

Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo tỉnh Vĩnh Phúc

Nguyễn Hùng Cường^(*) • Nguyễn Hồng Vân • Đặng Việt Phương
• Nguyễn Thị Khánh Ngọc

Ngày nhận bài: 05/04/2022 | Biên tập xong: 02/5/2022 | Duyệt đăng: 10/5/2022

TÓM TẮT: Mục tiêu của bài viết này là khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng (SHL) của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo tỉnh Vĩnh Phúc thông qua việc vận dụng lý thuyết mô hình SERVPERF. Bài viết sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA); phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) bằng phần mềm SPSS 22 và AMOS 25. Kết quả nghiên cứu cho thấy SHL của khách hàng du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo chịu ảnh hưởng bởi ba nhân tố với thứ tự mức độ giảm dần về tầm quan trọng như sau: Mức độ tin cậy, Yếu tố hữu hình và Giá cả. Từ kết quả nghiên cứu, bài viết hàm ý một số giải pháp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo.

TỪ KHÓA: Khách du lịch nội địa, sự hài lòng, Tam Đảo, SERVPERF.

Mã phân loại JEL: Z33, C51, C01.

1. Giới thiệu

Tam Đảo là một huyện nằm ở Bắc Trung Bộ trực thuộc tỉnh Vĩnh Phúc, có địa hình thuận lợi, nhiều cảnh đẹp và tiềm năng du lịch to lớn. Những năm gần đây, tỉnh Vĩnh Phúc đã có những nỗ lực mạnh mẽ, chủ động khai thác lợi thế về điều kiện tự nhiên, thu hút đầu tư nhằm tập trung phát triển du lịch Tam Đảo. Huyện Tam Đảo hiện có 225 cơ sở lưu trú đủ tiêu chuẩn đón khách du lịch với tổng số gần 3.500 phòng, trong đó có một resort, 07 khách sạn một sao, 09 khách sạn hai sao, ba khách sạn ba sao (Lê Mơ & Nguyễn Phương Anh, 2022). Với hệ thống giao thông thuận tiện, khí hậu ôn hòa mát mẻ và cơ sở vật chất được đầu

tư tốt, đây là những lợi thế to lớn, góp phần quan trọng vào phát triển kinh tế du lịch của huyện Tam Đảo.

Trong những năm qua, khách du lịch nội địa vẫn là nguồn khách chủ yếu của huyện Tam Đảo, chiếm tỷ lệ chủ yếu trong tổng lượng du khách. Thị trường khách nội địa đến từ Hà Nội, Hải Phòng, Thái Nguyên, Bắc Ninh, Bắc Giang, Quảng Ninh, Thành phố Hồ Chí Minh,... và các tỉnh khác. Năm 2019,

^(*) Nguyễn Hùng Cường - Trường Đại học Công nghệ Giao thông Vận tải; số 54 Triều Khúc, Thanh Xuân, Hà Nội; Email: cuongnh@utt.edu.vn.

huyện Tam Đảo thu hút được 1.497.000 khách du lịch nội địa, tuy nhiên do tình hình đại dịch Covid-19 diễn ra phức tạp nên từ năm 2020 lượng khách du lịch đã giảm rõ rệt, do đó ảnh hưởng rất lớn đến kinh tế du lịch của địa phương (Nguyễn Bích Huệ, 2020). Với chính sách mở cửa trở lại ngành du lịch của Chính phủ Việt Nam hiện nay, đây là cơ hội cho du lịch Tam Đảo phục hồi và vươn lên phát triển góp phần vào sự phát triển kinh tế địa phương. SHL của khách du lịch là một yếu tố hết sức quan trọng để thu hút khách du lịch đến với huyện Tam Đảo nhất là trong hoàn cảnh mới hiện nay. Nhận thức rõ về điều này, nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến SHL của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo tỉnh Vĩnh Phúc là cấp thiết, từ đó hàm ý các giải pháp để tăng SHL của khách du lịch nội địa, thu hút ngày càng nhiều du khách và qua đó góp phần phát triển kinh tế du lịch của địa phương.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Sự hài lòng của khách hàng

Có nhiều khái niệm khác nhau về SHL của khách hàng, đó là sự phản hồi tình cảm/toàn bộ cảm nhận của khách hàng 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 (Oliver, 1993). Khi sự trải nghiệm thực tế mà du khách cảm nhận được bằng hoặc cao hơn với sự mong đợi thì họ sẽ cảm thấy thích thú, điều đó có nghĩa là khách hàng hài lòng với sản phẩm dịch vụ mà nhà cung ứng dịch vụ du lịch mang lại cho họ (Truong & David, 2006). Do đó, SHL được xác định trên cơ sở so sánh giữa kết quả nhận được từ dịch vụ và mong đợi của khách hàng (Kotler, 2016).

Để đánh giá SHL của khách hàng, mô hình SERVPERF thông qua năm thành phần chất lượng dịch vụ như sau: Độ tin cậy (reliability); Khả năng đáp ứng (responsiveness); Sự đảm bảo (assurance); Đồng cảm (empathy); và Phương tiện hữu hình (tangibles) (Cronin &

Taylor, 1992). Đồng thời, giá cả của dịch vụ có thể ảnh hưởng rất lớn đến nhận thức về chất lượng dịch vụ, SHL và giá trị nên cũng cần đưa vào mô hình (Zeithaml & Bitner, 2000).

2.2. Tổng quan nghiên cứu

Tồn tại một số nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến các nhân tố ảnh hưởng đến SHL của du khách với địa điểm du lịch.

Một số nghiên cứu tiêu biểu trên thế giới như Mukhles AlAbabneh (2013) cho rằng, các yếu tố dịch vụ bao gồm cơ sở vật chất, sự tiện lợi đi đến và sự hấp dẫn của điểm đến ảnh hưởng tích cực đến SHL của khách du lịch. Naidoo & ctg (2011) xác định các yếu tố ảnh hưởng đến SHL của khách du lịch tại đảo Mauritius bao gồm cơ sở hạ tầng, giá cả, văn hóa bản địa, sự an toàn, tài nguyên thiên nhiên (Naidoo & ctg, 2011). Cũng có các thành phần tương tự, Ismail & Yunan (2016) trong nghiên cứu tại Parasuraman, Malaysia thì cho rằng môi trường tham quan, cơ sở hạ tầng, sự an toàn, người dân bản địa và phong cảnh thiên nhiên là các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp tới SHL của khách du lịch (Ismail & ctg, 2016).

Ở Việt Nam trong thời gian gần đây có một số nghiên cứu tiêu biểu như Thái Thị Nhung & ctg (2020) chỉ ra năm yếu tố bao gồm cảnh quan du lịch, cơ sở hạ tầng, chất lượng dịch vụ vui chơi giải trí, chất lượng dịch vụ lưu trú, chất lượng dịch vụ ăn uống và giá cả dịch vụ có ảnh hưởng đến SHL của du khách khi đến du lịch tại khu du lịch Khoang Xanh - Suối Tiên, Ba Vì, Thành phố Hà Nội (Thái Thị Nhung & ctg, 2020). Bùi Văn Sáu & ctg (2019) nghiên cứu tại thành phố Cần Thơ cho rằng SHL của du khách có liên quan đến tám thành phần bao gồm tin cậy, đáp ứng, năng lực phục vụ, đồng cảm, phong cảnh, chất lượng quản lý khu du lịch, hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú của đơn vị tổ chức. Cao Thị Thanh & Phạm Thu Hà (2021) phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến SHL của du khách tại các khu

du lịch tỉnh Hà Giang chỉ sử dụng sáu yếu tố bao gồm độ tin cậy, sự đáp ứng, sự đồng cảm, năng lực phục vụ, phương tiện hữu hình và đặc thù địa phương.

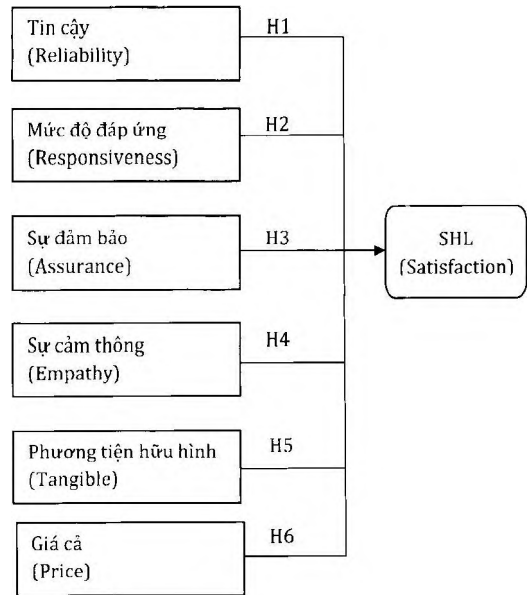
Từ lược khảo các nghiên cứu trong nước và quốc tế cho thấy, có nhiều cách thức tiếp cận và vận dụng nhiều phương pháp khác nhau để tìm ra các nhân tố ảnh hưởng tới SHL của khách du lịch. Tuy nhiên, trong các nghiên cứu trước đây, không có nghiên cứu nào phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến SHL của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo tỉnh Vĩnh Phúc sau đại dịch hiện nay.

2.3. Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu được xây dựng bằng kỹ thuật thảo luận nhóm với tám thành viên. Các thành viên tham gia thảo luận gồm hai chuyên gia, hai quản lý du lịch và tám khách du lịch nội địa đã từng tham gia du lịch tại huyện Tam Đảo. Trên cơ sở lý thuyết, nghiên cứu này lựa chọn mô hình nghiên cứu dựa vào các nghiên cứu thực nghiệm bằng mô hình SERVPERF về SHL đối với chất lượng dịch vụ đã được một số nghiên cứu liên quan. Nhóm tác giả đề xuất mô hình lý thuyết sáu nhân tố ảnh hưởng đến SHL của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo: (i) Tin cậy; (ii) Mức độ đáp ứng; (iii) Sự đảm bảo; (iv) Sự cảm thông; (v) Phương tiện hữu hình; và (vi) Giá cả.

Giả thuyết nghiên cứu dựa vào tổng quan lý thuyết và mô hình nghiên cứu, nhóm tác giả thuyết được đề xuất như sau:

- H1: Nhân tố sự Tin cậy có ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch tại huyện Tam Đảo.
- H2: Nhân tố Mức độ đáp ứng có ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch tại huyện Tam Đảo.
- H3: Nhân tố Sự đảm bảo có ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch tại huyện Tam Đảo.
- H4: Nhân tố Sự cảm thông có ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch tại huyện Tam Đảo.
- H5: Nhân tố Phương tiện hữu hình có ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch tại huyện Tam Đảo.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu

H6: Nhân tố Giá cả có ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch tại huyện Tam Đảo.

2.4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định lượng được thực hiện dựa trên bảng câu hỏi được thiết kế sẵn và dữ liệu được thu thập bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Đối tượng khảo sát là khách du lịch nội địa đã tham quan và lưu trú tại huyện Tam Đảo trong giai đoạn từ tháng 12/2020 đến tháng 12/2021. Đối với phân tích nhân tố khám phá (EFA), số lượng mẫu tối thiểu được tính theo công thức: $n \geq 5 \cdot x$ (Hair & ctg, 2006), trong đó, n là cỡ mẫu và x là tổng biến quan sát. Bảng câu hỏi khảo sát trong nghiên cứu này bao gồm 30 biến quan sát, do đó số mẫu tối thiểu là: $n \geq 5 \cdot 31 = 155$ mẫu. Nghiên cứu lựa chọn phát ra 214 phiếu hỏi (lớn hơn số mẫu tối thiểu là 155) được khách du lịch nội địa trả lời vào tháng 01/2022. Sau khi tiến hành loại bỏ những bảng hỏi không phù hợp, tác giả thu được 202 bảng câu hỏi được trả lời hợp lệ, đáp ứng các tiêu chí sử dụng cho nghiên cứu. Bảng câu hỏi được mã hóa và đưa vào xử lý số liệu bằng phần mềm SPSS 22 để phân tích.

Bảng 1: Đặc điểm du khách nội địa tại huyện Tam Đảo được khảo sát

Chi tiêu		Tần số	Phân trăm
Giới tính	Nữ	93	46,0
	Nam	109	54,0
Độ tuổi	18-25 tuổi	95	47,0
	26-35 tuổi	63	31,2
	36-45 tuổi	34	16,8
	>45 tuổi	10	5,0
Thu nhập	Dưới 5 triệu	78	38,6
	Từ 5 - 10 triệu	71	35,1
	Từ 10 - 15 triệu	43	21,3
	Trên 15 triệu	10	5,0
Tổng		202	100

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Phân tích Cronbach's Alpha

Tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu về độ tin cậy ($0,6 < \text{Cronbach's Alpha}$) và hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát

Bảng 2: Cronbach's Alpha của các khái niệm nghiên cứu

STT	Biến	Số lượng biến quan sát	Cronbach's Alpha
1	Tin cậy	5	0,871
2	Mức độ đáp ứng	4	0,919
3	Sự đảm bảo	5	0,936
4	Yếu tố hữu hình	6	0,905
5	Lòng cảm thông	5	0,882
6	Giá cả	5	0,847
7	SHL	1	

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra trên SPSS 22.

lớn hơn 0,3 thể hiện các biến này có sự tương quan tốt với tổng thể thang đo (Hair & ctg, 2006). Do đó, các biến trong mô hình đều đạt độ tin cậy của thang đo.

3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Số biến quan sát còn lại là 30 biến, được đưa vào phân tích EFA cho ra kết quả sáu yếu tố trích tại giá trị Eigenvalue bằng 23,89 với phương sai trích là 79,642%. Hệ số KMO bằng 0,971 nên EFA phù hợp với dữ liệu thống kê, mức ý nghĩa sig bằng 0,000. Các nhân tố trích ra đều đạt yêu cầu về giá trị. Các con số trên chứng tỏ rằng số liệu thu được có sự hội tụ khá tốt, biểu diễn tốt cho sáu nhân tố được đưa ra từ phân tích.

3.3. Phân tích nhân tố khẳng định CFA kiểm định sự phù hợp của mô hình

Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA cho thấy, mô hình tối hạn đã chuẩn hóa có các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp của mô hình với giá trị: $\text{CMIN/DF} = 2,445 < 3$; $\text{GFI} = 0,880 > 0,8$; $\text{TLI} = 0,937 > 0,9$; $\text{CFI} = 0,944 > 0,9$; $\text{RMSEA} = 0,075 < 0,08$ đều đạt yêu cầu (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2009). Như vậy, kết quả phân tích nhân tố khẳng định đảm bảo được mức độ ý nghĩa cần thiết, các thang đo đảm bảo được độ tin cậy.

4. Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)

Mô hình tối hạn đã chuẩn hóa được đưa vào để kiểm định độ thích hợp bao gồm: (i) Tin cậy (TC); (ii) Mức độ đáp ứng (DU); (iii) Sự đảm bảo (DB); (iv) Yếu tố hữu hình (HH); (v) Lòng cảm thông (CT); (vi) Giá cả (G); và (vii) SHL của khách du lịch (HL).

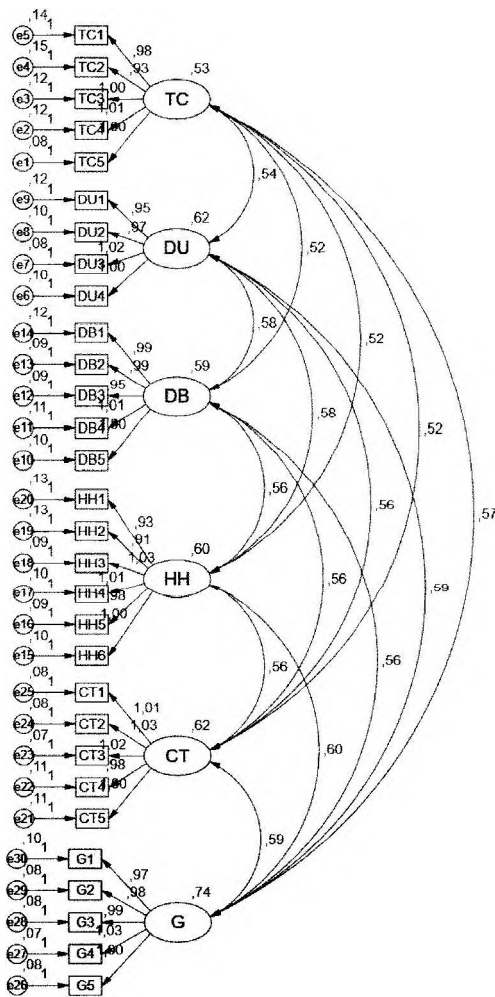
Kết quả kiểm định hệ số tác động của các biến độc lập lên SHL của khách du lịch nội địa được trình bày trong mô hình theo Bảng 3.

Kết quả phân tích cho thấy, ba biến bao gồm Tin cậy (TC), Yếu tố hữu hình (HH) và Giá cả (G) có P-value lần lượt là 0,00; 0,00 và

Bảng 3: Tổng hợp hệ số tác động của các biến trong mô hình

	Estimate	S.E.	C.R.	P
HL <--- TC	0,635	0,163	3,887	***
HL <--- DU	-0,316	0,191	-1,656	0,098
HL <--- DB	0,051	0,168	0,306	0,760
HL <--- HH	0,557	0,131	4,250	***
HL <--- CT	-0,172	0,102	-1,691	0,091
HL <--- G	0,259	0,081	3,196	0,001

Nguồn: Kết quả trích xuất từ SPSS AMOS 25.



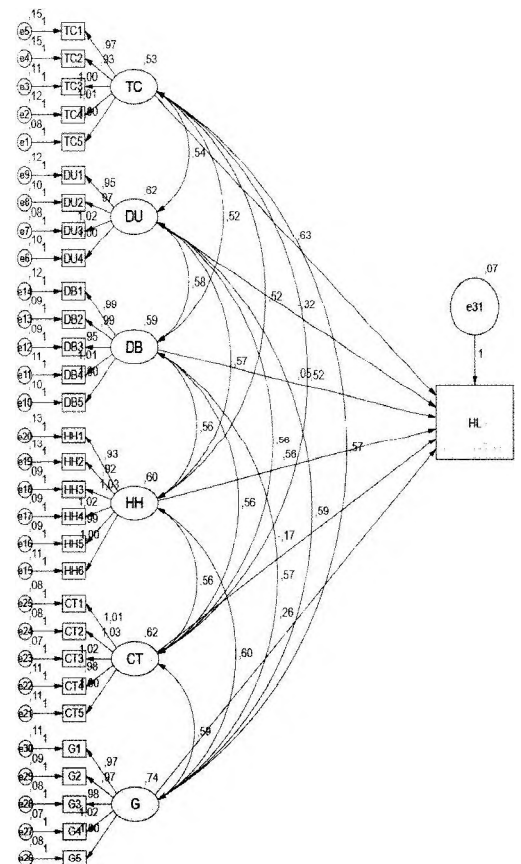
Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra trên SPSS AMOS 25.

Hình 2: Kết quả phân tích nhân tố khẳng định cho các thang đo

0,01 nhỏ hơn 0,05. Như vậy, ba nhân tố này có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến biến phụ thuộc là SHL của khách du lịch nội địa. Ngược lại, biến bao gồm Mức độ đáp ứng (DU), Sự đảm bảo (DB) và Lòng cảm thông (CT) có P-value lần lượt là 0,098; 0,760 và 0,091 lớn hơn 0,05. Như vậy, ba nhân tố này không có ý nghĩa thống kê đến biến phụ thuộc là SHL của khách du lịch nội địa và cần phải loại ra khỏi mô hình.

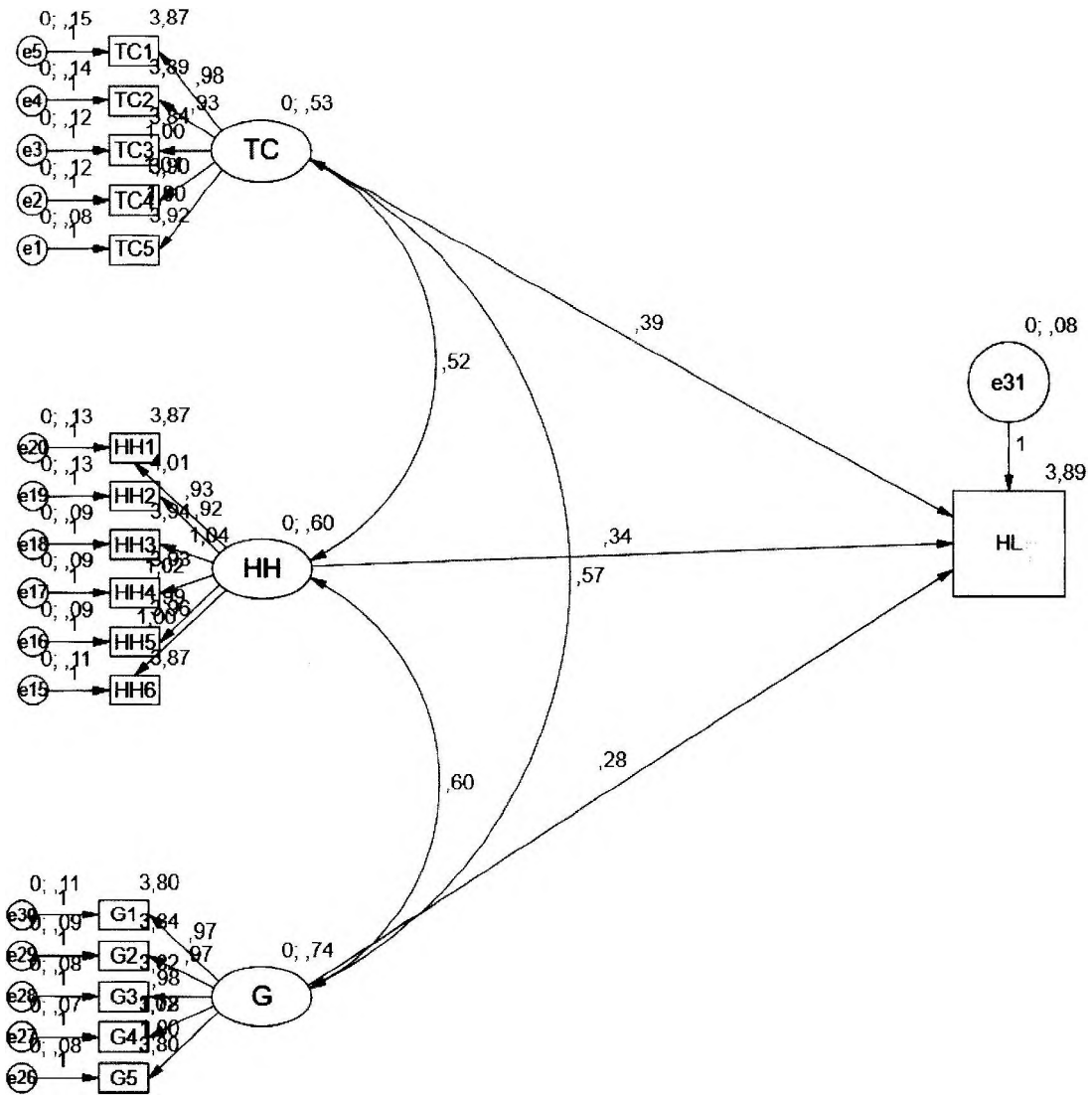
• **Kiểm định mô hình lý thuyết sau khi hiệu chỉnh**

Mô hình nghiên cứu sau khi hiệu chỉnh chỉ bao gồm bốn thành phần là: (i) Tin cậy (TC); (ii) Yếu tố hữu hình (DB); (iii) Giá cả (G); và (iv) SHL của khách du lịch (HL).



Nguồn: Kết quả trích xuất từ SPSS AMOS 25.

Hình 3: Mô hình cấu trúc tuyến tính đầy đủ chưa chuẩn hoá các hệ số



Nguồn: Kết quả trích xuất từ SPSS AMOS 25.

Hình 4: Kết quả SEM của mô hình sau khi hiệu chỉnh chưa chuẩn hóa các hệ số

Mô hình cấu trúc lần thứ nhất cho kết quả các giá trị kiểm định như sau: Giá trị P-value của các ước lượng này nhỏ hơn 0,05; CMIN/DF = 2,491 < 3; TLI = 0,956 ≥ 0,9; CFI = 0,963 > 0,9; GFI = 0,873 > 0,8; hệ số RMSEA = 0,076 < 0,08, các chỉ số đều đạt yêu cầu, vì thế mô hình có sự phù hợp (Nguyễn Đình Thọ & ctg, 2009).

Từ kết quả thu được thông qua phân tích SEM, những kết luận kiểm định các giả thuyết được trình bày trong Bảng 4.

Theo Bảng 5, ba biến tác động lên SHL của khách du lịch có hệ số hồi quy sau chuẩn hóa theo lần lượt là 0,349; 0,324 và 0,295. Do đó, thứ tự các biến tác động giảm dần như sau: Mức độ tin cậy; Yếu tố hữu hình; và Giá cả.

Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến SHL của khách du lịch nội địa đến với huyện Tam Đảo, đó là:

$$SHL = 0,388 * \text{Tin cậy} + 0,339 * \text{Yếu tố hữu hình} + 0,276 * \text{Giá cả}$$

Giá trị R² của mô hình là 0,88 cho biết ba

Bảng 4: Tổng hợp kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Nội dung	Kết quả kiểm định
H1	Nhân tố sự Tin cậy có ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo.	Chấp nhận
H2	Nhân tố Mức độ đáp ứng có ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo.	Bác bỏ
H3	Nhân tố Sự đảm bảo ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo.	Bác bỏ
H4	Nhân tố Sự cảm thông ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo.	Chấp nhận
H5	Nhân tố Phương tiện hữu hình ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo.	Bác bỏ
H6	Nhân tố Giá cả có ảnh hưởng đến SHL khách hàng du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo.	Chấp nhận

Bảng 5: Các hệ số hồi quy sau chuẩn hóa

Mối quan hệ	Estimate
HL <--- TC	0,349
HL <--- HH	0,324
HL <--- G	0,295

Nguồn: Kết quả trích xuất từ SPSS AMOS 25.

biến độc lập Mức độ tin cậy, Yếu tố hữu hình, Giá cả giải thích 88% sự biến thiên của SHL của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo.

5. Hàm ý giải pháp và kết luận

Kết quả nghiên cứu đã xác định ba nhân tố có ảnh hưởng đến SHL của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo. Vì vậy, để nâng cao SHL của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo, nghiên cứu đã đề xuất những hàm ý giải pháp cho từng nhóm nhân tố cụ thể như sau:

Nhân tố Tin cậy có tác động mạnh nhất đến SHL khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo với hệ số sau chuẩn hóa là 0,394, và mức độ đánh giá của du khách đối với nhân tố này theo giá trị trung bình cũng khá cao (trung bình chung = 3,88). Vì đây là nhân tố được du khách nội địa xem là có ảnh hưởng mạnh nhất hiện nay, do đó các nhà quản lý du lịch

cần thực hiện đúng những gì đã cam kết để đạt sự tin cậy của du khách khi đến với Tam Đảo. Muốn vậy, cần thực hiện các giải pháp sau: (i) Thường xuyên kiểm soát, quản lý để đảm bảo các đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch tại huyện Tam Đảo cung cấp đúng chất lượng, giá cả đối với khách du lịch; (ii) Đội ngũ người làm du lịch chuyên nghiệp, có chuyên môn, đáng tin cậy; và (iii) Kịp thời xử lý mọi sai sót, vướng mắc, khiếu nại của du khách tại huyện Tam Đảo.

Nhân tố các yếu tố Hữu hình có tác động mạnh thứ hai so với các yếu tố khác đến SHL của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo vì có hệ số sau chuẩn hóa là 0,324. Với mức độ đánh giá của khách hàng đối với yếu tố này theo giá trị trung bình là cao, có giá trị trung bình chung bằng 3,93. Du khách nội địa đến với huyện Tam Đảo đánh giá cả về mặt cảm nhận là có vị trí địa lý và giao thông thuận tiện, lượng nhà nghỉ, khách sạn, homestay, tiện nghi dịch vụ là đáp ứng nhu cầu cả về số lượng và chất lượng, cảnh quan, kiến trúc đẹp và thu hút. Tuy nhiên, các phương tiện giao thông công cộng còn chưa thuận tiện và sẵn có. Vì vậy, để nâng cao mức độ hài lòng về các yếu tố Hữu hình, cần thực hiện các giải pháp sau:

- Tiếp tục duy trì và phát triển thêm các cơ sở lưu trú, nghỉ dưỡng có chất lượng cao hơn nữa, đặc biệt là các khách sạn và khu nghỉ dưỡng đạt tiêu chuẩn năm sao, khi mà những cơ sở này ở huyện Tam Đảo còn rất hạn chế.

- Đa dạng hơn nữa các dịch vụ giải trí, đặc biệt là các hoạt động giải trí về đêm cho khách du lịch nội địa.

- Mở thêm các tuyến giao thông công cộng mới, tăng số lượng chuyến xe buýt để tăng kết nối các địa điểm du lịch trong và ngoài huyện Tam Đảo để tăng khả năng tiếp cận và thỏa mãn du khách.

Nhân tố Giá cả có tác động thứ ba đến SHL khách hàng vì có hệ số sau chuẩn hóa là 0,295. Tuy nhiên, mức độ đánh giá của khách hàng đối với yếu tố này theo giá trị chưa cao (trung bình chung bằng 3,81). Khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo cho rằng, vẫn còn hiện tượng nâng giá đột ngột phòng nghỉ, điểm tham quan tại những địa điểm du lịch; các sản phẩm mua sắm có giá chưa hợp lý. Do vậy, để nâng cao mức độ thỏa mãn chung về giá cả có thể thực hiện các giải pháp sau:

- Tăng cường giám sát giá tại các đơn vị lưu trú, đặt biệt vào các ngày cao điểm du lịch như cuối tuần, ngày lễ tết tại huyện Tam Đảo;

- Quản lý các cơ sở bán các sản phẩm lưu niệm, các sản phẩm địa phương cho khách du lịch đảm bảo đúng giá công bố và công khai;

- Xử lý nghiêm, kịp thời mọi khiếu nại về

các hiện tượng nâng giá đột ngột, “chặt chém” khách du lịch Tam Đảo;

- Liên kết các đơn vị kinh doanh du lịch tại huyện Tam Đảo thành chuỗi khép kín để tạo lợi thế giúp giảm giá dịch vụ du lịch cho du khách.

Tóm lại, sau hai năm du lịch Tam Đảo chịu ảnh hưởng nặng nề do đại dịch Covid-19. Do đó, chính sách mở cửa toàn bộ hoạt động du lịch của Chính phủ hiện nay là cơ hội để du lịch Tam Đảo phục hồi và bứt phá, thu hút lượng lớn khách du lịch nội địa. Chính vì vậy, việc thấu hiểu du khách để từ đó đưa ra những giải pháp phù hợp để tăng cường SHL là hết sức quan trọng và cần thiết. Điều này sẽ giúp du lịch Tam Đảo nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng cường thu hút khách du lịch nội địa một cách bền vững. Nghiên cứu này thông qua việc khảo sát khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo đã chỉ ra ba nhân tố ảnh hưởng đến SHL là Mức độ tin cậy, Yếu tố hữu hình và Giá cả. Đồng thời, sau khi xác định được các nhân tố ảnh hưởng, nghiên cứu đã hàm ý một số các giải pháp nhằm nâng cao SHL của khách du lịch nội địa tại huyện Tam Đảo. Về hướng nghiên cứu tiếp theo, nhóm tác giả gợi ý hướng nghiên cứu SHL của khách du lịch quốc tế tại huyện Tam Đảo hiện nay để có cái nhìn và giải pháp toàn diện hơn nhằm phát triển kinh tế du lịch địa phương trong điều kiện hiện nay.

Tài liệu tham khảo

Bùi Văn Sáu, Nguyễn Tương Lai, Nguyễn Phúc Khánh, & Huỳnh Thị Kiều Thu (2019). Nghiên cứu SHL của du khách đối với chất lượng dịch vụ du lịch tại thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô*, số Chuyên đề, 13-22.

Cao Thị Thanh & Phạm Thu Hà (2021). Những yếu tố ảnh hưởng đến SHL của du khách với chất lượng dịch vụ tại các khu du lịch tỉnh Hà Giang. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Công nghiệp Hà Nội*, tập 57, số 6, 150-156.

- Cronin Jr., J. J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *The Journal of Marketing*, 56, 55-68. <https://doi.org/10.2307/1252296>.
- Hair, J. F., Anderson R. E, Tatham, R. L., & Black, W. C. (2006). *Multivariate Data Analysis with Readings*. New York: New York.
- Ismail, A. B., & Yunan, Y. (2016). Service quality as a predictor of customer satisfaction and customer loyalty. *Scientific Journal of Logistics*, 12(4), 269-283.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. Pearson.
- Lê Mơ & Nguyễn Phương Anh (2022). *Năm bắt thời cơ, đưa du lịch Tam Đảo "cất cánh"*. Truy cập tại <http://m.baovinhphuc.com.vn/xa-hoi/75602/nam-bat-thoi-co-dua-du-lich-tam-dao-cat-canh.html>, ngày 05/4/2022.
- Mukhles Al-Ababneh (2013). Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 4(12), 164-177.
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrin, P., & Seegoolam, P. (2011). An assessment of visitor satisfaction with nature-based tourism attractions. *International journal of management and Marketing research*, 4(1), 87-98.
- Nguyễn Bích Huệ (2020). *Tam Đảo kích cầu du lịch cuối năm*. Truy cập tại <http://baovinhphuc.com.vn/xa-hoi/55628/tam-dao-kich-cau-du-lich-cuoi-nam.html>, ngày 05/4/2022.
- Nguyễn Đình Thọ, & Nguyễn Thị Mai Trang (2009). *Nghiên cứu Khoa học Marketing - ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*. Nhà xuất bản Lao Động.
- Oliver, R. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418-430.
- Thái Thị Nhung, Phạm Thị Mỹ Dung, Trần Mạnh Hải, & Nguyễn Thị Như Quỳnh (2020). SHL của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch tại Khu du lịch Khoang Xanh - Suối Tiên, Ba Vì, Thành phố Hà Nội. *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 18(9), 733-739.
- Truong, T., & David, F (2006). Using HOLSAT to Evaluate Tourist Satisfaction at Destinations: The Case of Australian Holidaymakers in Vietnam. *Tourism Management*, 25(7), 842-855.
- Zeithaml, V., & Bitner, M (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. 2nd Edition, McGraw-Hill, Boston.

Factors Affecting Domestic Tourists' Satisfaction: The Case of Tam Dao District, Vinh Phuc Province, Vietnam

Nguyen Hung Cuong^(*), Nguyen Hong Van,
Dang Viet Phuong, Nguyen Thi Khanh Ngoc

Received: 05 April 2022 | Revised: 02 May 2022 | Accepted: 10 May 2022

ABSTRACT: The objective of this paper is to explore the factors affecting the satisfaction of domestic tourists in Tam Dao district, Vinh Phuc province, Vietnam. Through the application of SERVPERF model, the paper investigates the relationships between factors and satisfaction. The paper uses Exploratory Factor Analysis (EFA), Confirmatory Factor Analysis (CFA), and Structural Equation Modeling analysis (SEM) through SPSS 22 and AMOS 25 software. The results show that the satisfaction of domestic tourists in Tam Dao district is affected by three factors with the order of importance as follows: 1- Reliability; 2- Tangible; 3- Price. Based on our findings, the article implies some solutions to improve the satisfaction level of domestic tourists in Tam Dao district.

KEYWORDS: Domestic tourists, satisfaction, Tam Dao, SERVPERF.

JEL classification: Z33, C51, C01.



Nguyen Hung Cuong

Email: cuongnh@utt.edu.vn.

^(*) University of Transport Technology;
54 Trieu Khuc, Thanh Xuan, Hanoi.