

Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né

NGUYỄN XUÂN VIÊN*

Tóm tắt

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định và đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né (TP. Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận). Dữ liệu nghiên cứu được thu thập thông qua khảo sát 200 du khách đang cư trú trên địa bàn Mũi Né trong khoảng thời gian từ tháng 08-10/2020. Qua phân tích, nghiên cứu đã xác định 6 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né, đó là: (1) Giá cảm nhận; (2) Các dịch vụ; (3) Nhân viên; (4) An toàn - An ninh; (5) Sự hữu hình. Trong đó, nhân tố Các dịch vụ có tác động mạnh nhất và nhân tố Sự hữu hình có ảnh hưởng yếu nhất đến Sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né. Đồng thời, nghiên cứu cũng đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né.

Từ khóa: sự hài lòng, du khách nội địa, chất lượng dịch vụ, các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né

Summary

The study is conducted to identify and measure factors affecting domestic tourists' satisfaction with service quality of resorts in Mui Ne, Phan Thiet city, Binh Thuan province. Data was collected from a survey of 200 tourists travelling to Mui Ne during the period from August to October 2020. Result has identified six influential factors, which are (1) Perceived price, (2) Services, (3) Employees, (4) Safety - Security, (5) Tangibles. In particular, Services has the strongest impact and Tangibles creates the weakest influence on their satisfaction with the aforementioned service quality. At the same time, the study proposes some recommendations to improve service quality of resorts in Mui Ne.

Keywords: satisfaction, domestic tourists, service quality, resorts in Mui Ne

GIỚI THIỆU

Ngày nay, du lịch được nhìn nhận là ngành công nghiệp lớn nhất thế giới, ảnh hưởng trực tiếp đến tình hình kinh tế, xã hội, văn hóa, chính trị và môi trường của các quốc gia có ngành du lịch phát triển. Ở Việt Nam, nhiều chính sách quan trọng về phát triển du lịch đã được ban hành nhằm thúc đẩy du lịch cả nước nói chung và du lịch tỉnh Bình Thuận nói riêng. Trong đó, Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và Quyết định số 1772/QĐ-TTg, ngày 18/12/2018 của Thủ tướng phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Mũi Né, tỉnh Bình Thuận đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030...

đã mang lại tiền đề quan trọng giúp cho du lịch Bình Thuận phát triển vượt bậc trong thời gian qua. Tuy nhiên, theo nhìn nhận của các chuyên gia, hệ thống cơ sở vật chất phục vụ du lịch trên địa bàn Tỉnh còn nhiều hạn chế, sản phẩm du lịch chưa đa dạng nên khả năng cạnh tranh còn thấp, các loại hình dịch vụ bổ sung còn ít, quy hoạch khai thác du lịch tại các điểm đến chưa bài bản, đồng bộ... Do đó, để thúc đẩy và nâng cao sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ tại các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né là việc làm cần thiết nhằm góp phần đưa du lịch Bình Thuận

* Trường Đại học Phan Thiết

Ngày nhận bài: 13/01/2021; Ngày phản biện: 20/01/2021; Ngày duyệt đăng: 25/01/2021

phát triển tương xứng với tiềm năng và lợi thế vốn có.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết về nhu cầu và lý thuyết về sự trông đợi

Có hai lý thuyết quan trọng về khách hàng được vận dụng trong các ngành dịch vụ nói chung và trong ngành du lịch nói riêng, đó là Lý thuyết nhu cầu của Abraham Maslow (1943) và Lý thuyết về sự trông đợi của Davidoff (1965). Cụ thể: Lý thuyết nhu cầu của Abraham Maslow (1943) đưa ra bậc thang nhu cầu gồm 5 nhu cầu từ thấp lên cao. Đó là nhu cầu sinh lý, nhu cầu an toàn, nhu cầu xã hội, nhu cầu được tôn trọng, nhu cầu tự hoàn thiện.

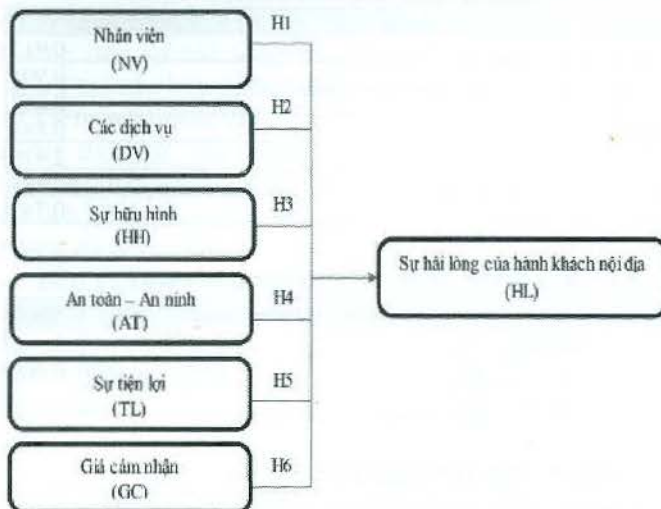
Còn Lý thuyết về sự trông đợi của Davidoff (1965) cho rằng, nếu khách hàng trông đợi một mức nhất định về dịch vụ và cảm nhận rằng sự tương đương hay mức cao hơn đã được tạo ra, họ sẽ thỏa mãn. Sự trông đợi của khách hàng bao gồm 7 loại cơ bản là sự sẵn sàng, cư xử tao nhã, sự chú ý cá nhân, sự đồng cảm, kiến thức nghề nghiệp, tính đồng đội. Hiểu được nhu cầu và trông đợi của khách du lịch có tính chất quyết định đến việc cung ứng chất lượng dịch vụ làm cho khách du lịch cảm thấy hài lòng.

Lý thuyết du lịch, chất lượng dịch vụ

Theo 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.

Chất lượng dịch vụ chính là sự thỏa mãn khách hàng được so sánh giữa dịch vụ cảm nhận và dịch vụ trông đợi. Chính vì thế, một quan điểm khác được xác định trên cơ sở giá cả và chi phí, theo đó, mô hình này do nhóm tác giả Parasuraman, Zeithaml và Berry đưa ra vào năm 1985 cho thấy, có 3 mức cảm nhận cơ bản về chất lượng dịch vụ: (1) Chất lượng dịch vụ tốt; (2) Chất lượng dịch vụ thỏa mãn, (3) Chất lượng dịch vụ tồi. Cho đến nay, trên thế giới vẫn sử dụng phương pháp đo lường căn cứ vào sự thỏa mãn khách hàng. Đại diện cho phương pháp này là phương pháp

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Đề xuất của tác giả

SERVQUAL của Parasuraman (1988). SERVQUAL đưa ra một quy mô nhiều khoản mục cho việc đo lường 5 chỉ tiêu của chất lượng dịch vụ: Sự tin cậy, Tinh thần trách nhiệm, Sự đảm bảo, Sự đồng cảm, Tính hữu hình trên cơ sở khoảng cách giữa dịch vụ trông đợi và dịch vụ cảm nhận của khách hàng hay còn gọi là lỗ hổng chất lượng dịch vụ.

Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết

Tác giả kế thừa mô hình 5 thành phần của thang đo chất lượng dịch vụ (SERVQUAL) của Parasuraman và cộng sự (1988), các nghiên cứu của Zeithaml và Bitney (2000) cũng như kết quả các nghiên cứu của: Nguyễn Đình Thọ (2011), Phan Thị Dang (2015), Đặng Thị Thanh Loan (2015), Phí Hải Long (2019). Mô hình nghiên cứu đề xuất các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khách du lịch nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né được xây dựng như Hình, bao gồm 6 nhân tố sau: (1) Nhân viên, (2) Các dịch vụ, (3) Sự hữu hình, (4) An toàn - An ninh, (5) Sự tiện lợi, (6) Giá cảm nhận.

Các giả thuyết nghiên cứu được đặt ra như sau:

Giả thuyết H₁: Nhân tố “Nhân viên” có tương quan đến Sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né.

Giả thuyết H₂: Nhân tố “Các dịch vụ” có tương quan đến Sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né.

Giả thuyết H₃: Nhân tố “Sự hữu hình” có tương quan đến Sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né.

Giả thuyết H₄: Nhân tố “An toàn - An ninh” có tương quan đến Sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né.

Giả thuyết H₅: Nhân tố “Sự tiện lợi” có tương quan đến Sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né.

Giả thuyết H₆: Nhân tố “Giá cảm nhận” có tương quan đến Sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né.

BẢNG 1: KẾT QUẢ EFA CHO NHÂN TỐ PHỤ THUỘC

Biến quan sát	Nội dung	Nhân tố 1
HL2		0.912
HL1		0.901
HL3		0.887
Hệ số Cronbach's Alpha		0.881
Eigenvalue		2.429
Phương sai trích (%)		80.979
KMO		0.742

BẢNG 2: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH ANOVA TRONG HỒI QUY

Mô hình	Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Sig.	
1	Hồi quy	62.562	6	10.427	54.069	0.000
	Phần dư	36.641	190	0.193		
	Tổng	99.204	196			

BẢNG 3: TÓM TẮT MÔ HÌNH HỒI QUY

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn ước tính	Durbin-Watson
1	0.794 ^a	0.631	0.619	0.43915	1.568

BẢNG 4: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH CÁC GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	T	Sig.	Thống kê đa công tuyến		
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Dung sai	VIF	
Hằng số	-2.210	0.404		-5.468	0.000			
1	F NV	0.360	0.065	0.262	5.558	0.000	0.877	1.140
	F DV	0.364	0.037	0.449	9.820	0.000	0.930	1.076
	F HH	0.194	0.067	0.140	2.910	0.004	0.846	1.183
	F AT	0.310	0.064	0.228	4.886	0.000	0.893	1.120
	F TL	0.012	0.038	0.014	.314	0.754	0.975	1.026
	F GC	0.349	0.043	0.367	8.194	0.000	0.968	1.033

Nguồn: Tính toán của tác giả

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng tổng hợp hai phương pháp định tính và định lượng. Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phương thức tham vấn ý kiến 20 chuyên gia hiện đang là quản lý các cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú tại Mũi Né với mục đích điều chỉnh các khái niệm nghiên cứu, cũng như các nội dung đo lường các khái niệm nghiên cứu cho phù hợp với điều kiện nghiên cứu tại Mũi Né. Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua phân tích dữ liệu thu thập từ khảo sát 200 đáp viên là khách du lịch trong nước (trong đó, có 197 phiếu trả lời hợp lệ) hiện đang lưu trú tại các cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch, các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né từ tháng 08-10/2020 theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện bằng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp thông qua bảng hỏi nhằm kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu (*Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế*).

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Phân tích thông qua kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha tổng của các thang đo đều lớn hơn 0.6, đạt yêu cầu của kiểm định này. Kết quả phân tích cũng cho thấy, các biến quan sát trong các thang đo được phân tích đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 ngoại trừ các biến quan sát NV4;

DV5; HH3; AT5 lần lượt có hệ số tương quan biến tổng bằng: 0.107; 0.014; 0.062; 0.063; (không đạt yêu cầu của kiểm định Cronbach's Alpha). Do đó, 4 biến quan sát này sẽ bị loại khỏi các thang đo "Nhân viên", "Các dịch vụ", "Sự hữu hình" và "An toàn - An ninh" để đảm bảo độ tin cậy cần thiết cho các thang đo trước khi tiến hành bước phân tích nhân tố khám phá (EFA) tiếp theo.

Phân tích EFA

Kết quả phân tích EFA của các nhân tố độc lập cho thấy, 23 biến quan sát đo lường các khái niệm nghiên cứu sau khi phân tích được rút trích thành 06 nhân tố tại giá trị Eigenvalue bằng 1.674 với tổng phương sai trích khi phân tích nhân tố bằng 68.194%; các biến quan sát trong 6 nhân tố được trích đều có hệ số tải lớn hơn 0.5 (đạt yêu cầu của phân tích EFA).

Về kết quả phân tích EFA của nhân tố phụ thuộc cho thấy, 3 biến quan sát đo lường cho khái niệm nghiên cứu sau khi phân tích được rút trích thành 1 nhân tố tại giá trị Eigenvalue bằng 2.416 với tổng phương sai trích khi phân tích nhân tố bằng 80.539% và cả 3 biến quan sát của nhân tố được trích đều có hệ số tải lớn hơn 0.5 (đạt yêu cầu của phân tích EFA) (Bảng 1).

Như vậy, sau khi phân tích EFA cho thấy, các biến độc lập và biến phụ thuộc trong mô hình đều đạt giá trị hội tụ, giá trị phân biệt cần thiết và phù hợp để sử dụng cho bước phân tích hồi quy tiếp theo.

Kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Kết quả đánh giá mức độ phù hợp của mô hình cho thấy, mô hình nghiên cứu đưa ra là phù hợp với tập dữ liệu khảo sát thu thập được (Kiểm định F của phân tích ANOVA trong hồi quy ở Bảng 2 có mức ý nghĩa Sig. < 0.05). Kết quả này cũng cho thấy, các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc ở độ tin cậy 95%.

Về mức độ giải thích của mô hình: Kết quả phân tích ở Bảng 3 cho thấy R² hiệu chỉnh là 0.619. Điều này có nghĩa rằng, các biến độc lập trong mô hình đã giải thích được 61.9% sự biến thiên trong dữ liệu của biến phụ thuộc.

Về kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, kết quả phân tích hồi quy trong Bảng 4 cho thấy, có 5 trong 6 nhân tố độc lập được phân tích ảnh hưởng đến biến phụ thuộc của mô hình (Sig. của kiểm định t < 0.05), hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) của các nhân

tố này cho thấy chúng có sự ảnh hưởng tuyến tính của các nhân tố độc lập gồm: Nhân viên (F_NV), Các dịch vụ (F_DV), Nhân tố hữu hình (F_HH), An toàn - An ninh (F_AT), Giá cảm nhận (F_GC) đến Sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né (F_HL).

Do đó, có thể kết luận rằng, 5 giả thuyết nghiên cứu đó là: H₁, H₂, H₃, H₄, H₆ trong mô hình nghiên cứu được chấp nhận và giả thuyết H₅ không được chấp nhận ở mức ý nghĩa 5%.

Từ kết quả ở Bảng 4, ta có phương trình hồi quy tuyến tính có dạng như sau:

$$QDLC = 0.360 * F_{NV} + 0.364 * F_{DV} + 0.194 * F_{HH} + 0.310 * F_{AT} + 0.349 * F_{GC}$$

KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ ĐỀ XUẤT

Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 nhân tố ảnh hưởng đến Sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né, từ quan trọng cao nhất đến ít quan trọng nhất gồm: Các dịch vụ (hệ số Beta = 0.364); Nhân viên (hệ số Beta = 0.360); Giá cảm nhận (hệ số Beta = 0.349); An toàn - An ninh (hệ số Beta = 0.310); Nhân tố hữu hình (hệ số Beta = 0.194).

Một số đề xuất

Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né như sau:

Đối với chính quyền địa phương: Kết quả nghiên cứu cho thấy, chất lượng dịch vụ, giá cả dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách nội địa hiện đang cư trú tại các khu nghỉ dưỡng tại Mũi Né. Vì vậy, cần sự kiểm soát chặt chẽ của cơ quan chức năng về chất lượng dịch vụ, giá cả dịch vụ, công tác an ninh - an toàn tại địa phương nhằm bảo vệ quyền lợi cho khách du lịch. Điều này giúp cho du khách tin tưởng vào chất lượng dịch vụ của các đơn vị cung cấp dịch vụ.

Bên cạnh đó, môi trường cảnh quan (sự hữu hình) cũng là một trong những nhân tố cần quan tâm, theo đó, khuôn viên cây xanh cần được hoàn thiện, đảm bảo đẹp, lôi cuốn và thiết kế hợp lý. Ngoài ra, hệ thống cảnh quan thay đổi theo từng sự kiện, mùa, lễ hội... Hơn nữa, hệ thống sửa chữa, bảo trì hệ thống cũng cần được đầu tư phù hợp để phát hiện, sửa chữa kịp thời các sai sót để trang thiết bị luôn trong tình trạng hoạt động tốt khi hành khách sử dụng các dịch vụ.

Đối với các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn tỉnh Bình Thuận: Theo kết quả nghiên cứu, ngoài những yêu cầu nghỉ dưỡng, thì du khách còn sử dụng nhiều dịch vụ đi kèm. Vì vậy, các doanh nghiệp cần đa dạng và đảm bảo chất lượng các dịch vụ đi kèm, như: món ăn, thức uống, phương tiện giao thông... Bên cạnh đó, ngoài việc minh bạch giá cả dịch vụ, doanh nghiệp cần nghiên cứu xây dựng riêng cho đơn vị mình hệ thống giá phòng cho thuê cạnh tranh và phù hợp với từng giai đoạn trong năm.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, nhân viên cũng có tác động đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa. Vì vậy, để nâng cao chất lượng nhân viên phục vụ khách du lịch, các khu nghỉ dưỡng cần xây dựng cho riêng đơn vị mình bộ quy tắc ứng xử, cung cách phục vụ cho nhân viên trong đơn vị. Đồng thời, cần có chế tài xử phạt hoặc khen thưởng xứng đáng cho các trường hợp thực hiện tốt bộ quy tắc của đơn vị, tạo tiền đề cho nhân viên có được chuyên môn cao, thái độ, trách nhiệm trong công việc chuyên nghiệp hơn. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quốc hội (2017). *Luật Du lịch*, số 09/2017/QH14, ngày 19/6/2017
2. Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb Lao động - Xã hội, Hà Nội
3. Phan Thị Dang (2015). Khảo sát mức độ hài lòng của di khách nội địa tại địa điểm du lịch sinh thái ở Đồng bằng sông Cửu Long, *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 36, 105-113
4. Đặng Thị Thanh Loan (2015). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng du lịch đối với điểm đến Bình Định, *Tạp chí Phát triển kinh tế*, 26(9), 101-119
5. Phí Hải Long (2019). *Đánh giá sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng MIA Nha Trang*, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, tập 55, số 3, trang 167-174
6. A. H. Maslow (1943). A Theory of Human Motivation, *Psychological Review*, 50
7. Davidoff P. (1965). *Advocacy and pluralism in planning*, J Am Inst Plan 31, 103-114
8. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 49, 41- 50
9. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: a multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 64, 12-40
10. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*, 2nd Edition, McGraw-Hill, Boston