

ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ TÁC ĐỘNG CỦA CÁC NHÂN TỐ ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TỈNH BÌNH ĐỊNH BẰNG MÔ HÌNH HỒI QUY TUYẾN TÍNH

Trương Thị Thùy Trang*, Phạm Anh Vũ và Nguyễn Thị Tường Vi

Khoa Khoa học Tự nhiên, Trường Đại học Quy Nhơn

Tóm tắt. Bài báo này trình bày kết quả đánh giá, phân tích mức độ ảnh hưởng của 6 nhân tố: Tài nguyên du lịch, Cơ sở hạ tầng, Phương tiện vận chuyển, Cơ sở lưu trú, Giá cả dịch vụ, Hướng dẫn viên đến sự hài lòng của khách du lịch (KDL) tại tỉnh Bình Định. Nghiên cứu thực hiện khảo sát mức độ hài lòng của 209 lượt khách tại Bình Định từ tháng 4/2021 đến tháng 5/2021, phân tích dựa trên phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) và xây dựng mô hình hồi quy tuyến tính. Bài báo là cơ sở đề xuất các chính sách tăng cường sự hài lòng của du khách, nâng cao vị thế của du lịch tỉnh Bình Định ở trong nước và quốc tế.

Từ khóa: Bình Định, du lịch, sự hài lòng, mô hình hồi quy tuyến tính.

1. Mở đầu

Bối cảnh của sự bùng nổ du lịch và cạnh tranh giữa các điểm đến tạo áp lực lên số lượng KDL đến mỗi nơi, đồng thời gây trở ngại nghiêm trọng đối với các nhà hoạch định du lịch. Trong đó, sự hài lòng của KDL là lợi thế cạnh tranh chính. Nếu KDL hài lòng với hình ảnh, có ý định giới thiệu và quay trở lại thì điểm đến đó phát triển. Thực tế, chất lượng dịch vụ là chìa khóa vàng để mở ra cánh cửa hài lòng cho KDL. Đây là yếu tố thúc đẩy xây dựng thương hiệu vì giúp khác biệt hóa dịch vụ, sản phẩm trong thị trường cạnh tranh khốc liệt. Vì vậy, phân tích mức độ hài lòng của du khách là một lĩnh vực nghiên cứu được nhiều nhà khoa học và nhà quản lý quan tâm.

Từ những năm 60 của thế kỉ XX, nhiều học giả đã có những nghiên cứu hữu ích về sự hài lòng của du khách. Nghiên cứu của các tác giả Spreng, Richard A., Scott B. MacKenzie & Richard W. Olshavsky (1996) xác định các dịch vụ đa dạng cũng như cơ sở vật chất là yếu tố cần thiết để thúc đẩy sự hài lòng của KDL tại các điểm du lịch [1]. Theo Chen et al. (2012), một trong những khía cạnh để đánh giá điểm đến du lịch một cách chính xác là sự hài lòng của du khách (Song et al., 2010; trích bởi Chen et al., 2012); đồng thời khẳng định tài nguyên du lịch là một yếu tố quan trọng khi xem xét sự cạnh tranh giữa các điểm đến du lịch [2]. Theo Mukhles Al-Ababneh (2015), có 5 yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ du lịch ở Jordan, bao gồm: Độ tin cậy, Mối quan hệ hữu hình, Sự đáp ứng, Sự đồng cảm, Năng lực [3].

Ở Việt Nam, một số tác giả cũng nghiên cứu về sự hài lòng của khách du lịch thông qua mô hình hồi quy đánh giá các nhân tố. Trần Thị Lương (2011) đã áp dụng mô hình nghiên cứu các thành phần ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch của Tribe và Smaith (1998) gồm: Tài nguyên thiên nhiên và điều kiện vật chất, Môi trường, Các dịch vụ ăn uống, tham quan, giải trí, mua sắm, Di sản và văn hóa, Chuyển tiền, Chỗ ở. Nghiên cứu này chỉ ra yếu tố môi trường

Ngày nhận bài: 22/6/2020. Ngày sửa bài: 29/7/2020. Ngày nhận đăng: 10/8/2021.

Tác giả liên hệ: Trương Thị Thùy Trang. Địa chỉ e-mail: truongthithuytrang@qnu.edu.vn

có tác động lớn nhất đến mức độ hài lòng của khách du lịch ở Đà Nẵng [4]. Trần Thành Công và cộng sự (2017) xây dựng mô hình gồm 4 nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách du lịch gồm Giá cả dịch vụ và An ninh trật tự, Cơ sở lưu trú, Phương tiện vận chuyển, Hướng dẫn viên, trong đó yếu tố Giá cả dịch vụ và An ninh trật tự ảnh hưởng lớn nhất đến sự hài lòng của du khách ở Vườn quốc gia Cát Tiên [5].

Trên cơ sở tham khảo các tiêu chí được sử dụng để đo lường mức độ hài lòng của du khách ở trên; những tiêu chí thường được sử dụng trong nghiên cứu địa lí du lịch (Nguyễn Hà Quỳnh Giao (2015) [6]; Nguyễn Minh Tuệ - Vũ Đình Hòa (2018) [7]; cùng thực tế du lịch tại Bình Định, các tiêu chí dùng để đánh giá mức độ hài lòng của du khách trong mô hình bao gồm 7 biến độc lập: tài nguyên du lịch, cơ sở hạ tầng, an ninh trật tự, phương tiện vận chuyển, cơ sở lưu trú, giá cả dịch vụ, hướng dẫn viên.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

2.1.1. Dữ liệu nghiên cứu

Số liệu thứ cấp sử dụng trong đề tài được thu thập từ nhiều nguồn như: các công trình nghiên cứu, báo cáo tổng kết của các cơ quan ban ngành và các tài liệu liên quan khác về thực trạng phát triển du lịch Bình Định.

Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua phiếu điều tra khảo sát thực tế: nghiên cứu sử dụng bảng hỏi gồm 8 thang đo và với 32 biến quan sát để khảo sát ý kiến khách hàng về các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của họ về hoạt động du lịch Bình Định.

- Cỡ mẫu: với 32 biến quan sát, kích thước mẫu khảo sát có dung lượng tối thiểu $n=32 \times 5=160$ mẫu. Đề tài thực hiện phát bảng hỏi tới 250 KDL, kết quả thu về 209 phiếu điều tra đảm bảo yêu cầu.

- Phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên thuận tiện

- Đối tượng khảo sát: KDL đi theo tour của công ty du lịch

- Bảng hỏi được thiết kế thành 3 phần: Thông tin về chuyến đi của du khách, mức độ hài lòng của du khách đối với hoạt động du lịch ở Bình Định, thông tin cá nhân của khách

Trong đó, sự hài lòng và các yếu tố được đánh giá theo thang đo Likert 5 bậc (1-Hoàn toàn không đồng ý, 2-Không đồng ý, 3-Bình thường, 4-Đồng ý, 5-Hoàn toàn không đồng ý).

Bảng 1. Các nhân tố và biến quan sát trong phân tích nhân tố

STT	Nhân tố/Biến quan sát	Mã hóa
1	Tài nguyên du lịch	TNDL
	Phong cảnh thiên nhiên đẹp	TNDL1
	Các di tích lịch sử, văn hóa hấp dẫn	TNDL2
	Nghề thủ công mỹ nghệ hấp dẫn	TNDL3
	Yếu tố văn hóa, nghệ thuật hấp dẫn	TNDL4
	Ẩm thực độc đáo, hấp dẫn	TNDL5
2	Cơ sở hạ tầng	CSHT
	Đường đi tham quan thuận tiện	CSHT1
	Nhà vệ sinh sạch sẽ	CSHT2
	Nơi đón khách khang trang	CSHT3

	Bãi đỗ xe rộng rãi	CSHT4
3	An ninh trật tự	ANTT
	Không có tình trạng thách giá	ANTT1
	Không có tình trạng ăn xin	ANTT2
	Không có tình trạng trộm cắp, cướp giật	ANTT3
4	Phương tiện vận chuyển	PTVC
	Phương tiện vận chuyển an toàn	PTVC1
	Phương tiện vận chuyển có đủ dụng cụ bảo hộ, y tế	PTVC2
	Nhân viên có tính chuyên nghiệp cao	PTVC3
5	Cơ sở lưu trú	CSLT
	Phòng nghỉ sạch sẽ	CSLT1
	Phòng nghỉ đầy đủ tiện nghi	CSLT2
	Khách sạn nằm ở vị trí thuận lợi	CSLT3
	Khách sạn an toàn	CSLT4
6	Giá cả dịch vụ	GCDV
	Giá vé vào các điểm du lịch hợp lí	GCDV1
	Giá dịch vụ ăn uống hợp lí	GCDV2
	Giá hàng hóa hợp lí	GCDV3
	Giá dịch vụ giải trí hợp lí	GCDV4
	Giá phòng nghỉ hợp lí	GCDV5
7	Hướng dẫn viên (HDV)	HDV
	HDV cung cấp được các thông tin cần thiết	HDV1
	HDV có kiến thức trả lời tốt các câu hỏi của KDL	HDV2
	HDV tự tin	HDV3
	HDV lịch sự, vui vẻ	HDV4
	HDV quan tâm đến KDL	HDV5
	HDV nhiệt tình với công việc	HDV6
8	Mức độ hài lòng	MDHL
	Hài lòng về chuyến du lịch	MDHL1
	Quý khách quay lại Bình Định trong chuyến du lịch tiếp theo	MDHL2

2.1.2. Phương pháp phân tích thông tin, số liệu

Đề tài sử dụng các phương pháp: phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh, phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA). Các thông tin, số liệu được xử lí trên cơ sở sử dụng phần mềm SPSS 20. Từ đó, xây dựng mô hình hồi quy có dạng như sau:

$$MDHL = \beta_0 + \beta_1 TNDL + \beta_2 CSHT + \beta_3 ANTT + \beta_4 PTVC + \beta_5 CSLT + \beta_6 GCDV + \beta_7 HDV + e_i$$

Trong đó, MDHL là sự hài lòng của du khách;

β_0 là hằng số

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$ là các hệ số hồi quy;

TNDL, CSHT, ANTT, PTVC, CSLT, GCDV, HDV là các biến độc lập;

ϵ_i : Là một biến độc lập ngẫu nhiên có phân phối chuẩn với trung bình là 0 và phương sai không đổi σ^2

Kết quả phân tích hệ số tin cậy cho các nhân tố cho thấy thang đo chất lượng dịch vụ du lịch là tốt, có độ tin cậy cao. Tuy nhiên, trong 32 biến đưa vào đánh giá hệ số tin cậy thì có 4 biến bị loại là TNDL3, CSHT2, ANTT2, GCDV4 do các biến này có hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item Total Correlation) nhỏ hơn 0,3. Như vậy, còn lại 28 biến quan sát trong mô hình.

Tiếp theo, ma trận tương quan cho 28 biến quan sát được xây dựng, kết quả hệ số tương quan giữa các biến trong ma trận tương quan này đều thỏa mãn điều kiện sig tương quan giữa các biến độc lập với nhau lớn hơn 0.05 hoặc nếu sig nhỏ hơn 0.05 thì $r < 0.4$, như vậy là phù hợp để thực hiện phân tích nhân tố...

2.2. Kết quả và thảo luận

2.2.1. Cơ sở lý thuyết

Cadotte, Woodruff, và Jenkins đã đưa ra định nghĩa: “Sự hài lòng là sự so sánh của những kỳ vọng với những trải nghiệm” [8]. Vận dụng khái niệm này vào lĩnh vực du lịch, Levesque và McDougall (1996) đã xác định sự hài lòng của du khách là sự phản hồi tình cảm hoặc toàn bộ cảm nhận của họ đối với nhà cung cấp dịch vụ trên cơ sở so sánh sự khác biệt giữa những gì họ nhận được so với mong đợi trước đó [9]. Theo Bowen & Martin (2008), sự hài lòng của du khách được định nghĩa là sự phản ánh nhận thức, tình cảm và thái độ của du khách đối với dịch vụ du lịch. Sự hài lòng này bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố, chẳng hạn như kỳ vọng trước chuyến đi và trải nghiệm thực tế của khách du lịch liên quan đến dịch vụ được cung cấp [10]. Trong nghiên cứu này, sự hài lòng của KDL chính là sự thỏa mãn đối với cảnh quan, cơ sở vật chất và các loại hình dịch vụ du lịch tại Bình Định.

Sự hài lòng của KDL là một khái niệm phụ thuộc rất lớn vào nhu cầu đa dạng và phức tạp của con người, vì vậy đến nay vẫn chưa có sự thống nhất chung trong việc đo lường sự hài lòng. Theo Tribe & Snaith (1998), hiện nay, có 4 mô hình đánh giá mức độ hài lòng được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng: mô hình IPA (Importance-Performance Analysis), mô hình SERVQUAL (Service Quality), mô hình HOLSAT (Holiday Satisfaction), và mô hình SERVPERF (Service Performance) [11]. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) đề tài sử dụng được phát triển theo mô hình chất lượng dịch vụ SERVQUAL của Parasuraman et al. (1988) [12].

2.2.2. Kết quả phân tích

a. Kiểm định chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở Bảng 2 cho thấy hệ số của các nhân tố đều lớn hơn 0.7. Như vậy, hệ thống thang đo được xây dựng gồm 8 nhân tố và 28 biến quan sát đảm bảo chất lượng tốt.

Bảng 2. Kết quả phân tích chất lượng thang đo hệ số Cronbach's Alpha

Nhân tố	Biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha
TNDL	TNDL1, TNDL2, TNDL4, TNDL5	0.876
CSHT	CSHT1, CSHT3, CSHT4	0.881
ANTT	ANTT1, ANTT3	0.795
PTVC	PTVC1, PTVC2, PTVC3	0.761

CSLT	CSLT1, CSLT2, CSLT3, CSLT4	0.879
GCDV	GCDV1, GCDV2, GCDV3, GCDV5	0.870
HDV	HDV1, HDV2, HDV3, HDV4, HDV5, HDV6	0.866
MDHL	MDHL1, MDHL2	0.748

b. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

❖ Kiểm định tính thích hợp của EFA và tương quan của các biến quan sát trong thước đo đại diện

Kết quả từ Bảng 3 cho thấy chỉ số KMO là $0.746 > 0.5$ chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp. Kết quả kiểm định Bartlett's là 2983.512 với mức ý nghĩa Sig. = $0.000 < 0.05$, như vậy các biến có tương quan với nhau và thỏa điều kiện phân tích nhân tố.

Bảng 3. Kiểm định KMO và Bartlett's Test

Hệ số KMO.		.746
Giá trị Chi bình phương xấp xỉ		2983.512
Kiểm định Bartlett	df	325
	Sig.	.000

❖ Kiểm định mức độ giải thích của các biến quan sát đối với nhân tố

Thực hiện phân tích nhân tố theo Principal components với phép quay Varimax. Kết quả cho thấy 26 biến độc lập được nhóm thành 7 nhóm. Giá trị tổng phương sai trích = $72.443\% > 50\%$: đạt yêu cầu; khi đó có thể nói rằng 7 nhân tố này giải thích 72.443% biến thiên của dữ liệu. Giá trị hệ số Eigenvalues của các nhân tố đều cao (>1), nhân tố thứ 7 có Eigenvalues thấp nhất là $1.393 > 1$.

Bảng 4. Tổng phương sai được giải thích (Total Variance Explained)

Nhân tố	Eigenvalues ban đầu			Tổng phương sai trích			Tổng số vòng xoay		
	Tổng	% của biến	% tích lũy	Tổng	% của biến	% tích lũy	Tổng	% của biến	% tích lũy
1	3.913	15.051	15.051	3.913	15.051	15.051	3.657	14.066	14.066
2	3.661	14.083	29.134	3.661	14.083	29.134	3.027	11.642	25.707
3	3.075	11.826	40.960	3.075	11.826	40.960	2.964	11.398	37.106
4	2.602	10.009	50.969	2.602	10.009	50.969	2.907	11.181	48.286
5	2.265	8.710	59.679	2.265	8.710	59.679	2.455	9.441	57.728
6	1.926	7.406	67.085	1.926	7.406	67.085	2.165	8.325	66.053
7	1.393	5.358	72.443	1.393	5.358	72.443	1.661	6.390	72.443
8	.892	3.430	75.873						
9	.685	2.636	78.509						
10	.655	2.519	81.028						
11	.567	2.180	83.209						
12	.466	1.792	85.000						
13	.454	1.747	86.747						

Đánh giá mức độ tác động của các nhân tố đến sự hài lòng của khách du lịch tỉnh Bình Định...

14	.434	1.668	88.415					
15	.395	1.521	89.936					
16	.380	1.461	91.398					
17	.317	1.219	92.616					
18	.310	1.193	93.810					
19	.295	1.133	94.943					
20	.288	1.106	96.049					
21	.246	.948	96.997					
22	.212	.814	97.811					
23	.191	.734	98.545					
24	.167	.644	99.189					
25	.142	.545	99.734					
26	.069	.266	100.000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

❖ Ma trận nhân tố với phương pháp xoay Varimax:

Bảng 5. Bảng ma trận nhân tố xoay (Rotated Component Matrix)

	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
HDV1	.913						
HDV4	.794						
HDV6	.789						
HDV3	.786						
HDV5	.703						
HDV2	.623						
CSLT2		.900					
CSLT3		.861					
CSLT4		.860					
CSLT1		.776					
TNDL5			.925				
TNDL1			.834				
TNDL2			.822				
TNDL4			.818				
GCDV5				.865			
GCDV1				.863			
GCDV2				.838			
GCDV3				.814			
CSHT3					.921		

CSHT4					.891		
CSHT1					.861		
PTVC2						.942	
PTVC1						.938	
PTVC3						.584	
ANTT1							.891
ANTT3							.885

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Kết quả từ Bảng 5 cho thấy các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0.5, và không có trường hợp biến nào cùng lúc tải lên cả hai nhân tố với hệ số tải gần nhau. Vì vậy, các nhân tố đảm bảo được giá trị hội tụ và phân biệt khi phân tích EFA. Ngoài ra không có sự xáo trộn các nhân tố, nghĩa là câu hỏi của nhân tố này không bị nằm lẫn lộn với câu hỏi của nhân tố kia. Nên sau khi phân tích nhân tố thì các nhân tố độc lập này được giữ nguyên, không bị tăng thêm hoặc giảm đi nhân tố.

c. Phân tích hồi quy đa biến

❖ R bình phương hiệu chỉnh (Adjusted R Square)

R bình phương hiệu chỉnh phản ánh mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập lên biến phụ thuộc. Kết quả phân tích cho thấy 7 biến độc lập đưa vào ảnh hưởng 46,6% sự thay đổi của biến phụ thuộc, còn lại 53,4% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên (Bảng 6).

❖ Kiểm định Durbin-Watson (DW)

Với $k' = 7$, $n = 209$, tra bảng DW ta có $dL = 1.495$ và $dU = 1.860$. Gắn vào thanh giá trị DW, ta thấy $1.860 < 1.881 < 2.505$, như vậy, không có sự tương quan chuỗi bậc nhất trong mô hình (Bảng 6).

Bảng 6. Tóm tắt mô hình

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Durbin-Watson
1	.696 ^a	.484	.466	.31640	1.881

a. Predictors: (Constant), HDV, TNDL, GCDV, CSLT, CSHT, PTVC, ANTT

b. Dependent Variable: MDHL

❖ Kiểm định độ phù hợp của mô hình so với tổng thể

Ta có, giá trị sig của kiểm định F là $0.000 < 0.05$. Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính xây dựng được là phù hợp, có thể suy rộng và áp dụng cho tổng thể.

Bảng 7. ANOVA^a

Mô hình	Tổng các bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
Hồi quy	18.888	7	2.698	26.954	.000 ^b
1 Phần dư	20.122	201	.100		
Tổng	39.010	208			

a. Dependent Variable: MDHL

b. Predictors: (Constant), HDV, TNDL, GCDV, CSLT, CSHT, PTVC, ANTT

❖ Mô hình hồi quy

Bảng 8. Hệ số hồi quy

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF
(Hằng số)	.412	.295		1.399	.163		
TNDL	.130	.033	.204	3.975	.000	.972	1.029
CSHT	.099	.025	.205	3.954	.000	.957	1.045
1 ANTT	.035	.033	.057	1.059	.291	.901	1.110
PTVC	.066	.032	.107	2.050	.042	.947	1.056
CSLT	.099	.035	.150	2.819	.005	.907	1.103
GCDV	.250	.032	.406	7.887	.000	.969	1.032
HDV	.216	.033	.339	6.617	.000	.977	1.023

a. Dependent Variable: MDHL

+ Giá trị **Sig** kiểm định t từng biến độc lập, $\text{sig} \leq 0.05$ có nghĩa là biến đó có ý nghĩa trong mô hình, ngược lại $\text{sig} > 0.05$, biến độc lập đó cần được loại bỏ. Như vậy, ngoại trừ nhân tố ANTT, các nhân tố khác đều có ý nghĩa trong mô hình. Trong đó, các nhân tố TNDL, CSHT, GCDV, HDV có $\text{Sig.} < 0,01$ nên độ tin cậy là 99%, CSLT có độ tin cậy 99,5%, PTVC có độ tin cậy 95,8%.

+ Hệ số VIF của các biến độc lập đều nhỏ hơn 2 do vậy không có đa cộng tuyến xảy ra.

+ Phương trình hồi quy:

$$\text{MDHL} = 0.412 + 0.250 \text{ GCDV} + 0.216 \text{ HDV} + 0.130 \text{ TNDL} + 0.099 \text{ CSHT} + 0.099 \text{ CSLT} + 0.066 \text{ PTVC} + e_i$$

→ Nhận xét: Các hệ số hồi quy đều lớn hơn 0. Như vậy tất cả các nhân tố đưa vào phân tích hồi quy đều tác động cùng chiều tới sự hài lòng. Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, thứ tự mức độ tác động từ mạnh nhất tới yếu nhất của các nhân tố tới sự hài lòng của du khách là: GCDV (0.406) > HDV (0.339) > CSHT (0.205) > TNDL (0.204) > CSLT (0.150) > PTVC (0.107). Tương ứng với:

- Nhân tố *Giá cả dịch vụ* tác động mạnh nhất tới sự hài lòng của KDL.
- Nhân tố *Hướng dẫn viên* tác động mạnh thứ 2 tới sự hài lòng của KDL.
- Nhân tố *Cơ sở hạ tầng* tác động mạnh thứ 3 tới sự hài lòng của KDL.
- Nhân tố *Tài nguyên du lịch* tác động mạnh thứ 4 tới sự hài lòng của KDL.
- Nhân tố *Cơ sở lưu trú* tác động mạnh thứ 5 tới sự hài lòng của KDL.
- Nhân tố *Phương tiện vận chuyển* tác động yếu nhất tới sự hài lòng của KDL.

Đồng thời, từ phương trình hồi quy ta nhận thấy nếu sự hài lòng đối với giá cả dịch vụ và HDV tăng lên một bậc sẽ giúp cho sự hài lòng của KDL đối với hoạt động du lịch Bình Định tăng lên trung bình tương ứng là 0.250 đơn vị và 0.216 đơn vị. Tương tự, sự thỏa mãn đối với tài nguyên du lịch, cơ sở hạ tầng, cơ sở lưu trú và phương tiện vận chuyển tăng lên một bậc thì sự hài lòng của khách hàng tăng lên trung bình tương ứng là 0.130, 0.099, 0.099 và 0.066 đơn vị.

2.2.3. Gợi ý các chính sách góp phần phát triển du lịch tỉnh Bình Định

Trước hết, về giá cả dịch vụ - nhân tố tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của KDL – các cơ quan liên quan cần có các công cụ pháp luật và quản lý chặt chẽ thị trường các dịch vụ du lịch. Các công ty du lịch nên tiêu chuẩn hóa dịch vụ du lịch, đảm bảo chất lượng dịch vụ và giới thiệu cho du khách những điểm đến, nhà cung cấp dịch vụ, hàng hóa chất lượng cao để yên tâm mua sắm. Các khu du lịch phải có sự thống nhất và tin cậy trong việc cung cấp dịch vụ cả giá cả, số lượng và chất lượng cho KDL. Điều đó góp phần tăng thời gian lưu trú đến tham quan, thúc đẩy chi tiêu, tăng doanh thu từ du lịch.

Thứ hai, đội ngũ HDV – nhân tố tác động mạnh thứ hai đến sự hài lòng của du khách - cần không ngừng tiếp tục nâng cao kiến thức, kinh nghiệm và đặc biệt là thái độ trong giao tiếp ứng xử với KDL. Đội ngũ HDV cần hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của du khách để đáp ứng kịp thời và tốt nhất. HDV phải chuyên nghiệp về kiến thức và kỹ năng phục vụ, kể cả ngôn ngữ giao tiếp. Các vấn đề của du khách cần được giải quyết và giải quyết thỏa đáng khi họ yêu cầu. Du khách phải được tôn trọng và đối xử bình đẳng khi đến tham quan du lịch với mọi đối tượng. Du khách cần được quan tâm, hướng dẫn cụ thể, nhiệt tình. Bên cạnh đó, du khách cần được hướng dẫn tận tình, chi tiết các dịch vụ, sản phẩm khi đến tham quan du lịch. HDV phải thể hiện sự quan tâm đến nhu cầu của du khách, luôn chăm sóc khách hàng tại điểm đến tốt nhất mà vẫn tôn trọng và lắng nghe từng du khách. Quản lý và HDV cần nhanh chóng xử lý các vấn đề xảy ra trong quá trình phục vụ để làm hài lòng du khách. Đội ngũ cán bộ quản lý du lịch cần thực hiện đầy đủ các dịch vụ theo cam kết để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Thứ ba, Bình Định tiếp tục đầu tư cơ sở hạ tầng để đảm bảo thu hút khách về lâu dài. Tiếp tục nâng cấp các công trình xây dựng phục vụ du lịch: nâng cấp hệ thống đường giúp việc tiếp cận các điểm đến du lịch được dễ dàng, thuận tiện hơn; xây dựng phòng vé, phòng chờ khang trang, lịch sự. Đặc biệt, cần chú trọng đến việc xây dựng hệ thống nhà vệ sinh đầy đủ, hiện đại, đảm bảo xanh, sạch, thân thiện môi trường tại điểm du lịch. Mỗi khu, điểm du lịch cần kiểm tra những bất cập về cơ sở hạ tầng ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm. Có lợi thế về du lịch biển, cần tập trung đầu tư xây dựng hệ thống cảng, bến đảm bảo đón khách thuận tiện, an toàn. Phải tính đến sức chứa và bố trí bãi đậu xe đủ kích thước.

Thứ tư, khai thác các giá trị tự nhiên văn hóa phục vụ hoạt động du lịch phải đảm bảo sự phát triển bền vững, vừa đạt hiệu quả kinh tế vừa chú trọng bảo tồn, tu bổ, tôn tạo tài nguyên. Bình Định cần tiếp tục xây dựng cảnh quan đẹp, bảo vệ môi trường, có nhiều cây xanh, được bảo tồn, tôn tạo, bố trí hài hòa với thiên nhiên; khai thác các giá trị làng nghề độc đáo để thu hút và giữ chân được KDL.

Thứ năm, để nâng cao chất lượng dịch vụ, thu hút du khách, các cơ sở lưu trú du lịch cần tiếp tục đầu tư trang thiết bị tiện nghi, nâng cấp số lượng, chất lượng dịch vụ, tạo không gian xanh, sạch, đẹp, thoáng mát, chấp hành nghiêm túc các quy định về an ninh, an toàn. Qua đó, tạo điểm đến thân thiện, an toàn, hấp dẫn, góp phần tích cực thúc đẩy sự phát triển của du lịch địa phương.

Thứ sáu, nâng cao chất lượng và số lượng phương tiện vận chuyển: khuyến khích phát triển đoàn xe chở KDL theo hướng hiện đại, tiện nghi, an toàn, đáp ứng nhu cầu vận tải hành khách; bắt buộc các phương tiện phục vụ du lịch phải lắp đặt camera giám sát, thiết bị báo cháy, chữa cháy tự động, thông tin hướng dẫn về bảo đảm an toàn, đường dây nóng phản ánh tiêu cực; đầu tư xe điện đưa đón du khách tại điểm du lịch thuận tiện cho du khách tại điểm du lịch.

Thứ bảy, Bình Định cần thực hiện tốt công tác đảm bảo an ninh, trật tự, an toàn, bảo hiểm cho du khách, luôn có đội ngũ túc trực 24/24 khi du khách đến tham quan. Hạn chế tối đa tình trạng chèo kéo, thách giá, ăn xin, trộm cắp, cướp giật, xây dựng hình ảnh điểm đến an toàn trong lòng du khách.

Tóm lại, để phát triển hoạt động du lịch, thời gian tới, Bình Định tiếp tục tăng cường đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch; đào tạo nguồn nhân lực và xúc tiến quảng bá, xúc tiến du lịch, xây dựng, nâng cao nhận thức cho người dân. Các doanh nghiệp du lịch phải tăng cường liên kết, đa dạng hóa sản phẩm du lịch, kết nối kịp thời với các ngành chức năng để tìm hướng phát triển du lịch mới; đồng thời tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc trong quá trình hoạt động du lịch, dịch vụ, góp phần đưa Bình Định trở thành điểm đến hấp dẫn, có sức cạnh tranh cao, có uy tín trên bản đồ du lịch cả nước.

3. Kết luận

Việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của KDL là hết sức cần thiết để phát triển hợp lý các thể mạnh, nâng cao chất lượng hoạt động du lịch tỉnh Bình Định. Nghiên cứu đã xây dựng và kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính biểu thị được mối quan hệ giữa các nhân tố và sự hài lòng của du khách, đóng góp một đánh giá làm cơ sở cho các nhà hoạch định chính sách xây dựng các giải pháp cụ thể, phù hợp để giúp ngành du lịch phát triển bền vững, tạo nên uy tín, thương hiệu cho du lịch Bình Định.

Ghi chú: Nghiên cứu này được thực hiện dựa trên kinh phí tài trợ của Trường Đại học Quy Nhơn theo mã số đề tài T2019.643.38.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Richard A. Spreng, Scott B. MacKenzie & Richard W. Olshavsky, 1996. A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction, *Journal of Marketing*, Vol. 60, Số. 3, pp. 15-32.
- [2] Yining Chen, Hui Zhang, Li Qiu, 2013. A Review on Tourist Satisfaction of Tourism Destinations. Proceedings of 2nd International Conference on Logistics, Informatics and Service Science, Vol. 3, Số. 1, tr. 74-86.
- [3] Mukhles Al-Ababneh, Factors affecting tourism service quality in Jordan, 2015. *Journal of tourism research*, Vol. 4, Số. 12, tr. 164-177.
- [4] Trần Thị Lương, 2011. *Nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với điểm đến du lịch Đà Nẵng*. Luận văn thạc sĩ Quản trị kinh doanh, Đại học Đà Nẵng, Đà Nẵng.
- [5] Trần Thành Công, Bùi Thị Minh Nguyệt, 2017. Ứng dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá trong việc đánh giá sự hài lòng của du khách đối với dịch vụ du lịch sinh thái tại vườn quốc gia Cát Tiên. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp*, Trường Đại học Lâm Nghiệp, Số. 6, tr. 167 – 175.
- [6] Nguyễn Hà Quỳnh Giao, 2015. *Đánh giá tài nguyên du lịch nhân văn ở tỉnh Thừa Thiên – Huế*. Luận án tiến sĩ Địa lí, Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh, Hồ Chí Minh.
- [7] Nguyễn Minh Tuệ - Vũ Đình Hòa, 2018. *Địa lí du lịch cơ sở lí luận và thực tiễn phát triển ở Việt Nam*. Nxb Giáo dục, tr. 69-124.
- [8] Ernest R. Cadotte, Robert B. Woodruff, Roger L. Jenkins, 1987, Expectation and Norms in Models of Consumer Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, No. 3, pp. 305-314.
- [9] Levesque, T. and McDougall, G.H.G., 1996. Determinants of Customer Satisfaction in Retail Banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 14, số 7, tr. 12-20.
- [10] Rodríguez Del Bosque, I., San Martín, H., 2008. Tourist satisfaction a Cognitive-Affective Model. *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, No. 2, tr. 551-573.
- [11] Tribe, J., Snaith, T., 1998. From SERVQUAL to HOLSAT: holiday satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism Management*, Vol. 19, Số. 1, tr. 25-34.

- [12] Parasuraman và cộng sự, 1988. Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Marketing*, Vol. 2, No. 3, tr. 23-40.

ABSTRACT

Assessment effects of factors on visitor satisfaction in Binh Dinh through linear regression model

Truong Thi Thuy Trang*, Pham Anh Vu and Nguyen Thi Tuong Vi
Faculty of Natural Sciences, Quy Nhon University

This article presents the results of assessment and analysis of the influence of 6 factors: Tourism resources, infrastructure, transportation, accommodation facilities, service prices, and guiders to tourist satisfaction in Binh Dinh province. The study surveyed the satisfaction level of 209 visitors in Binh Dinh from April 2021 to May 2021, analyzing based on exploratory factor analysis (EFA) and building a linear regression model. The article is the scientific basis for proposing policies to enhance visitor satisfaction and increase the position of tourism in Binh Dinh province.

Keywords: Binh Dinh, tourism, satisfaction, Linear Regression Model.