

## NGHIÊN CỨU NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH KHI ĐẾN DU LỊCH Ở BÀ RỊA – VŨNG TÀU

ThS. Vũ Văn Đông

Phòng Khoa học và CGCN Trường Đại học Bà Rịa-Vũng Tàu

### Tóm tắt

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch ở Bà Rịa – Vũng Tàu. Số liệu sử dụng trong nghiên cứu được thu thập từ kết quả khảo sát 450 du khách. Số liệu được xử lý bằng phần mềm thống kê SPSS, kiểm định thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha, mô hình phân tích nhân tố khám phá (EFA). Kết quả có 5 nhóm yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng du khách bao gồm “sự tiện nghi của cơ sở lưu trú”, “phương tiện vận chuyển tốt”, “thái độ hướng dẫn viên”, “ngoại hình của hướng dẫn viên” và “hạ tầng cơ sở phục vụ du lịch”.

Từ khóa: du khách, sự hài lòng, chất lượng dịch vụ du lịch

### Abstract

This study aims to analyse factors that affect to tourist's satisfaction with service quality in Ba Ria – Vung Tau province. The data were collected from 450 respondents. Collected data were processed in the statistical software SPSS; the consistency coefficient measured with Cronbach's Alpha for scaling test and Exploratory Factor Analysis (EFA) were used. The statistical results indicated important factors affecting level of tourists' satisfaction with service quality in Ba Ria – Vung Tau including: “well appointed room facility”; “good transportation facility”; “tourist guide's behaviour”; “tourist guide's appearance” and “tourism infrastructure”.

Keywords: tourists; satisfaction; service quality on tourism

### 1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm dịch vụ được hiểu là sự thoả mãn của khách hàng trong khoảng thời gian giao dịch trực tiếp với doanh nghiệp và có thể được hiểu là giao dịch với sự có mặt hoặc không có mặt của nhân viên cung cấp dịch vụ. Nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng đối với hai loại dịch vụ giao dịch kể trên sẽ giúp các tổ chức dịch vụ tìm được chiến lược phục vụ khách hàng hiệu quả nhất, đồng thời giúp doanh nghiệp thu hút, duy trì và phát triển lượng khách hàng trung thành, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp cũng như của địa phương. Như tổng kết của những nhà nghiên cứu, sự hài lòng ngày càng cao của khách hàng sẽ tạo ra trạng thái tinh cảm gắn

liên với thương hiệu dịch vụ, chứ không chỉ tạo yếu tố tâm lý trong quyết định mua hàng của khách hàng. Kết quả là tạo ra sự chung thủy cao độ của khách hàng. Phân tích sâu hơn về sự hài lòng của khách hàng cho thấy, bốn yếu tố cấu thành sự hài lòng của khách hàng (D. Randall Brandt, 1996) là: (1) sự mong đợi, (2) sự thực hiện, (3) sự xác nhận/không xác nhận và (4) sự thoả mãn. Cũng như những địa phương khác, du lịch dịch vụ đang chiếm tỉ trọng ngày càng tăng trong tổng thu nhập quốc dân của Tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu nói riêng. Cùng với sự phát triển của xã hội, khách hàng càng có những đòi hỏi cao hơn. Những khu du lịch nào đáp ứng tốt những yêu cầu này sẽ tạo được lợi thế cạnh tranh cho mình thông qua việc tạo dựng lòng trung thành của du khách.

Tuy nhiên, sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 2010 và khủng hoảng kinh tế thế giới năm 2011 cho đến nay đã làm cho thu nhập của người dân bị ảnh hưởng cũng như việc chi tiêu một cách dè dặt hơn để đảm bảo cho cuộc sống. Hành vi của người tiêu dùng đã bị ảnh hưởng, nhất là việc chi tiêu cho nhu cầu giải trí cũng như đi du lịch. Cho nên, việc nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch là một việc làm vô cùng khó khăn và tốn kém trong hoàn cảnh hiện nay, và để thực hiện được công việc này đòi hỏi phải có sự hiểu biết sâu sắc về các yếu tố cấu thành dịch vụ du lịch và biện pháp nâng cao chất lượng dịch vụ. Xuất phát từ thực tế nói trên, nghiên cứu này nhằm hướng đến mục tiêu đánh giá thực trạng về chất lượng dịch vụ du lịch ở Bà Rịa – Vũng Tàu; phân tích chi tiết các yếu tố ảnh hưởng đến cảm nhận của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch và từ đó đánh giá tác động của chất lượng dịch vụ du lịch đến sự hài lòng của du khách; đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, đáp ứng tối đa nhu cầu của du khách.

## 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong nghiên cứu này sử dụng mô hình phân tích chất lượng dịch vụ, kiểm định thang đo mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ bằng hệ số Cronbach alpha; công cụ chủ yếu là phân tích nhân tố khám phá. Nghiên cứu mô hình lý thuyết về chất lượng dịch vụ gồm có 5 nhóm yếu tố tác động:

- (1) Phong cảnh du lịch: được đo bằng chín biến quan sát từ x1 đến x9
- (2) Hạ tầng kỹ thuật: đo lường bằng bảy biến quan sát từ x10 đến x16
- (3) Phương tiện vận chuyển: đo lường bằng chín biến quan sát từ x17 đến x25
- (4) Hướng dẫn viên du lịch: đo lường bằng mười một biến quan sát từ x26 đến x36
- (5) Cơ sở lưu trú: đo lường bằng mười hai biến quan sát từ x37 đến x48

Trong nghiên cứu này tác giả nghiên cứu đã sử dụng thang đo Likert cho điểm từ 1 đến 5 để đo lường các biến quan sát. Về giá cả

cảm nhận được đo lường bằng năm biến quan sát từ x49 đến x53 Sự hài lòng của du khách khi đến du lịch ở Bà Rịa – Vũng Tàu được đo lường bằng sáu biến quan sát từ x54 đến x59. Cũng như thang đo chất lượng dịch vụ du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu, thang đo về giá cả cảm nhận và thang đo sự hài lòng của du khách khi đến du lịch ở Bà Rịa – Vũng Tàu sử dụng thang đo Likert cho điểm từ 1 đến 5 để đo lường các biến quan sát. Số liệu thứ cấp thu thập từ báo đài, internet, ý kiến chuyên gia, chính quyền địa phương và những nguồn cơ sở dữ liệu có liên quan. Số liệu sơ cấp qua phỏng vấn trực tiếp 450 du khách bằng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên phân tầng theo địa bàn (4 địa bàn chính là Vũng Tàu, Long Hải, Bình Châu và Côn Đảo) và đối tượng du khách trong nước và quốc tế nhằm hạn chế tối đa sai số trong quá trình phân tích (có 300 du khách trong nước và 150 khách quốc tế).

## 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1 Kết quả phân tích về chất lượng dịch vụ du lịch

Thang đo chất lượng dịch vụ du lịch bao gồm năm thành phần và được đo lường bằng 48 biến quan sát. Các thang đo được đánh giá sơ bộ thông qua hai công cụ chính là hệ số tin cậy Cronbach Alpha và phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA. Hệ số Cronbach Alpha được sử dụng để loại các biến không phù hợp trước, các biến có hệ số tương quan biến-tổng (item-total correlation) nhỏ hơn 0,30 sẽ bị loại và tiêu chuẩn chọn thang đo khi có độ tin cậy Alpha từ 0,60 trở lên. Tiếp theo phương pháp EFA được sử dụng, các biến có trọng số (factor loading) nhỏ hơn 0,40 trong EFA sẽ tiếp tục bị loại. Kết quả Cronbach Alpha của thành phần phong cảnh du lịch ở Bà Rịa – Vũng Tàu được trình bày ở Bảng 1 sau đây.

**Bảng 1: Cronbach Alpha của thành phần phong cảnh du lịch ở Bà Rịa – Vũng Tàu**

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến này
Phong cảnh du lịch (PC): Alpha = 0,77				
X <sub>1</sub>	25,80	21,774	0,484	0,667
X <sub>2</sub>	25,50	22,957	0,466	0,767
X <sub>3</sub>	25,81	21,000	0,554	0,746
X <sub>4</sub>	26,12	21,781	0,471	0,789
X <sub>5</sub>	25,52	22,889	0,381	0,750
X <sub>6</sub>	26,59	21,330	0,458	0,764
X <sub>7</sub>	25,64	22,250	0,550	0,768
X <sub>8</sub>	26,07	21,643	0,484	0,787
X <sub>9</sub>	25,57	23,135	0,455	0,764

**Nguồn: Kết quả phân tích số liệu điều tra 450 mẫu năm 2013**

Theo Bảng 1 ta có Cronbach Alpha của thành phần phong cảnh du lịch ở Bà Rịa – Vũng Tàu là 0,77 lớn hơn 0,60 cho nên thang đo này đạt tiêu chuẩn. Hơn nữa, các biến có hệ số tương quan biến-tổng đều cao, phần lớn

các hệ số này lớn hơn 0,40, trừ biến x5 (nơi đến rất an toàn) bằng 0,381. Tuy nhiên, hệ số tương quan biến-tổng của biến x5 vẫn lớn hơn 0,30 nên các biến này đều phù hợp và đạt được độ tin cậy.

**Bảng 2: Cronbach Alpha của thành phần hạ tầng kỹ thuật ở Bà Rịa – Vũng Tàu**

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến này
Cơ sở hạ tầng kỹ thuật (HTKT): alpha = 0,668				
X <sub>10</sub>	18,68	12,093	0,352	0,679
X <sub>11</sub>	18,93	11,641	0,455	0,681
X <sub>12</sub>	18,89	11,434	0,432	0,699
X <sub>13</sub>	21,03	11,445	0,441	0,663
X <sub>14</sub>	18,72	11,021	0,450	0,672
X <sub>15</sub>	18,37	11,576	0,367	0,677
X <sub>16</sub>	18,63	11,262	0,430	0,660

**Nguồn: Kết quả phân tích số liệu điều tra 450 mẫu năm 2013**

Theo Bảng 2 ta có Cronbach Alpha của thành phần hạ tầng kỹ thuật ở Bà Rịa – Vũng Tàu là 0,668 lớn hơn 0,60 cho nên thang đo này đạt tiêu chuẩn. Hơn nữa, các biến đều có hệ số tương quan biến-tổng cao, phần lớn các hệ số này lớn hơn 0,40 trừ biến x10 (phương tiện vận chuyển đầy đủ) bằng 0,352 và biến x15 (sóng điện thoại rất mạnh) bằng 0,367.

Tuy nhiên, hệ số tương quan biến tổng của biến x10 và biến x15 vẫn lớn hơn 0,30 nên các biến này đều phù hợp và đạt được độ tin cậy. Tương tự như vậy, hệ số tương quan biến-tổng của từng biến trong thang đo phương tiện vận chuyển được trình bày ở Bảng 3 sau đây.

**Bảng 3: Cronbach Alpha của thành phần phương tiện vận chuyển**

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến này
Hướng dẫn viên du lịch (HDV): alpha = 0,832				
X <sub>16</sub>	36,03	26,142	0,469	0,821
X <sub>17</sub>	37,97	27,400	0,540	0,837
X <sub>18</sub>	37,93	26,726	0,523	0,831
X <sub>19</sub>	36,12	26,271	0,619	0,829
X <sub>20</sub>	37,86	26,980	0,529	0,834
X <sub>21</sub>	36,26	27,318	0,439	0,843
X <sub>22</sub>	36,06	27,278	0,512	0,838
X <sub>23</sub>	35,19	25,887	0,554	0,833
X <sub>24</sub>	37,79	26,690	0,552	0,835
X <sub>25</sub>	37,80	27,342	0,459	0,823

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu điều tra 450 mẫu năm 2013

Kết quả Cronbach Alpha của thành phần phương tiện vận chuyển là 0,832 lớn hơn 0,60 cho nên thang đo này đạt tiêu chuẩn. Hơn nữa, các biến đều có hệ số tương quan biến-tổng đều cao, phần lớn các hệ số này lớn hơn 0,40 trừ biến x24 (có phục vụ nhạc/phim) bằng 0,355.

**Bảng 4: Cronbach Alpha của thành phần hướng dẫn viên du lịch**

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến này
Cơ sở lưu trú ở Bà Rịa – Vũng Tàu (CSLT): alpha = 0,831				
X <sub>26</sub>	36,66	34,564	0,433	0,822
X <sub>27</sub>	36,93	33,623	0,456	0,828
X <sub>28</sub>	36,68	33,290	0,559	0,812
X <sub>29</sub>	35,91	32,574	0,542	0,833
X <sub>30</sub>	35,65	33,875	0,444	0,821
X <sub>31</sub>	35,91	33,773	0,378	0,825
X <sub>32</sub>	36,68	33,618	0,461	0,830
X <sub>33</sub>	36,44	33,685	0,519	0,835
X <sub>34</sub>	36,46	33,329	0,518	0,823
X <sub>35</sub>	36,51	33,525	0,458	0,830
X <sub>36</sub>	37,02	32,137	0,478	0,847

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu điều tra 450 mẫu năm 2013

Kết quả Cronbach Alpha của thành phần hướng dẫn viên du lịch là 0,831 lớn hơn 0,60 cho nên thang đo này đạt tiêu chuẩn. Hơn nữa, các biến đều có hệ số tương quan biến-tổng đều cao, phần lớn các hệ số này lớn hơn 0,45, trừ biến x31 (diện mạo, trang điểm) và x35 (đúng giờ giấc, thời gian) đều bằng 0,459. Tuy

nhien, hệ số tương quan biến-tổng của biến x31 và x35 vẫn lớn hơn 0,30 nên các biến này đều phù hợp và đạt được độ tin cậy. Cuối cùng, hệ số tương quan biến-tổng của từng biến trong thang đo cơ sở lưu trú ở Bà Rịa – Vũng Tàu được trình bày ở Bảng 5 sau đây.

**Bảng 5: Cronbach Alpha của thành phần cơ sở lưu trú ở Bà Rịa – Vũng Tàu**

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến này
Phương tiện vận chuyển (VC): alpha = 0,779				
X <sub>37</sub>	24,89	22,100	0,455	0,788
X <sub>38</sub>	24,72	21,584	0,566	0,776
X <sub>39</sub>	26,80	21,033	0,572	0,772
X <sub>40</sub>	26,79	22,076	0,630	0,770
X <sub>41</sub>	26,52	22,504	0,544	0,797
X <sub>42</sub>	24,63	22,746	0,562	0,798
X <sub>43</sub>	25,33	19,613	0,489	0,830
X <sub>44</sub>	26,58	21,772	0,376	0,833
X <sub>45</sub>	26,47	22,079	0,459	0,789

**Nguồn: Kết quả phân tích số liệu điều tra 450 mẫu năm 2013**

Kết quả Cronbach Alpha của thành phần cơ sở lưu trú ở Bà Rịa – Vũng Tàu là 0,779 lớn hơn 0,60 cho nên thang đo này đạt tiêu chuẩn. Hơn nữa, các biến đều có hệ số tương quan biến-tổng đều cao, phần lớn các hệ số này lớn hơn 0,40, trừ biến x42 (đép đi trong phòng có thể đi ra ngoài) bằng 0,388. Tuy nhiên, hệ số tương quan biến-tổng của biến x42 vẫn lớn hơn 0,30 nên các biến này đều đạt yêu cầu và độ tin cậy.

Như vậy, hệ số Cronbach alpha của các thành phần thang đo chất lượng dịch vụ du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu đều đạt tiêu chuẩn (> 0,60), đồng thời tương quan biến-tổng của các biến đều đạt yêu cầu và độ tin cậy (> 0,30). Cho nên các biến đo lường của các thành phần này đều được sử dụng trong phân tích EFA tiếp theo.

**3.2. Đánh giá chất lượng dịch vụ du lịch bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA)**

Kết quả Cronbach alpha cho thấy các thang đo của các thành phần trong chất lượng dịch vụ du lịch ở Bà Rịa – Vũng Tàu đều thỏa mãn yêu cầu về độ tin cậy Alpha. Vì vậy, các biến quan sát của các thang đo này tiếp tục được đánh giá bằng phân tích EFA. Dựa theo mô hình ma trận trong EFA đầu tiên

của chất lượng dịch vụ du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu ta có hệ số tải nhân tố của các biến x6, x7, x9, x21, x22, x29, x30, x40, x48 đều nhỏ hơn 0,40 cho nên các biến này bị loại, các biến còn lại đều được sử dụng cho EFA tiếp theo. Kết quả EFA lần cuối được trình bày có 8 nhân tố được rút ra:

- Nhân tố 1 gồm các biến quan sát x38, x37, x39 được đặt tên “tiện nghi của cơ sở lưu trú”
- Nhân tố 2 gồm các biến x19, x18, x20 được đặt tên “phương tiện vận chuyển thoải mái”
- Nhân tố 3 gồm các biến quan sát x26, x27, x28 được đặt tên “thái độ hướng dẫn viên”
- Nhân tố 4 gồm các biến quan sát x14, x13 và x47 được đặt tên là “hạ tầng cơ sở”
- Nhân tố 5 gồm các biến quan sát x2, x3 và x1 được đặt tên là “phong cảnh nơi đến”
- Nhân tố 6 có các biến quan sát x45, x46 được đặt tên “phục vụ của nhân viên tại cơ sở lưu trú”
- Nhân tố 7 gồm hai biến quan sát x31, x32 được đặt tên “hình thức của hướng dẫn viên”
- Nhân tố 8 gồm hai biến quan sát x35 và

x34 được đặt tên “giờ giấc hướng dẫn viên”

Cũng cần chú ý rằng nhân tố 1 và 6 thuộc thành phần cơ sở lưu trú; nhân tố 3, 7 và 8 thuộc thành phần hướng dẫn viên du lịch. Dựa vào kết quả các hệ số có giá trị lớn trong bảng ma trận tính điểm nhân tố trên ta có các phương trình nhân tố:

$$F1 = 0,337 \times 37 + 0,453 \times 38 + 0,210 \times 39$$

Nhân tố 1, nhân tố “tiện nghi cơ sở lưu trú” phần lớn được tác động bởi ba biến quan sát x37 (phòng nghỉ rộng rãi, thoáng mát), x38 (nhà vệ sinh rộng rãi, sạch sẽ) và x39 (máy lạnh thường xuyên hoạt động). Các yếu tố này đều tác động thuận chiều với nhân tố 1, trong đó yếu tố “nhà vệ sinh rộng rãi, sạch sẽ” tác động mạnh nhất đến nhân tố “tiện nghi cơ sở lưu trú” do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất (0,443).

$$F2 = 0,284 \times 18 + 0,470 \times 19 + 0,215 \times 20$$

Nhân tố 2, nhân tố “phương tiện vận chuyển thoải mái” phần lớn được tác động bởi ba biến quan sát x18 (ghế ngồi rộng rãi, thoải mái), x19 (độ ngã thân ghế rất tốt), x20 (chỗ để chân rất rộng rãi). Các yếu tố này đều tác động thuận chiều với nhân tố 2, trong đó yếu tố “độ ngã thân ghế rất tốt” tác động mạnh nhất đến nhân tố “sự thoải mái phương tiện vận chuyển” do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất (0,490).

$$F3 = 0,372 \times 26 + 0,352 \times 27 + 0,223 \times 28$$

Nhân tố 3, nhân tố “thái độ hướng dẫn viên” phần lớn được tác động bởi ba biến quan sát x26 (thái độ thân thiện, chân thành), x27 (sự nhã nhặn, lịch sự khi giao tiếp) và x28 (sự nhiệt tình, chu đáo phục vụ khách). Các yếu tố này đều tác động thuận chiều với nhân tố 3, trong đó yếu tố “thái độ thân thiện, chân thành” tác động mạnh nhất đến nhân tố “thái độ hướng dẫn viên” do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất (0,392).

$$F4 = 0,261 \times 13 + 0,382 \times 14 + 0,274 \times 47$$

Nhân tố 4, nhân tố “hạ tầng cơ sở” phần lớn được tác động bởi ba biến quan sát x13 (cơ sở chăm sóc sức khỏe rất tốt), x14 (dịch vụ internet công cộng rất tốt), và x47 (truy cập wifi/internet khách sạn rất mạnh). Các yếu tố này đều tác động thuận chiều với nhân tố 4, trong đó yếu tố “dịch vụ internet công cộng rất tốt” tác động mạnh nhất đến nhân tố “hạ tầng cơ sở” do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất (0,392).

$$F5 = 0,238 \times 1 + 0,531 \times 2 + 0,238 \times 3$$

Nhân tố 5, nhân tố “phong cảnh nơi đến” phần lớn được tác động bởi ba biến quan sát x1 (bãi biển rất đẹp), x2 (phong cảnh đa dạng) và x3 (phong cảnh rất độc đáo). Các yếu tố này đều tác động thuận chiều với nhân tố 5, trong đó yếu tố “phong cảnh đa dạng” tác động mạnh nhất đến nhân tố “phong cảnh nơi đến” do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất (0,521).

$$F6 = 0,534 \times 45 + 0,436 \times 46$$

Nhân tố 6, nhân tố “phục vụ của nhân viên tại cơ sở lưu trú” phần lớn được tác động bởi hai biến quan sát x45 (nhân viên rất lịch sự) và x46 (nhân viên rất thân thiện). Các yếu tố này đều tác động thuận chiều với nhân tố 6, trong đó yếu tố “nhân viên rất lịch sự” tác động mạnh nhất đến nhân tố “nhân viên cơ sở lưu trú” do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất (0,514).

$$F7 = 0,536 \times 31 + 0,379 \times 32$$

Nhân tố 7, nhân tố “hình thức hướng dẫn viên” phần lớn được tác động bởi hai biến quan sát x31 (diện mạo, trang điểm) và x32 (sự chỉnh tề của trang phục). Các yếu tố này đều tác động thuận chiều với nhân tố 7, trong đó yếu tố “diện mạo, trang điểm” tác động mạnh nhất đến nhân tố “hình thức hướng dẫn viên” do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất (0,516).

$$F8 = 0,361 \times 34 + 0,543 \times 35$$

Nhân tố 8, nhân tố “giờ giấc hướng dẫn viên” phần lớn được tác động bởi hai biến quan sát x34 (sự hiện diện trong suốt chuyến đi) và x35 (đúng giờ giấc, thời gian). Các yếu tố này đều tác động thuận chiều với nhân tố 8, trong đó yếu tố “đúng giờ giấc, thời gian” tác động mạnh nhất đến nhân tố “giờ giấc hướng dẫn viên” do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất (0,533).

3.3. Kết quả phân tích về giá cả cảm nhận và sự hài lòng của du khách

Kết quả Cronbach alpha cho thấy thang đo giá cả cảm nhận và sự hài lòng của du khách đều thỏa mãn yêu cầu về độ tin cậy Alpha. Vì vậy, các biến quan sát của các thang đo này tiếp tục được đánh giá bằng phân tích EFA. Khái niệm giá cả cảm nhận là một khái niệm đơn hướng do EFA các biến quan sát rút thành một nhân tố, nên có thể sử dụng phương pháp trích (principal component analysis) vì phương pháp trích này sẽ làm cho tổng phương sai trích tốt hơn.

Phương trình nhân tố “giá cả cảm nhận”

$$FGCCN = 0,331 \times x50 + 0,366 \times x51 + 0,340 \times x52 + 0,374 \times x53$$

Ta thấy nhân tố “giá cả cảm nhận” được tác động khá đồng đều bởi bốn biến quan sát. Trong đó, biến x53 (rất hài lòng về cơ sở lưu trú) tác động mạnh nhất đến nhân tố “giá cả cảm nhận” do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất (0,374), kế đến là yếu tố “rất hài lòng về phương tiện vận chuyển” (x51) với hệ số điểm nhân tố là 0,366; “rất hài lòng về hướng dẫn viên du lịch” (x52) với hệ số điểm nhân tố là 0,34 và cuối cùng là yếu tố “rất hài lòng về hạ tầng kỹ thuật” (x50) với hệ số điểm nhân tố là 0,331. Như vậy, để làm hài lòng du khách về giá cả cảm nhận thì du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu cần quan tâm nhiều đến cơ sở lưu trú, phương tiện vận chuyển, hướng dẫn viên và hạ tầng kỹ thuật.

Phương trình nhân tố “sự hài lòng của du khách”

$$FHLDK = 0,283 \times x54 + 0,316 \times x56 + 0,277 \times x57 + 0,362 \times x58 + 0,284 \times x59$$

Ta thấy nhân tố “sự hài lòng của du khách” được tác động bởi năm biến quan sát.

Trong đó, biến x58 (rất hài lòng về cơ sở lưu trú) tác động mạnh nhất đến nhân tố “sự hài lòng của du khách” do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất (0,342). Tương tự như vậy là yếu tố “rất hài lòng về phương tiện vận chuyển” (x56) với hệ số điểm nhân tố là 0,306; yếu tố “rất hài lòng về chuyến đi này” (x59) với hệ số điểm nhân tố là 0,294; yếu tố “rất hài lòng về phong cảnh du lịch” (x54) với hệ số điểm nhân tố là 0,273 và cuối cùng là yếu tố “rất hài lòng về hướng dẫn viên” (x57) với hệ số điểm nhân tố là 0,267. Vì vậy nếu muốn du khách hài lòng đối với du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu thì du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu cần làm hài lòng du khách về cơ sở lưu trú, về phương tiện vận chuyển, về phong cảnh du lịch và hướng dẫn viên.

#### 4. KẾT LUẬN

Kết quả của các mô hình đo lường cho thấy, sau khi đã bổ sung và điều chỉnh, các thang đo đều đạt được độ tin cậy và giá trị cho phép. Kết quả cũng cho thấy trong phạm vi của nghiên cứu điển hình 450 du khách đến Bà Rịa – Vũng Tàu thì sự hài lòng của du khách có liên quan đến năm thành phần: (1) tiện nghi cơ sở lưu trú, (2) phương tiện vận chuyển thoải mái, (3) thái độ hướng dẫn viên, (4) hạ tầng cơ sở và (5) hình thức hướng dẫn viên, thông qua 14 biến quan sát. Dựa vào kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy năm thành phần nói trên đều có quan hệ nhân quả với sự hài lòng của du khách. Trong đó, thái độ hướng dẫn viên tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của du khách, kế đến là hình thức hướng dẫn viên, sự thoải mái phương tiện vận chuyển,

hạ tầng cơ sở và cuối cùng là tiện nghi cơ sở lưu trú. Đối với thái độ hướng dẫn viên, đây là yếu tố tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của du khách, trên cơ sở phát hiện của nghiên cứu này các công ty du lịch tại địa phương cần quan tâm hơn nữa về thái độ ứng xử cũng như kỹ năng giao tiếp cho hướng dẫn viên của mình. Đối với ngoại hình của hướng dẫn viên, đây là yếu tố tác động mạnh thứ hai đến sự hài lòng của du khách. Trong đó, hai yếu tố diện mạo, trang điểm và sự chỉnh tề của trang phục là hai yếu tố tác động lớn nhất đến hình thức hướng dẫn viên. Đối với sự thoải mái phương tiện vận chuyển, đây là yếu tố tác động mạnh thứ ba đến sự hài lòng của du khách. Trong đó, ghế ngồi rộng rãi, thoải mái và độ ngã thân ghế rất tốt là hai yếu tố tác động lớn nhất đến sự thoải mái phương tiện vận chuyển đến Bà Rịa – Vũng Tàu. Đối với hạ tầng cơ sở phục vụ du lịch, đây là yếu tố tác động mạnh thứ tư đến sự hài lòng của du khách. Đây là yếu tố thuộc tâm vĩ mô của tỉnh vì vậy để du khách hài lòng về hạ tầng cơ sở thì tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu cần có sự đầu tư hoàn chỉnh về hệ thống dịch vụ sản phẩm du lịch. Trong đó, yếu tố dịch vụ internet công cộng tác động mạnh nhất đến hạ tầng cơ sở. Cuối cùng là tiện nghi cơ sở lưu trú, đây là yếu tố tác động thấp nhất đến sự hài lòng của du khách khi đến du lịch, nhưng đây lại là một yếu tố rất quan trọng mỗi khi đi du lịch. Vì vậy việc hoàn thiện hệ thống cơ sở lưu trú đòi hỏi sự hợp tác từ phía khách sạn, nhà nghỉ cho đến chính quyền địa phương nhằm làm hài lòng du khách. Hai yếu tố phòng nghỉ rộng rãi, thoáng mát và nhà vệ sinh rộng rãi, sạch sẽ chính là các yếu tố tác động mạnh nhất đến tiện nghi cơ sở lưu trú.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Niên giám thống kê tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu năm 2008,2009,2010.2011,2012
- [2] Báo cáo tổng kết 20 năm hoạt động phát triển du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu.
- [3] Nguyễn Đình Thọ - Nguyễn Thị Mai Trang (2011), “Nghiên cứu khoa học marketing”, nhà xuất bản đại học quốc gia Thành Phố Hồ Chí Minh.
- [4] Asubonteng et al., (2001), “Servqual Revisited: A critical Review of Service Quality”, Journal of Service Marketing, Vol 10, No. 6.
- [5] Churchill, G.A. Jr. and C. Suprenaut (1982), “An Investigation into the determinants of Customer. Satisfaction” Journal of Marketing Research, 19 (November), pp. 491- 504
- D.Randall Brandt (1996), “Customer satisfaction indexing”, Conference Paper, American Marketing Association