

Sự hài lòng của du khách đến du lịch tại huyện Cầu Kè, tỉnh Trà Vinh

MÃ HOÀI THANH*
BÙI VĂN TRINH**

Tóm tắt

Trên cơ sở khảo sát 185 du khách, kết quả phân tích cho thấy, có 5 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về du lịch huyện Cầu Kè, tỉnh Trà Vinh gồm: (1) Hướng dẫn viên du lịch; (2) Phương tiện vận chuyển; (3) Cơ sở vật chất hạ tầng kỹ thuật du lịch; (4) Tài nguyên du lịch; (5) Giá cả cảm nhận. Trong đó, yếu tố Hướng dẫn viên du lịch có tác động lớn nhất đến sự hài lòng của du khách.

Từ khóa: du khách, sự hài lòng, du lịch huyện Cầu Kè, yếu tố, ảnh hưởng

Summary

From the actual survey of 185 visitors, the study points out 5 factors that affect their satisfaction with travel in Cau Ke, Tra Vinh, which are (1) Tour guide; (2) Means of transport; (3) Technical infrastructure for tourism; (4) Tourism resources; (5) Price perception. In particular, Tour guide creates the greatest impact.

Keywords: travelers, satisfaction, travel in Cau Ke district, factor, affect

GIỚI THIỆU

Huyện Cầu Kè nằm cách TP. Cần Thơ 50 km, TP. Sóc Trăng 65km và tiếp giáp với huyện Trà Ôn, Vũng Liêm (tỉnh Vĩnh Long). Là vùng sông nước, có nhiều sông ngòi chằng chịt, đặc biệt là nằm ven sông Hậu có kinh tế vườn phát triển và điều kiện tiên quyết để phát triển du lịch, trong đó có cồn Tân Quy và cồn An Lộc nằm giữa sông Hậu.

Cầu Kè còn được mọi người biết đến là vùng đất giàu truyền thống cách mạng, là vùng căn cứ của Tỉnh ủy Trà Vinh, miền Tây Nam Bộ và được ghi vào lịch sử vẻ vang của Đảng Cộng sản Việt Nam với chiến dịch Cầu Kè 1949. Cầu Kè còn là nơi sản sinh ra người con anh hùng, giàu tinh thần yêu nước, kiên trung: Nữ anh hùng lực lượng vũ trang nhân dân Nguyễn Thị Út là tấm gương tiêu biểu của phụ nữ Việt Nam “Anh hùng, bất khuất, trung hậu, đảm đang”.

Bên cạnh những nét đẹp về truyền thống lịch sử của dân tộc, trên địa bàn

huyện Cầu Kè ngày nay vẫn còn bảo tồn được nhiều kiến trúc cổ, những giá trị về văn hóa phi vật thể với những lễ hội mang đậm nét bản sắc văn hóa như hàng năm trên địa bàn Huyện diễn ra lễ hội “Vu Lan Thắng Hội”, là một trong những hoạt động văn hóa được tổ chức kéo dài từ ngày 08-28/7 Âm lịch, thu hút trên 30.000 khách đến tham quan lễ hội.

Trong bối cảnh nhu cầu về du lịch ngày càng cao, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đến huyện Cầu Kè là một việc cần thiết, để từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp, thúc đẩy sự phát triển ngành công nghiệp của Huyện.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Sự thỏa mãn là quá trình nhận xét, đánh giá của khách hàng về sản phẩm hay dịch vụ mà sản phẩm hay dịch vụ này có đáp ứng được các nhu cầu và sự kỳ vọng của họ hay không (Zeithaml & Bitner, 2003).

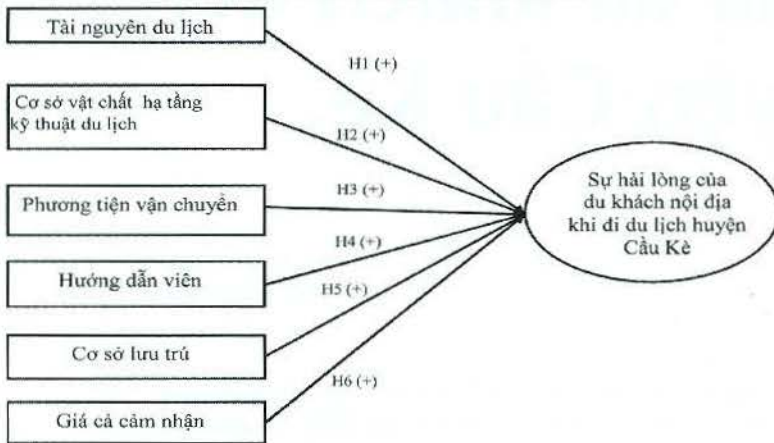
Theo Cronin và Taylor (1992), sự hài lòng là kết quả của chất lượng dịch vụ, chất lượng dịch vụ tốt sẽ tạo ra sự hài lòng của khách hàng, kích thích ý định quay trở lại và khuyến khích các giới thiệu. Do vậy, các doanh nghiệp cần phải tìm ra nhiều cách để sản

* UBND huyện Cầu Kè, tỉnh Trà Vinh | Email: mahoaithanhtctv@gmail.com

** PGS, TS., Trường Đại học Cần Thơ

Ngày nhận bài: 07/06/2017; Ngày phản biện: 14/07/2017; Ngày duyệt đăng: 26/07/2017

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp và đề xuất, 2017

BẢNG 1: DIỄN GIẢI CÁC BIẾN THÀNH PHẦN

STT	Các yếu tố
1	Thành phần tài nguyên du lịch
	TN_1 Cảnh quan đa dạng, độc đáo
	TN_2 Điểm đến an toàn
	TN_3 Người dân địa phương thân thiện, mến khách
	TN_4 Truyền thống văn hóa địa phương mới lạ, độc đáo
TN_5 Các món ăn phong phú, đa dạng, hải sản tươi ngon	
2	Thành phần cơ sở vật chất hạ tầng kỹ thuật
	HT_1 Cơ sở lưu trú đa dạng, thuận tiện cho du khách
	HT_2 Chất lượng đường xá tốt
	HT_3 Dịch vụ internet tốt
HT_4 Cung cấp điện, nước tốt	
3	Thành phần phương tiện vận chuyển
	PT_1 Ghế ngồi rộng rãi, thoải mái và sạch sẽ
	PT_2 Phương tiện an toàn và tiện lợi
	PT_3 Độ ngả thân ghế, tàu rất tốt
PT_4 Nệm ghế rất êm	
4	Thành phần hướng dẫn viên du lịch
	HD_1 Thái độ thân thiện
	HD_2 Luôn nhã nhặn, lịch sự khi giao tiếp
	HD_3 Nhiệt tình, chu đáo phục vụ du khách
	HD_4 Luôn đúng giờ
HD_5 Cung cấp các thông tin kịp thời khi du khách yêu cầu	
5	Thành phần cơ sở lưu trú
	LT_1 Luôn đảm bảo an ninh và an toàn
	LT_2 Có đầy đủ các tiện ích: internet, giặt ủi...
	LT_3 Chất lượng phòng tốt
	LT_4 Vệ sinh, sạch sẽ, thoáng mát, yên tĩnh
LT_5 Tập thể nhân viên nhà nghỉ luôn thân thiện và mến khách	
6	Thành phần giá cả cảm nhận
	CP_1 Chi phí cho hạ tầng kỹ thuật là hợp lý
	CP_2 Chi phí hướng dẫn viên là hợp lý
CP_3 Chi phí cho cơ sở lưu trú là hợp lý	
7	Thành phần độ hài lòng
	SHL_1 Bạn có quay trở lại huyện Cầu Kè trong tương lai
	SHL_2 Bạn sẽ giới thiệu huyện Cầu Kè cho mọi người
SHL_3 Mức độ hài lòng của bạn về du lịch huyện Cầu Kè	

Nguồn: Tổng hợp từ các nghiên cứu trước đó và kết quả thảo luận nhóm, 2017

phẩm dịch vụ của họ nổi bật hơn những sản phẩm dịch vụ tương tự của những đối thủ cạnh tranh khác.

Năm 1985, Parasuraman và cộng sự đã đưa ra 10 nhân tố cấu thành chất lượng dịch vụ, đó là: truyền thông, năng lực phục vụ, lịch sự, tín nhiệm, an toàn,

tính tiếp cận, hiểu biết khách hàng, tin cậy, đáp ứng, tính hữu hình. Năm 1988, họ thực hiện những nghiên cứu thực tiễn và khái quát thành 5 nhân tố cấu thành chất lượng dịch vụ (mô hình SERVQUAL) bao gồm: Sự tin cậy; Khả năng đáp ứng; Năng lực phục vụ; Đồng cảm; Tính hữu hình.

Trên cơ sở các nghiên cứu trên, cùng với việc thảo luận nhóm trực tiếp với 5 chuyên gia và 5 du khách có kinh nghiệm đi du lịch trên địa bàn huyện Cầu Kè, tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng sự hài lòng của du khách đối với du lịch huyện Cầu Kè bao gồm 6 yếu tố: (1) Hướng dẫn viên du lịch; (2) Phương tiện vận chuyển; (3) Cơ sở lưu trú; (4) Cơ sở vật chất hạ tầng kỹ thuật du lịch; (5) Tài nguyên du lịch; (6) Giá cả cảm nhận. Mô hình nghiên cứu đề xuất được thể hiện như Hình.

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện trong khoảng thời gian từ 01/12/2016 đến 30/02/2017. Để đảm bảo tính đại diện, tác giả đã phát phiếu điều tra cho 200 du khách. Số phiếu đạt yêu cầu nghiên cứu là 185. Sau đó, tác giả sử dụng kiểm định thang đo ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với du lịch trên địa bàn huyện Cầu Kè, tỉnh Trà Vinh bằng hệ số Cronbach's Alpha; phân tích yếu tố khám phá (EFA) kết hợp với phân tích hồi quy đa biến.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo lường sự hài lòng

Theo Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), thang đo có hệ số Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên là có thể sử dụng tốt và hệ số tương quan biến tổng phải lớn hơn 0,3, thì mới đạt yêu cầu. Tác giả tiến hành kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha nhiều lần để tìm được thang đo có độ tin cậy cao nhất. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy, tất cả các biến đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,6. Điều đó đồng nghĩa với việc thang đo có ý nghĩa và các biến thành phần trong thang đo là đáng tin cậy trong việc đánh giá sự hài lòng của du khách về du lịch trên địa bàn huyện Cầu Kè, tỉnh Trà Vinh.

Đánh giá thang đo sự hài lòng của du khách

Thang đo được sử dụng là thang đo Likert 5 điểm, với 1 là hoàn toàn không đồng ý đến 5 là hoàn toàn đồng ý.

Thang đo sự hài lòng du khách nội địa khi đi du lịch tại huyện Cầu Kè gồm 7 thành phần, với 29 biến quan sát như Bảng 1.

Thực hiện phân tích EFA sau 2 vòng, các kiểm định được đảm bảo như sau:

(1) Độ tin cậy các biến quan sát (factor loading > 0,55);

(2) Kiểm định tính thích hợp của mô hình ($0,5 < KMO = 0,717 < 1$);

(3) Kiểm định Bartlett's về tương quan các biến quan sát có giá trị Sig. = $0,000 < 5\%$ chứng tỏ các biến quan sát chặt chẽ;

(4) Kiểm định phương sai cộng dồn = 34,959% cho thấy, các biến độc lập đưa vào mô hình giải thích được 34,959% sự hài lòng của du khách về du lịch trên địa bàn huyện Cầu Kè, tỉnh Trà Vinh.

Kết quả phân tích EFA sau 2 vòng hình thành nên 6 nhóm yếu tố và 24 biến thành phần, nhưng không có sự xáo trộn giữa các biến thành phần ngoại trừ biến "Thái độ thân thiện" và "Cơ sở lưu trú đa dạng, thuận tiện cho du khách" bị loại, nên các yếu tố vẫn được giữ nguyên (Bảng 2).

Phân tích các nhân tố ảnh hưởng

Kết quả cho thấy $R^2 = 39,8\%$, nghĩa là thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập đưa vào mô hình nghiên cứu 39,8% (Đình Phi Hồ, 2014). Biến LT (Cơ sở lưu trú) không có ý nghĩa thống kê do có mức ý nghĩa > 10%. Còn lại các biến: TN (Tài nguyên du lịch), HD (Hướng dẫn viên), CP (Giá cả cảm nhận), PT (Phương tiện vận chuyển), HT (Cơ sở vật chất hạ tầng kỹ thuật) có ý nghĩa Sig. < 1% (Bảng 3).

Từ đó ta có phương trình hồi quy đa biến như sau:

$$Y = 0,274 + 0,196 * X_2 + 0,272 * X_3 + 0,138 * X_4 + 0,136 * X_5 + 0,176 * X_6$$

Từ kết quả của mô hình hồi quy, xác định được yếu tố Hướng dẫn viên du lịch có hệ số $\beta = 0,272$, là có mức độ ảnh hưởng lớn nhất đến sự hài lòng của du khách khi đi du lịch trên địa bàn huyện Cầu Kè, tỉnh Trà Vinh. Tiếp đến Tài nguyên du lịch (hệ số $\beta = 0,196$); Cơ sở vật chất hạ tầng kỹ thuật (hệ số $\beta = 0,176$); Giá cả cảm nhận (hệ số $\beta = 0,138$) và cuối cùng là Phương tiện vận chuyển (hệ số $\beta = 0,136$).

BẢNG 2: KẾT QUẢ EFA LẦN CUỐI

Biến quan sát	Hợp phần					
	1	2	3	4	5	6
LT_3	0,699					
LT_1	0,674					
LT_5	0,574					
LT_4	0,535					
LT_2	0,534					
PT_4	0,508					
TN_4		0,732				
TN_3		0,690				
TN_2		0,667				
TN_1		0,655				
TN_5		0,560				
HD_3			0,830			
HD_5			0,775			
HD_4			0,638			
HD_2			0,626			
CP_2				0,809		
CP_3				0,766		
CP_1				0,742		
PT_1					0,822	
PT_2					0,796	
PT_3					0,765	
HT_2						0,761
HT_3						0,702
HT_4						0,677
KMO = 0,717						
Tổng phương sai trích 34,959%						
Mức ý nghĩa kiểm định Bartlett = 0,000						

BẢNG 3: KẾT QUẢ HỆ SỐ HỒI QUY

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chưa chuẩn hóa	T	Mức ý nghĩa (Sig.)	
	B	Sai số chuẩn				Beta
1	Hằng số	0,274	0,333		0,823	0,411
	X ₁	0,014	0,105	0,012	0,137	0,891
	X ₂	0,196	0,091	0,166	2,162	0,032
	X ₃	0,272	0,073	0,262	3,729	0,000
	X ₄	0,138	0,073	0,130	1,893	0,060
	X ₅	0,136	0,070	0,134	1,934	0,055
	X ₆	0,176	0,079	0,169	2,243	0,026

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của nhóm tác giả

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Hệ số tin cậy Cronbach's Aalpha của từng thang đo đạt từ 0,793 đến 0,862 cho thấy, các thang đo đều đảm bảo. Trong phân tích EFA, phương sai trích được là 34,959%, hệ số tải của các mục hỏi lên các yếu tố đại diện tương ứng dao động từ 0,508 đến 0,830 cao hơn giá trị cho phép. Kết quả rút ra được 24 mục hỏi trong 6 yếu tố có độ tin cậy và độ giá trị bảo đảm đo đúng cái cần đo.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy, sự hài lòng của du khách khi đi du lịch tại huyện Cầu Kè được đánh giá ở mức khá cao (M=3,91) và kết quả hồi quy đã cho thấy rằng, các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa khi đến du lịch tại huyện Cầu Kè bao

gồm 5 nhân tố: Hướng dẫn viên du lịch; Phương tiện vận chuyển; Cơ sở vật chất hạ tầng kỹ thuật du lịch; Tài nguyên du lịch và Giá cả cảm nhận.

Để nâng cao sự hài lòng của du khách các cơ sở kinh doanh du lịch tại địa bàn Huyện, tác giả đề xuất một số giải pháp như sau:

Về phát triển nguồn nhân lực:

- Cần tăng cường năng lực cho cán bộ quản lý du lịch thông qua các chương trình đào tạo trong và ngoài nước, các lớp bồi dưỡng ngắn hạn trong nước về trình độ quản lý chuyên môn, trình độ ngoại ngữ.

- Phổ biến, triển khai chương trình giáo dục cho người dân kiến thức cơ bản về du lịch và lợi ích trong việc tham gia làm du lịch; đồng thời, nâng cao ý thức về bảo vệ, tôn tạo tài nguyên du lịch, vệ sinh môi trường du lịch góp phần xây dựng môi trường du lịch lành mạnh, xanh, sạch, đẹp xứng đáng trở thành điểm đến an toàn, thân thiện và hấp dẫn.

Về đầu tư phát triển phương tiện phục vụ du lịch:

Với định hướng phát triển du lịch sinh thái kết hợp với tham quan, tìm hiểu những nét văn hóa truyền thống của người dân sống tại cồn Tân Quy của huyện Cầu Kè, thì cần có chính sách huy động vốn đầu tư đóng những chiếc tàu du lịch với đầy đủ tiện nghi, phục vụ các dịch vụ ăn uống, ca nhạc tài tử, dân ca tàu thuyền, hoặc cho người dân tham gia trực tiếp làm dịch vụ.

Riêng các phương tiện vận chuyển đường bộ, thì cần khuyến khích đầu tư các loại xe chất lượng cao, với trang bị cần thiết phục vụ khách du lịch.

Về phát triển cơ sở vật chất hạ tầng kỹ thuật:

Hiện nay, mạng lưới giao thông đường bộ đến các điểm tham quan du lịch trên địa bàn Huyện nhiều nơi còn chưa tốt. Cụ thể, việc vận chuyển khách du lịch đến cồn Tân Quy đang gặp khó khăn do hệ thống đường thủy còn hạn chế; hệ thống giao thông đường bộ huyện Cầu Kè đến cồn Tân Quy cũng chưa đáp ứng nhu cầu, thậm chí có những khu chưa có đường giao thông đi đến đó. Vì vậy, Huyện cần ưu tiên đầu tư, nâng cấp ban đầu và khi có hiệu quả kinh tế từ du lịch sẽ tiếp tục tái đầu tư mở rộng. Trước mắt, nên đẩy nhanh tiến độ

xây dựng những con đường nhựa để phục vụ du khách đi lại dễ dàng.

Về phát triển tài nguyên du lịch:

- Chú trọng công tác xúc tiến, quảng bá du lịch, tạo lập và nâng cao hình ảnh du lịch sinh thái Cầu Kè thông qua các chương trình quảng cáo có tính chất chuyên nghiệp bằng hình ảnh; đa dạng hóa các hình thức thông tin tuyên truyền theo các kênh khác nhau, có chất lượng để phản ánh, giới thiệu về du lịch Cầu Kè, lấy du lịch sinh thái cồn Tân Quy, nhà cổ Huỳnh Kỳ (là sản phẩm chủ lực mang tính đặc thù của Huyện).

- Cần có chiến lược quảng bá hấp dẫn thu hút trong các dịp hè, lễ, tết, cưới hỏi trong năm, như: tour hè, lễ, tết, tour hưởng tuần trăng mật... với chi phí tour hợp lý và chất lượng đảm bảo đem lại sự hài lòng cho du khách, đặc biệt cần nhắm đến thị trường khách du lịch các tỉnh ở Đồng bằng sông Cửu Long.

- Phối hợp với các ngành các cấp tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước về tài nguyên du lịch, môi trường du lịch từ trước và sau khi đưa vào khai thác; tạo ra môi trường du lịch lành mạnh, trong sạch đảm bảo phát triển theo hướng bền vững.

- Thường xuyên tổ chức tuyên truyền, giáo dục ý thức, kiến thức về tài nguyên du lịch, môi trường du lịch và về hệ sinh thái cần được bảo vệ, tôn tạo, gìn giữ cho cộng đồng dân cư sinh sống tại cồn Tân Quy.

- Đầu tư hệ thống thu gom, xử lý rác thải tại các điểm du lịch và các khu dân cư; bố trí hợp lý các thùng rác công cộng; trồng cây xanh tạo cảnh quan đường phố đạt chuẩn là khu du lịch sinh thái chất lượng cao. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nxb Hồng Đức
2. Đinh Phi Hồ (2014). *Phương pháp nghiên cứu kinh tế và viết luận văn thạc sĩ*, Nxb Phương Đông
3. Trần Thị Minh Nguyệt và Bùi Văn Trinh (2016). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phản nản của khách hàng sử dụng dịch vụ: Trường hợp dịch vụ viễn thông di động của Viettel tại địa bàn thành phố Vĩnh Long, *Tạp chí Khoa học Đại học Cửu Long*, số 3/2016
4. Cronin, J. J., Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension, *Journal of Marketing*, 6: 55-68
5. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 49: 41-50
6. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. L. (1988), SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64 (1): 12-40
7. Zeithaml, V. and Bitner, M. (2003). *Service Marketing: Integrating Customer Focus across the firm*, McGraw - Hill, New York