

## Đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu

Phan Việt Đua<sup>1,2</sup>, Nguyễn Trọng Nhân<sup>3</sup>,  
Phạm Thị Kiều Trân, Phạm Trần Thùy Linh<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Nghiên cứu sinh Trường Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội

<sup>3</sup>Trường Đại học Cần Thơ, <sup>2,4</sup>Trường Đại học Bạc Liêu

Email: pvdua@blu.edu.vn

Ngày nhận bài: 04/01/2022; Ngày sửa bài: 29/3/2022; Ngày duyệt đăng: 05/4/2022

### Tóm tắt

Bạc Liêu có nhiều tiềm năng về phát triển du lịch nông thôn với nguồn tài nguyên phong phú. Tuy nhiên, để phát triển du lịch một cách bền vững địa phương cần chú trọng tạo dựng sự hài lòng của khách du lịch. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá được mức độ hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu thông qua khảo sát trực tiếp 250 khách du lịch bằng bảng hỏi với tám tiêu chí đánh giá. Trong đó, mức hấp dẫn của tài nguyên du lịch nông thôn có tương quan đến sự hài lòng và lòng trung thành của khách du lịch. Qua đó, nghiên cứu cũng đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu.

**Từ khóa:** du lịch, du lịch nông thôn, khách du lịch, sự hài lòng, tỉnh Bạc Liêu

### Assessing the tourists' satisfaction with rural tourism in Bac Lieu province

### Abstract

Bac Lieu has great potential for rural tourism development with abundant resources. However, to develop tourism in a sustainable way, the locality needs to focus on creating tourist satisfaction. This study aimed to assess the tourists' satisfaction of rural tourism in Bac Lieu province through a direct survey of 250 tourists using a questionnaire with eight criteria. In which, the attractiveness of rural tourism resources is correlated with tourists' satisfaction and loyalty. Thereby, the study also offers solutions to improve tourists' satisfaction with rural tourism in Bac Lieu province.

**Key words:** Bac Lieu Province, rural tourism, satisfaction, tourists, tourism

### 1. Đặt vấn đề

Hiện nay, du lịch nông thôn là xu hướng phát triển du lịch mới trên thế giới. Trong quá trình hiện đại hóa, nhu cầu tìm về nông thôn, về những nơi bình dị, không khí trong lành, gắn với các giá trị văn hóa truyền thống của khách du lịch là một điều tất yếu. Du lịch nông thôn phát triển không những giúp bảo tồn các giá trị văn hóa

truyền thống, xóa đói giảm nghèo, mang lại nguồn lợi kinh tế, bảo vệ môi trường, mà còn cải thiện tình hình cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật. Du lịch nông thôn đã mang lại nhiều giá trị to lớn nên việc nghiên cứu về lĩnh vực du lịch nông thôn được rất nhiều nhà khoa học quan tâm, trong đó phải kể đến vấn đề văn hóa và kinh doanh trong du lịch nông thôn (Page và Getz, 1997); nghiên

cứu về mô hình du lịch nông thôn cũng như những kinh nghiệm phát triển du lịch nông thôn trên giới (Richard và Julia, 1997; trích bởi Hall, 2000); bên cạnh đó, nghiên cứu lý luận và thực tiễn về du lịch nông thôn Việt Nam của Viện nghiên cứu phát triển du lịch phối hợp cùng Cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản (Katsushiro và Hà Văn Siêu, 2013). Những nghiên cứu về du lịch nông thôn trên có giá trị cao trong việc cung cấp những lý luận và thực tiễn về du lịch nông thôn cho những nghiên cứu về sau kế thừa và phát triển.

Một số nghiên cứu đã tìm thấy sự hài lòng là một yếu tố hàng đầu trong việc xác định lòng trung thành (He và Song, 2009; Amoah-Mensah, 2010). Tee (2012) đã tìm thấy một mối quan hệ tích cực giữa sự hài lòng khách hàng và lòng trung thành của khách hàng. Những nghiên cứu đều đưa ra kết luận rằng có mối quan hệ tích cực giữa sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng. Điều đó có nghĩa rằng sự hài lòng có ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành của khách hàng. Vì vậy, việc xây dựng các mô hình đánh giá để xác định mức độ sự hài lòng của khách hàng hay khách du lịch về sản phẩm, dịch vụ, điểm đến du lịch rất quan trọng.

Bạc Liêu có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch nông thôn, tuy nhiên thực trạng lượng khách du lịch đến với tỉnh Bạc Liêu nhiều nhưng số ngày lưu trú ít và doanh thu từ du lịch nông thôn chưa tương xứng với tiềm năng vốn có. Do đó, để khai thác du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu một cách bền vững cần quan tâm đến sự hài lòng của du khách, vì chỉ có sự hài lòng mới quyết định sự quay trở lại của du khách và ngày càng thu hút khách nhiều hơn. Vì vậy, việc đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu là rất cần thiết.

Mục tiêu của bài nghiên cứu nhằm đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu và đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu. Để đạt được mục tiêu, các nhiệm vụ nghiên cứu bao gồm: tổng thuật cơ sở lý luận về du lịch nông thôn; xây dựng mô hình đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu; đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu; đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu.

## **2. Phương pháp nghiên cứu**

### **2.1. Cơ sở lý luận**

#### **2.1.1. Du lịch nông thôn**

Du lịch nông thôn là thuật ngữ ra đời từ lâu trên thế giới. Có nhiều nhà nghiên cứu đã đưa ra khái niệm du lịch nông thôn khác nhau. OECD (1994) đã đưa ra nhận định rằng du lịch nông thôn là du lịch diễn ra ở nông thôn. Bên cạnh đó, Oppermann (1996) cho rằng du lịch nông thôn gồm du lịch nông trại và những vùng có cộng đồng sinh sống, không bao gồm những hoạt động trong những vùng giải trí ngoài trời như những vườn quốc gia, rừng hay những vùng nơi hoang dã.

Vì vậy, khi đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu, nghiên cứu đã lựa chọn tiếp cận khái niệm du lịch nông thôn và các loại hình du lịch nông thôn theo quan điểm của Viện nghiên cứu phát triển du lịch Việt Nam và Cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản “Du lịch nông thôn là loại hình khai thác các vùng nông thôn như một nguồn tài nguyên và đáp ứng nhu cầu của cư dân đô thị trong việc tìm kiếm không gian yên tĩnh và giải trí ngoài trời hơn là chỉ liên quan đến thiên nhiên. Du

lich nông thôn bao gồm các chuyến thăm vườn quốc gia và các công viên công cộng, du lịch đi săn trong khu vực nông thôn, các chuyến đi tham quan danh lam thắng cảnh và thưởng thức cảnh quan nông thôn, và du lịch nông nghiệp”, và loại hình du lịch nông thôn rất đa dạng do tài nguyên ở khu vực nông thôn rất phong phú bao gồm: du lịch đi săn; du lịch văn hóa; du lịch làng nghề truyền thống; du lịch cộng đồng; du lịch sinh thái; du lịch nông sinh học và du lịch dân tộc thiểu số, ... (Katsushiro và Hà Văn Siêu, 2013).

### ***2.1.2. Mô hình đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu***

Trong những năm gần đây, đề tài đánh giá về sự hài lòng của khách hàng cũng như sự hài lòng của khách du lịch tại một điểm đến cụ thể đã nhận được sự quan tâm rất lớn từ nhiều nhà nghiên cứu khoa học trên thế giới và Việt Nam. Sự hài lòng của khách hàng rất quan trọng trong việc phát triển của doanh nghiệp, đối với điểm đến du lịch thì sự hài lòng có vai trò quyết định đến sự bền vững trong phát triển du lịch, mang ý nghĩa sống còn đối với điểm đến du lịch.

Đầu thập niên 80 của thế kỷ XX, trên thế giới bắt đầu có những công trình nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng (Oliver, 1980; Parasuraman và cộng sự, 1988; Bitner, 1990; Fornell 1995; Baker và Crompton, 2000; Kotler, 2000). Những nghiên cứu trên đã cung cấp những cơ sở lý thuyết quan trọng trong việc đánh giá sự hài lòng của khách hàng. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng, thì những nghiên cứu về sự hài lòng của khách du lịch tại điểm đến cụ thể đã xuất hiện. Tuy nhiên, đối với những điểm đến cụ thể khác nhau đòi hỏi có sự linh hoạt, thay đổi các yếu tố trong mô hình phù hợp với từng điểm đến nhưng không thể phủ nhận

được đóng góp về mặt lý thuyết, cũng như tầm ảnh hưởng cho những nghiên cứu sau.

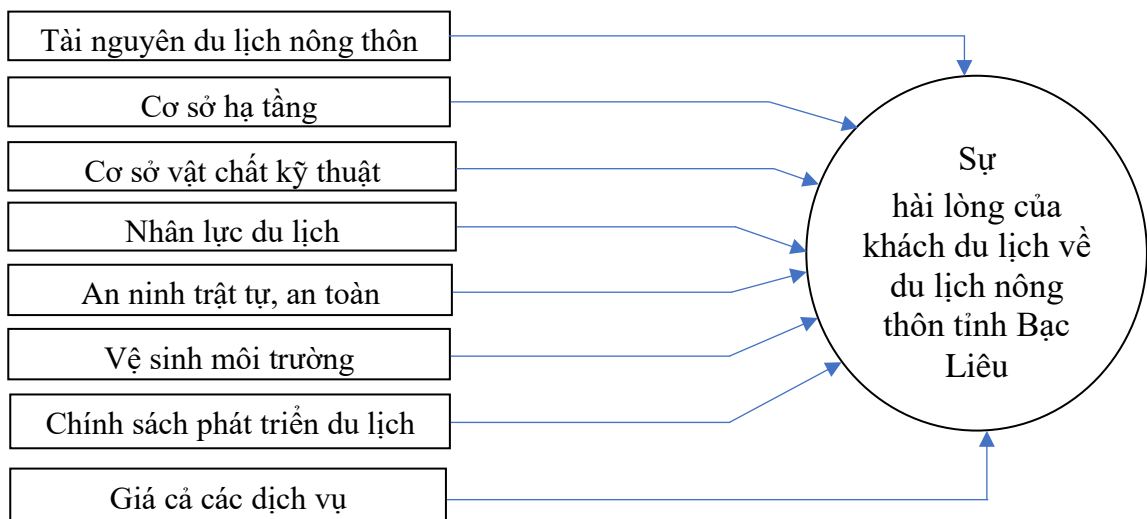
Pizam và cộng sự (1978) qua nghiên cứu về sự hài lòng của du khách đối với điểm đến du lịch được thực nghiệm tại Cape Cod, thuộc tiểu bang Massachusetts của Mỹ với phương pháp phân tích nhân tố từ 32 tiêu chí, đã xác định được tám nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với điểm đến du lịch: cơ hội du lịch biển; chi phí; sự hiếu khách; cơ sở ăn uống, cơ sở lưu trú; cơ sở vật chất khu cắm trại; môi trường; mức độ thương mại hóa. Các yếu tố được xác định đã tạo nên một mô hình đánh giá về sự hài lòng của du khách tại điểm đến du lịch, mô hình đã tạo nên một cơ sở lý thuyết vững chắc cho các nghiên cứu sau, có ý nghĩa rất lớn về mặt lý luận. Tribe và Snaith (1998) phát triển mô hình HOLSAT và sử dụng nó để đánh giá sự hài lòng của kỳ nghỉ tại khu nghỉ mát nổi tiếng của Vadadero, Cu Ba. Mô hình đo lường sự hài lòng của một khách du lịch với trải nghiệm về kỳ nghỉ của họ tại một điểm đến. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng có sáu nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với điểm đến: tài nguyên thiên nhiên và điều kiện vật chất; môi trường; di sản và văn hóa; dịch vụ chỗ ở; dịch vụ ăn uống, giải trí, mua sắm; dịch vụ chuyển tiền. Bên cạnh đó, khi phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch du lịch thành phố Cần Thơ, Nguyễn Trọng Nhân (2018) đã xây dựng mô hình lý thuyết về sự hài lòng của du khách đến du lịch thành phố Cần Thơ dựa trên tám nhóm yếu tố: chi phí; nhân viên phục vụ; cơ sở lưu trú; cơ sở ăn uống, giải trí và mua sắm; hoạt động tại điểm; an ninh và an toàn; cảnh quan và sự đảm bảo sức chứa; vệ sinh môi trường. Mô hình nghiên cứu là nguồn tham khảo cho các nghiên cứu sau về sự hài lòng của khách du lịch tại điểm

đến cụ thể.

Nguyễn Trọng Nhân và cộng sự (2019) đã xây dựng mô hình đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch văn hóa tỉnh Bạc Liêu bao gồm sáu tiêu chí: tài nguyên du lịch văn hóa; cơ sở hạ tầng; cơ sở vật chất kỹ thuật; nhân lực du lịch tại điểm; an ninh trật tự, an toàn; giá cả các dịch vụ. Bên cạnh đó, nghiên cứu về sự hài lòng của khách du lịch về du lịch cộng đồng tại Cồn Sơn, thành phố Cần Thơ, Lê Thị Nữ (2021) đã xây dựng mô hình đánh giá sự hài lòng với sáu tiêu chí: sức hấp dẫn điểm đến; cơ sở hạ tầng; cơ sở vật chất kỹ thuật; nguồn nhân lực du lịch; an ninh trật tự và an toàn; giá cả các dịch vụ ... Khi nghiên cứu về sự hài lòng của khách du lịch về du lịch sinh thái tỉnh Bạc Liêu, Phan Việt Đua (2021) đã đưa ra mô hình đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch sinh thái tỉnh Bạc Liêu bao gồm sáu tiêu chí: tài nguyên du lịch sinh thái; cơ sở hạ tầng; cơ sở vật chất kỹ thuật; nhân lực tại các điểm du lịch sinh thái; an ninh trật tự, an toàn; giá cả các dịch vụ. Nghiên cứu của các tác giả đã đưa ra mô hình đánh giá sự hài lòng về du lịch cộng đồng và du lịch văn hóa, du lịch sinh thái làm phong phú thêm

mô hình đánh giá về sự hài lòng của khách du lịch ở loại hình du lịch khác. Vì vậy các mô hình trên là cơ sở lý luận được kế thừa quan trọng trong việc xây dựng mô hình đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn Bạc Liêu.

Trên cơ sở gợi ý từ các nghiên cứu về mô hình nghiên cứu về sự hài lòng của khách du lịch tại các điểm đến du lịch (Pizam và cộng sự, 1978; Tribe và Snaith, 1998; Nguyễn Trọng Nhân, 2018); Mô hình đánh giá sự hài lòng về văn hóa của Nguyễn Trọng Nhân và cộng sự (2019); Mô hình đánh giá sự hài lòng về du lịch cộng đồng của Lê Thị Nữ (2021); Mô hình đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch sinh thái của Phan Việt Đua (2021) cùng với khảo sát thực tế ở các điểm du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu, mô hình nghiên cứu đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu được xây dựng dựa trên các yếu tố: tài nguyên du lịch nông thôn; cơ sở hạ tầng; cơ sở vật chất kỹ thuật; nhân lực du lịch; an ninh trật tự, an toàn; vệ sinh môi trường; chính sách phát triển du lịch; giá cả các dịch vụ (Hình 1).



**Hình 1.** Mô hình đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu

## 2.2. Phương pháp thu thập dữ liệu

Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng bảng câu hỏi. Cấu trúc bảng câu hỏi bao gồm hai phần: (i) Gồm những câu hỏi về hoạt động du lịch và sự đánh giá của du khách, (ii) Gồm những câu hỏi về thông tin chung của đáp viên. Nghiên cứu dùng thang đo định danh và thang đo khoảng đối với câu hỏi đóng phần (i), dùng thang đo định danh đối với phần (ii). Đối với thang đo khoảng, trong nghiên cứu dùng thang đo 5 điểm dạng Likert.

Kích thước mẫu tối thiểu khi tỷ lệ quan sát/ biến đo lường là 5:1, nghĩa là một biến đo lường cần tối thiểu năm quan sát (Hair và cộng sự, 2006). Theo lý thuyết, nghiên cứu sử dụng 33 biến đo lường, do vậy mẫu cần lấy là  $33 \times 5 = 165$ . Để đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu, nghiên cứu sử dụng phiếu điều tra, phỏng vấn khách du lịch với số lượng 250 mẫu. Địa điểm phỏng vấn là các điểm du lịch nông thôn nổi tiếng trên địa bàn thành phố Bạc Liêu, huyện Vĩnh Lợi, huyện Hồng Dân, huyện Phước Long, huyện Hòa Bình, thị xã Giá Rai và huyện Đông Hải. Đối tượng phỏng vấn của nghiên cứu là tất cả những du khách đến tham quan các điểm du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu.

## 2.3. Phương pháp phân tích

Thống kê mô tả được dùng để tóm tắt số liệu dưới dạng phần trăm ở đặc điểm đối tượng nghiên cứu; nguồn thông tin du khách biết đến du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu; số lần đi du lịch của khách du lịch đến tỉnh Bạc Liêu; mục đích chính của du khách đến Bạc Liêu; hoạt động phổ biến nhất của du khách khi đến vùng nông thôn tỉnh Bạc Liêu.

Theo Saunders và Thornhill (2009; Nguyễn Văn Dung dịch, 2010) thang đo mức độ dạng Likert 4, 5, 6 hoặc 7 điểm được sử dụng phổ biến đối với câu hỏi mức độ nhằm ghi chép được nhiều sắc thái ý kiến

nhỏ hơn. Một số nhà nghiên cứu như Luck và Rubin (2005; Phan Văn Thăng và Nguyễn Văn Hiến dịch, 2009) chỉ ra rằng, câu hỏi có 5 hoặc 6 điểm đánh giá là phù hợp hơn cả. Về mặt lý thuyết, thang đo Likert là thang đo thứ tự; tuy nhiên, nếu số đo từ 5 điểm trở lên thì kết quả kiểm định thực tiễn cho thấy, thang đo Likert có tính năng như thang đo khoảng. Với thang đo Likert 5 điểm, ý nghĩa của từng giá trị trung bình đối với thang đo khoảng: Mức 1 từ 1,00 đến 1,80 (Hoàn toàn không hài lòng); Mức 2 từ 1,81 đến 2,60 (Không hài lòng); Mức 3 từ 2,61 đến 3,40 (Không có ý kiến); Mức 4 từ 3,41 đến 4,20 (Hài lòng); Mức 5 từ 4,21 đến 5,00 (Rất hài lòng). Giá trị khoảng cách =  $(\text{Maximum} - \text{Minimum})/n = (5 - 1)/5 = 0,8$ .

Phần mềm SPSS được sử dụng để phân tích tương quan nhằm kiểm định mối liên hệ và cường độ liên hệ giữa hai biến. Đối với phân tích tương quan,  $\pm 0,8 < r \leq \pm 1$ , hai biến có tương quan mạnh;  $\pm 0,4 \leq r \leq \pm 0,8$ , hai biến có tương quan trung bình; nếu  $r < 0,4$ , hai biến có liên hệ yếu (trường hợp mức ý nghĩa (Sig.)  $\leq 0,05$ ) (Luck và Rubin (2005; Phan Văn Thăng và Nguyễn Văn Hiến dịch, 2009).

## 3. Kết quả và Thảo luận

### 3.1. Đặc điểm nhân khẩu học của khách du lịch

*Phân theo giới tính:* Mẫu nghiên cứu gồm 48,0% nam và 52,0% nữ. Tỷ lệ này cho thấy, mức độ đại diện của hai giới trong mẫu có sự chênh lệch giữa nam và nữ.

*Phân theo tuổi:* Phần lớn mẫu nghiên cứu có độ tuổi từ 35-44 (28,8%), từ 25-34 (24,4%), dưới 25 (22,4%), từ 45-54 (12,4%) và từ 55 tuổi trở lên chiếm 12,0%.

*Phân theo trình độ văn hóa:* Đáp viên có trình độ Đại học/ Sau Đại học chiếm đa số (51,6%), Trung học phổ thông (19,2%), Trung cấp/ Cao đẳng (17,6%), dưới Trung

học phổ thông là 11,6%.

*Phân theo nghề nghiệp hiện tại:* Nghề nghiệp của khách du lịch chủ yếu là cán bộ - công chức, viên chức (28,8%), sinh viên (16,0%), nông dân (12,4%), kinh doanh (12%), bộ đội, công an (6,0%), công nhân (5,6%) và các loại nghề nghiệp khác (19,2%) bao gồm nhân viên văn phòng, cán bộ hưu trí, kỹ sư, tài xế, ...

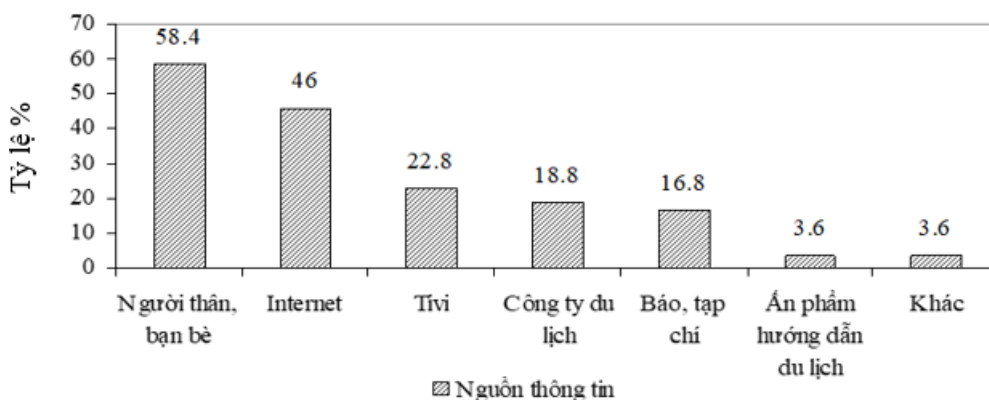
*Về thu nhập hàng tháng:* Đa số các khách du lịch có thu nhập từ 6 - 9 triệu VND (28,0%), tiếp theo đó là 25,2% có thu nhập từ 3-6 triệu VND. Số liệu về thu nhập hợp lý vì các đối tượng được phỏng vấn chủ yếu là cán bộ, công chức. 21,2% số người có thu nhập dưới 1,5 triệu VND và 16,4% số người có thu nhập từ 9-12 triệu VND. Với 9,2% còn lại có thu nhập từ 12 triệu VND trở lên,

đây là các đáp viên có nghề nghiệp là kinh doanh, thu nhập cao so với các nghề còn lại.

*Phân theo loại hình cư trú:* Phần lớn khách du lịch được phỏng vấn cư trú ở thành phố (52,4%), thị xã/ thị trấn (20,0%) và nông thôn (27,6%)

### 3.2. Hoạt động du lịch nông thôn của khách du lịch

Khách du lịch biết đến du lịch nông thôn Bạc Liêu thông qua người thân và bạn bè (58,4%), tiếp theo đó là internet (46%). Qua đó cho thấy, bạn bè và người thân có vai trò rất quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh du lịch của nơi đến. Trong thời đại công nghệ phát triển thì việc khách du lịch biết đến du lịch Bạc Liêu thông qua internet đứng thứ hai so với các kênh thông tin khác là điều dễ hiểu (Hình 2).



**Hình 2.** Nguồn thông tin du khách biết đến du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu

**Bảng 1.** Số lần đi du lịch của khách du lịch đến vùng nông thôn tỉnh Bạc Liêu

TT	Số lần đi du lịch đến tỉnh Bạc Liêu	Số lượng khách	Tỷ lệ (%)
1	Lần đầu tiên	56/250	22,4
2	Lần thứ hai	30/250	12,0
3	Lần thứ ba	19/250	7,6
4	Trên ba lần	145/250	58,0
Tổng số		250/250	100

Qua kết quả khảo sát cho thấy rằng

khách du lịch đến với vùng nông thôn Bạc

Liêu trên ba lần chiếm tỷ lệ khá lớn (58,0%), tiếp đó là đến lần đầu tiên (22,4%), khách du lịch đến lần thứ hai (12,0%), lượng khách đến với Bạc Liêu lần thứ ba là ít nhất (7,6%) (Bảng 1). Tỷ lệ đến với Bạc Liêu trên ba lần chiếm cao nhất cho thấy được sự quay trở lại của khách du lịch đối với điểm đến vùng nông thôn Bạc Liêu ở mức khá, đây là những cơ sở quan trọng trong việc hoạch định kế hoạch phát triển du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu.

Mục đích chính của du khách đến vùng nông thôn Bạc Liêu là để tham quan cảnh quan thiên nhiên (65,6%), tìm hiểu văn hóa bản địa địa phương (41,6%), tận hưởng không khí mát mẻ trong lành (40,0%), tín ngưỡng (27,2%), học tập và nghiên cứu (17,6%), thăm người thân (11,2%), tham

quan mô hình trang trại nông nghiệp (10,0%) và các mục đích khác (công tác, kinh doanh, chữa bệnh, ...) (Bảng 2).

Hoạt động du lịch phổ biến nhất của du khách khi đến vùng nông thôn tỉnh Bạc Liêu là chiêm bái, cúng quải ở các cơ sở tín ngưỡng (68,4%), tham quan di tích lịch sử - văn hóa (54,0%), thưởng thức đặc sản địa phương (48,8%), tham quan vườn trái cây (36,0%), tham quan hình thức mưu sinh của cư dân (16,0%) tham quan làng nghề (9,6%), và các hoạt động khác (tham quan trang trại nông nghiệp, thưởng thức văn hóa văn nghệ Khmer, ...) (Bảng 2). Qua đây cho thấy rằng và các cơ sở tín ngưỡng các di tích lịch sử, văn hóa và đặc sản địa phương có vai trò rất quan trọng, là cơ sở để tạo ra các hoạt động du lịch vùng nông thôn tỉnh Bạc Liêu của khách du lịch.

**Bảng 2.** Mục đích chính và hoạt động du lịch phổ biến của khách du lịch đến vùng nông thôn Bạc Liêu

	Số lượng khách (n=250)	Tỷ lệ (%)
<i>Mục đích chính của du khách đến vùng nông thôn Bạc Liêu</i>		
Tham quan cảnh quan thiên nhiên	164	65,6
Tìm hiểu văn hóa bản địa địa phương	104	41,6
Tận hưởng không khí mát mẻ, trong lành	100	40,0
Tín ngưỡng	68	27,2
Học tập và nghiên cứu	44	17,6
Thăm người thân	28	11,2
Tham quan mô hình nông trại nông nghiệp	25	10,0
Các mục đích khác (công tác, kinh doanh, chữa bệnh,...)	28	11,2
<i>Hoạt động du lịch phổ biến của du khách đến vùng nông thôn Bạc Liêu</i>		
Chiêm bái, cúng quải ở các cơ sở tín ngưỡng	171	68,4
Tham quan di tích lịch sử - văn hóa	135	54,0

	Số lượng khách (n=250)	Tỷ lệ (%)
Thưởng thức đặc sản địa phương	122	48,8
Tham quan vườn trái cây	90	36,0
Tham quan hình thức mưu sinh của cư dân	40	16,0
Tham quan làng nghề	24	9,6
Các hoạt động khác (tham quan trang trại nông nghiệp, thưởng thức văn hóa văn nghệ Khmer, ...)	40	19,6

### 3.3. Mức độ hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu

Theo kết quả phân tích mức độ hài lòng của khách du lịch theo các tiêu chí:

(1) Tiêu chí tài nguyên du lịch nông thôn nhìn chung được khách du lịch đánh giá ở mức khá cao với 3,6. Biến quan sát phong cảnh đẹp, yên bình; biến quan sát khí hậu mát mẻ trong lành; biến quan sát các di tích lịch sử, văn hóa và các giá trị gắn liền độc đáo, hấp dẫn được du khách đánh giá mức trên 4,0, từ kết quả này cho thấy rằng tài nguyên du lịch nông thôn có sức hấp dẫn lớn, tạo nên sự hài lòng của khách du lịch. Trong khi đó thang đo hoạt động vui chơi, giải trí được khách du lịch đánh giá thấp nhất với 3,15 (Bảng 3). Đây là sự đánh giá hợp lý khi mà Bạc Liêu vẫn chưa có những hoạt động vui chơi giải trí hấp dẫn ở vùng nông thôn, chưa thu hút được sự lưu lại lâu dài cho khách.

(2) Tiêu chí cơ sở hạ tầng được khách du lịch đánh giá ở mức tương đối tốt, đánh giá này thể hiện sự hợp lý vì cơ sở hạ tầng ở vùng nông thôn tỉnh Bạc Liêu có sự phát triển đúng theo việc xây dựng nông thôn mới. Biến quan sát hệ thống chăm sóc sức khỏe được khách du lịch đánh giá thấp nhất với 3,64. Trong khi đó, biến quan sát hệ thống cung cấp điện được khách du lịch

đánh giá cao nhất ở mức tốt với 3,94 (Bảng 3).

(3) Tiêu chí cơ sở vật chất kỹ thuật được khách du lịch đánh giá khá cao với 3,61, cho thấy được chất lượng dịch vụ tại các cơ sở lưu trú và ăn uống đã đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch, tạo sự hài lòng và góp phần tích cực trong việc phát triển du lịch nông thôn của tỉnh Bạc Liêu. Biến quan sát cơ sở ăn uống đầy đủ tiện nghi được đánh giá cao nhất với 3,77. Biến quan sát dịch vụ cung cấp thông tin điểm đến du lịch được đánh giá là thấp nhất với 3,39 (Bảng 3).

(4) Tiêu chí nhân lực du lịch tại điểm được khách du lịch đánh giá cao với 3,74. Qua đánh giá của khách du lịch thể hiện rằng đã có sự quan tâm và phát triển nhân lực du lịch của chính quyền địa phương tại các điểm du lịch nông thôn. Đội ngũ nhân lực phục vụ trong hoạt động du lịch dần đáp ứng tốt được nhu cầu và tạo được sự hài lòng cho khách du lịch. Biến quan sát nhân lực du lịch có sự thân thiện, lịch sự, nhiệt tình được đánh giá cao nhất với 3,94. Biến quan sát nhân lực du lịch có kiến thức về du lịch tốt được đánh giá thấp nhất với 3,50 (Bảng 3), đây là những cơ sở quan trọng để cho chính quyền địa phương có giải pháp nâng cao đội ngũ nhân lực du lịch.



(5) Trong các tiêu chí được đánh giá thì tiêu chí an ninh trật tự, an toàn được khách du lịch đánh giá tương đối cao với 3,53. Trong những năm gần đây thì việc an ninh trật tự ở các điểm du lịch nông thôn nói riêng và các điểm du lịch tỉnh Bạc Liêu nói chung đã được quan tâm bằng những giải pháp cụ thể, có sự cải thiện để tạo điều kiện tốt cho việc phát triển du lịch. Biên quan sát không có tình trạng thach giá được khách du lịch đánh giá thấp nhất với 3,46. Trong tiêu chí này thì biên quan sát không có tình trạng mất vệ sinh an toàn thực phẩm được đánh giá cao nhất với 3,59 (Bảng 3).

(6) Tiêu chí vệ sinh môi trường được khách du lịch đánh giá tốt với 3,69. Tình hình vệ sinh môi trường đã được quan tâm và có hướng khắc phục hiệu quả nên việc đánh giá về tiêu chí này ở thời điểm hiện tại là hợp lý. Biên quan sát cơ sở lưu trú sạch sẽ được khách du lịch đánh giá cao nhất với 3,81. Trong tiêu chí này thì biên quan sát nhà vệ sinh sạch sẽ được đánh giá thấp nhất với 3,57 (Bảng 3).

(7) Chính sách phát triển du lịch nông thôn ở các huyện đã có những chuyển biến tích cực, tiêu chí này được khách du lịch đánh giá tốt với 3,5. Công tác bảo vệ tài nguyên du lịch nông thôn được đánh giá cao nhất với 3,65, trong khi đó công tác quảng bá hình ảnh điểm đến được đánh giá thấp nhất với 3,38 (Bảng 3). Qua đánh giá trên đã thể hiện được sự quan tâm đến tài nguyên của các địa phương, những tài nguyên có giá trị cao trong phát triển du lịch, tuy nhiên thông tin về điểm đến du lịch vùng nông thôn tỉnh Bạc Liêu chưa được khách du lịch biết nhiều.

(8) Khách du lịch rất hài lòng về tiêu chí giá cả các dịch vụ ở các điểm du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu. Khách du lịch cho rằng giá cả các dịch vụ ở Bạc Liêu hợp lý

với 3,8 (cao nhất trong tất cả các tiêu chí). Tiêu chí giá cả rất quan trọng trong việc thực hiện chuyến đi du lịch, với sự hài lòng này sẽ tạo được động lực rất lớn cho việc quay trở lại du lịch của khách du lịch và sự giới thiệu đến người thân, bạn bè. Biên quan sát giá cả ăn uống hợp lý được đánh giá cao nhất với 3,83, trong khi đó giá các sản phẩm lưu niệm, sản vật địa phương tại các điểm du lịch nông thôn được đánh giá thấp nhất với 3,76 (Bảng 3).

Nhìn chung khách du lịch hài lòng về thang đo đánh giá chung về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu. Tổng tất cả các biên quan sát đều được đánh giá là trên 3,4. Việc biên quan sát quý khách cảm thấy hài lòng về chuyến đi du lịch nông thôn ở Bạc Liêu được đánh giá cao với 3,76 (Bảng 3), cho thấy rằng khách du lịch cảm thấy hài lòng khi tham quan các điểm du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu.

Khách du lịch đánh giá sự hài lòng về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu thông qua tám tiêu chí. Kết quả cho thấy khách du lịch hài lòng với tiêu chí tài nguyên du lịch nông thôn, tiêu chí này được khách du lịch đánh giá là 3,6; Tiêu chí cơ sở hạ tầng được đánh giá là 3,78; Tiêu chí cơ sở vật chất kỹ thuật được đánh giá là 3,61; Tiêu chí nhân lực du lịch được đánh giá là 3,74; Tiêu chí tình hình an ninh trật tự, an toàn được đánh giá là 3,53; Tiêu chí vệ sinh môi trường được đánh giá là 3,69; Tiêu chí chính sách phát triển du lịch được đánh giá là 3,5; Tiêu chí giá cả các dịch vụ được đánh giá là 3,8. Khi so sánh trung bình cộng của các tiêu chí (tất cả trung bình cộng đều lớn hơn 3,5) với tiêu chí đánh giá chung là 3,78 thì kết quả đều ở mức hài lòng. Qua đánh giá của khách du lịch có thể khẳng định rằng khách du lịch hài lòng với du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu.

**Bảng 3.** Kết quả đánh giá sự hài lòng của khách du lịch

Tiêu chí	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Đánh giá
<b>Tiêu chí 1: Tài nguyên du lịch nông thôn</b>			
X1. Phong cảnh đẹp, yên bình	4,08	± 0,75	Hài lòng
X2. Khí hậu mát mẻ, trong lành	4,06	± 0,74	Hài lòng
X3. Các di tích lịch sử, văn hóa và các giá trị gắn liền độc đáo, hấp dẫn	4,04	± 0,79	Hài lòng
X4. Phong tục tập quán người dân địa phương hấp dẫn	3,56	± 0,83	Hài lòng
X5. Trải nghiệm về hoạt động nông nghiệp thú vị	3,28	± 0,97	Không có ý kiến
X6. Món ăn địa phương hấp dẫn	3,86	± 0,78	Hài lòng
X7. Làng nghề truyền thống có tính hấp dẫn	3,33	± 0,90	Không có ý kiến
X8. Nghệ thuật truyền thống địa phương hấp dẫn	3,58	± 0,84	Hài lòng
X9. Hoạt động vui chơi giải trí hấp dẫn	3,15	± 1,02	Không có ý kiến
X10. Vị trí tiếp cận điểm đến thuận lợi	3,50	± 0,97	Hài lòng
<i>Trung bình cộng</i>	<i>3,6</i>	<i>± 0,86</i>	<i>Hài lòng</i>
<b>Tiêu chí 2: Cơ sở hạ tầng</b>			
X11. Đường xá đến các điểm tham quan rộng rãi	3,72	± 0,92	Hài lòng
X12. Chất lượng mặt đường đến các điểm tham quan tốt	3,67	± 0,90	Hài lòng
X13. Bãi đỗ xe nơi tham quan rộng rãi	3,78	± 0,86	Hài lòng
X14. Hệ thống cung cấp điện tốt	3,94	± 0,74	Hài lòng
X15. Hệ thống cung cấp nước tốt	3,90	± 0,75	Hài lòng
X16. Hệ thống thông tin liên lạc tốt	3,86	± 0,74	Hài lòng
X17. Hệ thống chăm sóc sức khỏe tốt	3,64	± 0,80	Hài lòng
<i>Trung bình cộng</i>	<i>3,78</i>	<i>± 0,80</i>	<i>Hài lòng</i>
<b>Tiêu chí 3: Cơ sở vật chất kỹ thuật</b>			
X18. Cơ sở ăn uống đầy đủ tiện nghi	3,77	± 0,80	Hài lòng
X19. Cơ sở lưu trú đầy đủ tiện nghi	3,76	± 0,73	Hài lòng

Tiêu chí	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Đánh giá
X20. Có nhiều cửa hàng sản phẩm lưu niệm	3,52	± 0,95	Hài lòng
X21. Dịch vụ cung cấp thông tin điểm đến du lịch tốt	3,39	± 0,95	Không có ý kiến
<i>Trung bình cộng</i>	<i>3,61</i>	<i>± 0,86</i>	<i>Hài lòng</i>
Tiêu chí 4: Nhân lực du lịch			
X22. Nhân lực du lịch thân thiện, lịch sự và nhiệt tình	3,94	± 0,81	Hài lòng
X23. Nhân lực du lịch am hiểu về văn hóa bản địa	3,64	± 0,79	Hài lòng
X24. Nhân lực du lịch có sự giao tiếp và ứng xử tốt	3,88	± 0,78	Hài lòng
X25. Nhân lực du lịch có kiến thức về du lịch tốt	3,50	± 0,89	Hài lòng
<i>Trung bình cộng</i>	<i>3,74</i>	<i>± 0,82</i>	<i>Hài lòng</i>
Tiêu chí 5: An ninh, trật tự an toàn			
X26. Không có tình trạng thả rong vật nuôi	3,50	± 1,02	Hài lòng
X27. Không có tình trạng trộm cướp	3,58	± 0,99	Hài lòng
X28. Không có tình trạng chèo kéo	3,52	± 1,02	Hài lòng
X29. Không có tình trạng thách giá	3,46	± 1,04	Hài lòng
X30. Không có tình trạng mất vệ sinh an toàn thực phẩm	3,59	± 0,99	Hài lòng
<i>Trung bình cộng</i>	<i>3,53</i>	<i>± 1,01</i>	<i>Hài lòng</i>
Tiêu chí 6: Vệ sinh môi trường			
X31. Bãi đỗ xe du lịch sạch sẽ	3,72	± 0,87	Hài lòng
X32. Nhà vệ sinh sạch sẽ	3,57	± 0,95	Hài lòng
X33. Cơ sở lưu trú sạch sẽ	3,81	± 0,75	Hài lòng
X34. Cơ sở ăn uống sạch sẽ	3,79	± 0,76	Hài lòng
X35. Không có tình trạng ô nhiễm môi trường nơi tham quan	3,58	± 0,98	Hài lòng
<i>Trung bình cộng</i>	<i>3,69</i>	<i>± 0,86</i>	<i>Hài lòng</i>
Tiêu chí 7: Chính sách phát triển du lịch			
X36. Công tác bảo vệ tài nguyên du lịch nông thôn tốt	3,65	± 0,89	Hài lòng
X37. Công tác quảng bá hình ảnh điểm đến tốt	3,38	± 0,98	Không có ý kiến

Tiêu chí	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Đánh giá
X38. Nhiều người dân địa phương được tham gia trong du lịch	3,48	± 0,95	Hài lòng
<i>Trung bình cộng</i>	3,50	± 0,94	Hài lòng
Tiêu chí 8: Giá cả các dịch vụ			
X39. Giá vào cổng các điểm tham quan du lịch nông thôn hợp lý	3,80	± 0,91	Hài lòng
X40. Giá cả lưu trú hợp lý	3,79	± 0,78	Hài lòng
X41. Giá cả ăn uống hợp lý	3,83	± 0,72	Hài lòng
X42. Giá cả các sản phẩm lưu niệm, sản vật địa phương hợp lý	3,76	± 0,74	Hài lòng
<i>Trung bình cộng</i>	3,80	± 0,79	Hài lòng
Đánh giá chung			
X43. Bạc Liêu có nhiều tiềm năng phát triển du lịch nông thôn	3,98	± 0,80	Hài lòng
X44. Các hoạt động du lịch nông thôn được khai thác tốt	3,36	± 1,09	Không có ý kiến
X45. Quý khách cảm thấy hài lòng khi tham quan các điểm du lịch nông thôn ở Bạc Liêu	3,76	± 0,84	Hài lòng
X46. Du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu sẽ phát triển mạnh ở tương lai	4,03	± 0,76	Hài lòng
<i>Trung bình cộng</i>	3,78	± 0,87	Hài lòng

Theo kết quả phân tích sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch nông thôn có sự tương quan đối với sự hài lòng và lòng trung thành của khách du lịch (Bảng 4). Nói cách khác muốn tạo được sự hài lòng của khách du lịch, muốn khách du lịch quay trở lại và giới thiệu du lịch Bạc Liêu thì cần chú ý nhiều đến sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu. Với  $r = 0,612$  (hai biến có sự tương quan mạnh) và  $\text{sig.} = 0,000$  (sig.

$\leq 0,05$ ), có thể thấy rằng khi có sự hấp dẫn cao về tài nguyên du lịch nông thôn thì sự hài lòng của du khách càng tăng lên (mối quan hệ tuyến tính thuận). Đối với mối quan hệ giữa sức hấp dẫn với lòng trung thành cũng là mối quan hệ tuyến tính thuận, tuy nhiên hai biến có mức liên hệ trung bình ( $0,3 < r < 0,49$ ). Qua đó cho thấy, sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch nông thôn có vai trò rất quan trọng trong phát triển du lịch.

**Bảng 4.** Mối quan hệ giữa sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch nông thôn đối với sự hài lòng và lòng trung thành của khách du lịch

	Tiềm năng về tài nguyên du lịch nông thôn	Mức độ hài lòng	Dự định quay lại	Dự định giới thiệu
Tiềm năng về tài nguyên du lịch nông thôn	1			
Mức độ hài lòng	$r = 0,612^{**}$ Sig. (2-tailed) = 0,000	1		
Dự định quay lại	$r = 0,376^{**}$ Sig. (2-tailed) = 0,000		1	
Dự định giới thiệu	$r = 0,397^{**}$ Sig. (2-tailed) = 0,000			1

Chú thích: \*\*: ở mức  $\alpha = 0,01$

### 3.4. Giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu

*Tài nguyên du lịch nông thôn:* có kế hoạch và khai thác các tài nguyên du lịch nông thôn cụ thể; phải có sự quy hoạch cụ thể đối với các điểm du lịch. Chú ý đến việc đầu tư phát triển các điểm du lịch nông thôn có trọng điểm, tạo được điểm nhấn riêng biệt cho từng địa phương, thu hút sự quan tâm của khách du lịch. Chú trọng đến khâu tổ chức lễ hội, tạo được sự chuyên nghiệp cao, nhưng vẫn giữ nguyên được bản chất của lễ hội; tạo ra các cảnh quan để phục vụ cho hoạt động chụp hình của khách du lịch. Có thể làm các mô hình tạo cảnh quan như: ngôi nhà độc đáo, hình ảnh tôm, ...; cần sưu tầm những giai thoại các điểm đến du lịch địa phương để tạo sự thu hút khách du lịch.

*Cơ sở hạ tầng:* tạo điều kiện và thu hút vốn đầu tư vào để xây dựng hệ thống đường giao thông, các cơ sở lưu trú, cơ sở ăn uống, các dịch vụ giải trí khác từ các doanh nghiệp; cần thường xuyên kiểm tra và khắc phục, hoàn thiện hệ thống đường giao

thông. Mở rộng và nâng cấp những tuyến đường chính có các điểm du lịch nông thôn như tuyến trung tâm Bạc Liêu - Chùa Xiêm Cán - Nhà máy điện gió; tuyến đường từ trung tâm ra Chùa Hưng Thiện (Phật Bà Đông Hải); tuyến trung tâm Bạc Liêu - Gành Hào (huyện Đông Hải), tuyến Ngan dừa - Ninh Thạnh Lợi (huyện Hồng Dân). Đây là tuyến kết nối nhiều điểm du lịch nông thôn hấp dẫn của tỉnh Bạc Liêu.

*Cơ sở vật chất kỹ thuật:* phát triển các cơ sở lưu trú và các cơ sở ăn uống, mua sắm ở các điểm du lịch vùng nông thôn, chú ý đến các điểm du lịch nông thôn do hộ dân địa phương quản lý. Cần xây dựng nhiều cửa hàng sản phẩm lưu niệm, đặc biệt là đưa những sản phẩm du lịch OCOP (One commune one product) vào phục vụ du lịch. Các điểm du lịch cần xây dựng quầy cung cấp thông tin về điểm đến du lịch, những khách sạn, nhà hàng, những sản phẩm lưu niệm, những đặc sản của địa phương. Bên cạnh đó cần xây dựng thêm nhiều khu vui chơi giải trí dân gian, mang đậm bản sắc vùng nông thôn.

*Nhân lực du lịch:* Sở Văn hóa, thông tin, thể thao và du lịch tỉnh Bạc Liêu cần kiểm tra thường xuyên nghiệp vụ thuyết minh ở các điểm du lịch nông thôn. Các điểm du lịch nông thôn khác phải bố trí có thuyết minh viên tại điểm, đáp ứng nhu cầu hiểu biết cho khách du lịch. Tổ chức các cuộc thi về nghiệp vụ du lịch cho đội ngũ thuyết minh viên tại điểm du lịch vùng nông thôn để tạo điều kiện cho họ trau dồi khả năng nghề nghiệp. Thường xuyên mở các lớp tập huấn về kiến thức, kỹ năng phục vụ khách du lịch và nghiệp vụ nhà hàng, khách sạn cho các hộ kinh doanh tại địa phương.

*An ninh trật tự an toàn:* một số điểm du lịch văn hóa cần được phát loa hoặc băng cảnh báo về trộm cắp, lưu ý khách du lịch khi đến tham quan. Tăng cường lực lượng an ninh địa phương để thường xuyên kiểm tra các điểm du lịch, đặc biệt là những ngày cuối tuần, ngày lễ, tết; nâng cao sự nhận thức của những người bán hàng rong, bán vé số ở xung quanh các điểm du lịch nông thôn về việc chèo kéo khách du lịch, có thể kiểm tra nhắc nhở thường xuyên, thậm chí có thể sử dụng xử phạt hành chính nhằm chấn chỉnh tình hình trên.

*Vệ sinh môi trường:* tại các điểm du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu vẫn còn tình trạng ô nhiễm môi trường, đặc biệt là vào các ngày lễ tết. Ô nhiễm môi trường xuất phát từ ý thức của những hộ buôn bán xung quanh các điểm du lịch nông thôn và ý thức của khách du lịch. Đối với các hộ buôn bán xung quanh nên tuyên truyền ý thức bảo vệ môi trường, thường xuyên kiểm tra nhắc nhở, nếu vi phạm nhiều lần thì phải xử phạt hành chính. Đối với khách du lịch thì các điểm du lịch nông thôn nên bố trí nhiều thùng rác, đặt nhiều bảng cấm xả rác, cần phát loa tuyên truyền cảnh báo đối với những điểm du lịch trọng điểm vào các

ngày cao điểm lễ, tết.

*Chính sách phát triển du lịch:* có những chính sách hỗ trợ về hoạt động du lịch cho người dân địa phương (vốn, cách làm du lịch, ...). Đẩy mạnh xúc tiến du lịch để thu hút vốn đầu tư của các doanh nghiệp đối với các điểm du lịch nông thôn. Cần khuyến khích và tạo điều kiện cho các nhà đầu tư du lịch trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu về khâu thủ tục pháp lý. Cần phối hợp với chính quyền địa phương, Ban quản lý các di tích trong việc đầu tư quảng bá hình ảnh du lịch nông thôn trên các phương tiện thông tin đại chúng cũng như thông qua các Hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước.

*Giá cả các dịch vụ:* Đối với các điểm du lịch nông thôn cần cân nhắc để điều chỉnh vé vào cổng hợp lý, tùy theo mùa du lịch mà linh hoạt ở các mức giá khác nhau. Các điểm du lịch, các cơ sở lưu trú, các cơ sở ăn uống, các khu vui chơi giải trí cần nâng cao chất lượng dịch vụ để khách du lịch thấy sự tương xứng với chi phí phải bỏ ra. Ngoài ra, các cơ sở ăn uống tại các điểm du lịch nông thôn cần niêm yết giá ăn uống. Bên cạnh đó, chính quyền địa phương thường xuyên kiểm tra về giá cả các dịch vụ tại các điểm du lịch nông thôn, đặc biệt là những ngày cuối tuần, lễ, tết để tránh tình trạng nâng giá các dịch vụ.

#### **4. Kết luận**

Nghiên cứu đã xây dựng tám tiêu chí đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu bao gồm: tài nguyên du lịch nông thôn; cơ sở hạ tầng; cơ sở vật chất kỹ thuật; nhân lực du lịch; an ninh trật tự, an toàn; vệ sinh môi trường; chính sách phát triển du lịch; giá cả các dịch vụ. Qua nghiên cứu cho thấy rằng khách du lịch hài lòng với du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu. Mức hấp dẫn của tài nguyên du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu có tương quan đến

sự hài lòng và lòng trung thành đối với khách du lịch. Bên cạnh đó nhóm nghiên cứu đề xuất một số giải pháp mang tính thực tiễn nhằm nâng cao sự hài lòng của khách du lịch về du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu nói riêng và thúc đẩy sự phát triển du lịch tỉnh Bạc Liêu nói chung.

### Tài liệu tham khảo

- Amoah-Mensah, A (2010). *Customer Satisfaction on the banking industry: A comparative Study of Spain and Ghana*. PhD Thesis, The Universitat de Girona.
- Baker, D.A. and Crompton, J.L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. [http://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00108-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5)
- Bitner, M.J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54(2), 69-82. <https://psycnet.apa.org/doi/10.2307/1251871>
- Fornell, C. (1995). The quality of economic output: Empirical generalizations about its distribution and relationship to market share. *Marketing Science*, 14(3), G203 - G211. <https://www.jstor.org/stable/184162>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., and Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hall, D. (2000). Book Review: Rural Tourism - An Introduction by Richard and Julia Sharpley (1997) *International Journal of Tourism Research* 2(2), 148-149. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1522-1970\(200003/04\)2:2<148:JTR210>3.0.CO;2-U](https://doi.org/10.1002/(SICI)1522-1970(200003/04)2:2<148:JTR210>3.0.CO;2-U)
- He, Y., and Song, H. (2009). A Mediation Model of Tourists' Repurchase Intentions for Packaged Tour Services. *Journal of Travel Research*, 47(3), 317 - 331.
- Katsushiro, A. và Hà Văn Siêu (Chủ biên) (2013). *Cẩm nang thực tiễn phát triển du lịch Nông thôn Việt Nam*. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Tổng cục Du lịch Việt Nam - Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA)
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Lê Thị Nữ (2021). *Đánh giá sự hài lòng của khách du lịch về du lịch cộng đồng tại Cồn Sơn, thành phố Cần Thơ*. Luận văn thạc sỹ, Trường Đại học Huế.
- Luck, D.J. và Rubin, R.S. (2005) *Marketing Research*. Phan Văn Thăng và Nguyễn Văn Hiến dịch (2009). *Nghiên cứu Marketing*. Hồ Chí Minh, Nxb Lao động - Xã hội.
- Nguyễn Trọng Nhân (2018). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách tại điểm đến du lịch thành phố Cần Thơ. *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 74-82.
- Nguyễn Trọng Nhân, Huỳnh Văn Đà và Phan Việt Đua (2019). Đánh giá của du khách đối với du lịch văn hóa tỉnh Bạc Liêu. *Kỷ yếu Hội nghị Khoa học Địa lý toàn quốc lần thứ XI năm 2019*, 587-595.
- OECD (1994). *Tourism strategies and rural development*. Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris, 94 p.
- Oliver, R.L. (1980). A cognitive model of

- the antecedents and consequences of satisfaction decision. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Oppermann, M. (1996). Rural tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 86-102. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00021-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00021-6)
- Page, S.J. and Getz, D. (1997) *The business of rural tourism: International perspectives*. London, International Thomson Business Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.
- Phan Việt Đua (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch về du lịch sinh thái tỉnh Bạc Liêu. *Hội thảo Địa lý Quốc gia 2021 lần 12*, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Pizam, A., Neumann, Y., and Reichel, A. (1978). Dimensions of Tourist Satisfaction with a Destination. *Annals of Tourism Research*, 5(3), 314-322. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(78\)90115-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(78)90115-9)
- Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2009) *Research methods for business students*. Nguyễn Văn Dung dịch (2010). *Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh*. Hà Nội, Nxb Tài chính.
- Tee, L. (2012). The Effects of Service Quality, Customer Satisfaction on Repatronage Intentions of Hotel Existing Customers. *International Journal of Management and Administrative Sciences*, 1(8), 60-73.
- Tribe, J., and Snaith, T. (1998). From SERVQUAL to HOLSAT: Holiday satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism Management*, 19(1), 25-34. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00094-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00094-0)