

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH NỘI ĐỊA ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH SINH THÁI TỈNH CÀ MAU

Bùi Nhất Vương, Nguyễn Thị Thanh Huyền

Khoa Vận tải Hàng không, Học viện Hàng không Việt Nam

Email: nhatvuong1@gmail.com

Ngày nhận bài: 07/12/2020; Ngày duyệt đăng: 15/5/2021

Tóm tắt

Mục tiêu của nghiên cứu này là để khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái. Dữ liệu khảo sát đã thu thập từ 257 du khách đến thăm quan tại tỉnh Cà Mau đã được phân tích để cung cấp bằng chứng. Kết quả từ phân tích hồi quy bội bởi sử dụng phần mềm SPSS đã cho thấy rằng dịch vụ ăn uống, mua sắm, và giải trí, giá cả cảm nhận, phong cảnh du lịch, an ninh trật tự và an toàn, phương tiện vận chuyển đã có liên kết tích cực với sự hài lòng của du khách nội địa. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra rằng có những du khách nữ có khuynh hướng hài lòng cao hơn những du khách nam. Những phát hiện chính của nghiên cứu này cung cấp các hàm ý thực tiễn cho công ty lữ hành và các nhà quản lý du lịch để mà duy trì và nâng cao sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tỉnh Cà Mau.

Từ khóa: Cà Mau, chất lượng dịch vụ, du lịch nội địa, du lịch sinh thái, sự hài lòng

Factors affecting domestic tourist satisfaction on ecotourism service quality in Ca Mau Province, Vietnam

Abstract

The goal of this study is to discover the factors influencing domestic tourists' satisfaction with the quality of ecotourism services. Survey data collected from 257 visitors visiting Ca Mau Province were analyzed to provide evidence. Results from multiple regression analysis using SPSS software showed that food, beverage, shopping, and entertainment services, perceived price, travel landscape, security and safety, transportation had positive associations with domestic travelers' satisfaction. Besides, this research also indicated that female tourists tended to be more satisfied than male tourists. The main findings of this study provided practical implications for travel agencies and tourism managers to maintain and enhance domestic tourist satisfaction with the quality of ecotourism services in Ca Mau Province.

Keywords: Ca Mau Province, domestic tourism, ecotourism, satisfaction, service quality

1. Giới thiệu

Du lịch là một trong những ngành phát triển nhanh nhất trên thế giới; nó đóng một vai trò rất quan trọng trong nền kinh tế và kích thích sự tăng trưởng của các nền kinh tế khác (Osman và Sentosa, 2013). Được mệnh danh là ngành “công nghiệp không khói”, ngành du lịch đã phát triển vượt trội so với nền kinh tế toàn cầu trong năm 2019, nó phát triển nhanh hơn ngành sản xuất, bán lẻ, dịch vụ tài chính và truyền thông. Du lịch góp phần làm tăng doanh thu, tạo công ăn việc làm cho xã hội, thu hút mạnh mẽ các nguồn lực đầu tư của xã hội, đặc biệt là các nhà đầu tư chiến lược vào các khu vực có ý nghĩa trọng điểm quan trọng đối với Du lịch Việt Nam. Bên cạnh đó, ngành du lịch cũng góp phần khôi phục, bảo tồn và phát huy giá trị các di sản, di tích vật thể và phi vật thể ở các địa phương. Sự phát triển du lịch góp phần quan trọng vào việc xóa đói giảm nghèo và chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Khi đời sống con người được nâng cao thì nhu cầu du lịch cũng trở nên phổ biến. Việc đi du lịch giúp cho con người giải tỏa bớt những áp lực trong cuộc sống, được quan sát và học hỏi những điều mới lạ, nâng cao hiểu biết về văn hóa, truyền thống, ẩm thực ở những vùng đất xa lạ. Và một khi nhu cầu của con người tăng cao thì đòi hỏi về chất lượng dịch vụ du lịch cũng khắt khe hơn. Do đó, nếu các nhà quản lý không chú trọng vào chất lượng dịch vụ, khách du lịch sẽ cảm thấy không hài lòng và lần lượt từ bỏ điểm đến đó. Ngược lại, nếu các nhà quản lý nắm bắt và đáp ứng được những nhu cầu này thì đây sẽ là một trong những lý do khiến họ sẵn sàng quay lại.

Đóng góp quan trọng trong sự phát triển của du lịch Việt Nam là sự tham gia không nhỏ của các tỉnh, thành phía Nam.

Trong đó có du lịch tỉnh Cà Mau, đặc biệt là loại hình du lịch sinh thái với hệ sinh thái rừng ngập mặn, rừng tràm, hệ thống biển đảo, sân chim, lễ hội truyền thống, ... đã tạo nên một màu sắc riêng cho du lịch sinh thái Cà Mau. Do đó, nghiên cứu này nhằm nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng trong nước để phát triển du lịch tỉnh Cà Mau.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm liên quan

Theo Stonehouse (1999), du lịch sinh thái (DLST) là du lịch đến những khu vực tự nhiên ít bị ô nhiễm hoặc ít bị xáo trộn với những mục tiêu đặc biệt: nghiên cứu, trân trọng và thưởng ngoạn phong cảnh với giới động-thực vật hoang dã, cũng như những biểu thị văn hoá (cả quá khứ và hiện tại) được khám phá trong những khu vực này. Bên cạnh đó, Wood (2002) cho rằng du lịch sinh thái là du lịch đến các khu vực còn tương đối hoang sơ với mục đích tìm hiểu về lịch sử môi trường tự nhiên và văn hóa mà không làm thay đổi sự toàn vẹn của các hệ sinh thái. Đồng thời tạo những cơ hội về kinh tế để ủng hộ việc bảo tồn tự nhiên và mang lại lợi ích về tài chính cho người dân địa phương.

Gronroos (1990) cho rằng chất lượng dịch vụ được đo lường bằng cách so sánh giữa giá trị mà khách hàng mong đợi trước khi sử dụng dịch vụ và giá trị mà khách hàng nhận được khi sử dụng dịch vụ. Lehtinen và Lehtinen (1982) chỉ ra rằng chất lượng dịch vụ được đánh giá trên hai khía cạnh là quá trình cung cấp dịch vụ và kết quả của dịch vụ. Parasuraman và cộng sự (1988) cho rằng chất lượng dịch vụ là mức độ khác nhau giữa sự mong đợi của người tiêu dùng về dịch vụ và nhận thức của họ về kết quả của dịch vụ. Hay nói cách

khác, chất lượng dịch vụ là sự khác biệt giữa chất lượng kỳ vọng bởi khách hàng với chất lượng họ cảm nhận thực tế được cung cấp. Theo Luật du lịch Việt Nam (2005), chất lượng dịch vụ du lịch là mức phù hợp của dịch vụ của các nhà cung ứng du lịch thỏa mãn các yêu cầu của khách du lịch thuộc thị trường mục tiêu (Thuvienphapluat, 2005).

Theo Pizam và cộng sự (1978), sự hài lòng của du khách là kết quả của sự tương tác giữa giá trị cảm nhận và mong đợi của du khách về điểm đến. Cùng quan điểm đó, Oliver (2010) cho rằng sự chênh lệch giữa giá trị kỳ vọng và giá trị cảm nhận mà sản phẩm du lịch tác động đến trạng thái cảm xúc của du khách sẽ quyết định mức độ hài lòng của sản phẩm dịch vụ đó. Zeithaml và Bitner (2018) khẳng định rằng sự hài lòng của khách hàng là chìa khóa đối với sự thành công của doanh nghiệp và là cơ sở để đánh giá chất lượng dịch vụ mà doanh nghiệp đã cung cấp cho khách hàng. Đáp ứng và làm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng được xem là chiến lược hữu dụng nhất nhằm thu hút và giữ chân khách hàng trong giai đoạn hiện nay.

2.2. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng

Trong nhiều thập kỷ qua, nhiều nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng được thực hiện. Bên cạnh đó, chủ đề về mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng cũng được bàn luận liên tục sôi nổi. Nhìn chung, các nghiên cứu đều kết luận rằng chất lượng dịch vụ và sự hài lòng là hai khái niệm riêng biệt nhưng có mối quan hệ mật thiết bởi: hài lòng khách hàng xem như là kết quả, chất lượng dịch vụ xem như là nguyên nhân; hài lòng có tính chất dự báo mong đợi, chất lượng dịch vụ là một

chuẩn lý tưởng. Theo Zeithaml và Bitner (2018) thì cho rằng sự hài lòng của khách hàng bị tác động bởi nhiều yếu tố như sản phẩm, chất lượng dịch vụ, giá cả, yếu tố tình huống, yếu tố cá nhân. Oliver (2010) cho rằng chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng. Chất lượng dịch vụ đáp ứng nhu cầu kỳ vọng của khách hàng thì họ sẽ hài lòng, sự đáp ứng càng cao thì mức độ hài lòng của khách hàng càng nhiều.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện bằng hai phương pháp: phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng.

Phương pháp nghiên cứu định tính nhằm khám phá các yếu tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tại Cà Mau cũng như điều chỉnh mô hình nghiên cứu, và biến quan sát. Trên cơ sở lý thuyết chất lượng chất lượng dịch vụ của Gronroos (1990), Parasuraman và cộng sự (1988), và Zeithaml và Bitner (2018), nghiên cứu này lựa chọn mô hình nghiên cứu dựa vào các nghiên cứu thực nghiệm về sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ đã được một số tác giả nghiên cứu như: Narayan và cộng sự (2008), Abu Ali và Howaidee (2012), và Hau và Omar (2014). Trên nền tảng cùng là nghiên cứu sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ du lịch, và đã được thực hiện nghiên cứu tại một số quốc gia ở Châu Á. Do đó, đây sẽ là cơ sở vững chắc giúp nghiên cứu vận dụng mô hình phù hợp với điều kiện nghiên cứu tại tỉnh Cà Mau. Từ đó, mô hình lý thuyết ban đầu gồm 06 yếu tố: (1) phong cảnh du lịch, (2) cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, (3) phương tiện vận chuyển, (4) hướng dẫn

viên du lịch, (5) dịch vụ ăn uống, mua sắm, và giải trí, (6) an ninh trật tự và an toàn.

Nghiên cứu định tính đã được thực hiện bằng kỹ thuật thảo luận nhóm với 10 thành viên. Các thành viên tham gia thảo luận gồm 4 hướng dẫn viên du lịch và 6 khách du lịch nội địa đã từng tham gia du lịch sinh thái tỉnh Cà Mau. Trong quá trình thảo luận nhóm, các thành viên bày tỏ quan điểm của mình theo các nội dung trong dàn bài thảo luận nhóm do tác giả chuẩn bị trước. Bên cạnh đó, các thành viên cũng đưa ra quan điểm cá nhân, và thảo luận về ý kiến của thành viên khác.

Căn cứ vào kết quả nghiên cứu định tính, 2/3 thành viên trong nhóm thảo luận đồng ý 06 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái mà tác giả đề xuất dựa vào nghiên cứu trước. Bên cạnh đó, nhóm thảo luận bổ sung vào 01 yếu tố được đánh giá là có ảnh hưởng đáng kể đối với đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ du lịch, là “Giá cả cảm nhận” vào nghiên cứu tại tỉnh Cà Mau (Hình 1).

Dựa vào mô hình nghiên cứu đã được đề xuất, một số giả thuyết được trình bày như sau:

H₁: Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của

khách du lịch nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tại Cà Mau.

H₂: Phong cảnh du lịch ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tại Cà Mau.

H₃: Phương tiện vận chuyển ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tại Cà Mau.

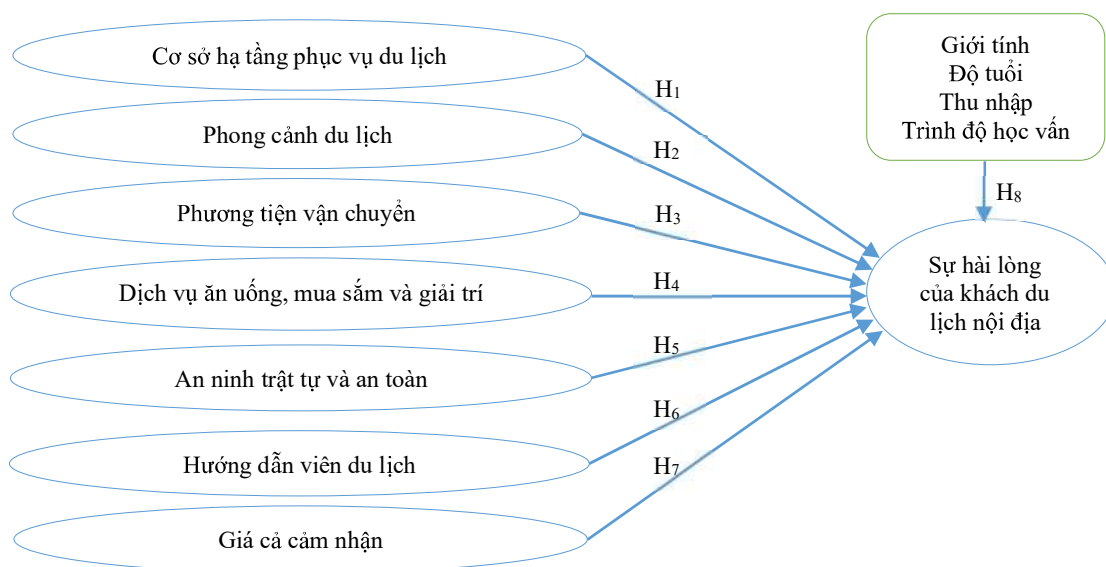
H₄: Dịch vụ ăn uống, mua sắm và giải trí ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tại Cà Mau.

H₅: An ninh trật tự và an toàn ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tại Cà Mau.

H₆: Hướng dẫn viên du lịch ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tại Cà Mau.

H₇: Giá cả cảm nhận ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tại Cà Mau.

H₈: Có sự khác biệt về sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tỉnh Cà Mau theo đặc điểm các nhân.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu (Tác giả đề xuất)

Bảng 1. Đặc điểm du khách

		Tần số	Phần trăm (%)
Giới tính	Nữ	93	36,2
	Nam	164	63,8
Độ tuổi	18-25 tuổi	50	19,5
	26-35 tuổi	155	60,3
	36-45 tuổi	34	13,2
	>45 tuổi	18	7,0
Thu nhập	Dưới 5 triệu	78	30,4
	Từ 5 - 10 triệu	71	27,6
	Từ 10 - 15 triệu	87	33,9
	Trên 15 triệu	21	8,2
Trình độ học vấn	Từ TCCN trở xuống	23	8,9
	Cao đẳng	35	13,6
	Đại học	194	75,5
	Sau đại học	5	1,9
Tổng		257	100,0

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. Nghiên cứu được thực hiện tại tỉnh Cà Mau, đối tượng khảo sát là khách du lịch nội địa đang tham quan và lưu trú tại đây. Với 262 bảng

câu hỏi được khách du lịch tại Cà Mau trả lời vào tháng 11 năm 2019, sau khi tiến hành loại bỏ những bảng hỏi không phù hợp, tác giả thu được 257 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 20 để phân tích (Bảng 1).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Độ tin cậy và tính giá trị của thang đo

Thang đo trước hết sẽ được phân tích hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, các biến có hệ số tương quan tổng nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại và thang đo được chấp nhận để phân tích trong các bước tiếp theo khi có độ tin cậy Cronbach's Alpha từ 0,7 trở lên (Hà Nam Khánh Giao và Bùi Nhất Vương, 2019). Kết quả khi kiểm định Cronbach's Alpha lần 1, có 4 biến quan sát là CSHT2, CSHT4, HDDL1, HDDL4 đã bị loại do bởi hệ số Cronbach's Alpha < 0,7. Bên cạnh đó, dựa trên phân tích của bảng kết quả phân tích nhân tố khám phá lần 1, biến PCDL3, DVAU5 có trọng số nhân tố tải nhỏ hơn 0,5 cũng đã bị loại. Sau khi các biến CSHT2, CSHT4, HDDL1, HDDL4, PCDL3, và DVAU5, kết quả phân tích từ Bảng 2 cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của thang đo giao động trong phạm vi từ 0,741 đến 0,926 và hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất của các biến quan sát trong thang đo là 0,525. Nhìn chung, các thang đo trên đều có hệ số Cronbach's Alpha khá cao (> 0,7) và tất cả các biến quan sát của thang đo này đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Do đó các biến trong mô hình đều đạt được độ tin cậy rất tốt.

Bên cạnh, Vuong và Suntrayuth (2020) đã đề xuất sử dụng hệ số tải nhân tố nên lớn hơn 0,5 để khẳng định được tính giá trị của thang đo trong nghiên cứu. Trong Bảng 2, hầu hết các giá trị của hệ số tải nhỏ nhất của

mỗi biến đều cao hơn 0,5 (giá trị bé nhất là 0,604). Do đó, mỗi cấu trúc thể hiện giá trị hội tụ tốt.

Từ các kết quả phân tích ở trên, các thang đo được sử dụng trong mô hình nghiên cứu đã đạt được độ tin cậy và tính giá trị rất tốt. Do đó, các thang đo này sẽ sử dụng để phân tích trong mô hình hồi quy bội.

4.2. Phân tích tương quan và hồi quy

Hơn nữa, trước khi tiến hành phân tích hồi quy, tác giả sử dụng hệ số tương quan Pearson để xem xét mối quan hệ hai chiều của từng cặp biến (Vuong và Giao, 2020). Kết quả ma trận tương quan (Bảng 2) cho thấy rằng mức ý nghĩa của hầu hết các hệ số rất nhỏ ($\text{sig} = 0 < 0,05$) nên hầu hết các hệ số tương quan có ý nghĩa thống kê và đủ điều kiện để đưa vào phân tích hồi quy.

Đánh giá đa cộng tuyến là bước đầu tiên trong phân tích mô hình hồi quy. Quy trình này là cần thiết để đảm bảo rằng các hệ số được ước tính bằng cách hồi quy các biến độc lập trên biến phụ thuộc không bị sai lệch. Trong hồi quy, tính đa cộng tuyến tồn tại khi hai hoặc nhiều biến độc lập có tính tương quan cao. Tính đa cộng tuyến cao làm suy yếu khả năng phán đoán về tầm quan trọng tương đối của một biến độc lập so với biến khác (Hà Nam Khánh Giao và Bùi Nhất Vương, 2019). Theo Hà Nam Khánh Giao và Bùi Nhất Vương (2019), đa cộng tuyến có thể xảy ra nếu hệ số phương sai phóng đại (VIF) vượt quá 5. Theo Bảng 3, hệ số VIF đạt giá trị lớn nhất 2,615 (nhỏ hơn 5) cho thấy các biến độc lập này không có xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

Bảng 2. Kết quả phân tích độ tin cậy và tính giá trị của thang đo, ma trận tương quan

Biến số	Tính giá trị	Độ tin cậy			Ma trận tương quan							
	ML	CA	MC	CSHT	PCDL	PTVC	DVAU	ANTT	HDDL	GCCN	SHL	
CSHT	0,889	0,908	0,780	1	0,593**	0,304**	0,483**	0,609**	0,655**	0,305**	0,451**	
PCDL	0,604	0,741	0,551		1	0,483**	0,537**	0,558**	0,321**	0,152*	0,555**	
PTVC	0,635	0,814	0,525			1	0,357**	0,389**	0,117	0,145*	0,431**	
DVAU	0,615	0,821	0,596				1	0,623**	0,396**	0,390**	0,659**	
ANTT	0,695	0,845	0,617					1	0,494**	0,526**	0,619**	
HDDL	0,850	0,926	0,816						1	0,320**	0,333**	
GCCN	0,653	0,832	0,614							1	0,481**	
SHL	0,828	0,876	0,698								1	

Ghi chú:

***: mức ý nghĩa < 0,001; **: mức ý nghĩa < 0,01; *: mức ý nghĩa < 0,05.

ML = Hệ số tải nhân tố nhỏ nhất; CA = Cronbach's alpha; MC = Hệ số tương quan biến - tổng nhỏ nhất.

CSHT = Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch; PCDL = Phong cảnh du lịch; PTVC = Phương tiện vận chuyên; DVAU = Dịch vụ ăn uống, mua sắm và giải trí; ANTT = An ninh trật tự và an toàn; HDDL = Hướng dẫn viên du lịch; GCCN = Giá cả cảm nhận; SHL = Sự hài lòng của khách du lịch.

Bảng 3. Bảng tổng kết quả phân tích hồi quy

Biến	Sự hài lòng của khách du lịch		Hệ số VIF	Kết luận
	Hệ số β	Giá trị P		
CSHT	0,030	0,651	2,601	Bác bỏ
PCDL	0,225	0,000	2,162	Chấp nhận
PTVC	0,127	0,009	1,371	Chấp nhận
DVAU	0,335	0,000	1,867	Chấp nhận

Biến	Sự hài lòng của khách du lịch		Hệ số VIF	Kết luận
	Hệ số β	Giá trị P		
ANTT	0,132	0,047	2,615	Chấp nhận
HDDL	0,010	0,863	1,905	Bác bỏ
GCCN	0,241	0,000	1,490	Chấp nhận
R ² hiệu chỉnh	0,569			
Biến kiểm soát				
Giới tính	-0,239	0,000	1,013	Chấp nhận
Tuổi	-0,061	0,373	1,275	Bác bỏ
Thu nhập	-0,021	0,757	1,277	Bác bỏ
Trình độ học vấn	0,006	0,922	1,108	Bác bỏ

Ghi chú: CSHT = Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch; PCDL = Phong cảnh du lịch; PTVC = Phương tiện vận chuyển; DVAU = Dịch vụ ăn uống, mua sắm và giải trí; ANTT = An ninh trật tự và an toàn; HDDL = Hướng dẫn viên du lịch; GCCN = Giá cả cảm nhận; SHL = Sự hài lòng của khách du lịch.

Dựa vào kết quả phân tích hồi quy bội (Bảng 3), mô hình hồi quy cho thấy 05 biến độc lập GCCN, PTVC, PCDL, DVAU, ANTT có tác động cùng chiều vào biến phụ thuộc SHL vì hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) của các biến này đều dương và giá trị Sig. nhỏ hơn 0,05. So sánh mức độ tác động của 05 biến này vào biến phụ thuộc Sự hài lòng của du khách nội địa (SHL) theo thứ tự giảm dần như sau: dịch vụ ăn uống, mua sắm, giải trí (DVAU) có tác động mạnh nhất ($\beta_4 = 0,335$), tiếp theo là giá cả cảm nhận (GCCN) ($\beta_7 = 0,241$), tiếp đến là phong cảnh du lịch (PCDL) ($\beta_2 = 0,225$), kế tiếp là biến an ninh trật tự (ANTT) ($\beta_5 = 0,132$), và tác động thấp nhất là phương tiện vận chuyển (PTVC) ($\beta_3 = 0,127$). Như vậy các giả thuyết H₂, H₃, H₄, H₅, H₇ đều được chấp nhận ở độ tin cậy 95%. Cuối cùng, kết quả

nghiên cứu đã cho thấy rằng giới tính đã ảnh hưởng ngược chiều đến Sự hài lòng của du khách nội địa ($\beta = -0,239$; và giá trị P = 0,000). Nói cách khác, những du khách nữ có khuynh hướng có mức độ hài lòng hơn những du khách nam khi du lịch tại tỉnh Cà Mau. Biến tuổi, thu nhập, trình độ học vấn đã không có ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách do giá trị P của các biến này đều lớn hơn 0,05.

Tiếp theo, nghiên cứu đã xem xét đến độ phù hợp tổng thể của mô hình. Theo Vương và cộng sự (2020), chất lượng của mô hình hồi quy bộ nên được đánh giá bằng chỉ số mức độ phù hợp mô hình R² hiệu chỉnh. Bảng 3 cho thấy rằng, giá trị R² hiệu chỉnh bằng 0,569 có nghĩa là 56,9% sự biến thiên của biến Sự hài lòng của du khách nội địa được giải thích bởi sự biến thiên của 05

biển độc lập Phong cảnh du lịch; Phương tiện vận chuyển; Dịch vụ ăn uống, mua sắm và giải trí; An ninh trật tự và an toàn; Giá cả cảm nhận.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Căn cứ vào tổng quan lý thuyết, mô hình nghiên cứu đã được phát triển cho nghiên cứu này. Mô hình này đã được kiểm tra với một mẫu gồm 257 du khách nội địa đến Cà Mau. Kết quả nghiên cứu cho thấy có một số yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ sinh thái tỉnh Cà Mau. Với những kết quả thu được, nghiên cứu này có những đóng góp tích cực trong thực tiễn quản lý, cụ thể như sau:

(1) Về thang đo sử dụng trong nghiên cứu này. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng toàn bộ thang đo được sử dụng trong nghiên cứu là đáng tin cậy (Cronbach's Alpha > 0,7) và có thể được sử dụng cho những nghiên cứu khác.

(2) Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tỉnh Cà Mau. Cụ thể, nghiên cứu đã chỉ ra 05 yếu tố tác động đến sự hài lòng của du khách nội địa theo thứ tự từ mạnh đến yếu như sau: dịch vụ ăn uống, mua sắm, và giải trí, giá cả cảm nhận, phong cảnh du lịch, an ninh trật tự và an toàn, phương tiện vận chuyển.

(3) Nghiên cứu phân tích sự khác biệt về sự hài lòng theo các đặc điểm cá nhân. Nghiên cứu chỉ ra có sự khác biệt về sự hài lòng theo giới tính của du khách ở mức độ tin cậy 95%.

5.2. Hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu đã xác định 05 nhân tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách. Vì vậy, để nâng cao sự hài lòng của khách du lịch đối với chất lượng dịch

vụ du lịch sinh thái tỉnh Cà Mau, nghiên cứu đã đề xuất những hàm ý quản trị cho từng nhóm yếu tố cụ thể như sau:

Dịch vụ ăn uống, mua sắm và giải trí

Kết quả nghiên cứu cho thấy “Dịch vụ ăn uống, mua sắm và giải trí” là yếu tố có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng du lịch sinh thái tỉnh Cà Mau ($\beta = 0,335$). Kết quả cho thấy sự đặc trưng của hàng hóa địa phương không phong phú, đa dạng khiến khách du lịch không có nhiều sự lựa chọn cho hoạt động mua sắm của mình khi đến đây du lịch. Vì thế, Sở du lịch văn hóa tỉnh Cà Mau cần phải có những hoạt động hỗ trợ để tạo ra nhiều hàng hóa đặc trưng cho địa phương, vùng miền như đặc sản mật ong U Minh, tôm khô Đất Mũi, khô bời U Minh, ba khía Rạch Gốc, ... Bên cạnh đó, tại các điểm du lịch nên tổ chức các phiên chợ đêm để tập trung đặc sản để khách du lịch dễ tiếp cận.

Giá cả cảm nhận

Kết quả nghiên cứu cho thấy “Giá cả cảm nhận” là yếu tố có mức độ ảnh hưởng thứ hai đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng du lịch sinh thái tỉnh Cà Mau ($\beta = 0,241$). Kết quả cho thấy giá vé vào cổng các điểm du lịch chưa hợp lý. Sở văn hóa du lịch cần kiểm soát giá vé vào cổng hợp lý bằng cách niêm yết giá vé vào cổng cho các điểm du lịch. Tránh tình trạng giá vé cao hơn so với quy định. Bên cạnh đó, nghiên cứu cho thấy giá cả hàng hóa, dịch vụ chưa tương xứng với chất lượng mà khách du lịch nhận được. Vì thế, nhà quản lý tại các điểm du lịch cần kiểm soát giá cả hàng hóa, dịch vụ qua việc thu thập ý kiến, đánh giá, phản hồi của khách hàng để từ đó điều chỉnh giá cả tương xứng với chất lượng.

Phong cảnh du lịch

Kết quả nghiên cứu cho thấy “Phong cảnh du lịch” là yếu tố có mức độ ảnh hưởng thứ ba đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng du lịch sinh thái tỉnh Cà Mau ($\beta = 0,225$). Kết quả cho thấy các thiết kế nhân tạo tại các điểm tham quan chưa có sự ấn tượng, và điểm nhấn, làm cho khách du lịch cảm thấy chưa hài lòng. Vì thế, nhà quản trị tại các điểm du lịch cần phải kêu gọi đầu tư xây dựng các công trình nhân tạo như tượng đài, khu vui chơi giải trí, bãi biển nhân tạo, khu nghỉ dưỡng sinh thái có quy mô, chất lượng nhằm thu hút và đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

An ninh trật tự và an toàn

Kết quả nghiên cứu cho thấy “An ninh trật tự và an toàn” là yếu tố có mức độ ảnh hưởng thứ tư đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng du lịch sinh thái tỉnh Cà Mau ($\beta = 0,132$). Kết quả cho thấy, các khu vực nguy hiểm đối với khách du lịch chưa có biển cảnh báo và tại các điểm du lịch chưa trang bị đầy đủ thiết bị để đảm bảo an toàn cho khách du lịch. Vì thế, nhà quản trị tại các điểm du lịch cần phải kiểm tra, bổ sung biển cảnh báo ở các khu vực nguy hiểm, các khu vực có khả năng đe dọa đến sự an toàn tính mạng, tài sản của du khách. Cung cấp các thiết bị bảo hộ cho du khách khi tham gia các hoạt động trên đường thủy như phao bơi, găng tay, ... Ngoài ra, tại mỗi điểm du lịch cần thành lập đội ngũ cứu trợ khi đề phòng trường hợp bất trắc xảy ra. Hơn nữa, tình trạng khách du lịch bị chèo kéo mua sắm, chụp hình ở các điểm tham quan vẫn xảy ra. Điều này làm cho khách du lịch cảm thấy khó chịu. Để giảm vãn nạn này thì tại các điểm du lịch cần phải có lực lượng bảo vệ nhằm quan sát và có các biện pháp ngăn chặn.

Phương tiện vận chuyển

Kết quả nghiên cứu cho thấy “Phương tiện vận chuyển” là yếu tố có mức độ ảnh hưởng thứ năm đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng du lịch sinh thái tỉnh Cà Mau ($\beta = 0,127$). Kết quả cho ta thấy, hiện tại phương tiện vận chuyển đến các điểm du lịch là không nhiều về số lượng và loại hình phương tiện vận chuyển. Vì thế, các điểm du lịch cần phải kết hợp với các công ty vận chuyển: các hãng xe, tàu thuyền, xe buýt, ... để khách du lịch có nhiều sự lựa chọn về phương tiện đến các địa điểm du lịch. Bên cạnh đó, để dễ dàng trong việc tìm kiếm thông tin và mua vé thì trên website, các địa điểm du lịch nên có các chỉ dẫn rõ ràng về các phương tiện vận chuyển, giá cả, thời gian vận chuyển. Cuối cùng, các địa điểm du lịch cần thu thập đóng góp ý kiến của khách du lịch về phương tiện vận chuyển để có giải pháp cải thiện phương tiện vận chuyển. Tăng cường phương tiện vận chuyển đường sông bằng thuyền, ca nô đến các địa điểm du lịch để du khách có những trải nghiệm thú vị về phương tiện này.

Giới tính

Nghiên cứu này cho thấy rằng kỳ vọng tiêu dùng của phụ nữ cao hơn và họ xem xét mọi khía cạnh của các dịch vụ nhận được. Do đó, mức độ hài lòng của phụ nữ càng lớn được xác định bởi chất lượng dịch vụ cảm nhận của họ, điều này trái ngược với nam giới. Những phát hiện trong nghiên cứu này cũng có lợi từ quan điểm của các nhà quản trị. Kết quả cho thấy khách du lịch nữ nhận thức rõ hơn về chất lượng dịch vụ so với khách du lịch nam. Số lượng du khách nữ ngày càng tăng (Juwaheer, 2011), điều này đang làm thay đổi thị trường. Vì vậy, các nhà tiếp thị du lịch nên xem xét lại các chiến lược dịch vụ hiện tại và giới thiệu những

chiến lược mới hơn cho phù hợp với thị trường.

6. Hạn chế của nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo

Mặc dù đề tài đã giải quyết xong mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, nhưng vẫn còn một số hạn chế như sau: thứ nhất, nghiên cứu chỉ được thực hiện với các đối tượng nghiên cứu là khách du lịch trong nước do đó kết quả nghiên cứu mang tính đại diện chưa cao. Vì vậy, nghiên cứu tiếp theo nên khảo sát khách du lịch trong và ngoài nước để có cái nhìn khái quát hơn. Thứ hai, nghiên cứu này chỉ giải thích được 56,9% sự biến thiên của sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ sinh thái tỉnh Cà Mau bởi sự biến thiên của 05 biến độc lập. Như vậy, còn nhiều yếu tố khác ảnh hưởng đến sự hài lòng mà nghiên cứu chưa tìm ra. Vì vậy, nghiên cứu tiếp theo cần nghiên cứu sâu hơn để tìm ra một số yếu tố mới ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ sinh thái tỉnh Cà Mau.

Tài liệu tham khảo

- Abu Ali, J., and Howaidee, M. (2012). The impact of service quality on tourist satisfaction in Jerash. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*, 3(12), 164-187.
- Gronroos, C. (1990). Service management: A management focus for service competition. *International Journal of Service Industry Management*, 1(1), 6-14.
DOI:https://doi.org/10.1108/09564239010139125
- Hau, T. C., and Omar, K. (2014). The impact of service quality on tourist satisfaction: The case study of Rantau. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5, 1827-1832.
DOI:https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n23p1827
- Hà Nam Khánh Giao và Bùi Nhật Vương. (2019). *Giáo Trình Cao Học Phương Pháp Nghiên Cứu Khoa Học Trong Kinh Doanh Cập Nhật SmartPLS*. TP Hồ Chí Minh: Nhà Xuất Bản Tài Chính.
- Juwaheer, T. D. (2011). Gender bias in hotel guests' perceptions of service quality: An empirical investigation of hotels in Mauritius. *E-Review of Tourism Research*, 9(5), 164-189.
- Lehtinen, U., and Lehtinen, J. R. (1982). A study of quality dimensions. *Service Management Institute*, 5, 25-32.
- Narayan, B., Ranjendran, C., and Sai, L. P. (2008). Scales to measure and benchmark service quality in tourism industry: A second-order factor approach. *Benchmarking: An International Journal*, 15(4), 469-493.
DOI:https://doi.org/10.1108/14635770810887258
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer (2nd Ed.)*. New York: Routledge.
- Osman, Z., and Sentosa, I. (2013). Mediating effect of customer satisfaction on service quality and customer loyalty relationship in Malaysian rural tourism. *International Journal of Economics and Management Studies*, 2(1), 25-37.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

- Pizam, A., Neumann, Y., and Reichel, A. (1978). Dimensions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism Research*, 5(3), 314-322.
DOI:[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(78\)90115-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(78)90115-9)
- Stonehouse, B. (1999). *Environmental Geology*. Dordrecht: Springer Netherlands.
- Thuvienphapluat (2005). Luật du lịch Việt Nam 2005. Truy cập từ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/thuong-mai/Luat-du-lich-2005-44-2005-QH11-2659.aspx> [Ngày tháng năm truy cập: November 30 2020].
- Vuong, B. N., and Giao, H. N. K. (2020). The impact of perceived brand globalness on consumers' purchase intention and the moderating role of consumer ethnocentrism: An evidence from Vietnam. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(1), 47-68.
DOI:<https://doi.org/10.1080/08961530.2019.1619115>
- Vuong, B. N., Hieu, V. T., and Trang, N. T. (2020). An empirical analysis of mobile banking adoption in Vietnam. *Gestão e Sociedade*, 14(1), 3365-3393
DOI:<https://doi.org/10.21171/ges.v14i37.3078>
- Vuong, B. N., and Suntrayuth, S. (2020). The impact of human resource management practices on employee engagement and moderating role of gender and marital status: An evidence from the Vietnamese banking industry. *Management Science Letters*, 10(7), 1633-1648.
DOI:<https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.12.003>
- Wood, M. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability*, United Nations Environment Programme. France: United Nations Publication.
- Zeithaml, V. A., and Bitner, M. J. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Boston: McGraw-Hill.