghiên cứu này, phong thủy được xem xét trên cơ sở địa lý của các công trình và bối cảnh. Trong khuôn khổ thiết kế Phong thủy, Mak và Ng (2008) đã phát triển 04 mô-đun thiết kế: Môi trường xung quanh, bố cục bên ngoài, bố cục bên trong và sắp xếp bên trong. Về môi trường xung quanh, có 07 tiêu chí và 14 yếu tố Phong thủy liên quan.

Luk và cộng sự (2012) đã nêu trong mô hình của họ về ý kiến của khách hàng về Phong thủy rằng khách hàng có ba quan điểm về Phong thủy, bao gồm khí tài, tâm linh và tối giản. Về quan điểm khí tài, khách hàng cho rằng thiết kế phong thủy có thể ảnh hưởng đến vận may và tài lộc của họ. Theo quan điểm tâm linh, người tiêu dùng coi Phong thủy là một phần trong đời sống tinh thần và bản sắc văn hóa của họ. Người tiêu dùng coi Phong thủy là mê tín thuần túy, theo quan điểm tối giản. Hơn nữa, Sia và cộng sự (2018) tuyên bố rằng những người mua nhà có quan điểm về Phong thủy sẽ mua những ngôi nhà có các yếu tố Phong thủy thuận lợi sẽ mang lại cho họ những điều tài lộc và may mắn nhất. Họ sẽ tránh mua những ngôi nhà có yếu tố phong thủy bất lợi có thể mang lại cho họ những điều xui xẻo.

**Bảng 1.** Yếu tố phong thủy đối với yếu tố môi trường xung quanh

<b>Môi trường xung quanh</b>	<b>Yếu tố phong thủy</b>	<b>Góc nhìn phong thủy</b>	<b>Nguồn</b>
<b>Địa hình</b>	Trên đỉnh đồi hoặc đồi cao	Không thuận lợi	(Mak & Ng, 2008)

	Nằm ở vị trí thấp được bao quanh bởi những ngọn đồi	Không thuận lợi	(Liang & Osmadi, 2015)
	Đất xây nhà cao phía trước thấp phía sau	Không thuận lợi	(Liang & Osmadi, 2015)
<b>Mặt trước</b>	Đối diện nghĩa trang	Không thuận lợi	(Lin & ctg., 2012)
	Đối diện bệnh viện	Không thuận lợi	(Too, 1999)
	Đối mặt với khoảng cách giữa hai tòa tháp cao	Không thuận lợi	(Liang & Osmadi, 2015)
	Ngã ba Y hoặc ngã ba T	Không thuận lợi	(Too, 1999)
<b>Mặt sau</b>	Sông ở phía sau	Không thuận lợi	(Wongsengtian, 1993)
	Ngọn núi phía sau	Thuận lợi	(Xu, 1997)
<b>Các mặt</b>	Cạnh trạm điện	không thuận lợi	(Too, 1999)
<b>Vị trí đường phố</b>	Ngõ cụt	Không thuận lợi	(Liang & Osmadi, 2015)

<b>Mặt nước</b>	Hướng biển	Thuận lợi	(Bond, 2008)
<b>Hướng gió</b>	Gió mạnh	Không thuận lợi	(W. Y. Wu & ctg., 2012)

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2023

Nhìn từ góc độ lý thuyết TPB, Phong Thủy có thể định hình các chuẩn mực khách quan bằng cách tác động đến mong muốn xã hội trong việc tuân thủ các nguyên tắc của nó. Ở những nền văn hóa mà Phong Thủy đã ăn sâu, các cá nhân có thể nhận thấy xã hội kỳ vọng mạnh mẽ vào việc xem xét những nguyên tắc này khi thực hiện đầu tư bất động sản quan trọng, đặc biệt là những khoản liên quan đến du lịch và giải trí. Nhận thức này bắt nguồn từ niềm tin, thường được chia sẻ bởi gia đình, bạn bè và các thành viên trong cộng đồng, rằng việc sắp xếp tài sản theo Phong Thủy có thể mang lại may mắn, thịnh vượng và hạnh phúc tổng thể. Nghiên cứu về đầu tư bất động sản ở các khu vực như Malaysia và Trung Quốc, nơi phổ biến các phương pháp Phong Thủy, ủng hộ quan điểm này, nhấn mạnh tầm quan trọng của ảnh hưởng xã hội trong việc hình thành các quyết định đầu tư (Hassan et al., 2022; Sia et al., 2018; Yap & Lum, 2020).

Phong Thủy có thể tác động đến khả năng kiểm soát hành vi nhận thức bằng cách cung cấp một khuôn khổ cho việc ra quyết định và giảm bớt sự không chắc chắn được nhận thức. Đầu tư bất động sản, đặc biệt là trong lĩnh vực du lịch, tiềm ẩn nhiều rủi ro và phức tạp (Zhang et al., 2020). Đối với những cá

nhân tuân theo các nguyên tắc Phong Thủy, việc tuân thủ các nguyên tắc này có thể mang lại cảm giác kiểm soát và tự tin trong quá trình ra quyết định của họ. Bằng cách điều chỉnh khoản đầu tư của họ với các yếu tố thiết kế tốt lành và sắp xếp không gian, họ có thể nhận thấy rủi ro về kết quả tiêu cực giảm đi và khả năng thu được lợi nhuận tích cực tăng lên. Nhận thức về quyền kiểm soát này có thể trao quyền cho các cá nhân điều hướng sự phức tạp của thị trường bất động sản với sự tự tin cao hơn, có khả năng dẫn đến ý định mua hàng mạnh mẽ hơn (Nguyen et al., 2021; Zhang et al., 2020).

Điều quan trọng là phải thừa nhận rằng ảnh hưởng của Phong Thủy đến ý định mua hàng không phải là phổ quát và thay đổi đáng kể dựa trên nền tảng văn hóa, niềm tin cá nhân và bối cảnh cụ thể của thị trường bất động sản. Trong khi một số cá nhân có thể coi các nguyên tắc Phong Thủy là yếu tố thiết yếu trong việc ra quyết định của họ thì những người khác có thể coi chúng là những cân nhắc thứ yếu hoặc hoàn toàn coi thường chúng. Hơn nữa, tác động của Phong Thủy tương tác với các yếu tố khác ảnh hưởng đến ý định mua hàng, chẳng hạn như thái độ cá nhân đối với bất động sản du lịch, nguồn tài chính, điều kiện thị trường và sự sẵn có của các lựa chọn đầu tư thay thế. Vì vậy trên những thảo luận bên trên tác giả đề xuất thêm các giả thuyết sau:

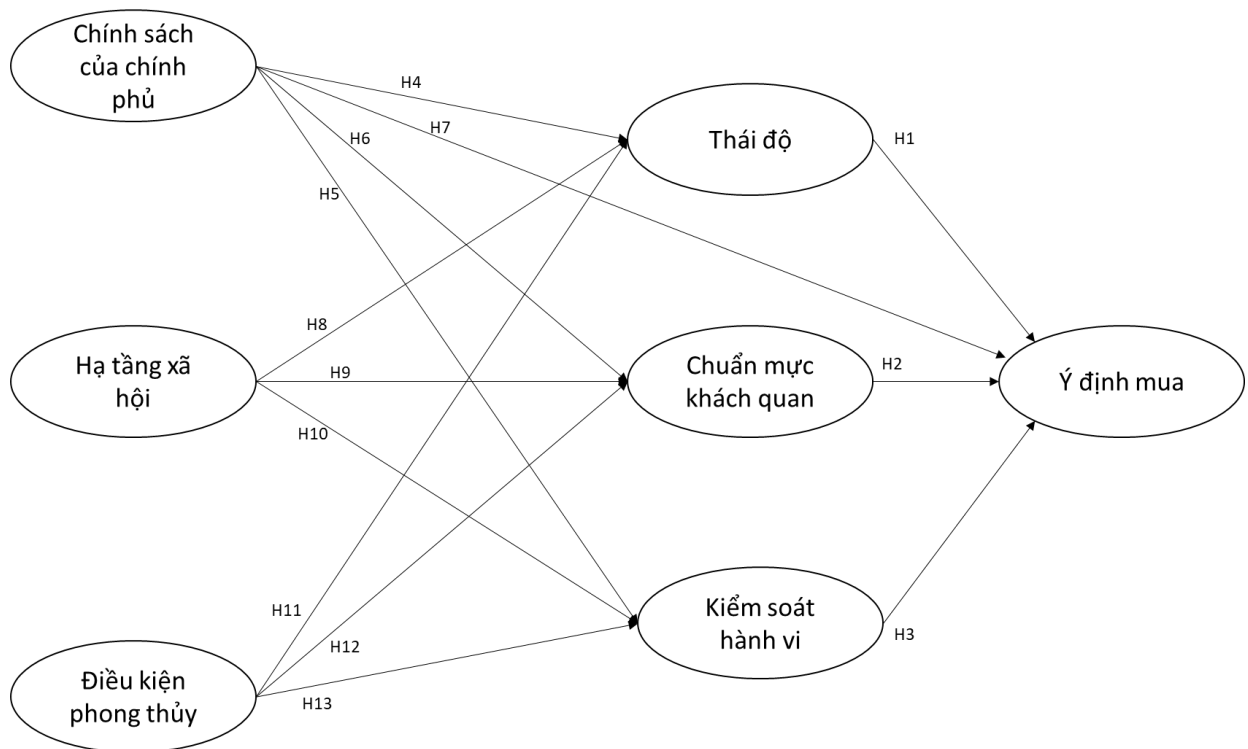
*H11: Điều kiện Phong Thủy có mối quan hệ tích cực với thái độ*

*H12: Điều kiện Phong Thủy có mối quan hệ tích cực với chuẩn mực khách quan*

*H13: Điều kiện Phong Thủy có mối quan hệ tích cực với kiểm soát hành vi*

## 2.4. Mô Hình nghiên cứu

Từ hệ thống giả thiết, tác giả trình bày mô hình nghiên cứu các biến trong mô hình TPB và 03 yếu tố quan trọng liên quan đến hành vi hay ý định mua BĐSĐL cần được nghiên cứu kỹ lưỡng hơn bao gồm: Chính sách của chính phủ, Hạ tầng xã hội, và điều kiện Phong Thủy. Hình 1 trình bày mô hình nghiên cứu với sự phát triển giả thuyết.



**Hình 1.** Mô hình nghiên cứu định lượng

**Kết chương:** Chương 2 đã trình bày cơ sở lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) với vai trò của 03 nhân tố quyết định đến hành vi mua của nhà đầu tư bất động sản du lịch bao gồm Thái độ, Chuẩn mực khách quan, Kiểm soát hành vi. Tác giả đã mở rộng mô hình TPB bằng việc thêm vào 03 yếu tố gồm Chính sách của chính

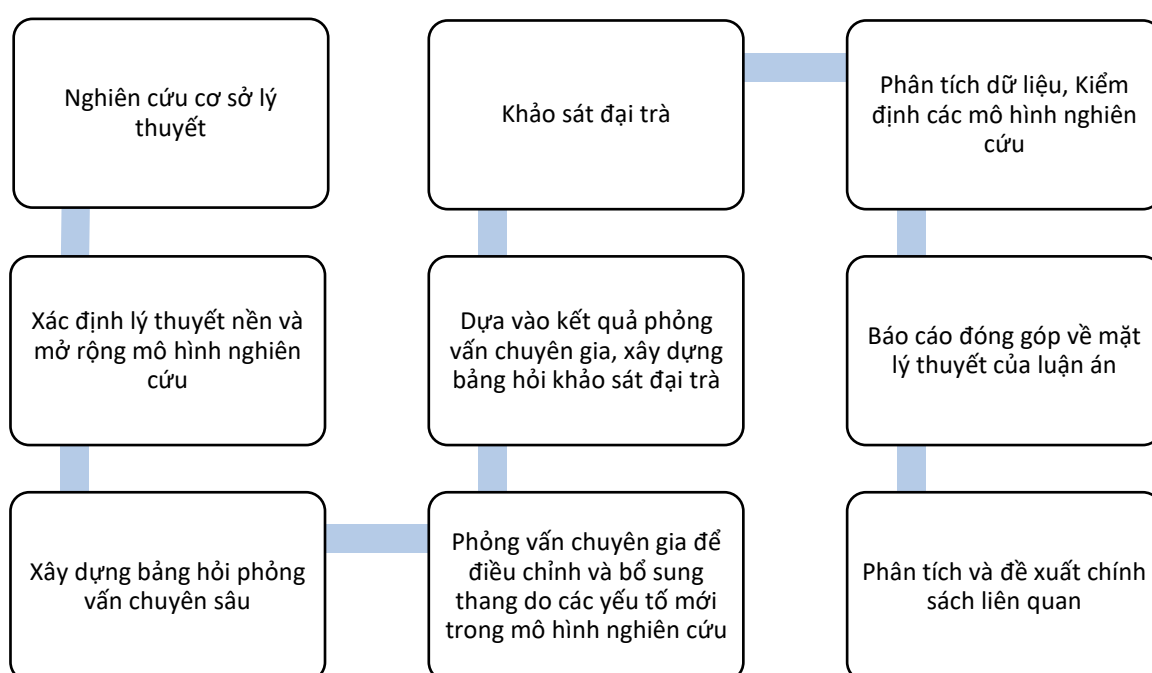
phủ, Hạ tầng xã hội, và Điều kiện Phong Thủy dựa trên các bài nghiên cứu trong ngành bất động sản du lịch ở Việt Nam và trên thế giới.

## CHƯƠNG 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

**Mở chương:** Chương 3 sẽ trình bày về phương pháp nghiên cứu mà tác giả đã áp dụng để thực hiện luận văn này. Tác giả trình bày các bước thực hiện luận án trong phần Thiết kế nghiên cứu. Các bước thiết kế và thực hiện phỏng vấn, khảo sát đều được miêu tả kỹ lưỡng đảm bảo tuân thủ tính đại diện và liêm chính học thuật. Phương pháp chọn mẫu và thu thập dữ liệu, phát triển thang đo, phương pháp phân tích dữ liệu cũng được trình bày rõ trong chương này.

### 3.1. Thiết kế nghiên cứu

Luận án này sẽ tiếp cận chủ đề nghiên cứu theo 02 hướng là nghiên cứu khảo sát chuyên sâu được thực hiện thông qua các cuộc phỏng vấn chuyên sâu các chuyên gia để xác định các nhân tố có ảnh hưởng đến ý định đầu tư; Hướng nghiên cứu định lượng với mục tiêu xác định cụ thể các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư sản phẩm BĐSĐL, và từ đó điều chỉnh thang đo cho các mô hình nghiên cứu định lượng.





## Hình 2: Quy trình nghiên cứu

### 3.2. Phỏng vấn chuyên sâu

#### 3.2.1. Thiết kế phỏng vấn

Phỏng vấn chuyên sâu được tiến hành nhằm kiểm tra độ phù hợp của mô hình lý thuyết, đồng thời giúp khám phá, điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu nhằm bảo đảm thang đo xây dựng phù hợp với lý thuyết nghiên cứu. Nghiên cứu được thực hiện thông qua việc phỏng vấn trực tiếp với các chuyên gia đó là: Luật sư có thâm niên lâu năm về bất động sản và nghiên cứu về các chính sách về bất động sản du lịch (1 người), Giám đốc công ty chuyên xây tư vấn và xây dựng quy trình đầu tư, kinh doanh, tái cấu trúc cho các doanh nghiệp bất động sản (1 người), Giám đốc công ty du lịch (1 người), Giám đốc nghiên cứu và phát triển sản phẩm của tập đoàn bất động sản đã và đang đầu tư về bất động sản du lịch (1 người), Chủ tịch và Tổng giám đốc tập đoàn bất động sản là chủ đầu tư chuyên về đầu tư bất động sản du lịch (2 người), Giám đốc công ty chuyên môi giới sản phẩm cao cấp về bất động sản và bất động sản du lịch (1 người), Chuyên gia tư vấn môi giới bất động sản du lịch (1 người), Giám đốc Công ty tư vấn thiết kế về bất động sản, có thế mạnh về thiết kế quy hoạch và bất động sản du lịch (1 người), Nhà báo chuyên nghiên cứu và viết chuyên đề bất động sản, bất động sản du lịch (1 người).

Nội dung liên qua đến phỏng vấn và thảo luận gồm: Giới thiệu mục đích và ý nghĩa của cuộc phỏng vấn; Câu hỏi kiểm tra và sàng lọc các biến độc lập; Giới

thiệu thang đo các biến độc lập và các biến phụ thuộc để tiếp thu các ý kiến đóng góp điều chỉnh bổ sung.

Nghiên cứu được thực hiện thông qua việc phỏng vấn trao đổi, thảo luận trực tiếp với các chuyên gia, lắng nghe và xin ý kiến của các chuyên gia với mục đích: Xây dựng câu hỏi cho chuyên gia để làm rõ các nhân tố trong việc đề xuất giả thiết, kiểm tra, sànlọc các biến độc lập trong mô hình lý thuyết tác giả đã đề xuất và xác định sơ bộ mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Các mô hình tác giả đề xuất đã được các nghiên cứu trước của các nhà khoa học công bố trên các tạp chí khoa học quốc tế tại nhiều nơi trên thế giới, tuy nhiên có một số nhân tố tác giả được điều chỉnh và bổ sung thêm vào thang đo cho phù hợp với bối cảnh chính trị và xã hội, vị trí địa lý, văn hóa, phong tục tập quán, chính sách tại Việt Nam đã ảnh hưởng đến ý định của người đầu tư. Bởi vì thế sự đánh giá của các chuyên gia là những gia vị không thể thiếu giúp tác giả khẳng định được vai trò điều hành chính sách của chính phủ là nhân tố quan trọng nhất có tầm ảnh hưởng lớn, có tác động trực tiếp và gián tiếp đến ý định đầu tư bất động sản du lịch.

### **Ý kiến từ phỏng vấn chuyên gia**

Công tác phỏng vấn được thực hiện trực tiếp theo nhóm và từng cá nhân tùy vào thời gian của các chuyên gia, cuộc phỏng vấn đã làm sáng tỏ nhiều vấn đề từ nhiều góc nhìn và nhận định của mỗi chuyên gia

Nhóm các lãnh đạo chủ đầu tư bất động sản, Phân phối bất động sản du lịch và chuyên gia tư vấn môi giới đều khẳng định Nhân tố Phong thủy hiện nay được

hầu hết các khách hàng, các nhà đầu tư quan tâm và có hiểu biết nhất định và là một trong những yếu tố khai thác mềm cho các nhân viên khai thác đề tư vấn và chốt quyết định mua hàng của khách hàng được thuận lợi hơn. Vì vậy Công ty của họ thường xuyên mở các lớp chuyên đề về phong thủy để đào tạo cho nhân viên bán hàng và các nhân viên khác có liên quan, bản thân các nhà lãnh đạo này đều cho rằng hiểu biết về phong thủy là kiến thức cần thiết và trọng cho các nhà đầu tư bất động sản cũng như các khách hàng muốn sở hữu và ổn định lâu dài tại nơi họ sinh sống và làm việc. Ngoài ra Nhóm Chuyên gia về nghiên cứu sản phẩm, Thiết kế, nhà báo cũng cho rằng Việt Nam là đất nước chịu ảnh hưởng rất lớn từ văn hóa Phương đông. Yếu tố phong thủy trở thành xu thế hiện nay trong việc chọn một chốn an cư, Phong thủy là sự kết hợp tâm linh và khoa học là khâu vị không thể thiếu trong tác động đến ý định đầu tư và phát triển bất động sản, đặc biệt là bất động sản du lịch.

Các chuyên gia đồng quan điểm và cùng ngôn ngữ cho rằng Yếu tố phong thủy đóng vai trò quan trọng trong văn hóa Việt Nam, yếu tố phong thủy được xuất phát từ thời phong kiến cho đến ngày nay, tuy nhiên ngày nay yếu tố này được nâng cấp lên là sự kết hợp giữa tâm linh và khoa học và được bám rễ sâu vào tiềm thức của đại đa số người Việt Nam. Bởi lẽ đó các nhà đầu tư khi muốn đầu tư vào một dự án họ đều xem xét đầu tiên trước khi chuẩn bị phát triển đó là vị trí địa lý và trắc địa khu đất, đó là tầm nhìn thuận lợi cho các hướng đó là hướng sông, hướng biển, hướng núi...

Song Song đó Các chuyên gia cũng cho rằng hiện nay các khu quần thể du lịch tại Việt Nam đa số đáp ứng được yêu cầu về không gian, cảnh quan nội khu và các tiện ích, dịch vụ cơ bản, tuy nhiên các khách hàng đến du lịch không chỉ là để nghỉ dưỡng mà họ muốn khác phá bản sắc văn hóa địa phương, đặc biệt là thưởng thức ẩm thực địa phương, tham gia chợ đêm, mua sắm quà lưu niệm... tại trung tâm của địa phương. Các địa phương có thể mạnh về kinh tế du lịch đã chú trọng đầu tư và phát triển vào kinh tế đêm với mục đích thỏa mãn du khách cung như tạo giá trị gia tăng về kinh tế địa phương góp phần tạo công ăn việc làm và tăng trưởng kinh tế của địa phương. Vì vậy các chuyên gia cho rằng nhân tố hạ tầng cơ sở là một biến độc lập cần khai thác và khám phá và cần phát triển chính sách đầu tư hạ tầng xã hội, Chính phủ quan tâm chú ý đầu tư hoàn thiện các dịch vụ hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng giao thông, xã hội để cung cấp dịch vụ ngày càng đáp ứng nhu cầu xã hội.

Chuyên gia về luật, đầu tư, phân phối và môi giới, báo chí đều cho rằng hiện nay tình trạng quảng cáo sai sự thật diễn ra quy mô lớn và ngày càng bành trướng đã làm ảnh hưởng trực tiếp đến các chủ đầu tư chân chính, những nhà đầu tư tâm huyết, làm thật, sản phẩm thật, quảng cáo thật và tạo giá trị thật tuy nhiên họ đã bị tổn thất rất nhiều giá trị kinh tế mặc dù trong bộ luật hình sự 2015 Việt Nam tại điều 197 Tội quảng cáo gian dối có thể bị phạt cải tạo không giam giữ lên đến 03 năm nhưng mọi hành vi của những cá nhân và tổ chức vi phạm này vẫn tiếp tục bởi vì thiếu sự giám sát của cơ quan nhà nước, công tác thực thi pháp luật còn lỏng lẻo, biện pháp chế tài còn bất cập chưa minh bạch cho cộng đồng dẫn thiếu

sự rã ròi đe dọa cho các đối tượng phạm tội, làm mất niềm tin của khách hàng, các nhà đầu tư và các nhà đầu tư chuyên nghiệp chân chính tại Việt Nam và tình trạng “Con sâu làm rầu nồi canh” vẫn tiếp diễn chưa có dấu hiệu dừng.

Từ những bất cập của thực thi chính sách cũng như một số chông chéo trong ngành bất động sản. Các chuyên gia cho rằng nhân tố Chính sách chính phủ cực kỳ quan trọng là điểm nhấn của đề tài, trung tâm của trung tâm cho mọi lời giải bài toán đầu tư, kinh doanh của các ngành nghề.

### **3.2.2. Kết quả phỏng vấn chuyên sâu**

Sự chông chéo giữa các luật về khái niệm loại hình bất động sản du lịch nên hiện nay vẫn chưa thống nhất được tên gọi bất động sản du lịch (Condotel). Cụ thể là ngày 23/04/2019 Thủ tướng chính phủ có chỉ thị 11/CT-TTg quy định một số giải pháp thúc đẩy thị trường bất động sản phát triển thì đặt tên công trình căn hộ du lịch (Condotel); Điều 48 luật du lịch năm 2017 quy định về các loại cơ sở lưu trú du lịch trong đó có căn hộ du lịch; Thông tư 03/2021/TT-BXD của Bộ xây dựng ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia đặt tên là căn hộ lưu trú...Việc khái niệm định danh các loại bất động sản du lịch chưa được quy định trong các văn bản pháp luật sẽ liên quan trực tiếp đến quy chế pháp lý từ quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất, cơ sở pháp lý để vận hành cũng như đảm bảo về việc xác lập quyền sở hữu. Chính điều này các cấp chính quyền địa phương sẽ đẩy văn bản lên cấp trung ương để xin ý kiến áp dụng luật, các cấp trung ương cũng khó trả lời cụ thể cho các địa phương bởi vì sự xung đột các văn bản pháp luật từ trung ương dẫn đến công việc sẽ bị ùn ứ và chờ đợi... đã gây thiệt hại lớn cho các nhà đầu tư.

Một quan ngại khác đối với nhà đầu tư cá nhân do bất động sản du lịch trong pháp luật chưa được quy định bất động sản hình thành trong tương lai nên việc chuyển nhượng hợp đồng mua bán công trình không phải nhà ở hình thành trong tương lai chưa được pháp luật điều chỉnh chế tài về quy định huy động vốn đối với nhà đầu tư, và rủi ro thuộc về nhà đầu tư cá nhân khi mà chủ đầu tư yêu cầu nhà đầu tư cá nhân thanh toán nhưng khối lượng xây dựng không tương ứng với số tiền thanh toán, vì nhà đầu tư cá nhân là bên yếu thế nhưng chưa được pháp luật có hành lang pháp lý bảo vệ như bất động sản hình thành trong tương lai như Điều 59 Luật Kinh doanh BĐS năm 2014 chưa có quy định về chuyển nhượng các hợp đồng mua bán công trình xây dựng không phải nhà ở hình thành trong tương lai và việc chuyển nhượng trong quá trình đầu tư chưa thuận lợi cho chủ đầu và khách hàng khi có nhu cầu chuyển nhượng hợp đồng.

Ngoài ra bản thân trong mỗi luật cũng quy định không rõ ràng, chưa có một quy trình hướng dẫn cho các nghị định, thông tư về đấu thầu, cấp phép, tính tiền sử dụng đất... dẫn đến các doanh nghiệp đều phải phụ thuộc rất lớn vào sự hướng dẫn của các cấp chính quyền, không chủ động được về mặt thời gian tiến độ pháp lý, điều này hết sức rủi ro cho doanh nghiệp, đặc biệt rủi ro về văn lý và diễn giải và vận dụng các văn bản pháp luật chưa có sự thống nhất đồng bộ giữa các cơ quan tuân thủ pháp luật đó là nộp bổ sung tiền sử dụng đất khi bị các cơ quan nhà nước hồi tố, đây là điều hết sức bất hợp lý dẫn đến hệ lụy một doanh nghiệp hôm nay chia cổ tức cho cổ đông nhưng thời gian sau được thông báo lỗ và có thể phá

sản công ty. Bản thân nghị định đưa ra mà cơ quan nhà nước vẫn chưa thể thực hiện và đang đánh đố đối với người thực thi pháp luật.

### **3.3. Thu thập mẫu và dữ liệu**

Việt Nam có bối cảnh cơ bản để nghiên cứu lý thuyết về hành vi có kế hoạch trong đầu tư bất động sản du lịch Lý thuyết về hành vi có kế hoạch cung cấp một khuôn khổ vững chắc để hiểu các yếu tố thúc đẩy ý định của các cá nhân tham gia vào các hành vi cụ thể. Việc áp dụng khuôn khổ này vào lĩnh vực đầu tư bất động sản du lịch, đặc biệt là ở một thị trường năng động như Việt Nam, đòi hỏi phải xem xét cẩn thận các sắc thái văn hóa, xã hội và kinh tế đang diễn ra. Luận án nhận thấy rằng Việt Nam là một trường hợp đặc biệt hấp dẫn để nghiên cứu TPB trong bối cảnh đầu tư bất động sản du lịch, mang lại sự kết hợp độc đáo của các yếu tố khiến nơi đây trở thành bối cảnh lý tưởng cho những nghiên cứu như vậy.

Ngành du lịch Việt Nam đã chứng kiến sự tăng trưởng bùng nổ trong những năm gần đây, thu hút làn sóng đầu tư trong nước và quốc tế. Ngành du lịch đang phát triển này đã thúc đẩy sự bùng nổ song song trong phát triển bất động sản, đặc biệt là ở các khu vực ven biển và các di sản văn hóa. Thị trường đang phát triển nhanh chóng này cung cấp mảnh đất màu mỡ để nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua hàng, vì niềm tin truyền thống giao thoa với xu hướng đầu tư hiện đại.

Điểm hấp dẫn chính của Việt Nam với tư cách là bối cảnh nghiên cứu chính là ý nghĩa văn hóa sâu xa của Phong Thủy. Hệ thống cổ xưa nhằm hài hòa môi

trường xây dựng với các yếu tố tự nhiên này thấm nhuần vào nhiều khía cạnh khác nhau của đời sống người Việt, bao gồm cả các quyết định về bất động sản. Đối với nhiều nhà đầu tư Việt Nam, việc sắp xếp một bất động sản theo nguyên tắc Phong Thủy tốt lành không chỉ đơn thuần là vấn đề sở thích mà còn là một tập tục văn hóa đã ăn sâu vào tâm trí được cho là sẽ ảnh hưởng đến vận may, thịnh vượng và hạnh phúc. Bối cảnh văn hóa này cung cấp một cơ hội duy nhất để xem xét các chuẩn mực khách quan liên quan đến tín ngưỡng Phong Thủy, được định hình bởi ý kiến của gia đình, cộng đồng và chuyên gia, có thể tác động đến ý định mua hàng trong khuôn khổ TPB như thế nào.

Làm phong phú thêm bối cảnh nghiên cứu này là bối cảnh kinh tế xã hội đa dạng của Việt Nam. Đất nước hình chữ S bao gồm nhiều nhóm kinh tế xã hội, mỗi nhóm có mức thu nhập khả dụng, kinh nghiệm đầu tư và khả năng chấp nhận rủi ro khác nhau. Sự đa dạng này cho phép điều tra theo nhiều sắc thái về mức độ ảnh hưởng tương đối của các biến số TPB - thái độ đối với bất động sản du lịch, các chuẩn mực khách quan về thực tiễn đầu tư và nhận thức về kiểm soát hành vi trong việc điều hướng thị trường - có thể khác nhau giữa các tầng lớp kinh tế xã hội. Hiểu được những biến thể này là rất quan trọng để điều chỉnh chiến lược tiếp thị và sản phẩm đầu tư cho phù hợp với các phân khúc mục tiêu cụ thể.

Việt Nam ngày càng có nhiều cơ hội tiếp xúc với các xu hướng toàn cầu và cơ hội đầu tư. Mặc dù bám rễ sâu vào truyền thống nhưng xã hội Việt Nam ngày càng chịu ảnh hưởng của thị trường tài chính toàn cầu hóa, xu hướng du lịch quốc tế và chiến lược đầu tư hiện đại. Sự tương tác năng động này giữa các niềm tin truyền thống, như Phong thủy, và những ảnh hưởng hiện đại tạo ra một bối cảnh



hấp dẫn để nghiên cứu cách các yếu tố văn hóa tương tác với các biến TPB khác trong việc hình thành ý định mua hàng. Ví dụ, nghiên cứu có thể khám phá xem rủi ro đầu tư được nhận thức như thế nào qua trung gian của cả niềm tin Phong Thủy và việc tiếp xúc với thông tin tài chính toàn cầu.

Việt Nam có lợi thế thực tế là môi trường nghiên cứu do có sẵn các phương pháp thu thập dữ liệu đa dạng. Các nhà nghiên cứu có thể tận dụng các cuộc khảo sát, phỏng vấn, nhóm tập trung và quan sát dân tộc học để thu thập dữ liệu phong phú, cụ thể theo bối cảnh về nhận thức, động lực và quá trình ra quyết định của nhà đầu tư. Khả năng tiếp cận các phương pháp thu thập dữ liệu đa dạng này tạo điều kiện thuận lợi cho việc đánh giá mạnh mẽ và chi tiết về mô hình TPB trong bối cảnh Việt Nam.

**Phương pháp chọn mẫu:** Tác giả sẽ sử dụng phương pháp Snow-ball để thực hiện khảo sát – chọn mẫu. Phương pháp thu thập dữ liệu snow-ball (hay còn gọi là phương pháp lấy mẫu quả cầu tuyết) là một kỹ thuật lấy mẫu không ngẫu nhiên thường được sử dụng trong nghiên cứu xã hội và hành vi. Tác giả sẽ lên danh sách khoảng 30 người trong ngành bất động sản mà tác giả công tác cùng để khảo sát và nhờ các đối tượng này hỗ trợ khảo sát thêm 20 mẫu mỗi đối tượng. Yamane Taro (1967) đề xuất việc xác định kích thước mẫu khi chưa xác định được quy mô tổng thể dựa vào công thức:

$$n = Z^2 \times \frac{p \times (1-p)}{e^2}$$

Trong đó:  $n$  là kích thước mẫu cần xác định;  $Z$  là giá trị tra bảng phân phối  $Z$  dựa vào độ tin cậy lựa chọn. Thông thường, độ tin cậy được sử dụng là 95% tương ứng với  $Z = 1.96$ ;  $p$  là tỷ lệ ước lượng cỡ mẫu  $n$  thành công. Thường chúng ta chọn  $p = 0,5$  để tích số  $p(1-p)$  là lớn nhất, điều này đảm bảo an toàn cho mẫu  $n$  ước lượng;  $e$  là sai số cho phép. Thường ba tỷ lệ sai số hay sử dụng là:  $\pm 0,01$  (1%),  $\pm 0,05$  (5%),  $\pm 0,1$  (10%), trong đó mức phổ biến nhất là  $\pm 0,05$ . Nghiên cứu hành vi mua của nhà đầu tư BĐSĐL tại Việt Nam. Đây là tổng thể không xác định được quy mô vì chúng ta không biết được có bao nhiêu nhà đầu tư có ý định mua BĐSĐL. Như vậy cỡ mẫu tối thiểu để đảm bảo độ tin cậy cần có của nghiên cứu sẽ cần ít nhất là 385 người theo công thức đã nêu như sau:

$$n = 1,96^2 \times \frac{0,5 \times (1 - 0,5)}{0,05^2} = 384,16$$

### 3.4. Phát triển thang đo

Để phát triển thang đo, tác giả đã tiến hành các bước sau:

- Bước 1: Điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát trong các mô hình nghiên cứu trước trong các khái niệm lý thuyết của các biến dựa trên các nghiên cứu đã có.
- Bước 2: Xây dựng phiên bản tiếng Việt từ bản gốc Tiếng Anh đối với các thang đo được thừa hưởng của các nghiên cứu trước đây một cách gần đúng nhất với sự tham vấn của các chuyên gia trong lĩnh vực nghiên cứu với mục đích cho đối tượng được khảo sát dễ dàng hiểu được nội hàm của câu hỏi.

- Bước 3: Kiểm tra độ chính xác, rõ ràng, mạch lạc của phiên bản tiếng Việt với các chuyên gia ngôn ngữ dịch thuật và quý thầy, cô trường Đại học Quốc tế sau đó bổ sung thêm các biến quan sát phù hợp với lĩnh vực nghiên cứu phù hợp với điều kiện tại Việt Nam.

Ngoài ra, tác giả đã triển khai kiểm tra thang đo mới theo qui trình gồm 7 bước như trong hướng dẫn của Hinkin at al. (1997).

***Bước 1: Triển khai xây dựng thang đo mới phù hợp với bối cảnh nghiên cứu***

Tác giả đã làm phỏng vấn chuyên gia và đồng thời triển khai thảo luận nhóm với người có kinh nghiệm thực tế và các nhà quản lý cấp cao của các công ty Bất động sản phụ trách lĩnh vực bất động sản du lịch.

***Bước 2: Kiểm tra đánh giá sự tương thích về nội dung***

Qua các buổi thảo luận nhóm, các thang đo mới đã được đóng góp và hiệu chỉnh nhiều lần trước khi triển khai khảo sát thử.

***Bước 3: Xây dựng bộ hỏi, thang đo, chọn mẫu tương thích và đánh giá mức độ tương thích.***

Tác giả đã triển khai bước này theo như trình bày trong luận án rất chỉnh chu và đảm bảo độ tin cậy và số lượng mẫu đáp ứng mục tiêu của nghiên cứu này.

***Bước 4: Thực hiện phân tích nhân tố khám phá***

Tác giả đã triển khai phân tích nhân tố khám phá cho từng biến có thang đo mới. Kết quả các thang đo này đáp ứng các tiêu chí kiểm định trong phân tích nhân tố khám phá.

***Bước 5: Đánh giá mức độ tương thích nội tại của thang đo (Internal Consistence Assessment)***

Tác giả đã kiểm tra độ tin cậy thang đo cho từng biến có thang đo mới. Kết quả đáp ứng các tiêu chí về độ tin cậy của thang đo.

***Bước 6: Kiểm tra giá trị của thang đo***

Tác giả đã kiểm tra mức độ hồi tụ và giá trị phân biệt của thang đo đáp ứng các tiêu chí.

***Bước 7: Lập lại các bước kiểm tra với mẫu đại diện nghiên cứu***

Tác giả đã thực hiện đầy đủ thao tác kiểm tra lại cho bộ dữ liệu chính thức triển khai cho nghiên cứu này.

Tóm lại, quá trình xây dựng và phát triển thang đo trong nghiên cứu của luận án này có sự kế thừa từ các nghiên cứu trước trong đó có cả nghiên cứu của tác giả đã được đăng trên tạp chí quốc tế có uy tín.

**Bảng 2.** Thang đo nghiên cứu

<b>Nguồn</b>	<b>Tên biến</b>	<b>Biến quan sát</b>	<b>Ghi chú thang đo gốc / Phát triển mới</b>
Y. Zhang và cộng	Ý định đầu tư	BI1. Nếu tôi muốn mua bất động sản trong tương lai, tôi sẽ mua loại bất động sản du lịch này	If I want to purchase of any propertiy in the future, I will buy this kind of properties

Nguồn	Tên biến	Biến quan sát	Ghi chú thang đo gốc / Phát triển mới
sự (2020)		BI2. Trong tương lai, nếu người khác muốn đầu tư, tôi sẽ giới thiệu họ mua một bất động sản du lịch như thế này	In the future, if others want to purchase of any properti, I will recommend others to buy this kind of properties
		BI3. Tôi sẽ cho mọi người biết lợi ích của việc mua một bất động sản du lịch như vậy	I would tell people the benefits of buying such kind of properties
		BI4. Tôi hy vọng mình có thể sở hữu tài sản kiểu này trong tương lai	I hope I can own such kind of properties in the future
		BI5. Ngay cả khi tôi đã đầu tư một bất động sản du lịch như vậy, tôi vẫn sẽ cân nhắc mua thêm nếu có điều kiện	Even if I have already purchased such kind of properties, I would still consider buying more.

<b>Nguồn</b>	<b>Tên biến</b>	<b>Biến quan sát</b>	<b>Ghi chú thang đo gốc / Phát triển mới</b>
Y. Zhang và cộng sự (2020)	Chuẩn mực khách quan	SN1. Gia đình ủng hộ tôi mua loại bất động sản này	My family supports me in buying such kind of properties
		SN2. Bạn tôi ủng hộ tôi mua loại bất động sản này	My friend supports me in buying such kind of properties
		SN3. Đồng nghiệp của tôi ủng hộ tôi mua loại bất động sản này	My colleague supports me in buying such kind of properties
You và cộng sự (2012)	Chính sách của chính phủ	LR1. Tính toàn vẹn và khả năng thực thi của các luật và quy định hiện hành	Integrity and enforceability
		LR2. Quy chế quản lý hành chính trước khi mua và bồi thường sau khi mua nếu có sai sót	Normative ex-ante administration governance and ex-post indemnity
		LR3. Quy định về quảng cáo sai sự thật	Regulations for false advertisements

<b>Nguồn</b>	<b>Tên biến</b>	<b>Biến quan sát</b>	<b>Ghi chú thang đo gốc / Phát triển mới</b>
		LR4. Quy định về thông số kỹ thuật trong bất động sản	Regulations for real estate specifications
		LR5. Chính sách pháp luật về thuế bất động sản	Phát triển mới
		LR6. Minh bạch pháp luật của các cơ quan chức năng và chủ đầu tư	Phát triển mới
		LR7. Công tác giám sát, chế tài của các cơ quan chức năng	Phát triển mới
Ibem & Alagbe, 2015	Cơ sở hạ tầng xã hội	SI1. Các cơ sở giải trí/thể thao	Recreational/sporting facilities in the estate
		SI2. Không gian cho các hoạt động văn hóa	Spaces and facilities for cultural activities
		SI3. Khoảng cách đến khu trung tâm và các nơi giải trí khác	Phát triển mới

<b>Nguồn</b>	<b>Tên biến</b>	<b>Biến quan sát</b>	<b>Ghi chú thang đo gốc / Phát triển mới</b>
		SI4. Hệ thống giao thông kết nối thuận lợi	Transportation facilities
Sia và cộng sự (2018), Khanh 2021, Ibem & Alagbe (2015)	Phong Thủy và các điều kiện bên trong dự án	FE1. Hướng chính và hướng nhìn của toàn bộ dự án	Main door direction and view direction of the whole building
		FE2. Hướng cửa chính của căn hộ	Direction of the main door of the apartment
		FE3. Hướng ban công của căn hộ	Direction of the balcony of the apartment
		FE4. Hướng gió	Wind direction
		FE5. Ánh sáng tự nhiên	Phát triển mới
		FE6. Lưu thông không khí trong nơi ở	Phát triển mới
		FE7. Nhiệt độ nơi ở thoải mái	Phát triển mới
		FE8. Các biện pháp an ninh nội khu	Phát triển mới



Nguồn	Tên biến	Biến quan sát	Ghi chú thang đo gốc / Phát triển mới
		FE9. Các biện pháp an toàn phòng cháy chữa cháy nội khu	Phát triển mới
		FE10. Không gian mở và mảng xanh trong khuôn viên	Phát triển mới
		FE11. Quản lý và bảo trì cơ sở vật chất trong khu nhà	Phát triển mới
		FE12. Ánh sáng bên ngoài khuôn viên nhà ở	Phát triển mới
		FE13. Khu vui chơi cho trẻ em	Phát triển mới
		FE14. Hệ thống cơ sở y tế và chăm sóc sức khỏe	Phát triển mới
		FE15. Hệ thống bãi đậu xe	Phát triển mới

<b>Nguồn</b>	<b>Tên biến</b>	<b>Biến quan sát</b>	<b>Ghi chú thang đo gốc / Phát triển mới</b>
		FE16. Cơ sở vật chất cho người khuyết tật và xã hội	Phát triển mới
Y. Zhang và cộng sự (2020)	Thái độ	AT1. Tôi nghĩ rằng việc mua loại bất động sản này là khôn ngoan	I think it is wise to buy this kind of properties
		AT2. Tôi nghĩ rằng việc mua loại bất động sản này là an toàn	I think it is safe to buy this kind of properties
		AT3. Tôi nghĩ rằng việc mua loại bất động sản này là có lợi	I think it is beneficial to buy this kind of properties
		AT4. Tôi nghĩ rằng việc mua loại bất động sản này là đáng khen ngợi	I think it is laudable to buy this kind of properties
Y. Zhang và cộng	Nhận thức kiểm soát hành vi	BC1. Nếu tài chính cho phép, thì việc có mua loại bất động sản này	Whether or not I buy this kind of properties is completely up to me, if finances permit

<b>Nguồn</b>	<b>Tên biến</b>	<b>Biến quan sát</b>	<b>Ghi chú thang đo gốc / Phát triển mới</b>
sự (2020)		hay không là hoàn toàn do tôi quyết định	
		BC2. Tôi có thể tự mình đánh giá loại bất động sản này có tốt hay không	I am able to judge whether this kind of properties is good or not
		BC3. Tôi tự tin rằng mình có thể tìm thấy loại bất động sản này trên thị trường nếu như tôi có nhu cầu mua nó	I am confident that if I want, I can find this kind of properties on the market
		BC4. Tôi có thể giải quyết mọi khó khăn liên quan đến quyết định mua hàng của mình (tiền bạc, thời gian, tìm kiếm thông tin)	I can handle any (money, time, information related) difficulties associated with my buying decision

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2023

Các biến tự phát triển thang đo: Chính sách của chính phủ; Phong Thủy và các yếu tố bên trong dự án

**Kết chương:** Chương 3 đã trình bày phương pháp nghiên cứu của bài luận án. Theo đó nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp định lượng với 471 mẫu khảo sát từ các nhà đầu tư bất động sản nghỉ dưỡng tại Việt Nam. Thang đo các khái niệm trong mô hình nghiên cứu được xây dựng dựa trên các nghiên cứu trước, và được chuẩn hóa dựa trên kết quả của quá trình khảo sát chuyên sâu nhằm đảm bảo tính chính xác và thống nhất khái niệm trong học thuật cũng như thực tế. Một số đặc điểm của mẫu khảo sát đã được trình bày như tỉ lệ giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn. Phương pháp phân tích dữ liệu PLS-SEM được dùng trong bài luận án này cũng được trình bày rõ trước khi kết quả phân tích được báo cáo ở chương tiếp theo.

## CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

**Mở chương:** Chương 4 sẽ trình bày kết quả phân tích định lượng về các kiểm định mô hình thang đo cũng như kết quả kiểm định các mối quan hệ giữa các biến trong mô hình cấu trúc. Tiếp đó, tác giả trình bày phần thảo luận kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu, so sánh sự tác động của các mối quan hệ của mô hình nghiên cứu so với các bài nghiên cứu trước, từ đó nêu bật được đóng góp của nghiên cứu này vào lý thuyết học thuật về hành vi nhà đầu tư BĐSĐL. Từ đó, đối chiếu với kết quả nghiên cứu và thực tế, tác giả đưa ra các hàm ý chính sách trong ngành bất động sản du lịch tại Việt Nam.

### 4.1. Kết quả kiểm định Mô hình

**Thống kê mô tả các biến sử dụng trong mô hình nghiên cứu:**

**Bảng 3.** Thống kê mô tả

Biến	Số giá trị bỏ trống	Trung bình	Trung vị	GT nhỏ nhất	GT lớn nhất	Độ lệch chuẩn	Độ nhọn	Độ trọt
BI1	0	3.452	4	1	5	1.043	-0.229	-0.469
BI2	0	3.403	4	1	5	1.050	-0.18	-0.488
BI3	0	3.480	4	1	5	1.017	-0.143	-0.522
BI4	0	3.894	4	1	5	1.012	0.368	-0.858
BI5	0	3.620	4	1	5	1.101	-0.323	-0.546
SN1	0	3.253	3	1	5	1.046	-0.224	-0.352
SN2	0	3.297	3	1	5	1.047	-0.284	-0.362
SN3	0	3.299	3	1	5	1.035	-0.179	-0.347
TC1	0	2.881	3	1	5	1.032	-0.511	-0.168
TC2	0	3.287	3	1	5	0.967	0.025	-0.487
TC3	0	3.251	3	1	5	0.969	0.069	-0.407
TC4	0	3.416	3	1	5	0.98	0.145	-0.477
TC5	0	3.484	4	1	5	0.948	0.198	-0.501
LR1	0	3.654	4	1	5	1.012	-0.239	-0.412
LR2	0	3.701	4	1	5	1.017	-0.327	-0.432

<b>Biến</b>	<b>Số giá trị bỏ trống</b>	<b>Trung bình</b>	<b>Trung vị</b>	<b>GT nhỏ nhất</b>	<b>GT lớn nhất</b>	<b>Độ lệch chuẩn</b>	<b>Độ nhọn</b>	<b>Độ trượt</b>
LR3	0	3.639	4	1	5	1.170	-0.341	-0.601
LR4	0	3.805	4	1	5	0.995	0.162	-0.613
LR5	0	3.809	4	1	5	0.993	-0.310	-0.483
LR6	0	3.875	4	1	5	1.046	-0.352	-0.596
LR7	0	3.779	4	1	5	1.078	-0.371	-0.563
SI1	0	4.074	4	1	5	0.848	0.176	-0.646
SI2	0	4.015	4	1	5	0.883	-0.243	-0.549
SI3	0	4.042	4	1	5	0.934	-0.052	-0.711
SI4	0	4.257	4	1	5	0.852	0.268	-0.911
FE1	0	4.023	4	1	5	0.906	0.111	-0.664
FE2	0	4.015	4	1	5	0.932	0.031	-0.662
FE3	0	4.072	4	1	5	0.951	0.452	-0.874
FE4	0	4.030	4	1	5	0.930	0.126	-0.710
FE5	0	4.240	4	1	5	0.814	0.663	-0.917
FE6	0	4.242	4	1	5	0.870	1.102	-1.092
FE7	0	4.268	4	1	5	0.832	0.805	-1.001
FE8	0	4.380	5	1	5	0.843	1.642	-1.345
FE9	0	4.384	5	1	5	0.864	1.777	-1.404
FE10	0	4.342	5	1	5	0.837	1.530	-1.257
FE11	0	4.225	4	1	5	0.852	0.846	-0.985
FE12	0	4.174	4	1	5	0.867	0.532	-0.875
FE13	0	4.178	4	1	5	0.890	0.240	-0.865
FE14	0	4.185	4	1	5	0.892	0.043	-0.839
FE15	0	4.280	4	1	5	0.831	1.049	-1.076
FE16	0	3.975	4	1	5	1.032	0.403	-0.891
AT1	0	3.480	3	1	5	0.907	-0.108	-0.034
AT2	0	3.382	3	1	5	0.996	-0.257	-0.099
AT3	0	3.524	4	1	5	0.959	-0.255	-0.229
AT4	0	3.389	3	1	5	1.034	-0.308	-0.127
BC1	0	3.900	4	1	5	0.949	0.164	-0.696
BC2	0	3.690	4	1	5	1.000	-0.311	-0.474
BC3	0	3.830	4	1	5	0.947	0.402	-0.723
BC4	0	3.654	4	1	5	0.978	-0.133	-0.436

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2023

Bảng 4 cho thấy các số liệu khảo sát các biến phân bố chuẩn, không bị ảnh hưởng bởi độ lệch, độ nhọn của dữ liệu. Dữ liệu đã được làm sạch, đảm bảo không còn giá trị vô lý trong quá trình nhập liệu.

#### 4.1.1. Mô hình thang đo

Đầu tiên, độ tin cậy và giá trị hội tụ được kiểm tra thông qua các giá trị của hệ số tải nhân tố, Cronbach's alpha và độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability - CR). Hệ số Cronbach's alpha đo lường tính nhất quán bên trong hoặc độ tin cậy của một tập hợp các mục khảo sát. Cronbach's alpha được tính theo công thức:

$$\alpha = \frac{N \cdot \bar{c}}{\bar{v} + (N - 1) \cdot \bar{c}}$$

Trong đó:

$\alpha$ : hệ số Cronbach's alpha

N: số lượng các biến quan sát của mỗi biến tiềm ẩn

$\bar{c}$ : hiệp phương sai trung bình giữa các cặp mục

$\bar{v}$  : phương sai trung bình

Sử dụng số liệu thống kê này để giúp xác định xem tập hợp các mặt hàng có đo lường nhất quán cùng một đặc điểm hay không. Cronbach's alpha định lượng mức độ đồng ý theo thang điểm chuẩn hóa từ 0 đến 1.

Độ tin cậy tổng hợp (đôi khi được gọi là độ tin cậy xây dựng) là thước đo tính nhất quán bên trong của các hạng mục trong thang đo, giống như hệ số Cronbach's alpha. Nó có thể được coi là bằng tổng mức chênh lệch điểm thực tế so với tổng mức chênh lệch điểm thang đo (Brunner & Süß, 2005). Ngoài ra, nó

là “chỉ báo về sự khác biệt chung giữa các biến quan sát được sử dụng như một chỉ báo về cấu trúc tiềm ẩn” (Fornell & Larcker, 1981). Công thức tính CR:

$$\frac{\left(\sum_{i=1}^p \lambda_i\right)^2}{\left(\sum_{i=1}^p \lambda_i\right)^2 + \sum_i^p V(\delta)}$$

Trong đó:

$\lambda_i$  = tải tiêu chuẩn toàn phần cho biến quan sát thứ  $i$

$V(\delta_i)$  = phương sai phần dư của biến quan sát thứ  $i$

$p$  = số lượng biến quan sát của biến tiềm ẩn

Trong bài nghiên cứu này, hệ số Cronbach's alpha và CR của tất cả các biến tiềm ẩn đều lớn hơn 0.7 (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017). Cụ thể, các mục được tải tốt trong mỗi chiều từ 0.754 đến 0.961. Đối với Cronbach's alpha và CR, các giá trị nằm trong khoảng từ 0.905 đến 0.969 và 0.934 đến 0.972 đối với khả năng kiểm soát hành vi được nhận thức và các điều kiện môi trường Phong Thủy tương ứng.

Bước kế tiếp là đánh giá (tính) giá trị hội tụ của từng cấu trúc. Giá trị hội tụ là mức độ hội tụ của cấu trúc để giải thích sự khác biệt của các chỉ số của nó. Số liệu được sử dụng để đánh giá tính hợp lệ hội tụ của cấu trúc là phương sai trung bình được trích xuất (AVE) cho tất cả các chỉ báo trên mỗi cấu trúc. AVE được định nghĩa là giá trị trung bình tổng của các tải bình phương của các chỉ báo liên quan đến cấu trúc (tức là tổng các hệ số tải bình phương chia cho số lượng chỉ báo – Bảng 5). Do đó, AVE tương đương với tính cộng đồng của một cấu trúc.



AVE tối thiểu có thể chấp nhận được là 0,50 – AVE từ 0,50 trở lên cho thấy cấu trúc giải thích được 50% phương sai trở lên của các chỉ số tạo nên cấu trúc đó (Hair et al., 2020). Ngoài ra, các giá trị trích xuất phương sai trung bình (Average Variance Extracted - AVE), được sử dụng để đo giá trị hội tụ, có thể chấp nhận được vì các giá trị cao hơn 0.5, nằm trong khoảng từ 0.682 (Điều kiện môi trường Phong thủy) đến 0.896 (Chuẩn mực khách quan). Do đó, tính hợp lệ hội tụ của dữ liệu được đảm bảo và độ tin cậy được khẳng định, như được trình bày trong Bảng 6.

**Bảng 4.** Hệ số tải (Outer loadings)

	<b>Chính sách chính phủ</b>	<b>Chuẩn mực khách quan</b>	<b>Cơ sở hạ tầng</b>	<b>Nhan thực hành vi</b>	<b>Phong thủy</b>	<b>Thái độ</b>	<b>Y dinh mua</b>
AT1						0.928	
AT2						0.941	
AT3						0.934	
AT4						0.928	
BC1				0.848			
BC2				0.873			
BC3				0.91			
BC4				0.897			
BI1							0.845
BI2							0.901
BI3							0.898
BI4							0.855
BI5							0.832
FE1					0.781		
FE10					0.850		
FE11					0.861		
FE12					0.844		
FE13					0.844		
FE14					0.842		
FE15					0.832		
FE16					0.755		

	<b>Chinh sach chinh phu</b>	<b>Chuan muc khach quan</b>	<b>Co so ha tang</b>	<b>Nhan thuc hanh vi</b>	<b>Phong thuy</b>	<b>Thai do</b>	<b>Y dinh mua</b>
FE2					0.753		
FE3					0.786		
FE4					0.783		
FE5					0.874		
FE6					0.861		
FE7					0.850		
FE8					0.849		
FE9					0.839		
LR1	0.886						
LR2	0.908						
LR3	0.800						
LR4	0.898						
LR5	0.910						
LR6	0.914						
LR7	0.909						
SI1			0.939				
SI2			0.931				
SI3			0.902				
SI4			0.874				
SN1		0.924					
SN2		0.961					
SN3		0.954					

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2023

Trong nghiên cứu, việc đảm bảo tính hợp lệ và độ tin cậy của các phát hiện xoay quanh việc giảm thiểu những sai lệch phương pháp phổ biến (common method bias - CMB) có thể làm sai lệch kết quả. Một sai lệch như vậy phát sinh từ phương sai chung do chính phương pháp đo lường chứ không phải do cấu trúc được đo. Thử nghiệm đơn yếu tố của Harman (Harman's Single-Factor Test) đưa ra một phương pháp thống kê sơ bộ để đánh giá sự hiện diện và mức độ nghiêm trọng tiềm tàng của CMB (Kock, 2021).

Kỹ thuật này sử dụng phân tích nhân tố với tất cả các biến đo lường được đưa vào phân tích cùng một lúc. Mục tiêu là xác định các yếu tố cơ bản giải thích sự khác biệt trong dữ liệu. Một chỉ báo quan trọng về CMB tiềm ẩn sẽ phát sinh nếu một yếu tố duy nhất chiếm một phần đáng kể trong tổng phương sai, thường vượt quá 50%. Yếu tố chi phối này được cho là đại diện cho phương sai chung được đưa ra bởi phương pháp chung được sử dụng. Total extracted variance của mô hình này là 47%.

Cuối cùng, các giá trị Full collinearity VIF (FCVIF) được tính toán theo (Kock, 2015) để kiểm tra độ lệch phương pháp phổ biến (common method bias - CMB) với điểm cắt là 3.3. Đáng chú ý, kết quả cho thấy các giá trị FCVIF có thể chấp nhận được để kiểm tra các cấu trúc bao gồm chính sách của chính phủ (1.639), cơ sở hạ tầng xã hội ( 2.819), điều kiện môi trường Phong thủy (2.631), thái độ (2.587), nhận thức kiểm soát hành vi (2.038), chuẩn mực khách quan (2.819) và ý định mua (2.975). Do đó, độ lệch phương pháp chung không phải là vấn đề khi kiểm tra các mối quan hệ trong mô hình.

**Bảng 5.** Độ tin cậy và giá trị hội tụ

	<b>Hệ số Cronbach alpha ( &gt; 0.7)</b>	<b>RHO_A ( &gt; 0.7)</b>	<b>CR ( &gt; 0.7)</b>	<b>AVE ( &gt; 0.5)</b>	<b>FCVIF</b>
<b>Thái độ</b>	0.950	0.951	0.964	0.870	2.587

<b>Nhận thức kiểm soát hành vi</b>	0.905	0.906	0.934	0.779	2.038
<b>Điều kiện môi trường Phong Thủy</b>	0.969	0.970	0.972	0.682	2.631
<b>Chính sách của chính phủ</b>	0.956	0.961	0.964	0.792	1.639
<b>Ý định mua</b>	0.917	0.919	0.938	0.751	2.975
<b>Cơ sở hạ tầng xã hội</b>	0.932	0.940	0.952	0.832	2.819
<b>Chuẩn mực khách quan</b>	0.942	0.943	0.963	0.896	2.819

Nguồn: Trích xuất từ phần mềm SmartPLS

Bước kế tiếp là đánh giá giá trị phân biệt. Số liệu này đo lường mức độ mà một cấu trúc khác biệt về mặt thực nghiệm với các cấu trúc khác trong mô hình cấu trúc. Fornell và Larcker (1981) đã đề xuất số liệu truyền thống và đề xuất rằng AVE (phương sai bình phương bên trong) của mỗi cấu trúc nên được so sánh với mỗi tương quan bình phương giữa các cấu trúc (như một thước đo về phương sai chung giữa các cấu trúc) của cùng một cấu trúc đó và tất cả các mối tương quan bình phương giữa các cấu trúc khác không được lớn hơn AVE của chính nó. Sau đó, căn bậc hai của AVE được tính để so sánh với mỗi tương quan giữa mọi cặp biến tiềm ẩn. Theo Bảng 7, không có hệ số tương quan nào lớn hơn căn bậc hai

của AVE; do đó, giá trị phân biệt được đảm bảo, theo tiêu chí của Fornell và Larcker (1981).

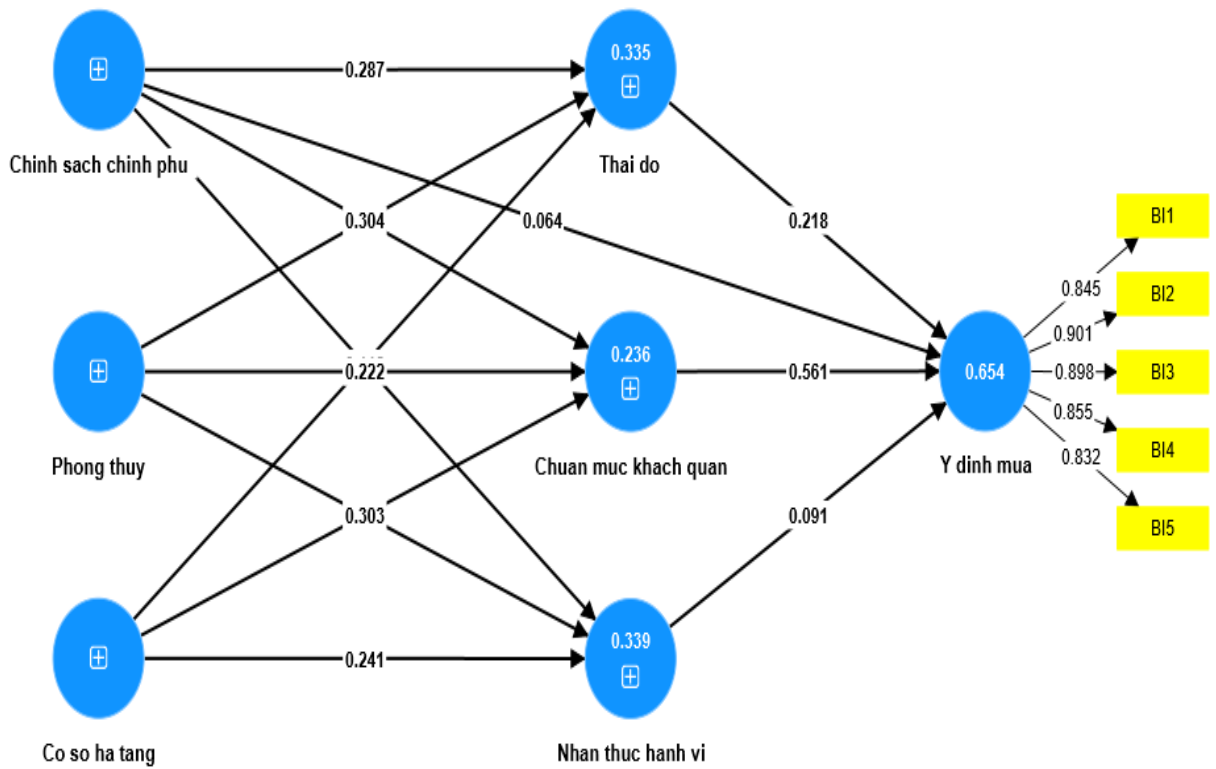
Tỉ lệ heterotrait–monotrait (HTMT) là thước đo mức độ tương tự giữa các biến tiềm ẩn. Nếu HTMT rõ ràng nhỏ hơn 1 thì giá trị phân biệt có thể được coi là đã được xác lập. Trong nhiều tình huống thực tế, ngưỡng 0,85 có thể phân biệt một cách đáng tin cậy giữa các cặp biến tiềm ẩn có giá trị phân biệt đối xử và những cặp biến không có giá trị phân biệt. Mô phỏng Monte Carlo cung cấp bằng chứng cho hiệu suất phân loại thuận lợi của HTMT (Franke & Sarstedt, 2019; Voorhees, Brady, Calantone & Ramirez, 2016). Hơn nữa, HTMT tương đối dễ tính toán; nó chỉ yêu cầu mối tương quan của các biến quan sát làm đầu vào. Không cần phân tích nhân tố khám phá hoặc khẳng định. Hơn nữa, Bảng 7 cũng cho thấy các giá trị tốt của tỷ lệ Heterotrait-Monotrait tất cả đều dưới 0.85, theo ngưỡng từ Kline (2015). Do đó, giá trị phân biệt của các phép đo cũng được xác nhận.

**Bảng 6.** Giá trị phân biệt

	<b>Fornell -Larcker</b>						
	<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>	<b>(4)</b>	<b>(5)</b>	<b>(6)</b>	<b>(7)</b>
<b>(1) Thái độ</b>	0.933						
<b>(2) Kiểm soát hành vi</b>	0.651	0.882					
<b>(3) Điều kiện môi trường Phong Thủy</b>	0.513	0.544	0.826				

	<b>Fornell -Larcker</b>						
	<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>	<b>(4)</b>	<b>(5)</b>	<b>(6)</b>	<b>(7)</b>
<b>(4) Chính sách của chính phủ</b>	0.488	0.402	0.508	0.890			
<b>(5) Ý định mua</b>	0.669	0.558	0.510	0.390	0.867		
<b>(6) Cơ sở hạ tầng xã hội</b>	0.476	0.535	0.761	0.564	0.512	0.912	
<b>(7) Chuẩn mực khách quan</b>	0.644	0.534	0.447	0.328	0.771	0.456	0.947
	<b>Đa tính trạng-Đơn tính trạng (HTMT) (&lt; 0.85)</b>						
<b>(1) Thái độ</b>							
<b>(2) Kiểm soát hành vi</b>	0.702						
<b>(3) Điều kiện môi trường Phong Thủy</b>	0.527	0.576					
<b>(4) Chính sách của chính phủ</b>	0.508	0.431	0.528				
<b>(5) Ý định mua</b>	0.715	0.614	0.536	0.413			
<b>(6) Cơ sở hạ tầng xã hội</b>	0.502	0.581	0.802	0.600	0.553		
<b>(7) Chuẩn mực khách quan</b>	0.681	0.579	0.461	0.342	0.828	0.482	

Nguồn: Trích xuất từ phần mềm SmartPLS

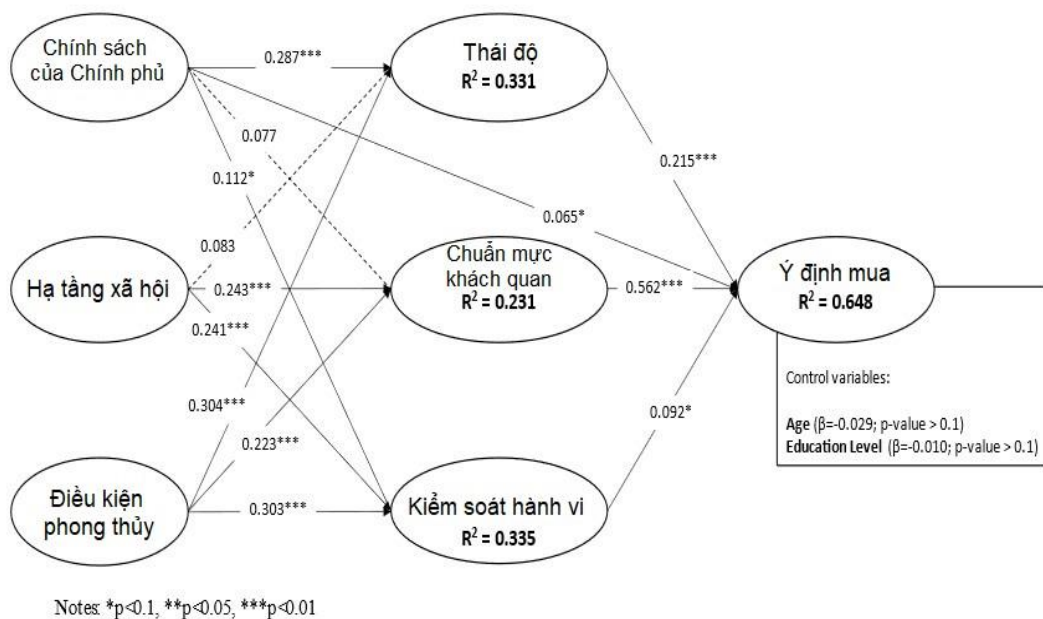


**Hình 3.** Kết quả mô hình thang đo

#### 4.1.2. Mô hình cấu trúc

Giá trị tiêu chuẩn căn bậc hai bình phương trung bình phần dư (standardized root mean square residual - SRMR) dựa trên việc chuyển đổi cả ma trận hiệp phương sai mẫu và ma trận hiệp phương sai dự đoán thành ma trận tương quan. SRMR được định nghĩa là sự khác biệt giữa mỗi tương quan quan sát được và ma trận tương quan ngụ ý của mô hình. Do đó, nó cho phép đánh giá mức độ khác biệt trung bình giữa các mối tương quan được quan sát và dự kiến như một thước đo tuyệt đối về tiêu chí phù hợp (mô hình). Mục đích của PLS-SEM là để dự đoán hơn là mô hình giải thích. Do đó, những nỗ lực phát triển số liệu thống kê về mức độ phù hợp của mô hình hoặc hy sinh khả năng dự đoán để đạt được “sự phù hợp” tốt hơn thậm chí có thể gây hại và đã được chứng minh là có vấn đề nghiêm trọng (Henseler & Sarstedt, 2013), điều này giải thích cho các giá trị phù hợp với mô

hình hợp lý chẳng hạn như  $SMRM_{\text{mô hình bão hòa}} = 0.049 < 0.08$  (Hu & Bentler, 1999), nhưng  $SMRM_{\text{mô hình ước tính}} = 0.084 > 0.08$ . Thay vào đó, các hệ số xác định ( $R^2$ ) và hệ số đường dẫn là các chỉ số thay thế để dự đoán các cấu trúc nội sinh như thái độ, chuẩn mực khách quan, nhận thức kiểm soát hành vi và ý định mua. Cụ thể, chính sách của chính phủ, cơ sở hạ tầng xã hội và điều kiện môi trường Phong thủy có thể giải thích lần lượt 33.1%, 23.1%, 33.5% tổng phương sai của thái độ, chuẩn mực khách quan và kiểm soát hành vi nhận thức, giải thích 64.8% tổng phương sai của ý định mua ( xem Hình 2).



**Hình 4.** Kết quả kiểm định giả thuyết

Bảng 8 cho thấy mười một trong số mười ba giả thuyết được hỗ trợ sau khi chạy bootstrap với 5,000 mẫu phụ. Đầu tiên 03 yếu tố TPB bao gồm thái độ, chuẩn mực khách quan, nhận thức kiểm soát hành vi có thể dự đoán ý định mua BĐS



của khách hàng; do đó, H1, H2 và H3 đã được hỗ trợ. Tác động từ chính sách của Chính phủ trong 04 kết quả kỳ vọng cho thấy chính sách của chính phủ có ảnh hưởng tích cực đến thái độ của khách hàng ( $\beta = 0.287$ ;  $p < 0.01$ ), nhận thức kiểm soát hành vi ( $\beta = 0.112$ ;  $p < 0.1$ ) và ý định mua ( $\beta = 0.065$ ;  $p < 0.1$ ); do đó, H4, H5, và H7 đã được hỗ trợ. Hơn nữa, trong khi mối quan hệ giữa cơ sở hạ tầng xã hội và thái độ là không đáng kể, tác động tích cực của cơ sở hạ tầng xã hội đối với chuẩn mực khách quan ( $\beta = 0.243$ ;  $p < 0.01$ ) và nhận thức kiểm soát hành vi ( $\beta = 0.241$ ;  $p < 0.01$ ) đã được khẳng định. Do đó, H9 và H10 đã được hỗ trợ. Các tác động tích cực của các điều kiện xung quanh điều kiện phong thủy đối với thái độ, chuẩn mực khách quan và kiểm soát hành vi được nhận thức đều có ý nghĩa với các hệ số đường dẫn lần lượt là 0.304, 0.223 và 0.303; do đó, H11, H12 và H13 đã được hỗ trợ.

**Bảng 7.** Kết quả kiểm định giả thuyết

<b>Giả thuyết</b>	<b>Hệ số hồi quy</b>	<b>T-Stat</b>	<b>Kết quả</b>
<b>H1:</b> Thái độ -> Ý định mua	0.215***	3.871	Được hỗ trợ
<b>H2:</b> Chuẩn mực khách quan -> Ý định mua	0.562***	12.383	Được hỗ trợ
<b>H3:</b> Nhận thức kiểm soát hành vi -> Ý định mua	0.092*	1.859	Được hỗ trợ
<b>H4:</b> Chính sách của chính phủ -> Thái độ	0.287***	5.282	Được hỗ trợ

<b>Giả thuyết</b>	<b>Hệ số hồi quy</b>	<b>T-Stat</b>	<b>Kết quả</b>
<b>H5:</b> Chính sách của chính phủ -> Nhận thức kiểm soát hành vi	0.112*	1.843	Được hỗ trợ
<b>H6:</b> Chính sách của chính phủ -> Chuẩn mực khách quan	0.077	1.256	Không được hỗ trợ
<b>H7:</b> Chính sách của chính phủ -> Ý định mua	0.065*	1.921	Được hỗ trợ
<b>H8:</b> Hạ tầng xã hội -> Thái độ	0.083	1.195	Không được hỗ trợ
<b>H9 :</b> Hạ tầng xã hội -> Chuẩn mực khách quan	0.243***	3.115	Được hỗ trợ
<b>H10:</b> Hạ tầng xã hội -> Nhận thức kiểm soát hành vi	0.241***	3.470	Được hỗ trợ
<b>H11:</b> Điều kiện xung quanh Phong thủy -> Thái độ	0.304***	5.160	Được hỗ trợ
<b>H12:</b> Điều kiện môi trường Phong thủy -> Chuẩn mực khách quan	0.223***	3.143	Được hỗ trợ
<b>H13:</b> Điều kiện môi trường Phong thủy -> Nhận thức kiểm soát hành vi	0.303***	4.874	Được hỗ trợ

Ghi chú: \*p-value < 0.1, \*\*p-value < 0.05, \*\*\*p-value <0.01 .

Nguồn: Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả trích xuất từ phần mềm SmartPLS

## **4.2. Thảo luận và đóng góp**

### **4.2.1.Thảo luận về kết quả nghiên cứu**

Kết quả chỉ ra rằng ý định mua bất động sản du lịch của nhà đầu tư có thể được dự đoán bởi thái độ, chuẩn mực xã hội và kiểm soát hành vi. Trong ba yếu tố, chuẩn mực xã hội dường như có tác động tích cực đáng kể nhất đến ý định mua BĐSĐL, trong khi kiểm soát hành vi có ảnh hưởng tương đối ít hơn. Từ những phát hiện này ngụ ý rằng văn hóa và môi trường xung quanh có thể củng cố ý định mua BĐSĐL. Cụ thể, các nhà đầu tư có xu hướng hỏi ý kiến của những người thân thiết trước khi đưa ra quyết định đầu tư. Do đó, những đánh giá tích cực về BĐSĐL từ bạn bè thân thiết và các thành viên trong gia đình có thể khuyến khích mạnh mẽ ý định mua BĐSĐL. Phát hiện này phù hợp với các nghiên cứu trước đây của Judge et al. (2019); Yadav & Pathak (2016), những người cũng xác nhận các biến TPB khuyến khích ý định mua tài sản bất động sản. Tuy nhiên, kết quả này mâu thuẫn với nghiên cứu của Zhang (2020), cho thấy chuẩn mực xã hội và nhận thức kiểm soát hành vi không có tác động đến ý định mua nhà ở xanh. Tương tự, Zahan et al. (2020) chuẩn mực xã hội cũng được xác nhận không phải là yếu tố dự báo mạnh mẽ về ý định mua nhà ở xanh.

Mặc dù các chính sách của chính phủ có ảnh hưởng đáng kể đến các khía cạnh khác nhau của ý định đầu tư vào BĐSĐL, nhưng tác động của chúng đối với các chuẩn mực khách quan, đặc biệt trong bối cảnh mua bất động sản du lịch,

thường bị hạn chế và gián tiếp. Điều này chủ yếu là do các chuẩn mực khách quan, như một cấu trúc trong Lý thuyết Hành vi có kế hoạch, xuất phát từ những ảnh hưởng xã hội, giá trị cá nhân và niềm tin văn hóa, thường ăn sâu và ít bị ảnh hưởng bởi những thay đổi chính sách ngắn hạn. Các chính sách của chính phủ chủ yếu nhắm vào các khía cạnh kinh tế và pháp lý của bất động sản, nhằm mục đích kích thích tăng trưởng, kiểm soát đầu cơ hoặc thúc đẩy khả năng chi trả. Những chính sách này, chẳng hạn như ưu đãi thuế, quy định cho vay hoặc luật phân vùng, chủ yếu ảnh hưởng đến nhận thức về kiểm soát hành vi và nhận thức về lợi ích hoặc chi phí liên quan đến việc mua hàng. Ví dụ, giảm thuế có thể làm cho việc mua bất động sản du lịch trở nên hấp dẫn hơn về mặt tài chính, ảnh hưởng đến lợi ích được cảm nhận, nhưng chúng ít có khả năng làm thay đổi niềm tin của một cá nhân về việc liệu việc mua bán như vậy có được xã hội chấp nhận hay mong muốn hay không. Bên cạnh đó, các chuẩn mực khách quan thường được hình thành bởi niềm tin văn hóa lâu đời, truyền thống gia đình và giới xã hội, tương đối chống lại sự can thiệp của chính phủ. Ví dụ, ở nhiều nền văn hóa, việc sở hữu tài sản, đặc biệt là nhà nghỉ, gắn liền với địa vị, sự an toàn và di sản gia đình. Những niềm tin đã ăn sâu này khó có thể bị lung lay bởi các chính sách của chính phủ không trực tiếp thách thức hoặc mâu thuẫn với những chuẩn mực văn hóa này. Tác động của các chính sách của chính phủ đối với các chuẩn mực khách quan thường được điều chỉnh bởi các diễn giải cá nhân và khuôn khổ truyền thông. Ngay cả khi các chính sách trực tiếp giải quyết các khía cạnh xã hội hoặc văn hóa, hiệu quả của chúng trong việc thay đổi các chuẩn mực khách quan vẫn phụ thuộc vào cách công chúng nhìn nhận và truyền đạt chúng. Ví dụ, một chiến dịch của chính phủ

thúc đẩy du lịch nội địa có thể gây được tiếng vang với những cá nhân vốn coi trọng trải nghiệm địa phương nhưng có thể có tác động hạn chế đối với những người ưu tiên du lịch quốc tế do những ảnh hưởng xã hội đã có từ trước.

Tóm lại, mặc dù các chính sách của chính phủ đóng vai trò quan trọng trong việc định hình thị trường bất động sản nhưng tác động trực tiếp của chúng lên các chuẩn mực khách quan trong bối cảnh mua bất động sản du lịch thường bị hạn chế. Điều này là do các chuẩn mực khách quan có nguồn gốc sâu xa từ ảnh hưởng xã hội, niềm tin văn hóa và giá trị cá nhân, nên ít bị ảnh hưởng bởi những thay đổi chính sách ngắn hạn. Mặc dù có thể có ảnh hưởng lâu dài và gián tiếp, nhưng các chính sách của chính phủ chủ yếu ảnh hưởng đến bối cảnh kinh tế và pháp lý, khiến cho lĩnh vực chuẩn mực văn hóa và xã hội tương đối không bị ảnh hưởng.

Khẳng định rằng cơ sở hạ tầng xã hội không tác động đến thái độ đối với việc mua bất động sản du lịch là một sự đơn giản hóa quá mức. Mặc dù cơ sở hạ tầng xã hội có thể không phải là yếu tố trực tiếp thúc đẩy thái độ trong bối cảnh này, nhưng nó đóng một vai trò quan trọng, mặc dù thường là gián tiếp, trong việc hình thành nhận thức và ảnh hưởng đến các quyết định. Trong khi các yếu tố như lợi ích tài chính, tiềm năng đầu tư và sở thích cá nhân ban đầu có thể có ảnh hưởng lớn hơn đến việc hình thành thái độ đối với bất động sản du lịch thì cơ sở hạ tầng xã hội là nền tảng cho nhiều yếu tố trong số này. Ví dụ, dự án phát triển bất động sản du lịch nằm trong khu vực có khả năng tiếp cận dịch vụ chăm sóc sức khỏe hạn chế, các lựa chọn giáo dục kém hoặc thiếu các điểm tham quan văn hóa có thể được coi là kém hấp dẫn hơn, ngay cả khi nó có các ưu đãi tài chính hấp dẫn hoặc cảnh đẹp. Điều này là do những người mua tiềm năng, đặc biệt là những

người đang cân nhắc các lựa chọn lưu trú dài hạn hoặc nghỉ hưu, xem xét môi trường xã hội và khả năng hỗ trợ lối sống mong muốn của họ.

Thông qua kết quả phân tích dữ liệu, nghiên cứu đã áp dụng mô hình TPB để giải thích mối quan hệ giữa ý định mua thông qua các khía cạnh xã hội như chính sách của chính phủ, cơ sở hạ tầng xã hội và điều kiện môi trường Phong Thủy đối với thị trường bất động sản Việt Nam nói riêng và thị trường mới nổi nói chung. Cụ thể, chính sách của chính phủ ảnh hưởng vừa phải đến thái độ của khách hàng đối với việc mua bất động sản và tác động của nó đối với thái độ yếu hơn so với tác động của các điều kiện xung quanh Phong Thủy, đây là yếu tố duy nhất ảnh hưởng tích cực đến cả ba quan điểm của khách hàng: Thái độ, chuẩn mực khách quan và hành vi nhận thức, điều khiển. Sức mạnh của ba tác động này của các điều kiện xung quanh Phong Thủy là vừa phải. Hơn nữa, cơ sở hạ tầng xã hội có tác động tương tự đối với cả chuẩn mực khách quan và kiểm soát hành vi được nhận thức. Cuối cùng, thái độ có tác động yếu hơn đến ý định mua so với các chuẩn mực khách quan, có tác động mạnh nhất so với các mối quan hệ khác trong mô hình.

#### **4.2.2. Những đóng góp về mặt lý luận**

Bài viết này đã có nhiều đóng góp vào mô hình ý định mua BĐSĐL tại thị trường mới nổi. Đầu tiên, những tác động đáng kể của chính sách chính phủ, cơ sở hạ tầng xã hội và điều kiện xung quanh Phong Thủy đối với thái độ, chuẩn mực khách quan nhận thức về kiểm soát hành vi góp phần tạo nên mối quan hệ tích cực giữa các yếu tố xã hội và kỳ vọng của cá nhân đối với tài liệu hiện tại của ngành BĐSĐL, mở rộng TPB (Ajzen, 1991) bằng cách thêm các khía cạnh bên

ngoài như vai trò của chính phủ, thuộc tính cơ sở hạ tầng và kiểu kiến trúc vào mô hình. Tuy nhiên, tác động không đáng kể của kiểm soát hành vi nhận thức đối với ý định mua phù hợp với những phát hiện của AL-Nahdi và cộng sự (2015) nhưng không phù hợp với kết quả của Islam và cộng sự (2022) và Y. Zhang và cộng sự (2020) trong lĩnh vực bất động sản. Đặc biệt, chính sách của chính phủ có thể nâng cao thái độ của khách hàng đối với BĐSĐL, do đó, đóng vai trò thiết yếu trong việc giảm áp lực cao về tính hợp pháp khi mua nhà ở (H. D. Nguyen & ctg., 2021). Những tác động không đáng kể của chính sách của chính phủ đối với các chuẩn mực khách quan nhận thức về kiểm soát hành vi và ý định mua hàng chỉ ra rằng chính sách đó chỉ có thể ảnh hưởng đến thái độ của một cá nhân. Kết quả này không phù hợp với những phát hiện của Wang và cộng sự (2020) và L. Zhang và cộng sự (2018). Một cá nhân như vậy có mục đích cụ thể cho việc mua nhà của họ hơn là thiết lập niềm tin vào một nhóm xã hội. Hơn nữa, BĐSĐL là sản phẩm cao cấp mà khách hàng phải đủ kiến thức và hiểu biết mới có thể tham gia thị trường. Ngược lại, hạ tầng xã hội hướng tới cộng đồng hơn là khía cạnh cá nhân; do đó, hạ tầng xã hội có thể tác động tích cực đến các chuẩn mực khách quan và tạo ra cảm giác kiểm soát hành vi, đặc biệt là đối với người khuyết tật. Điều này giải thích tầm quan trọng của hạ tầng xã hội đối với thái độ của khách hàng, điều này mâu thuẫn với lập luận của các nghiên cứu trước (Chen & Phou , 2013; Wu et al., 2021; Wu, 2016)

Hơn nữa, các điều kiện Phong Thủy là một thiết kế kiến trúc phổ biến cho các nền văn hóa phương Đông và phương Tây (Linda & Tanuwidjaja, 2014; Yap & Lum, 2020). Do đó, mối quan hệ tích cực giữa các điều kiện xung quanh Phong

Thủy và ba biến cốt lõi của TPB, bao gồm thái độ, chuẩn mực khách quan và kiểm soát hành vi nhận thức, phù hợp với triết lý của Sia và cộng sự (2018), trong đó việc mua nhà ở sẽ được thúc đẩy bởi các yếu tố Phong thủy thuận lợi. Kết quả là, một chuẩn mực khách quan dựa trên nguyên tắc Phong Thủy đã được thiết lập trên thị trường BĐSĐL. Hơn nữa, yếu tố phong thủy thuận lợi mang lại cảm giác tài lộc cho khách hàng, dẫn đến thái độ tích cực đối với ý định mua nhà ở.

#### **4.2.3 Những đóng góp mới trong nghiên cứu**

Nghiên cứu về ý định mua, đặc biệt là trong lĩnh vực bất động sản du lịch, đòi hỏi sự hiểu biết toàn diện về các yếu tố đa diện ảnh hưởng đến việc ra quyết định. Trong khi những cân nhắc về kinh tế và hậu cần thường chiếm ưu thế trong những nghiên cứu như vậy thì việc bỏ qua các sắc thái văn hóa hình thành nên nhận thức cá nhân có thể dẫn đến những kết luận không đầy đủ và có khả năng gây hiểu lầm. Điều này đặc biệt có liên quan khi điều tra các thị trường như Việt Nam, nơi tín ngưỡng văn hóa như Phong Thủy có ảnh hưởng đáng kể đến các quyết định đầu tư bất động sản.

Lý do đưa Phong Thủy vào bắt nguồn từ sự liên quan văn hóa không thể phủ nhận của nó ở Việt Nam và các xã hội Đông Á khác. Phong Thủy, một hệ thống nhằm hài hòa môi trường xây dựng với các tác động tự nhiên, thấm sâu vào nhiều khía cạnh khác nhau của cuộc sống, bao gồm cả bất động sản. Việc bỏ qua ảnh hưởng tiềm tàng của nó sẽ giống như việc nghiên cứu hành vi của người tiêu dùng mà không có lăng kính văn hóa tác động lên các cá nhân nhận thức được giá trị, rủi ro và mức độ mong muốn. Đối với nhiều nhà đầu tư Việt Nam, nguyên tắc Phong Thủy không chỉ đơn thuần là mê tín mà đã ăn sâu vào niềm tin văn hóa,



được truyền qua nhiều thế hệ và được củng cố bởi những chuẩn mực cộng đồng. Việc bỏ qua những niềm tin này có nguy cơ bỏ qua một yếu tố thúc đẩy quan trọng của các chuẩn mực chủ quan, một thành phần quan trọng của Lý thuyết Hành vi có Kế hoạch, cho rằng những ảnh hưởng xã hội đóng một vai trò quan trọng trong việc hình thành ý định.

Tuy nhiên, việc đưa Phong Thủy vào các công cụ nghiên cứu phụ thuộc vào việc tuân thủ các cân nhắc nghiêm ngặt về phương pháp luận. Việc phát triển các thước đo đáng tin cậy và xác đáng về tín ngưỡng Phong Thủy đòi hỏi một cách tiếp cận đa diện. Tác giả đã tiến hành đánh giá tài liệu kỹ lưỡng, tham khảo ý kiến của các nhà thực hành và học giả Phong Thủy, đồng thời thu hút các nhà đầu tư tiềm năng thông qua các nhóm tập trung để đảm bảo rằng các vật phẩm phản ánh chính xác các nguyên tắc liên quan và gây được tiếng vang với đối tượng mục tiêu. Sau khi được phát triển, bất kỳ thang Phong Thủy mới nào cũng phải trải qua quá trình kiểm định nghiêm ngặt để đảm bảo độ tin cậy và giá trị của thang đo. Tất cả các đánh giá về tính nhất quán nội tại của các hạng mục trong thang đo và kiểm tra xem thang đo có tương quan với các thước đo liên quan khác hay không đều được thực hiện ở việc kiểm định mô hình thang đo. Tác giả đảm bảo tính minh bạch và khách quan trong suốt quá trình này.

Hơn nữa, việc kết hợp các cân nhắc về Phong Thủy sẽ giải quyết được khoảng trống đáng kể trong nghiên cứu bất động sản du lịch hiện có. Phần lớn tài liệu hiện nay tập trung vào các chỉ số kinh tế, xu hướng thị trường và các yếu tố hậu cần mà bỏ qua các sắc thái văn hóa có thể tác động đáng kể đến quyết định mua hàng. Bằng cách tích hợp Phong thủy, các nhà nghiên cứu có thể hiểu rõ hơn

về cách niềm tin văn hóa giao thoa với những cân nhắc về kinh tế, dẫn đến những phát hiện toàn diện và sâu sắc hơn. Cách tiếp cận này phù hợp với nhu cầu ngày càng tăng đối với các phương pháp nghiên cứu nhạy cảm về văn hóa thừa nhận sự đa dạng trong trải nghiệm của con người và tránh áp đặt các quan điểm lấy phương Tây làm trung tâm vào các bối cảnh ngoài phương Tây. Nghiên cứu đã bổ sung, điều chỉnh, củng cố thang đo với các biến quan sát được phát triển cho phù hợp với các thị trường, chính sách, xã hội tại Việt Nam, cụ thể như sau:

**Bảng 8.** Các biến quan sát mới xây dựng trong thang đo

<b>Nguồn</b>	<b>Tên biến</b>	<b>Biến quan sát</b>	<b>Ghi chú</b>
You và cộng sự (2012)	Chính sách của chính phủ	5. Chính sách pháp luật về thuế bất động sản	Phát triển mới
		6. Minh bạch pháp luật của các cơ quan chức năng và chủ đầu tư	Phát triển mới
		7. Công tác giám sát, chế tài của các cơ quan chức năng	Phát triển mới
Ibem & Alagbe, 2015	Cơ sở hạ tầng xã hội	3. Khoảng cách đến khu trung tâm và các nơi giải trí khác	Phát triển mới

<b>Nguồn</b>	<b>Tên biến</b>	<b>Biến quan sát</b>	<b>Ghi chú</b>
Sia và cộng sự (2018), Khanh 2021, Ibem & Alagbe (2015)	Phong Thủy và các điều kiện bên trong dự án	5. Ánh sáng tự nhiên	Phát triển mới
		6. Lưu thông không khí trong nơi ở	Phát triển mới
		7. Nhiệt độ nơi ở thoái mái	Phát triển mới
		8. Các biện pháp an ninh nội khu	Phát triển mới
		9. Các biện pháp an toàn phòng cháy chữa cháy nội khu	Phát triển mới
		10. Không gian mở và mảng xanh trong khuôn viên	Phát triển mới
		11. Quản lý và bảo trì cơ sở vật chất trong khu nhà	Phát triển mới
		12. Ánh sáng bên ngoài khuôn viên nhà ở	Phát triển mới
		13. Khu vui chơi cho trẻ em	Phát triển mới

<b>Nguồn</b>	<b>Tên biến</b>	<b>Biến quan sát</b>	<b>Ghi chú</b>
		14. Hệ thống cơ sở y tế và chăm sóc sức khỏe	Phát triển mới
		15. Hệ thống bãi đậu xe	Phát triển mới
		16. Cơ sở vật chất cho người khuyết tật và xã hội	Phát triển mới

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2023

### **4.3. Hàm ý chính sách**

Luận án này sẽ đề xuất những góp ý thực tiễn về chính sách phục vụ cho công tác quản lý. Theo Chủ tịch Hiệp hội Bất động sản TP.HCM, bất động sản du lịch đang thừa cung, thiếu quy định cụ thể nên phát triển thiếu bền vững. Do đó, việc tìm ra một phương thức phù hợp để thúc đẩy ý định mua hàng của khách hàng là cần thiết. Kết quả nghiên cứu này có thể giúp các nhà quản lý xây dựng các chiến lược phù hợp để kích hoạt ý định mua của khách hàng đối với BĐSĐL dựa trên các yếu tố bên ngoài. Do đó, tiếp thị BĐSĐL tại Việt Nam được dự đoán sẽ cạnh tranh khốc liệt trong những năm tới. Đặc biệt, mặc dù chính sách của chính phủ không ảnh hưởng đến các chuẩn mực khách quan, nhưng nó có thể nâng cao thái độ của khách hàng đối với bất động sản du lịch. Các nhà quản lý bất

động sản nên tận dụng các chính sách mỗi khi chính phủ ban hành luật nhà ở thuận lợi để khuyến khích nhu cầu của khách hàng và tạo thái độ tích cực đối với việc mua BĐS. Ngoài ra, các nhà tiếp thị nên cho khách hàng thấy một thị trường thuận lợi cho BĐS dựa trên kiến thức sâu sắc về các chính sách hiện tại của chính phủ và các quy định phát hành mới, trong đó thái độ tích cực có thể thúc đẩy ý định mua. Đó sẽ là một cơ hội tốt để nhân viên bán hàng đưa nó vào thực tế mua hàng.

Bên cạnh đó, các chuẩn mực khách quan được cho là yếu tố dự báo có ảnh hưởng nhất đến ý định mua BĐS. Do đó, các nhà quản lý nên tập trung vào các yếu tố có thể nâng cao các chuẩn mực khách quan. Hơn nữa, bài viết này cung cấp hai cấu trúc cơ bản có thể cải thiện các chuẩn mực khách quan, bao gồm các điều kiện xung quanh Phong thủy và cơ sở hạ tầng xã hội. Ví dụ, các thuộc tính thiết yếu của cơ sở hạ tầng xã hội bao gồm các cơ sở giải trí/thể thao, các hoạt động văn hóa, khoảng cách đến các địa điểm yêu thích và điều kiện giao thông. Ngoài ra, các khía cạnh thành công chính của điều kiện xung quanh Phong thủy bao gồm ánh sáng, bảo trì, an toàn, không khí trong lành, khu vực cây xanh, hướng cửa, gió hoặc ban công và tiện nghi nhiệt. Tất cả những yếu tố này nên được đưa vào brochure khi giới thiệu bất động sản tới khách hàng để xây dựng chiến lược marketing tối ưu.

#### **4.3.1. Đóng góp về quy trình phê duyệt giấy phép bán BĐS**

Thành phần hồ sơ và các bước thực hiện thủ tục pháp lý để được phê duyệt giấy phép bán hàng đối với bất động sản thương mại:

Như chúng ta thấy cùng một chức năng kinh doanh bất động sản nhưng một bên kinh doanh nhà ở thương mại thì được nhà nước và các cơ quan cấp có thẩm quyền bảo vệ và giám sát bằng các biện pháp hành chính cũng như sự giám sát thực tiễn trước khi cho phép nhà đầu tư bán sản phẩm cho khách hàng, được chính phủ giám sát và quản trị rủi ro giúp cho các khách hàng, khách hàng bước đầu có thể yên tâm hàng lang pháp lý cho việc ký hợp đồng mua bán bất động sản hình thành trong tương lai, tuy nhiên sau khi ký hợp đồng mua bán thì các cơ quan chính quyền giám sát, cũng như các biện pháp chế tài lỏng lẻo theo các quy định của pháp luật, thiếu minh bạch pháp luật của một số Chủ đầu tư làm việc thiếu nghiêm túc và chuyên nghiệp đã tác động làm ảnh hưởng đến các Chủ đầu tư nghiêm túc, bài bản, thượng tôn pháp luật để tạo ra những giá trị gia tăng sản phẩm cho khách hàng và sự thụ hưởng của xã hội ... trong khi bất động sản du lịch thì chưa có được hàng lang pháp lý bảo vệ cho khách hàng, nhà đầu tư thứ cấp bởi vì pháp luật chưa quy định hay có hướng dẫn cụ thể để các cơ quan có thẩm quyền kiểm soát và rà soát bảo vệ cho khách hàng dẫn đến rủi ro luôn rình rập khách hàng và các khách hàng có thể là dẫn con rôi cho chủ đầu tư bởi vì thiếu sự giám sát chặt chẽ của chính quyền, thiếu sự đồng bộ về pháp luật, sự chòng chẹo pháp luật là khe hở giúp các nhà đầu tư lách luật cùng với sự hỗ trợ không nhỏ của một số người thực thi pháp luật giúp sức cho các chủ đầu tư gây nên ức chế cho các nhà đầu tư (bên yếu thế) những nguyên nhân khác quan từ yếu tố pháp luật không đồng bộ, chòng chẹo và yếu tố chủ quan từ sự thiếu tận tâm cơ quan chính quyền,

sự chế tài và giám sát thực thi pháp luật mang tính giáo điều của các cấp chính quyền chưa đủ sức răn đe với các chủ đầu tư làm không đúng theo pháp luật vô hình chung đã gây thiệt hại cho khách hàng, cho nhà nước và cho xã hội, là một trong những nguyên nhân gây nên ức chế và bức xúc trong xã hội về trách nhiệm thực thi pháp luật

#### **4.3.2. Tác động môi trường kinh tế- xã hội đến ý định đầu tư**

Theo nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi, Thái độ của nghiên cứu thì mãi lực của thị trường sẽ tác động đến ý định đầu tư của khách hàng, bởi vì Bất động sản nghỉ dưỡng là sản phẩm hầu như chỉ phục vụ cho khách hàng các các nhà đầu tư thứ cấp do sản phẩm này không có chức năng ở nên đối tượng khách hàng là những nhà có nhu cầu thực sự về du lịch ngắn ngày và sau đó hợp tác với chủ đầu tư để đưa vào khai thác lưu trú du lịch để phân chia lợi nhuận, nên những khách hàng này là những khách hàng có kiến thức tốt về tài chính, dòng tiền nhàn rỗi và nắm bắt thông tin, chính sách cũng như thị trường, việc thẩm định trước khi đầu tư sản phẩm của khách hàng là nhu cầu thị trường và lượng cung hàng hóa sẽ tác động đến quyết định hành vi đầu tư của khách hàng. Vì vậy các thông kê các sản phẩm hiện có đang khai thác và sản phẩm chuẩn bị khai thác và dự báo lượng khách hàng hiện tại cũng như tương lai là đòn bẩy kích thích lên ý định đầu tư.

Nhu cầu về bất động sản du lịch – nghỉ dưỡng ở Việt Nam trước đại dịch Covid-19 tăng lên một cách nhanh chóng do đời sống và thu nhập người dân được tăng lên, nguồn tiền trong dân của Việt Nam rất lớn, cộng với lãi suất tiền gửi, tiền vay ngân hàng được duy trì ở mức độ thấp nên đã thúc đẩy cơ hội đầu tư về

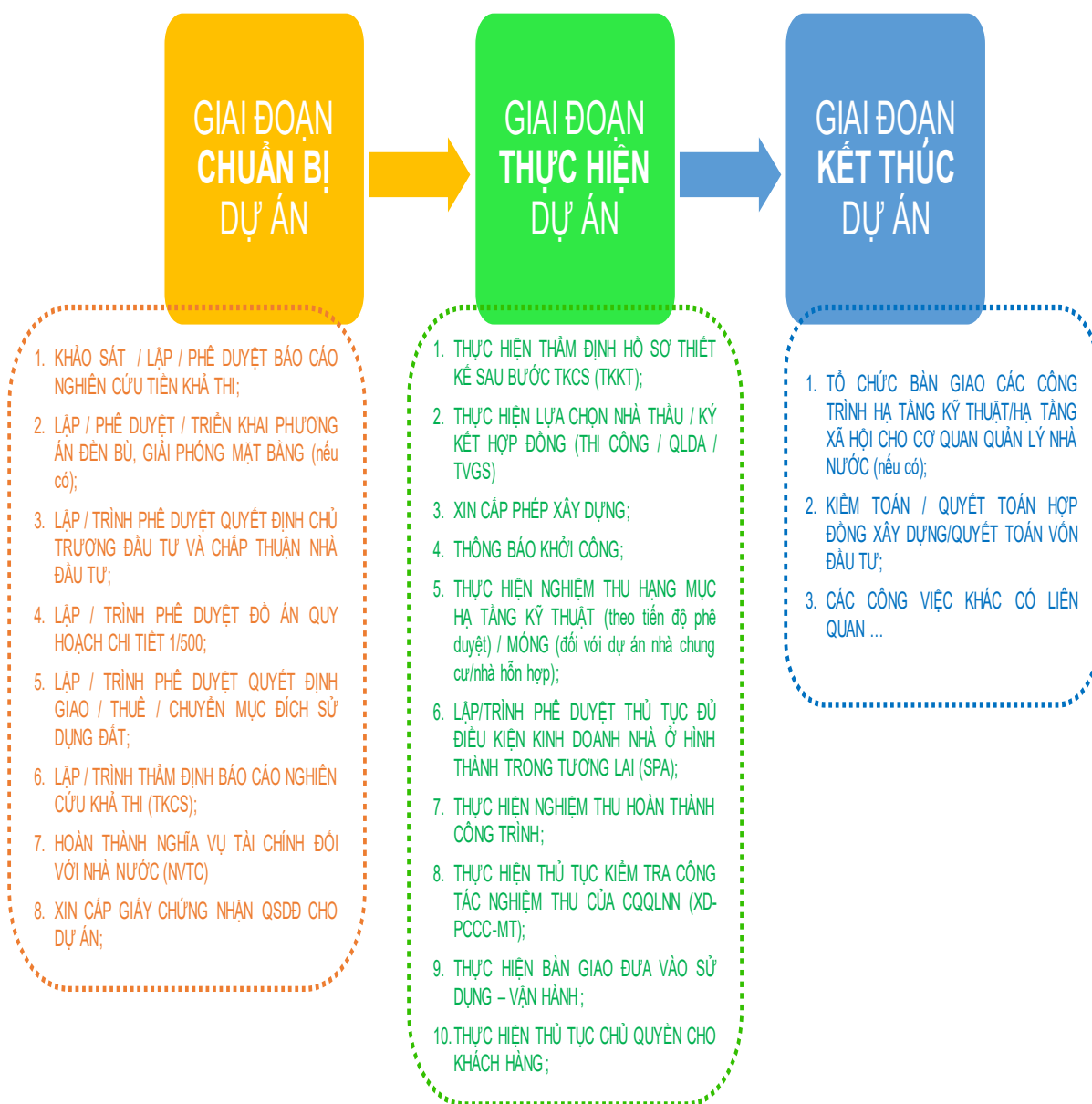
bất động sản nói chung và bất động sản du lịch nói riêng, ngoài ra yếu tố quan trọng liên quan đó là “khẩu vị” của đại bộ phận người dân Việt Nam hiện nay là thích đầu tư vào bất động sản, song song sự phát triển về kinh tế, du lịch cũng như các yếu tố về địa lý, an ninh và văn hóa – xã hội. Khi chất lượng cuộc sống được cải thiện, người dân có xu hướng tìm phương cách thụ hưởng chất lượng cuộc sống đó là những chuyến du lịch để khám phá và tìm hiểu cội nguồn, tìm hiểu những tinh hoa con người đã lưu truyền cho đời con cháu những nét đẹp văn hóa cũng như cảnh đẹp thiên nhiên đã ban tặng cho đất nước... Có thể nói rằng thị trường bất động sản du lịch nước ta đang phụ thuộc rất lớn vào ngành du lịch, sự phát triển ngành du lịch khá tốt trong năm vừa qua khi lượng khách du lịch đến Việt Nam tăng trưởng cao, chính vì vậy đã đẩy mạnh được sức hút đầu tư vào bất động sản du lịch càng được lan tỏa do đáp ứng được đầy đủ các tiêu chí về tỷ suất sinh lời và nghỉ dưỡng, bất động sản du lịch – nghỉ dưỡng đang dần chiếm được ưu thế so với các kênh đầu tư khác. Tuy nhiên, tình hình chính trị thế giới và khu vực biển Đông thường xuyên có những biến động tiêu cực, rất dễ dàng gây nên những xung đột vũ trang giữa các nước... Theo khách quan mà nói không có yếu tố nào đảm bảo điều này sẽ tiếp tục được duy trì trong những năm tiếp theo, bởi du lịch là một trong những ngành rất dễ bị tổn thương do những biến động biến đổi khí hậu, về kinh tế, chính trị, xã hội và quân sự... Hơn thế nữa khi chúng ta có vị trí nằm ở khu vực biển Đông, một vùng biển chiếm trọn chiều dài đất nước Việt Nam.

#### **4.3.3. Chính sách pháp lý đầu tư bất động sản đang được áp dụng**



1. Luật Quy hoạch đô thị năm 2009;
2. Luật Xây dựng năm 2014 và 2020;
3. Luật Đầu tư 2020;
4. Luật Kinh doanh bất động sản năm 2014;
5. Luật Đất đai năm 2013;
6. Luật Nhà ở năm 2014;
7. Luật Phòng cháy và chữa cháy bổ sung 2013;
8. Luật bảo vệ môi trường 2022;
9. Các Nghị Định:
  - ❖ Nghị định 37/2010/NĐ-CP ngày 07/4/2010 về lập, thẩm định, phê duyệt và quản lý quy hoạch đô thị;
  - ❖ Nghị định 15/2021/NĐ-CP ngày 03/3/2021 quy định chi tiết một số nội dung về quản lý dự án đầu tư xây dựng;
  - ❖ Nghị định 06/2021/NĐ-CP ngày 26/01/2021 quy định chi tiết một số nội dung về quản lý chất lượng, thi công xây dựng và bảo trì công trình xây dựng;
  - ❖ Nghị định 35/2023/NĐ-CP ngày 20/6/2023 sửa đổi, bổ sung một số điều của các nghị định thuộc lĩnh vực quản lý nhà nước của bộ xây dựng;
  - ❖ Nghị định 136/2020/NĐ-CP ngày 24/11/2020 quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành luật phòng cháy và chữa cháy và luật sửa đổi, bổ sung một số điều của luật phòng cháy và chữa cháy;

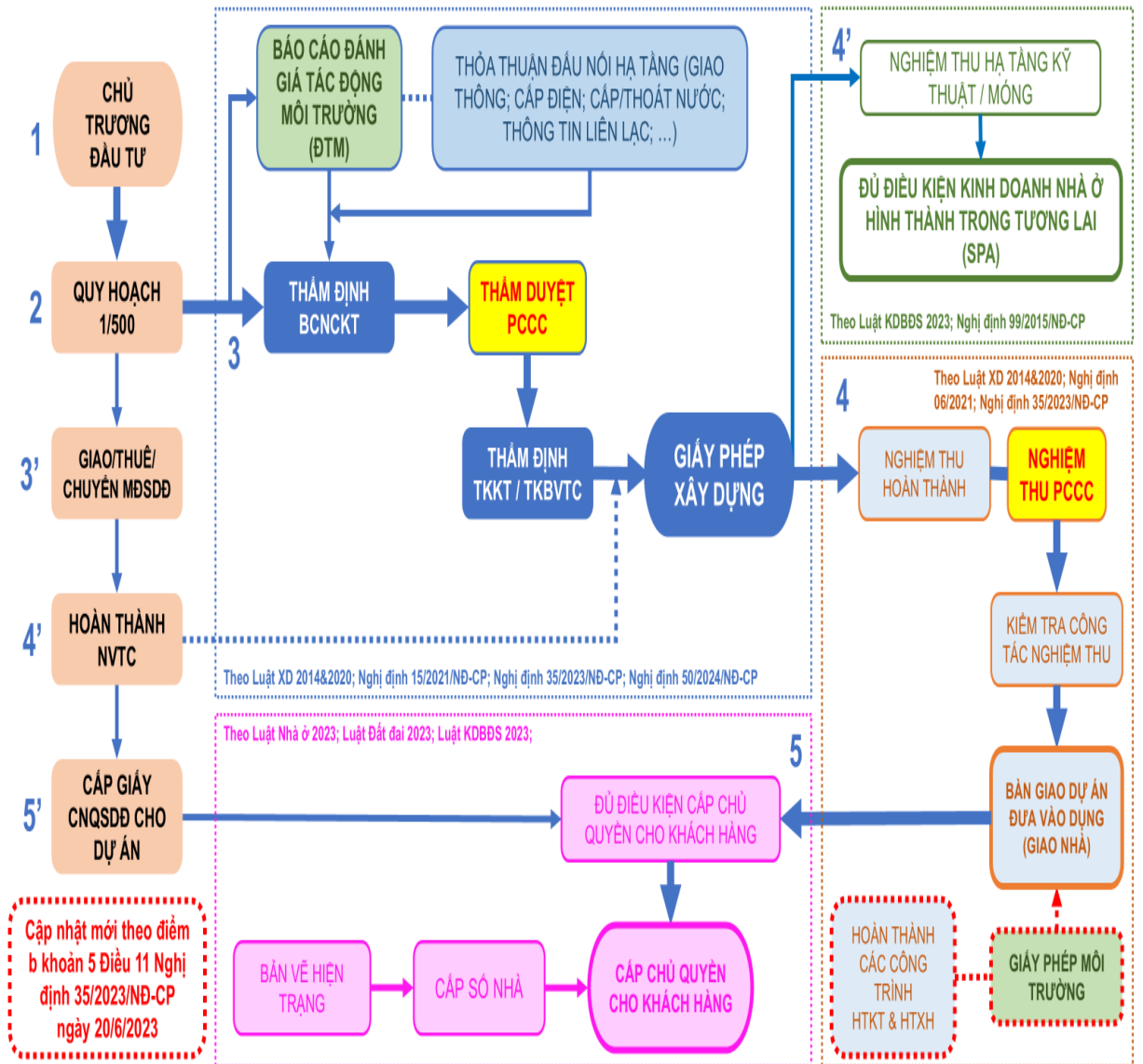
# PHÁP LÝ LIÊN QUAN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG DỰ ÁN BĐS



4

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2023

# QUY TRÌNH ĐẦU TƯ XÂY DỰNG DỰ ÁN BĐS



Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2023

#### **4.3.4. Hạn chế về thực thi và tầm nhìn trong quản lý chính sách**

Thời gian qua đất nước tuy có phát triển về nhiều mặt, nhưng tính toàn vẹn và khả năng thực thi các luật và quy định còn hạn chế về thực thi, đó là thay đổi về Pháp Luật của Việt Nam nhiều và liên tục trong nhiều năm gần đây và đến bây giờ vẫn còn tiếp tục thay đổi đã ảnh hưởng không nhỏ đến chuyển mình và phát triển của doanh nghiệp và các nhà đầu tư đã dẫn đến sự thụ động trong vấn đề tiếp nhận và giải quyết các vấn đề về đầu tư, xây dựng và nghĩa vụ tài chính cho các dự án bất động sản làm ảnh hưởng đến nguồn thu ngân sách bị chậm và phát sinh tăng cho doanh nghiệp về chi phí, nghĩa vụ về thuế..., ví dụ Quyết định chấp thuận chủ trương đầu tư cho dự án Bất động sản thuộc thẩm quyền của Bộ xây Dựng theo luật nhà ở 2014, tuy nhiên tại Luật đầu tư 2014 cũng quy định việc Quyết định chấp thuận Chủ trương đầu tư dự án thuộc thẩm quyền của Bộ Kế Hoạch Đầu Tư, tuy nhiên Nghị định chính phủ lại quy định là Bộ Xây Dựng và các Sở Xây Dựng tại các địa phương là cơ quan có thẩm quyền thụ lý Quyết định chủ trương đầu tư về dự án bất động sản cho các chủ đầu tư. Khi Luật đầu tư năm 2020 ra đời có hiệu lực năm 2021 thì có Nghị định giao cho Bộ Kế Hoạch Đầu Tư và các Sở Kế Hoạch Đầu Tư địa phương là cơ quan có thẩm quyền thụ lý và giải quyết cho các chủ đầu tư dự án, cũng như Cơ quan có thẩm quyền về tiếp nhận về thực hiện nghĩa vụ tài chính về quyền sử dụng đất cũng thay đổi điều này đã hạn chế nhiều cho sự thúc đẩy nhanh lộ trình pháp lý dự án bất động sản ...Ngoài ra còn phát sinh thêm nhiều nghị định mới đã làm hạn chế tư duy áp dụng pháp luật của các Cán bộ, viên chức các Cơ quan nhà nước... Điều này đã tạo ra

một khoảng trống về vấn đề chuyên tiếp và xử lý các tồn đọng của hồ sơ cũ và sẽ gây “tắc” cục bộ sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến các nhà đầu tư dẫn đến phát triển này thiếu đồng bộ, đâu đó còn có hiện tượng lợi ích nhóm, tư duy cục bộ địa phương, đã làm méo mó sự đầu tư thiếu minh bạch, Chính phủ gặp nhiều khó khăn và thách thức, còn nhiều bất cập chưa theo kịp nhu cầu của nền kinh tế, chưa tương xứng với tầm vóc và vị thế đáng có về đất nước được thiên nhiên ưu đãi về hình thức và nội dung.

#### **4.5.6. Đề xuất giải pháp**

##### **a) Chính phủ hoàn thiện thể chế nền kinh tế thị trường**

Chính phủ tăng tốc xây dựng, hoàn thiện đồng bộ thể chế phát triển, trước hết là thể chế kinh tế thị trường, hoàn thiện các quy định pháp luật không còn phù hợp, trùng chéo, hoặc chưa đầy đủ. Tập trung sửa đổi, hoàn thiện hệ thống pháp luật, đất đai, đấu thầu, đầu tư, du lịch, nhà ở, kinh doanh bất động sản và thuế... Đảm bảo sự thống nhất với các quy định của pháp luật có liên quan và phù hợp với thông lệ quốc tế. Nâng cao tính minh bạch thông tin của chính quyền các cấp, tạo thuận lợi tối đa cho nhà đầu tư nước ngoài tiếp cận thông tin về quỹ đất trong đầu tư xây dựng dự án bất động sản, chính sách khuyến khích về đầu tư với những nhà đầu tư muốn đầu tư lâu dài tại Việt Nam về bất động sản du lịch - nghỉ dưỡng

##### **b) Bảo đảm tính thống nhất và đồng bộ về pháp luật**

Kiến toàn, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ làm công tác xây dựng pháp luật, đây là vấn đề trọng tâm, chất lượng đội ngũ cán bộ có đầy đủ yếu tố Tâm-Trí-Dũng sẽ tác động đến tinh thần, niềm tin của xã hội cũng như các cộng đồng

nhân dân trong và ngoài nước vào pháp luật vào sự điều hành của các cấp chính quyền.

Siết chặt kỷ luật, kỷ cương, đề cao vai trò trách nhiệm người đứng đầu trong xây dựng pháp luật, mạnh dạng loại bỏ ngay hành vi tiêu cực trong công tác xây dựng pháp luật, đặc biệt là phải quyết liệt loại trừ ngay tình trạng lòng ghép”lợi ích nhóm”, lợi ích cục bộ cả các cơ quan quản lý nhà nước phụ trách soạn thảo trong văn bản pháp luật. Do đó trong việc xây dựng và ban hành pháp luật phải thận trọng, chắc chắn, làm tốt từng phần, đặt yêu cao chất lượng, tuyệt đối không chạy theo số lượng, bám sát kịp thời tính thời sự, thực tiễn để đáp ứng yêu cầu của thực tiễn.

### **c) Xây dựng chính sách dữ liệu và chuyển đổi số**

Chính phủ đẩy nhanh tiến độ chuyển đổi số trên phạm vi đồng bộ từ trung ương đến địa phương, cũng như xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ cho các tổ chức, ngành nghề trong xã hội cùng tham gia cuộc cải tiến công nghệ được ví như là cuộc cách mạng công nghệ tại Việt Nam

Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin của thị trường, bởi vì thông tin luôn giữ vai trò cực kỳ quan trọng, đây là yếu tố then chốt trong công tác dự báo tính chu kỳ, quan hệ cung - cầu làm minh bạch thị trường, thúc đẩy niềm tin cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước, tạo sân chơi bình đẳng đúng luật, đúng thông lệ quốc tế để tạo sức cạnh tranh lành mạnh và bền vững. Hiện nay quan trắc thị trường của chính phủ sơ sài, vẫn còn mang tính hình thức, chưa đánh giá toàn diện tầm quan trọng của cơ sở dữ liệu về thị trường, chính thông tin thiếu độ tin cậy nên

chính phủ đã và đang là nạn nhân của chính mình đã làm ảnh hưởng đến tăng trưởng bền vững thực chất của nền kinh tế và sự sống còn của nhiều doanh nghiệp, cụ thể nhất và điển hình phương hướng xây dựng bảng giá thị trường của giá đất hiện nay vẫn chưa thực hiện được và luôn bị lạc hậu so với thị trường, thể hiện sự yếu kém về nhận thức, vai trò quản trị và quản lý của chính phủ của nhiều thời kỳ.

#### **d) Chính phủ kiến tạo cơ chế du lịch là ngành kinh tế trọng tâm**

Hoạch định lại công tác xúc tiến quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam với thế giới, phải xây dựng chính sách, kịch bản có chiều sâu, điểm nhấn để tạo bước chuyển biến tích cực về thị phần, chủ động thu hút khách quốc tế có chọn lọc không dàn trải cào bằng, nâng cao được hình ảnh Việt Nam, tạo dựng hình ảnh Việt Nam ngày càng được yêu mến và tôn trọng. Song song với việc quảng bá hình ảnh và có hành động cụ thể để chứng minh sự trung thực trong hành động “Nói đi đôi với làm” Chính phủ phải hành động thiết thực đó là đẩy mạnh tương tác quan hệ song phương với các quốc gia có tầm ảnh hưởng nền kinh tế Việt Nam trong dài hạn các quốc gia đối tác chiến lược đó là đẩy nhanh ký kết miễn thị thực cho Công dân các quốc gia trên để tạo niềm tin cho các khách du lịch quốc tế, giải quyết được nhanh chóng trong thủ tục hành chính giữa Việt Nam và các quốc gia là đòn bẩy thu hút khách quốc tế đến Việt Nam tạo nền tảng cho Du lịch phát triển mạnh kích thích và kiến tạo cho bất động sản du lịch phát triển chuyên sâu và bền vững.

#### **e) Chính phủ kiến tạo về hạ tầng du lịch theo quy chuẩn quốc tế, tầm nhìn dài hạn**

Xây dựng Chiến lược phát triển đô thị quốc gia tiệm cận với thế giới cho giai đoạn mới, bảo đảm các dự án đô thị du lịch - nghỉ dưỡng là các đô thị tích hợp các mục tiêu tăng trưởng xanh, tiết kiệm tài nguyên, thân thiện với môi trường, phát triển bền vững, thích ứng với biến đổi khí hậu. Đặc biệt phải xây dựng cơ chế đặc thù chính sách phát triển Thủ đô Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các thành phố trực thuộc Trung ương thành các đô thị thông minh, năng động, sáng tạo, dẫn dắt và tạo hiệu ứng lan tỏa, liên kết vùng đô thị; Phát triển mạnh các đô thị vệ tinh của một số đô thị lớn, nhất là Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Mỗi địa phương sẽ tạo cho mình một điểm nhấn về bản sắc văn hóa địa phương, kiến trúc không gian cảnh quan... Thúc đẩy phát triển một số chuỗi đô thị thông minh tại các khu vực kinh tế trọng điểm, nâng cao chất lượng hạ tầng xã hội, nâng cao ý thức pháp luật cho cộng đồng, nâng cao ý thức văn minh và chuyên nghiệp để kết nối Việt Nam luôn là điểm đến văn minh, an toàn, thân thiện với cộng đồng trong nước và thế giới. Chính phủ cần ưu tiên bố trí ngân sách cho quy hoạch đô thị, chương trình quốc gia về phát triển đô thị Việt Nam ứng phó với biến đổi khí hậu, cải tạo, tái thiết và nâng cấp đô thị; Xây dựng và phát triển các đô thị thông minh.

#### **f) Chính phủ xây dựng hệ sinh thái cho bất động sản và du lịch**

Theo Bộ tài chính các năm vừa qua Bất động sản và du lịch đóng góp GDP đáng kể trên 17% GDP ảnh hưởng đến khoảng 60 ngành nghề quan trọng khác nên được xem là hàn thử biểu của nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên hiện nay sự kết nối giữa Bất động sản và du lịch chưa được chặt chẽ, còn rời rạc, Tư lệnh hai ngành này chưa cho thấy mối quan hệ đầy mật thiết giữa hai ngành này vì vậy



hiện nay quy hoạch bất động sản rời rạc xa rời với nhu cầu du lịch thực tế của khách hàng đã tác động đến hành vi đầu tư về bất động sản du lịch chính sự thiếu sự tương trợ nhau giữa hai ngành cũng như sự thiếu định hướng quan tâm sâu sát của Chính phủ đã làm mất đi cơ hội mời gọi đầu tư từ các tập đoàn lớn vào Việt Nam, đã làm giảm đi năng lực cạnh tranh du lịch so với các nước trong khu vực làm suy giảm tốc độ phát triển kinh tế bền vững.

**Kết chương:** Chương 4 đã trình bày kết quả kiểm định các giả thiết trong mô hình nghiên cứu với 11/13 giả thiết được hỗ trợ bởi bằng chứng thực nghiệm. Nghiên cứu này đã góp phần củng cố và mở rộng mô hình Lý thuyết hành vi có kế hoạch với thang đo đã được kiểm định để áp dụng cho lĩnh vực đầu tư bất động sản nghỉ dưỡng tại Việt Nam. Bên cạnh đó, những hàm ý về mặt chính sách và những kiến nghị được đề xuất dựa trên các cơ sở học thuật cũng như thực tiễn trong lĩnh vực bất động sản du lịch đã được trình bày kỹ lưỡng trong chương này.

## CHƯƠNG 5. KẾT LUẬN

### 5.1. Kết luận

Nghiên cứu này được thực hiện để khám phá cách TPB có thể được phát triển hơn nữa để giải thích ý định hành vi của các nhà đầu tư đối với bất động sản du lịch. Luận án này đề xuất mở rộng mô hình TPB kết hợp chính sách của chính phủ, điều kiện phong thủy, hạ tầng xã hội. Để kiểm tra các giả thuyết được đề xuất, Tác giả đã thực hiện một cuộc khảo sát bằng bảng câu hỏi thu được 471 câu trả lời hợp lệ từ các nhà đầu tư bất động sản Việt Nam. Phương pháp PLS-SEM được áp dụng để phân tích dữ liệu thu thập được. Kết quả nghiên cứu này đưa ra những hàm ý quan trọng, có ý nghĩa đối với các doanh nghiệp kinh doanh bất động sản trong việc thúc đẩy ngành bất động sản du lịch tăng trưởng hơn nữa.

Tóm lại, những phát hiện của nghiên cứu này cung cấp hỗ trợ sơ bộ cho TPB được sử dụng làm nền tảng của mô hình khái niệm để kiểm tra tác động của các yếu tố tình huống và bối cảnh đến ý định mua BĐSĐL thông qua quan điểm của khách hàng, chẳng hạn như chuẩn mực, thái độ và kiểm soát hành vi. Mặc dù chính sách của chính phủ không góp phần đáng kể vào việc nâng cao ý định mua hàng, chuẩn mực khách quan và kiểm soát hành vi, nhưng nó đóng vai trò quan trọng trong việc tác động đến thái độ của khách hàng đối với BĐSĐL. Hơn nữa, cơ sở hạ tầng xã hội có thể đồng thời ảnh hưởng đến cả thái độ và chuẩn mực khách quan của khách hàng. Đặc biệt, trong ba yếu tố độc lập, Phong thủy dường như là yếu tố cần thiết nhất khi góp phần quan trọng vào việc phát triển ba yếu tố góc nhìn của khách hàng. Điều thú vị là, mặc dù vai trò quan trọng trong việc gia

tăng ý định hành vi trong các nghiên cứu trước đây giữa các ngành và lĩnh vực, kiểm soát hành vi nhận thức không tác động đáng kể đến ý định mua BĐSĐL. Điều này cung cấp các đặc điểm khác biệt của BĐSĐL đối với các tài liệu về du lịch, bất động sản và TPB. Thông qua những phát hiện này, các nhà quản lý trong ngành bất động sản có thể tận dụng các chính sách của chính phủ để kích hoạt thái độ tích cực của khách hàng đối với BĐSĐL. Vì vậy, việc liên tục cập nhật các quy định pháp luật mới từ chính phủ là yếu tố thành công của BĐSĐL. Hơn nữa, những phát hiện này cũng hỗ trợ tầm quan trọng của thiết kế kiến trúc theo lý thuyết Phong Thủy đối với các công trình BĐSĐL. Cuối cùng, chú ý đến cơ sở hạ tầng xã hội hiện tại ở các khu vực xung quanh BĐSĐL là một điểm quan trọng khác trong việc thúc đẩy thành công quan điểm của khách hàng đối với ý định mua BĐSĐL.

Nghiên cứu này phần nào đã phản ánh được sự cần thiết thay đổi quan điểm về nhận thức từ các nhân tố khám phá mới cho các nhà đầu tư phát triển dự án bất động sản du lịch, ngoài ra giúp cho Chính phủ nhìn nhận được các vấn đề trọng tâm cần cải thiện, cải cách để phù hợp với thực tiễn hiện nay để tạo nên mối quan hệ tương quan mật thiết giữa Chính quyền, nhà đầu tư và người dân. Nghiên cứu này ngoài yếu tố khoa học mà còn áp dụng và ứng dụng cho các doanh nghiệp là các nhà đầu tư phát triển dự án bất động sản du lịch, các chủ đầu tư có thể áp dụng mô hình cho định hướng phát triển sản phẩm, định hướng được tiêu chí từ nhu cầu thực tế của thị trường và giúp các doanh nghiệp tránh được các rủi ro thường xuyên gặp phải đó là những dự án hoang vắng, dự án không có ánh đèn...làm doanh nghiệp phá sản và hoang phí tài sản xã hội cũng như thất thu ngân sách cho

nhà nước, làm ảnh hưởng đến tốc độ phát triển quốc gia cũng như niềm tin của khách hàng vào sự tồn tại và phát triển của dự án bởi vì Các doanh nghiệp hiện nay đa phần chỉ bán những sản phẩm doanh nghiệp có mà không phải bán những sản phẩm mà khách hàng cần.

## **5.2. Hạn chế và kiến nghị của nghiên cứu**

### **5.2.1. Hạn chế của nghiên cứu**

Mặc dù bài viết này đã mang lại một số hiểu biết mới về cả thực tiễn và học thuật, nhưng vẫn không tránh khỏi những hạn chế và cần được áp dụng một cách thận trọng. Thứ nhất, khảo sát trực tuyến gây khó khăn cho việc kiểm soát mức độ hiểu nội dung bảng hỏi của người trả lời. Do đó, để giảm sai lệch do hạn chế này, nghiên cứu này đã làm sạch dữ liệu trước khi phân tích dữ liệu bằng cách xóa các câu trả lời không hợp lệ (ví dụ: chưa đầy 01 phút hoàn thành hoặc các câu trả lời giống nhau cho tất cả các câu hỏi). Hơn nữa, nghiên cứu này chỉ tập trung vào các tác động trực tiếp của các yếu tố xã hội đối với cấu trúc của TPB mà không xem xét các tác động trung gian có thể có của các yếu tố này đối với ý định mua thông qua các chuẩn mực khách quan, nhận thức kiểm soát hành vi và thái độ. Do đó, nghiên cứu sâu hơn nên thực hiện thêm một bước để kiểm tra các hiệu ứng trung gian hoặc điều phối này trong mô hình ý định mua BĐSĐL.

Thứ hai, mua bất động sản BĐSĐL phải đối mặt với nhiều yếu tố quyết định khác về tình trạng pháp lý, vị trí thuận tiện, thương hiệu của các nhà phát triển bất động sản và nền tảng dịch vụ kỹ thuật số hỗ trợ nền kinh tế chia sẻ. Những yếu tố quyết định này sẽ ảnh hưởng đến ngành du lịch và khách sạn thông qua tác động kinh tế đối với sự cạnh tranh trong khu vực và tác động của nó đối

với các lựa chọn của chủ sở hữu tài sản và du khách. Vì vậy, các nghiên cứu trong tương lai nên tính đến các yếu tố trong mô hình nghiên cứu.

Cuối cùng, rủi ro cảm nhận nên được coi là yếu tố sống còn ảnh hưởng đến nhận thức và ý định mua bất động sản của khách hàng. Nghiên cứu sâu hơn có thể đánh giá tác động của các yếu tố rủi ro khác nhau đối với ý định mua BĐS, đặc biệt là rủi ro liên quan đến các quy định, chẳng hạn như rủi ro liên quan đến chủ sở hữu, liên quan đến chính quyền, liên quan đến nhà thầu và liên quan đến môi trường.

### **5.2.2. Kiến nghị**

Vượt qua nhiều khó khăn, với sự lãnh đạo của Đảng, Nhà nước, cùng sự quyết tâm, hỗ trợ và chia sẻ của Nhân dân. Đất nước ta đã có những thành tựu nhất định về kinh tế, chính trị và xã hội... Cuộc sống của người dân được nâng cao, người dân ngày càng giàu lên, xã hội từng bước chuyển mình tiếp cận được sự phát triển của thế giới đó là thương hiệu Việt Nam được thăng hạng vượt bậc về mọi mặt từ thể thao, kinh tế, chính trị, nhân quyền... Tuy nhiên, song song với sự phát triển của đất nước thì hiện nay tình trạng cán bộ bị tha hóa càng nhiều, một số cán bộ có chức quyền từ trung ương đến địa phương đã bị vật chất bào mòn ý thức dẫn đến nhân cách đang bị gặm nhấm đã làm hình ảnh cán bộ xấu đi, làm mất đi niềm tin của nhân dân vào đường lối và chính sách của Đảng - Nhà nước - Chính phủ đã tác động tiêu cực đến phát triển của đất nước. Hiện nay thị trường Bất động sản nói chung và Bất động sản du lịch nói riêng đang bị khủng hoảng niềm tin từ các nhà đầu tư, khủng hoảng căn bệnh sợ trách nhiệm, sợ làm

sai của các viên chức nhà nước cùng với sự chông chéo của các chính sách pháp luật điều chỉnh cho thị trường bất động sản. Vì vậy từ những nghiên cứu phỏng vấn chuyên sâu và nghiên cứu định lượng tác giả xin có kiến nghị như sau:

### **1. Đảm bảo thống nhất, đồng bộ các cấp quy hoạch Đô thị và Nông thôn**

- Xây dựng cơ sở pháp lý, công cụ quản lý có hệ thống, toàn diện, thống nhất để điều chỉnh hoạt động quy hoạch đô thị và nông thôn, khắc phục được các tồn tại, hạn chế, bất cập và khó khăn, vướng mắc trong thực tiễn, hướng đến sự phân bổ ổn định, hợp lý, bền vững hệ thống đô thị Quốc gia, hướng đến sự phát triển cân đối lợi ích giữa các tỉnh, thành, đáp ứng được yêu cầu đối với sự phát triển của đất nước, tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, phát triển kinh tế xã hội- an ninh quốc phòng, bảo đảm hài hòa lợi ích của Nhà nước, nhân dân và xã hội.

### **2. Tăng cường hỗ trợ của Nhà Nước cho phát triển ngành du lịch**

- Chính phủ cần xây dựng những đề án ưu tiên đầu tư cho phát triển du lịch, cơ chế phát triển Bất động sản du lịch để phát triển du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn. Vì vậy Chính phủ cần kiến tạo “Tinh thần doanh nghiệp” trong việc điều hành và quản lý của bộ máy nhà nước hiện nay, xác định con người là giá trị cốt lõi, vấn đề trung tâm của trung tâm cho sự phát triển đất nước, nâng tầm quốc gia...

- Chính phủ cần định hướng ưu tiên để đầu tư phát triển du lịch là ngành kinh tế chủ lực cho hiện tại và trong tương lai, cần đặt trọng tâm phát triển bài bản,

chuyên nghiệp cho ngành công nghiệp không khói này, phải có chiến lược dài hạn có những chính sách kích cầu như hỗ trợ các đơn vị du lịch thu hút khách quốc tế đến Việt Nam, đó là tài trợ các hoạt động lưu trú, vé máy bay, các chi phí tham quan...

- Chính phủ cần có các chính sách đặc thù tạo hệ sinh thái bền vững cho ngành du lịch và bất động sản du lịch để tránh sự lãng phí và mất mát tài sản xã hội, tài sản nguồn nhân lực cũng như tạo sự liên kết tăng trưởng đa ngành nghề tạo tiền đề cho Việt Nam trở thành đất nước phát triển bền vững.

### **3. Tạo điều kiện thuận lợi, đảm bảo an ninh an toàn để thu hút khách**

- Chính phủ xây dựng chính sách, đề án mở rộng số lượng các quốc gia, vùng lãnh thổ được miễn thị thực gắn với đảm bảo an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, đồng thời cải tiến việc cấp thị thực theo hướng tạo điều kiện thuận lợi nhất cho du khách quốc tế đến Việt Nam

- Tập trung xây dựng triển khai hạ tầng giao thông, hạ tầng kỹ thuật điện rộng, đầu tư xây dựng cảng du lịch, nhà ga, điểm dừng chân tại các đầu mối trung chuyển để tăng cường khả năng kết nối, đặc biệt là hạ tầng đường thủy, các tuyến hành lang kỹ thuật quốc gia và quốc tế, nâng cấp chất lượng dịch vụ phục vụ khách du lịch trên các tuyến đường, các tuyến đường vành đai nối kết các địa phương... Đây là đòn bẩy cho sự phát triển Bất động sản du lịch và nghỉ dưỡng.

### **4. Kiến tạo hệ thống pháp luật phù hợp với điều ước quốc tế và pháp luật quốc tế**

- Chính Phủ đẩy nhanh công tác hoàn thiện thể chế và pháp luật; Mạnh dạn lắng nghe các nhà khoa học, các học giả, các tổ chức và cá nhân trong và ngoài nước kể cả các cá nhân đối lập để phản biện, học hỏi các nước văn minh trên thế giới xây dựng các bộ luật và luật phù hợp với thông lệ Quốc tế và Thế giới để từ đó có Chính sách pháp luật rõ ràng, chi tiết, minh bạch và phổ biến rộng rãi đến người dân và các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Đây là cơ sở xây dựng niềm tin để thu hút đầu tư cho các Tổ chức, cá nhân Quốc tế và người dân Việt Nam.
- Xây dựng quy trình thống nhất điều hành chính sách pháp luật từ trung ương đến địa phương cùng một “ngôn ngữ” tránh việc để “chế độ chờ” trong giải quyết quy phạm pháp luật giữa trung ương và địa phương cũng như diễn biến đùn đẩy trách nhiệm đã và đang diễn ra, mà nạn nhân trong “trò chơi” này là Doanh nghiệp và người dân phải gánh chịu. Vì vậy Chính Phủ thực thi chế tài nghiêm minh các hành vi trái pháp luật, căn bệnh sợ làm sợ trách nhiệm của các “Bầy sâu” để tạo niềm tin cho Nhân dân.

##### 5. Tăng cường Nhà Nước về quản lý

- Tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý Nhà Nước, xây dựng quy trình thống nhất điều hành chính sách pháp luật từ trung ương đến địa phương cùng một “ngôn ngữ” tránh việc để “chế độ chờ” trong giải quyết quy phạm pháp luật giữa trung ương và địa phương cũng như diễn biến đùn đẩy trách nhiệm đã và đang diễn ra, mà nạn nhân trong “trò chơi” này là Doanh nghiệp và người dân phải gánh chịu. Vì vậy Chính Phủ thực thi chế tài nghiêm minh các hành vi trái pháp



luật, căn bệnh sợ làm sợ trách nhiệm của các “Bầy sâu” để tạo niềm tin cho Nhân dân.

- Xây dựng triển khai các biện pháp nâng cao hiệu lực quản lý Nhà Nước về an ninh, trật tự trong du lịch và bất động sản du lịch, tổ chức lực lượng để đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách và các nhà đầu tư với thái độ phục vụ và thân thiện.