

# NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN HOMESTAY CỦA KHÁCH DU LỊCH SINH VIÊN

## RESEARCH FACTORS AFFECTING STUDENT TRAVEL'S HOMESTAY CHOICE DECISION

Nguyễn Thị Thanh Hào<sup>1</sup>, Nguyễn Thị Hồng Ánh<sup>1</sup>,  
Nguyễn Thị Hiền<sup>1</sup>, Bùi Phú Mỹ<sup>2,\*</sup>

### TÓM TẮT

Mục đích của nghiên cứu là những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn homestay của khách du lịch sinh viên ở một số tỉnh thành Phía Bắc Việt Nam. Nghiên cứu thực hiện dựa trên việc thu thập và phân tích số liệu 190 sinh viên của một số trường Đại học khu vực Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy 5 yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn homestay của khách du lịch sinh viên: giá cả, chủ homestay, vị trí, phong cách thiết kế, an ninh an toàn. Kết quả nghiên cứu nhấn mạnh các giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ homestay và thu hút khách du lịch là sinh viên ở thời điểm hiện tại và cả trong tương lai.

**Từ khóa:** Quyết định lựa chọn homestay, khách du lịch sinh viên.

### ABSTRACT

The purpose of the study is to evaluate the factors affecting the decision to choose a homestay of student tourists in some provinces in the North of Vietnam. The research is based on the collection and analysis of data from 190 students from several universities in Hanoi. Research results show that 5 important factors influence student tourists' decision to choose a homestay: price, homestay owner, location, design style, security and safety. The research results highlight solutions to improve the quality of homestay services and attract student tourists now and in the future.

**Keywords:** Deciding to choose homestay, student tourists.

<sup>1</sup>Lớp ĐH Quản trị khách sạn 01 - K13, Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

<sup>2</sup>Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

\*Email: mybp@hau.edu.vn

### 1. GIỚI THIỆU

Trên thế giới, loại hình homestay đã và đang phát triển mạnh mẽ ở nhiều quốc gia: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản,... gắn liền với rất nhiều danh lam thắng cảnh đặc sắc khác nhau. Homestay được xem như một công cụ để quảng bá nền văn hóa quốc gia, địa phương đến với khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch quốc tế.

Tại Việt Nam, loại hình du lịch homestay mới xuất hiện những năm gần đây và đang có xu hướng phát triển mạnh mẽ tại các vùng, địa phương. Homestay được khách du lịch rất ưa chuộng, đặc biệt là giới trẻ - những du khách có đam mê xe dịch, thích khám phá và mong muốn được trải

những, hòa nhập vào vùng đất mới. Trong nhóm đối tượng khách du lịch là giới trẻ thì có đến 60 - 80% là sinh viên đang theo học tại các trường Đại học, Cao đẳng. Họ là những đối tượng có quỹ thời gian và khả năng chi trả phù hợp với loại hình homestay. Với những đặc điểm riêng của đối tượng khách du lịch sinh viên: tâm lý, sở thích, khả năng chi trả,... họ có những quan điểm khác nhau về việc lựa chọn điểm đến, điểm nghỉ chân.

Để trả lời cho câu hỏi: (1) Những yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn homestay của khách du lịch sinh viên?, (2) các yếu tố đó ảnh hưởng như thế nào? Nhóm tác giả đã thực hiện nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn homestay của khách du lịch sinh viên, từ đó đưa ra các giải pháp nâng cao chất lượng đối với du lịch homestay, góp phần nâng cao đời sống cho người dân địa phương và phát triển du lịch nội địa Việt Nam.

### 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

Khoản 2, Điều 3, Luật Du lịch 2017 quy định: "Khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc để nhận thu nhập ở nơi đến" [7].

Khách du lịch cũng thường được phân thành các nhóm theo nhiều tiêu chí về đặc điểm kinh tế - xã hội. Các tiêu chí sau đây thường được nhiều nước sử dụng:

- Phân nhóm theo độ tuổi: theo tiêu thức này, nhiều nước phân chia khách du lịch thành các nhóm sau: dưới 20 tuổi, từ 21 đến dưới 30 tuổi, từ 31 đến dưới 40 tuổi, từ 41 đến dưới 50 tuổi, 51 đến dưới 60 tuổi và từ 60 tuổi trở lên.
- Phân nhóm theo giới tính: nam, nữ.
- Phân nhóm theo nghề nghiệp: công chức, giáo viên, thương nhân, kỹ sư, bác sĩ, công nhân, nông dân,...
- Phân nhóm theo mức thu nhập.

Khách du lịch sinh viên họ năng động thích khám phá những điều mới mẻ, ưa các hoạt động ngoài trời, thích các hoạt động tập thể.

- Thói quen

Khách du lịch sinh viên thích sự phục vụ nhanh chóng, muốn mọi hoạt động diễn ra nhanh đơn giản không phức tạp. Thậm chí họ dành nhiều thời gian cho các hoạt động vui chơi đến mức quên ăn uống và nghỉ ngơi.

- Tâm trạng

Khách du lịch sinh viên họ thường rất vui vẻ, hòa đồng, nhiều năng lượng. Họ luôn có sự hào hứng, nhiệt huyết trong mỗi chuyến đi.

Khách du lịch sinh viên thường từ 18 đến 22 tuổi hoặc 23 tuổi. Đây là độ tuổi có sức khỏe có thời gian để tham gia vào các hoạt động.

Họ có những hiểu về văn hóa xã hội tương đối sâu sắc. Biết phân biệt cái đúng cái sai, biết cảm nhận các giá trị văn hóa nhân loại.

Sinh viên hầu như chưa có thu nhập ổn định, tuy có đi làm thêm nhưng vẫn còn phải phụ thuộc vào chu cấp từ gia đình. Điều này cho thấy sinh viên chưa thực sự có sự chủ động về kinh tế.

**3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu, nhóm tác giả sử dụng hài hòa cả phương pháp định tính và định lượng. Trong đó, với phương pháp định tính, nhóm tác giả tiến hành thu thập, tổng hợp, một cách có hệ thống các tài liệu, các công trình nghiên cứu có liên quan đến các biến nghiên cứu trong mô hình nghiên cứu, từ đó tiến hành phân tích phản ánh và rút ra các yếu tố ảnh hưởng. Bên cạnh đó, nhóm tác giả cũng sử dụng phương pháp định lượng thông qua việc thu thập số liệu bảng hỏi và tiến hành phân tích xử lý số liệu.

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp khảo sát thông qua bảng hỏi để thu thập dữ liệu. Tác giả đã thực hiện chỉnh sửa thang đo và thực hiện khảo sát thử với 10 bạn sinh viên trong trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Để thu thập dữ liệu, nhóm tác giả thực hiện bằng phương thức khảo sát online tới các bạn sinh viên Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, Trường Đại học Quốc gia,..

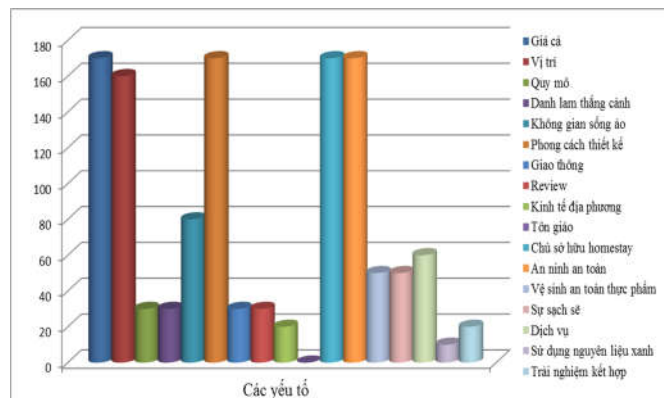
Mẫu nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp lựa chọn mẫu ngẫu nhiên đến từ các bạn sinh viên. Nhóm tác giả đã phát 220 phiếu, thu về 220 phiếu trong đó có 190 phiếu hợp lệ và đưa vào phân tích. Theo Tabachnick và Fidell (1996), đối với phân tích hồi quy đa biến: cỡ mẫu tối thiểu cần đạt được tính theo công thức là  $n=50 + 8*m$  (m: số biến độc lập).

Trong bài nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng cách lấy mẫu của Tabachnick và Fidell (1996), số mẫu cần lấy là  $50 + 17*8 = 186$ . Do đó với 190 phiếu, nghiên cứu đã đảm bảo tốt tiêu chuẩn để thực hiện phân tích.

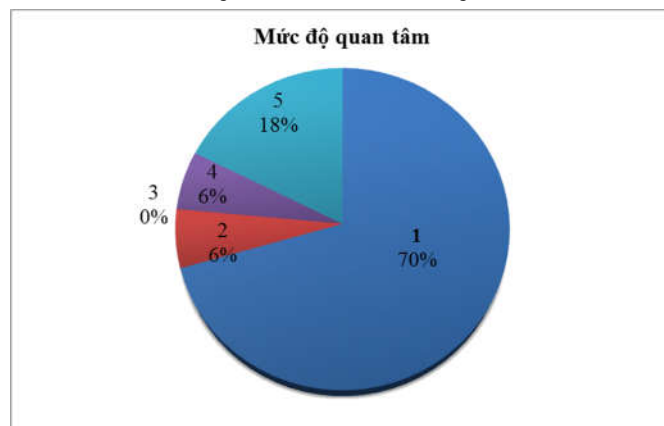
**4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN**

Từ các công trình nghiên cứu trước đó, nhóm tác giả đã tổng hợp được 17 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn cơ sở lưu trú của khách du lịch là sinh viên.

Giá cả là yếu tố quan trọng và được đặt là vấn đề quan tâm hàng đầu của các bạn sinh viên trong mỗi chuyến đi. Giá cả của homestay chính là điều sẽ thu hút sự quan tâm của các bạn sinh viên. Điều này làm tăng lên sự cạnh tranh giữa các homestay với nhau.

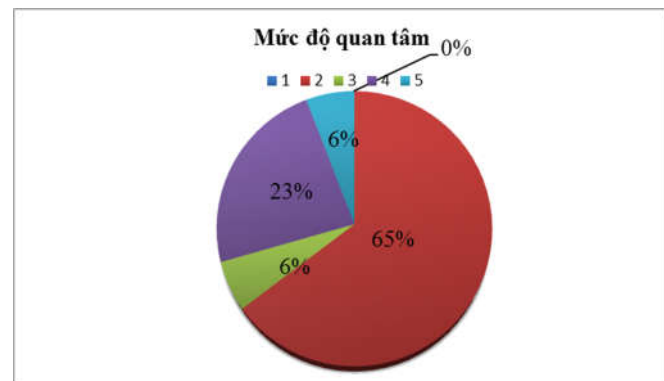


Hình 1. Biểu đồ khảo sát các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn homestay của khách du lịch sinh viên (Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)



Hình 2. Biểu đồ kết quả khảo sát mức độ quan tâm về giá cả của sinh viên khi lựa chọn homestay (Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)

a) Chủ sở hữu homestay

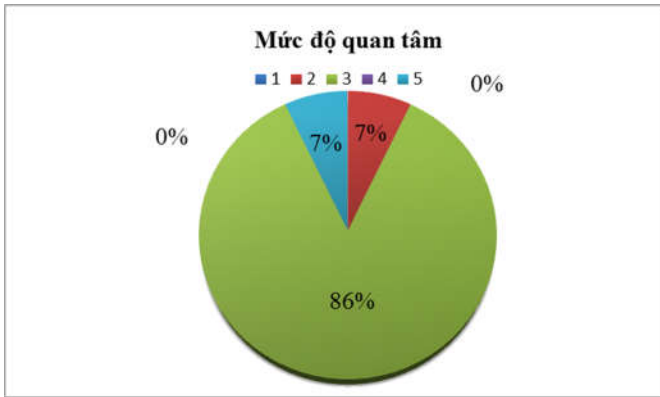


Hình 3. Biểu đồ kết quả khảo sát về mức độ quan tâm chủ sở hữu homestay (Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)

Chủ sở hữu homestay là người sẽ trực tiếp tiếp xúc với du khách, hướng dẫn khách du lịch tham gia vào các hoạt động văn hóa địa phương. Chủ sở hữu homestay là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự lựa chọn homestay của các bạn sinh viên.

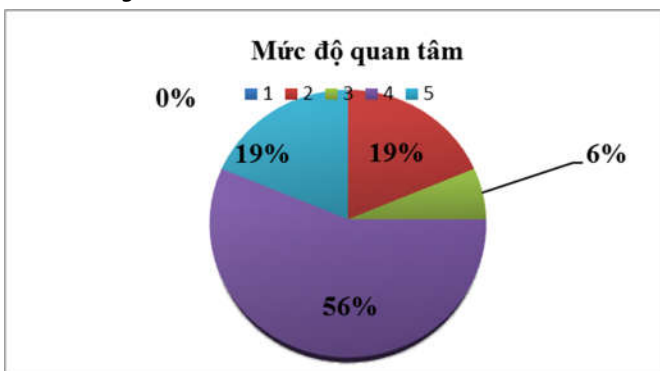
b) An ninh an toàn

Để đảm bảo cho chuyến đi họ cũng sẽ có những tìm hiểu, lựa chọn nhất định về an ninh an toàn của homestay nơi họ sẽ ở vấn đề về an ninh an toàn được quan tâm lớn từ các bạn sinh viên.



Hình 4. Biểu đồ kết quả khảo sát về mức độ quan tâm tới an ninh an toàn tại homestay (Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)

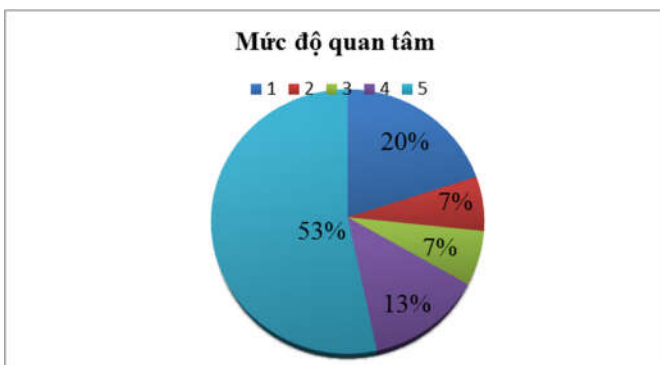
#### c) Phong cách thiết kế



Hình 5. Biểu đồ kết quả khảo sát về mức độ quan tâm đến phong cách thiết kế của homestay (Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)

Đây là yếu tố tạo nên sự khác biệt cho mỗi homestay nhằm thu hút khách du lịch. Với đối tượng khách du lịch sinh viên thích sự độc lạ, mới mẻ, thì đây là yếu tố sẽ đem lại cảm hứng cho họ trong chuyến đi.

#### d) Vị trí



Hình 6. Biểu đồ kết quả khảo sát về mức độ quan tâm đến vị trí homestay (Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)

Vị trí thuận lợi gần các danh lam thắng cảnh, giao thông đi lại thuận lợi sẽ là một trong những điểm mạnh giúp homestay thu hút khách du lịch. Đặc biệt với các bạn sinh viên, họ thích ở gần những nơi có cảnh đẹp, không gian tuyệt vời để thỏa thích đam mê của mình.

Ngoài 5 yếu tố được lựa chọn trên thì còn có các yếu tố khác như là: Nền kinh địa phương, tôn giáo, quy mô,

nguyên vật liệu xanh, giao thông, review, không gian sống ảo, vệ sinh an toàn thực phẩm, dịch vụ, danh lam thắng cảnh lân cận. Đây là những yếu tố được các bạn sinh viên đánh giá là ít ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn homestay của họ.

### 5. KẾT KUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố: giá cả, chủ homestay, vị trí, phong cách thiết kế, an ninh an toàn có ảnh hưởng lớn đến quyết định lựa chọn homestay của sinh viên. Đặc biệt, kết quả nghiên cứu nhấn mạnh vai trò của giá cả. Nhân tố này ảnh hưởng mạnh nhất ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn homestay của khách du lịch sinh viên.

Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ homestay và hút khách du lịch đến với homestay.

#### Đối với nhà cung ứng dịch vụ homestay (chủ sở hữu homestay)

Theo kết quả nghiên cứu, giá cả là yếu tố quan tâm hàng đầu của các bạn sinh viên khi lựa chọn homestay, chiếm tới hơn 93%. Vì vậy để thu hút khách du lịch, chủ sở hữu cần có sự linh hoạt về giá, thay đổi chiến lược giá khác nhau theo từng thời điểm trong năm. Ngoài ra, còn xây dựng các chính sách giá khuyến mại hấp dẫn để thu hút khách du lịch. Một số giải pháp cụ thể như:

Chủ sở hữu đóng vai trò quan trọng thứ 2 (khi du khách muốn lựa chọn homestay vì chủ nhà được coi như một hướng dẫn viên tại điểm của địa phương, là những người hướng dẫn du khách ăn, ở, tham gia vào sinh hoạt của cả gia đình đó. Một gia đình luôn thể hiện sự nhiệt tình, mến khách sẽ gây thiện cảm cho khách du lịch khi đến đây. Đặc biệt homestay là một hình thức kinh doanh lưu trú chủ yếu là tư nhân vì vậy chủ sở hữu homestay có thể tham gia một số khóa đào tạo kỹ năng mềm, kỹ năng giao tiếp để có thể dễ dàng hòa nhập với khách hàng.

Vị trí xây dựng homestay đóng vai trò khá quan trọng khi du khách lựa chọn homestay, nếu vị trí quá xa xôi sẽ gây ảnh hưởng trong việc di chuyển và thời gian của du khách. Vì vậy, các chủ sở hữu homestay cần lên kế hoạch kĩ càng để lựa chọn vị trí phù hợp và thuận tiện cho khách du lịch, có chiến lược rõ ràng trong việc lựa chọn và xây dựng homestay để có thể tối đa được tất cả các lợi thế về vị trí.

An ninh an toàn là một trong những yếu tố hàng đầu được khách du lịch quan tâm khi lựa chọn điểm đến và nơi ở. Đối với các loại hình dịch vụ lưu trú khác, như khách sạn thì độ an toàn đối với khách hàng cao hơn so với homestay. Vì vậy để tạo được sự an toàn đối với loại hình homestay, cả chủ sở hữu và chính quyền địa phương cần đảm bảo về an ninh an toàn cho người dân và khách du lịch. Một số giải pháp cụ thể như: Lắp đặt thêm hệ thống camera giám sát, kiểm soát người ra vào homestay, bảo mật các thông tin khách hàng.

Phong cách thiết kế đóng vai trò quan trọng trong việc kinh doanh homestay hiện nay, là yếu tố quyết định thành công của việc kinh doanh homestay. Vì vậy, để thu hút

được du khách, chủ sở hữu cần xây dựng homestay với những phong cách thiết kế độc, lạ để tạo sự khác biệt, nâng cao khả năng cạnh tranh. Các họa tiết trang trí, màu sắc càng thể hiện được văn hóa địa phương thì càng thu hút được sự chú ý của khách hàng. Các chủ homestay có thể xây dựng một số biện pháp như: trang trí theo chủ đề như các dịp Giáng Sinh, Halloween, tạo khu vực có thiết kế độc đáo riêng biệt nhằm ghi dấu ấn riêng mà chỉ có tại homestay ấy.

Các chủ sở hữu homestay cần có sự kết hợp giữa kinh doanh homestay với 1 số dịch vụ như: Ăn uống, có các bữa ăn với chủ homestay với những món ăn đặc sản của vùng miền. Hoặc có thể cho khách thuê các bếp nướng BBQ hay cung cấp các phần ăn cho khách lưu trú tại homestay. Bán một số các món ăn nổi tiếng tại vùng miền. Khách du lịch rất muốn có những tấm ảnh đẹp khi đi du lịch nhưng thường khá ngại trong việc mang theo quá nhiều trang phục để thay đổi, chính vì thế dịch vụ cho thuê trang phục chụp ảnh là một quyết định sáng suốt của các chủ sở hữu homestay. Nó vừa giúp các homestay có thêm doanh thu vừa quảng cáo được văn hóa vùng miền vừa là điểm đặc biệt để thu hút khách du lịch lựa chọn homestay.

#### Đối với chính quyền địa phương và nhà nước

Đẩy mạnh liên kết quản lý và phát triển homestay. Thay vì mỗi homestay kinh doanh độc lập theo kiểu “mạnh ai nấy làm” như trước đây thì nay cần đẩy mạnh tính liên kết, hợp tác, cùng phát triển. Việc liên kết homestay sẽ tạo ra các “cộng đồng homestay”, “làng homestay” hay các “hội quán homestay” trên cùng một địa bàn. Bên cạnh đó, cần có Ban quản lý chung cho các thành viên tham gia. Điều này mang lại lợi ích rất lớn trong công tác quản lý khách du lịch, cung cấp dịch vụ, và xúc tiến quảng bá.

Đối với quản lý khách du lịch: liên kết homestay trong khu vực này lại với nhau. Công tác này sẽ hỗ trợ Ban quản lý nắm bắt được lượng khách đến, có phương án tư vấn, sắp xếp chỗ ở và đặc biệt là sự chia sẻ, điều tiết khách du lịch giữa các homestay.

Đối với cung cấp dịch vụ: ngoài việc mỗi homestay cung cấp dịch vụ “nội bộ” riêng thì cộng đồng hay làng homestay cũng sẽ có những dịch vụ, những hoạt động chung cho tất cả khách lưu trú tại địa bàn đó. Điều này vừa tạo ra tính gắn kết cộng đồng, vừa tạo ra sức hấp dẫn đối với khách du lịch.

Cần có quy hoạch bài bản và kế hoạch cụ thể. Để tránh tình trạng “tự phát” trong kinh doanh loại hình homestay, cơ quan quản lý du lịch ở địa phương cần có quy hoạch bài bản, tính toán kỹ lưỡng lượng khách; thời gian lưu trú và sức chứa hay khả năng đáp ứng của các cơ sở lưu trú tại địa phương; khảo sát nhu cầu lưu trú của khách du lịch đến tham quan các khu, điểm du lịch tại địa phương; khảo sát địa bàn, vị trí, hạ tầng;... để có kế hoạch phát triển homestay cho phù hợp. Không nên phát triển tràn lan về lượng; không nên phát triển tại các vị trí quá xa khu, điểm du lịch thu hút khách, tại những địa bàn nghèo tài nguyên

du lịch, cả tài nguyên tự nhiên và những giá trị đặc sắc văn hóa bản địa.

Chủ homestay cần nắm bắt cơ hội để quảng bá hình ảnh của mình trên các trang thương mại điện tử : mạng xã hội Facebook, Zalo; Youtube; Email marketing. Để tăng cường xúc tiến quảng bá thu hút khách du lịch cho các homestay, cần đẩy mạnh kết nối giữa 03 nhà: Nhà dân - Nhà nước - Nhà kinh doanh. Nhà nước: Phát huy vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương, quan tâm hơn đến công tác xúc tiến, quảng bá đối với loại hình homestay, tăng cường đầu tư cho công tác xúc tiến quảng bá. Thông tin, hình ảnh về homestay tại địa phương cần được đăng tải nhiều hơn trên website của các cơ quan quản lý, trên các phương tiện truyền thông đại chúng (báo, đài, tivi) và trên các tờ rơi, tờ gấp, cẩm nang du lịch của địa phương.

Cần phát huy vai trò cầu nối của các doanh nghiệp kinh doanh. Đây là những đơn vị đưa khách đến tham quan các khu, điểm du lịch của địa phương, có vai trò quan trọng trong việc kết nối giữa khách du lịch với các homestay tại địa phương. Trong các lịch trình tour của mình, doanh nghiệp lữ hành có thể đưa ra các lựa chọn giữa homestay với các loại hình lưu trú khác để khách có nhiều lựa chọn hơn, cơ hội cho các homestay cũng sẽ rộng mở hơn. Tiếp theo, cần liên kết với các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú và các nhà cung cấp dịch vụ du lịch trực tuyến. Đây là những đơn vị chuyên cung cấp các dịch vụ booking online, đặt phòng trực tuyến. Các sản phẩm của homestay sẽ được cập nhật trên các website booking, qua đó khách du lịch có thể dễ dàng tìm thấy thông tin, lựa chọn và đặt phòng.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Lê Thị Thuần Ánh, 2010. *Tìm hiểu loại hình du lịch homestay dành cho học sinh, sinh viên tại Việt Nam*, Luận Văn tốt nghiệp, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
- [2]. *Số liệu thống kê giáo dục đại học năm học 2018-2019*, Bộ Giáo dục và Đào tạo.
- [3]. Trần Thị Khánh Chi, 2018. *Pháp luật về kinh doanh loại hình lưu trú du lịch homestay*. Tạp chí Công thương số 5 và số 6, trang 24.
- [4]. Bùi Thanh Hương, Nguyễn Đức Hoa Cương, 2007. *Nghiên cứu các mô hình du lịch cộng đồng Việt Nam*. Dự án tổ chức phát triển du lịch Hà Lan, Trường Đại học Hà Nội.
- [5]. Lê Thu Hương, 2014. *Nhập môn Du lịch học*. NXB Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.
- [6]. <https://luanvanaz.com/khai-niem-du-lich-va-khach-du-lich.html>.
- [7]. Luật Du lịch số 09/2017/QH14, Quốc Hội, ngày 19 tháng 6 năm 2017.
- [8]. Trần Thị Hoa Mai, 2017. *Giáo trình địa lý du lịch*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [9]. *Du lịch homestay “hút” giới trẻ*, Giadinh.net.vn, <https://m.giadinh.net.vn/du-lich/du-lich-homestay-hut-gioi-tre2009020711234503.htm>, truy cập ngày 20 tháng 1 năm 2021.

[10]. Trần Thị Họa Mi, 2019. *Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định chọn homestay làm nơi lưu trú khi du lịch*. Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

[11]. Nguyễn Quốc Nghi, Võ Phạm Tân, Trần Thị Kim Trang 2009. *Giải pháp phát triển du lịch cộng đồng tỉnh Tiền Giang*. Tạp chí Du lịch Việt Nam.

[12]. Nhóm 5 - Lớp 41K12.3-CLC, 2017. *Nhận diện thị trường mục tiêu của Homestay An Nhiên, báo cáo dự án cuối kỳ môn hành vi người tiêu dùng*. Trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng.

[13]. Đỗ Thị Thanh Vinh, Ninh Thị Kim Anh, Đoàn Nguyễn Khánh Trân, 2013. *Du lịch homestay*. Kỷ yếu hội thảo khoa học cấp bộ môn, trường Đại học Nha Trang

[14]. *Năm học 2018-2019, cả nước có hơn 23,5 triệu học sinh*, Nhân dân điện tử, <https://nhandan.vn/giaoduc-infographic/infographic-nam-hoc-2018-2019-ca-nuoc-co-hon-23-5-trieu-hoc-sinh-sinh-vien-334679/>

[15]. Bandit Santikul, 2009. *Community Based Tourism Development at the East Coast of Phuket Island*. Thesis, Faculty of Hospitality and Tourism Management Prince of Songkla University.

[16]. Elizabeth Agyelwaah, 2013. *International tourists's motivations to choose homestay: Do their socio- demographics have any influence*. Tourism and Hospitality research 1, page 16-26.

[17]. Joanna Turnbull, Margaret Deuter, Jennifer Bradbery, 1948. *Oxford Advance Learner's Dictionary*. NXB Đại học Oxford, Anh.

[18]. Knop, Edward C., Steward R, 1973. *Community Satisfaction: Conceptual and Methodological Problems*. Paper presented at Rocky Mountain Social Science Association annual meeting, Laramie, Wyoming.

[19]. Nick Kontogeorgopoulos, Anuwat Churyen, Varaphorn Duangsaeng, 2013. *Homestay Tourism and the Commercialization of the Rural Home in Thailand*. Asia Pacific Journal of Tourism Research, page 1-22.

[20]. Noah Webster, 1828. *Từ điển Merriam Webster*. NXB S. Converse, Hoa Kỳ.

[22]. Rhiana Davies, Grant Cairncross, 2013. *Student Tourism and Destination Choice: Exploring the Influence of Traditional, New, And Social Media: an Australia Case Study*. Tourism Culture & Communication, quyển 1, page 29-42.

[22]. S.L. Hay, Y.M. Lin, 2011. *Factors underlying college student's choice of homestay accommodation while travelling*. World transactions on Engineering and Technology Education 9(3), page 196-202.

[23]. Vladan Pantelic, 2017. *Factor influencing Hotel selection: decision making process*. International hospital management, page 12-21.