

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MỨC ĐỘ HÀI LÒNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH SINH THÁI BIỂN TỈNH BÀ RỊA VŨNG TÀU

Phạm Ngọc Khanh¹

TÓM TẮT

Title: The factors affect to the satisfaction level of the marine eco-tourism services quality in Baria Vungtau province

Từ khóa: Du lịch sinh thái biển, du lịch Bà Rịa Vũng Tàu

Keywords: Marine eco-tourism, Baria Vungtau tourism

Lịch sử bài báo:

Ngày nhận bài: 25/7/2019;

Ngày nhận kết quả bình duyệt: 30/7/2019;

Ngày chấp nhận đăng bài: 28/8/2019.

Tác giả: ¹ Trường Đại học Bà Rịa Vũng Tàu

Email: khanhpn@bvu.edu.vn

Nghiên cứu này nhằm đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu (BRVT). Tác giả tiến hành phân tích dữ liệu dựa vào 270 mẫu. Tác giả đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích tương quan Pearson, và xác định và phân tích mô hình hồi quy đa biến; kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến, kiểm định ANOVA của mô hình. Kết quả nghiên cứu cho thấy mô hình hồi quy là phù hợp và không có hiện tượng đa cộng tuyến; 6 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển tỉnh BRVT: (i) Hoạt động du lịch và giải trí; (ii) Môi trường du lịch; (iii) Năng lực phục vụ; (iv) Cơ sở hạ tầng; (v) An toàn; (vi) Năng lực nhân viên. Dựa trên kết quả phân tích, tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị liên quan đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển tỉnh BRVT.

ABSTRACT

The aim of this study is to assess factors that affect the satisfaction level of the marine eco-tourism services quality in Baria Vungtau province. The author analyzes data based on 270 samples. The author evaluates Cronbach's Alpha reliability, EFA analysis, Pearson correlation analysis, determines and analyzes multivariate regression models; Multi-collinearity assay and ANOVA. The results show that the regression model is suitable and does not have multi-collinearity; 6 factors affect the satisfaction of the marine eco-tourism service quality in BRVT province: (i) Tourism and recreation; (ii) tourism environment; (iii) capacity to serve; (iv) infrastructure; (v) safe; (vi) staff capacity. Based on the found results, the author points out some management implications related to visitor's satisfaction on the quality of ecotourism services in BRVT province.

1. Giới thiệu

Du lịch sinh thái là loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên và văn hoá bản địa gắn với giáo dục môi trường đóng góp cho nỗ lực bảo tồn và phát triển bền vững với sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương.

Tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu (BRVT) là một tỉnh có tiềm năng về du lịch, đặc biệt là du lịch sinh thái biển. Tỉnh có vị trí địa lý thuận lợi, khí hậu ôn hòa, có truyền thống văn hoá lịch sử lâu đời với những khu di tích mang đậm dấu ấn của những thời kỳ lịch sử, toàn

tỉnh hiện có 31 khu di tích được xếp hạng cấp quốc gia. Tỉnh BRVT có các bãi tắm tuyệt đẹp, các món ăn đặc sản biển khá phong phú, đặc biệt có những thắng cảnh nguyên sơ tuyệt đẹp rất thuận lợi cho phát triển du lịch sinh thái biển như: Vườn Quốc gia Côn Đảo, Hồ Tràm, Hồ Cốc, Bình Châu... Tuy nhiên, trong thời gian qua, du lịch BRVT và đặc biệt là du lịch sinh thái biển BRVT chưa phát huy hết tiềm năng và lợi thế vốn có của mình, đó là điều lãng phí; hơn nữa, chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển (CLDVDLSTB) chưa đa dạng, phong phú và chưa đáp ứng được nhu cầu của du khách làm cho lượng khách đến du lịch BRVT chưa cao. Do đó, nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển BRVT cần được quan tâm, góp phần nâng cao cạnh tranh du lịch với các địa phương khác cũng như tăng thu nhập, cải thiện cuộc sống cho người dân, thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế du lịch tỉnh BRVT một cách ổn định và bền vững hơn trong thời gian tới.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu

2.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Theo Vũ Văn Đông (2014) nghiên cứu về: “Phát triển du lịch bền vững Bà Rịa – Vũng Tàu”. Tác giả phân tích các nhân tố tác động đến phát triển du lịch BRVT và đưa ra các giải pháp phát triển bền vững từ góc độ kinh tế, tài nguyên môi trường, văn hoá xã hội, phát triển sản phẩm du lịch mà chưa đề cập cụ thể đến phát triển du lịch sinh thái biển BRVT; Theo Đinh Kiệt (2013), nghiên cứu về: “Phát triển du lịch sinh thái các tỉnh vùng duyên hải cực Nam Trung bộ đến năm 2020”. Tác giả dự báo các chỉ tiêu kinh tế du lịch của vùng và đưa ra các nhóm giải pháp đồng bộ cho chiến lược phát triển gắn với khung kế hoạch hành động cụ thể của vùng

về phát triển du lịch sinh thái cho từng thời kỳ; Tác giả Lưu Thanh Đức Hải và Nguyễn Hồng Giang (2011): “Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách khi đến du lịch ở Kiên Giang”. Kết quả nghiên cứu thu thập dựa trên cuộc khảo sát 295 du khách cho thấy có 5 nhóm yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách sắp xếp theo mức độ giảm dần đó là: Cơ sở lưu trú, Phương tiện vận chuyển, Hài lòng về chuyến đi, Phong cảnh du lịch và Hướng dẫn viên; Theo nghiên cứu của Salleh N.H.M, R Othman, T Sarmidi, A.H Jaafar, B.M.N Norghani (2012) nghiên cứu về: “Sự hài lòng của khách du lịch về chất lượng dịch vụ, môi trường khi đến công viên biển hòn đảo Tioman”. Nghiên cứu này ước lượng niềm vui của những khách du lịch đến công viên biển hòn đảo Tioman. Kết quả nghiên cứu cho thấy tất cả khách du lịch (khách địa phương và nước ngoài) đồng ý niềm vui về công tác (dịch vụ) môi trường có chất lượng.

2.2. Phạm vi nghiên cứu

Tại 8 khu du lịch sinh thái biển của tỉnh BRVT (bao gồm KDL sinh thái Vườn Quốc gia Côn Đảo, KDL sinh thái đảo Ngọc mùa Xuân, KDL sinh thái nghỉ dưỡng Hồ Tràm, Khu Bảo tồn thiên nhiên Bình Châu, Suối nước nóng Bình Châu, KDL sinh thái Bưng Bạc, KDL sinh thái Tứ Phương Thất Đảo, KDL sinh thái Ngọc Sương).

3. Cơ sở lý thuyết và thực tiễn

3.1. Khái quát du lịch sinh thái

Luật Du lịch (2005), *Du lịch sinh thái* là hình thức du lịch “*dựa vào thiên nhiên, gắn với bản sắc văn hoá địa phương với sự tham gia của cộng đồng nhằm phát triển bền vững*”.

Theo Piroginoic, tài nguyên du lịch sinh thái “*là các thành phần và thể cảnh quan và nhân sinh có thể dùng để tạo ra sản*

phẩm du lịch, thoả mãn các nhu cầu của con người". Tài nguyên du lịch sinh thái chính là các giá trị tự nhiên thể hiện trong một hệ sinh thái cụ thể và các giá trị văn hoá bản địa tồn tại và phát triển không tách rời hệ sinh thái tự nhiên đó.

Du lịch sinh thái bao hàm nhiều loại hình khác nhau như: Du lịch thiên nhiên (*Nature Tourism*), Du lịch dựa vào thiên nhiên (*Nature - Based Tourism*), Du lịch môi trường (*Environmental Tourism*), Du lịch đặc thù (*Particular Tourism*), Du lịch xanh (*Green Tourism*), Du lịch mạo hiểm (*Adventure Tourism*), Du lịch bản xứ (*Indigenous Tourism*), Du lịch có trách nhiệm (*Responsible Tourism*), Du lịch nhạy cảm (*Sensitized Tourism*), Du lịch nhà tranh (*Cottage Tourism*), Du lịch bền vững (*Sustainable Tourism*)... Ở nước ta hiện nay, loại hình Du lịch thiên nhiên (*Nature Tourism*) hay Du lịch dựa vào thiên nhiên (*Nature - Based Tourism*) đang được nhiều người ưa thích. Các tours, chương trình lữ hành đến với các di sản thiên nhiên, các khu dự trữ sinh quyển, các khu vực sinh thái biển đảo đã diễn ra nhiều năm và càng ngày càng trở nên phổ biến.

3.2. Chất lượng dịch vụ, chất lượng dịch vụ du lịch

3.2.1. Chất lượng dịch vụ

Theo tổ chức Quốc tế về tiêu chuẩn hóa ISO: "Chất lượng là khả năng của tập hợp các đặc tính của một sản phẩm, hệ thống hay quá trình để đáp ứng các yêu cầu của khách hàng và các bên có liên quan".

Gronroos (1984) cho rằng: Chất lượng dịch vụ được đánh giá trên hai khía cạnh: Chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng. Chất lượng kỹ thuật liên quan đến những gì được phục vụ, còn chất lượng

chức năng nói lên chúng được phục vụ như thế nào. Theo Parasuraman, Zeithaml và Berry (1985), chất lượng dịch vụ được xem là khoảng cách giữa kỳ vọng của các khách hàng và nhận thức của họ khi đã qua sử dụng dịch vụ.

3.2.2. Chất lượng dịch vụ du lịch

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới, chất lượng dịch vụ du lịch là quá trình trong đó đảm bảo sự hài lòng của tất cả các sản phẩm hợp pháp và nhu cầu dịch vụ, yêu cầu và mong đợi của người tiêu dùng, với một mức giá chấp nhận được, trong sự phù hợp với các yếu tố quyết định chất lượng cơ bản như: An toàn, an ninh, vệ sinh, khả năng tiếp cận, tính minh bạch, tính xác thực và sự phù hợp của các hoạt động du lịch liên quan đến môi trường, con người và tự nhiên của nó.

3.3. Sự hài lòng của khách hàng và mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

3.3.1. Sự hài lòng của khách hàng

Theo Spreng, MacKenzie, và Olshavsky (1996), sự hài lòng của khách hàng được xem là nền tảng trong khái niệm của marketing về việc thỏa mãn nhu cầu và mong ước của khách hàng; sự hài lòng của khách hàng là phản ứng của họ về sự khác biệt cảm nhận giữa kinh nghiệm đã biết và sự mong đợi (Parasuraman và ctg, 1988; Spreng và ctg, 1996).

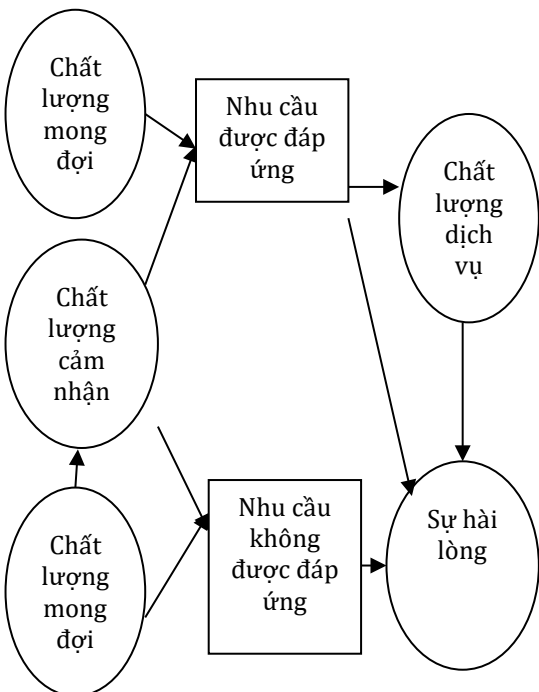
Theo Kotler (2000) cho rằng "Sự hài lòng như là một cảm giác hài lòng hoặc thất vọng của một người bằng kết quả của việc so sánh thực tế nhận được của sản phẩm (hay kết quả) trong mối liên hệ với những mong đợi của họ"; theo Hoyer và MacInnis (2001) cho rằng, sự hài lòng có thể gắn liền với cảm giác chấp nhận, hạnh phúc, giúp đỡ, phấn khích, vui sướng.

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

Theo Cronin & Taylor (1992) đã kiểm định mối quan hệ này và kết luận rằng cảm nhận chất lượng dịch vụ dẫn đến sự thỏa mãn của khách hàng. Các nghiên cứu đã kết luận rằng chất lượng dịch vụ là tiền đề của sự thỏa mãn và là nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự thỏa mãn.

Theo Oliver (1993), chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến mức độ thỏa mãn của khách hàng. Nghĩa là chất lượng dịch vụ được xác định bởi nhiều nhân tố khác nhau, là một phần nhân tố quyết định của sự hài lòng (Parasuraman, 1985, 1988).

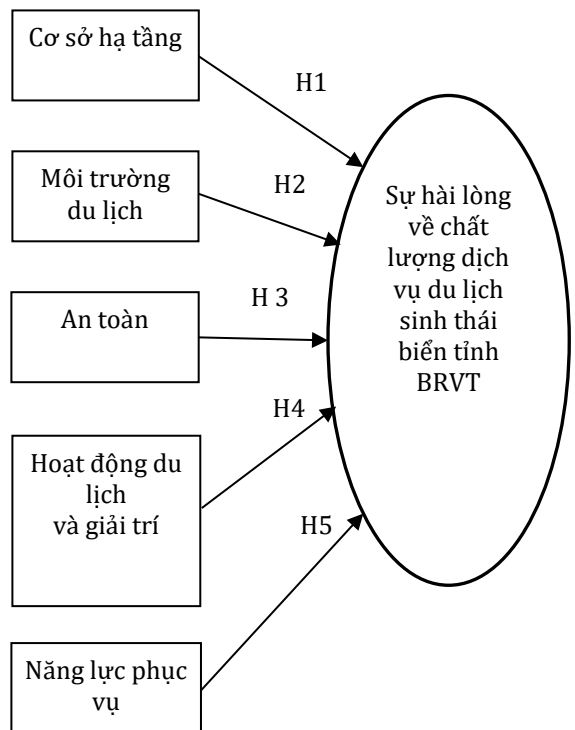
Theo Zeithaml và Bitner (2000), sự hài lòng của khách hàng là một khái niệm tổng quát nói lên sự hài lòng của họ khi tiêu dùng một dịch vụ, còn nói đến chất lượng dịch vụ là quan tâm đến các thành phần cụ thể của dịch vụ.



Hình 1. Quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng (Nguồn: Spreng và Mackoy (1996))

4. Khung phân tích của nghiên cứu

Từ lý thuyết, phỏng vấn các chuyên gia, các nghiên cứu thực nghiệm về các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ du lịch của các nhà nghiên cứu trước đây và đặc thù tiềm năng du lịch sinh thái biển của BRVT so với các địa phương khác trong cả nước, tác giả đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất như sau:



Hình 2. Mô hình lý thuyết sự hài lòng về chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển tại tỉnh BRVT

Các giả thuyết:

H1: Nhân tố chất lượng cơ sở hạ tầng (CSHT) có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của du khách.

H2: Nhân tố chất lượng Môi trường du lịch (MTDL) có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của du khách.

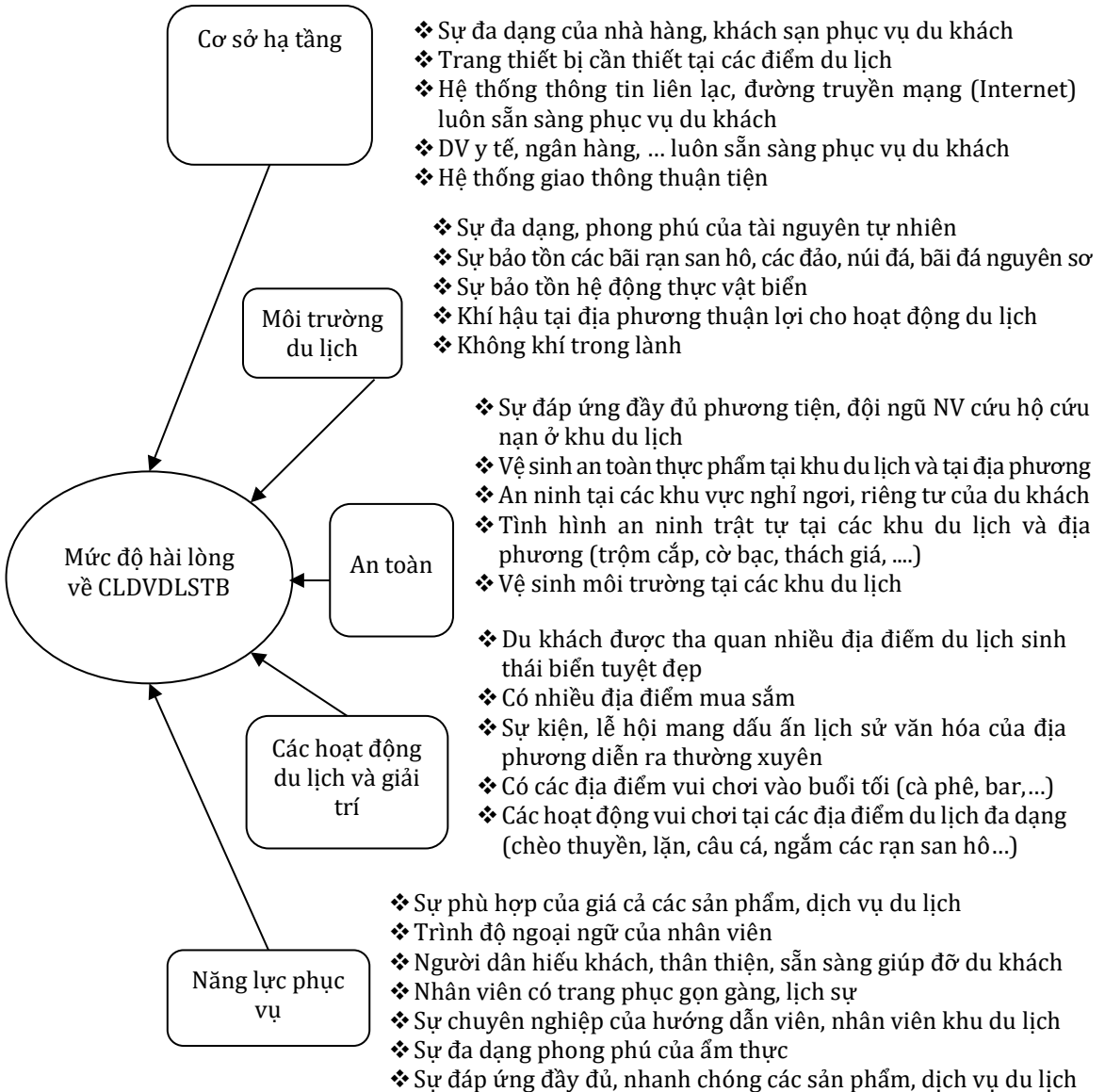
H3: Nhân tố An toàn (AT) có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của du khách.

H4: Nhân tố chất lượng Hoạt động du lịch và giải trí (HĐDLGT) có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của du khách.

H5: Nhân tố chất lượng Năng lực phục vụ (NLPV) có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của du khách.

5. Thiết kế và kết quả nghiên cứu

Thang đo gồm 5 thành phần và đã được điều chỉnh phù hợp với tình hình thực tế của tỉnh BRVT. Các biến quan sát được đo lường trên thang đo Likert 5 cấp độ thay đổi từ: (1) Hoàn toàn không hài lòng; (2) Không hài lòng; (3) Bình thường; (4) hài lòng và (5) Hoàn toàn hài lòng. Các phát biểu này đại diện cho các thành phần chất lượng dịch vụ du lịch:



Hình 3. Các biến quan sát trong từng yếu tố tác động đến mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển

Nghiên cứu này gồm 33 biến quan sát và 5 biến độc lập thì:

Cỡ mẫu cần cho nghiên cứu nhân tố là:
 $33 \times 5 = 165$ mẫu.

Cỡ mẫu cần cho nghiên cứu hồi quy là:
 $8 \times 5 + 50 = 90$ mẫu.

Qui mô mẫu kế hoạch là 300 khách du lịch được chọn để khảo sát chính thức.

Kết quả thu lại được 270 phiếu trả lời, đạt 90% tỷ lệ hồi đáp chung, sau khi kiểm tra 270 phiếu trả lời thu được, có 30 phiếu trả lời không đạt yêu cầu do khách du lịch còn bỏ nhiều ô trống, cuối cùng còn 240 phiếu trả lời đạt yêu cầu được dùng cho nghiên cứu này, do đó nghiên cứu này có cỡ mẫu là 240 mẫu, thỏa các điều kiện về cỡ mẫu nghiên cứu.

Địa bàn khảo sát: Tại 8 khu du lịch sinh thái biển của tỉnh BRVT. Địa điểm phỏng vấn là các khách sạn, nhà hàng, bãi biển, các khu du lịch sinh thái biển của tỉnh BRVT.

Đối tượng được khảo sát: Khách du lịch đến 8 địa điểm khu DLSTB tỉnh BRVT.

Thời gian tiến hành khảo sát: Từ 01/10/2018 đến 31/3/2019.

Bảng 1. Kết quả kiểm định thang đo qua Cronbach's Alpha

Các biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến
Cơ sở hạ tầng: Cronbach's Alpha = 0,840				
CSHT1	12.94	6.235	.592	.825
CSHT2	12.75	5.831	.786	.765
CSHT3	12.65	6.570	.689	.797
CSHT4	12.84	6.653	.604	.818
CSHT5	12.35	6.891	.565	.828

Môi trường du lịch: Cronbach's Alpha = 0,743				
MTDL1	12.07	5.895	.444	.720
MTDL2	12.36	4.960	.614	.654
MTDL3	12.37	5.580	.474	.711
MTDL4	12.12	5.359	.594	.666
MTDL5	12.25	5.956	.413	.731
An toàn: Cronbach's Alpha = 0,810				
AT1	12.74	8.178	.482	.805
AT2	12.55	7.369	.649	.759
AT3	12.65	7.089	.663	.753
AT4	12.87	6.339	.701	.739
AT5	12.87	7.622	.507	.801
Hoạt động du lịch và giải trí: Cronbach's Alpha = 0,878				
HĐDLGT1	10.40	10.199	.752	.838
HĐDLGT2	10.32	9.924	.774	.829
HĐDLGT3	10.40	10.350	.759	.835
HĐDLGT5	10.41	10.653	.665	.872
Năng lực phục vụ: Cronbach's Alpha = 0,847				
NLPV1	12.78	6.265	.670	.813
NLPV3	12.62	6.087	.672	.812
NLPV4	12.76	6.065	.673	.812
NLPV6	12.63	6.116	.642	.820
NLPV7	12.80	6.097	.625	.825
Nhân tố 6: Cronbach's Alpha = 0,794.				
NLPV5	3.3292	.565	.660	
NLPV2	3.5125	.636	.660	
Sự hài lòng về chất lượng: Cronbach's Alpha = 0,903				
SHL1	16.11	6.318	.699	.891
SHL2	16.13	6.381	.741	.885
SHL3	16.12	6.514	.702	.890
SHL4	16.11	6.293	.762	.882
SHL5	16.12	6.291	.747	.884
SHL6	16.07	6.153	.757	.882

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Từ kết quả bảng 1, ta thấy độ tin cậy Cronbach's Alpha của nhân tố "Hoạt động du lịch và giải trí" sau khi loại biến HDDLGT4 là 0,878 (> 0,6) nên đảm bảo các biến trong nhân tố này có tương quan với nhau. Và hệ số tương quan tổng biến của tất cả các biến quan sát đều > 0,3, nên có sự tương quan giữa các biến trong thang đo, đáp ứng độ tin cậy. Cronbach's Alpha của nhân tố "Nhân tố 6" sau là 0,845 (> 0,6).

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Ma trận xoay						
Biến quan sát	Nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
NLPV7	.802					
NLPV3	.756	.224				
NLPV6	.717	.201				
NLPV4	.704					
NLPV1	.690	.221				.296
CSHT2		.853				
CSHT3		.776				
CSHT1	.203	.729				
CSHT4	.258	.670			.245	
CSHT5		.593			.338	.367
HDDLGT2			.883			
HDDLGT3			.868			
HDDLGT1			.868			
HDDLGT5			.797			
AT4				.826		
AT3				.808		
AT2				.785		

AT5				.677		
AT1				.642		-.235
MTDL2					.747	
MTDL4		.225			.733	
MTDL3					.612	.201
MTDL5	.207				.611	
MTDL1		.201			.609	
NLPV2	.264				.210	.814
NLPV5	.356					.734

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Sau khi tiến hành phân tích hệ số Cronbach's Alpha và thực hiện phương pháp rút trích Principal components với phép quay Varimax, có 6 nhân tố được hình thành gồm 26 biến quan sát có ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển tỉnh BRVT. Cụ thể như sau: (i) Nhân tố thứ 1: "Năng lực phục vụ", gồm 5 biến quan sát: NLPV1, NLPV3, NLPV4, NLPV6, NLPV7; (ii) Nhân tố thứ 2: "Cơ sở hạ tầng", gồm 5 biến quan sát: CSHT1, CSHT2, CSHT3, CSHT4, CSHT5; (iii) Nhân tố thứ 3: "Hoạt động du lịch và giải trí", gồm 4 biến quan sát: HDDLGT1, HDDLGT2, HDDLGT3, HDDLGT4; (iv) Nhân tố thứ 4: "An toàn", gồm 5 biến quan sát: AN1, AN2, AN3, AN4, AT5; (v) Nhân tố thứ 5: "Môi trường du lịch" gồm 5 biến quan sát: MTDL1, MTDL2, MTDL3, MTDL4, MTDL5; (vi) Nhân tố thứ 6: gồm 2 biến quan sát là NLPV5, NLPV2. 2 biến quan sát trong yếu tố này là "Sự chuyên nghiệp của hướng dẫn viên, nhân viên KDL" và "Trình độ ngoại ngữ của NV" tách ra từ yếu tố "Năng lực phục vụ" sau khi phân tích nhân tố khám phá EFA. Tác giả đặt tên nhân tố thứ 6 là "Năng lực của nhân viên".

Bảng 3. Bảng ma trận tương quan

Correlations

Các biến quan sát		CSHT	MTDL	AT	HDDLGT	NLPV	NLNV	HL
CSHT	Hệ số tương quan	1.000	.442**	-.061	-.013	.424**	.394**	.405**
	Sig. (2-tailed)		.000	.346	.842	.000	.000	.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
MTDL	Hệ số tương quan	.442**	1.000	-.042	-.041	.394**	.398**	.473**
	Sig. (2-tailed)	.000		.521	.529	.000	.000	.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
AT	Hệ số tương quan	-.061	-.042	1.000	.096	-.071	-.026	.188**
	Sig. (2-tailed)	.346	.521		.137	.275	.688	.003
	N	240	240	240	240	240	240	240
HDDLGT	Hệ số tương quan	-.013	-.041	.096	1.000	.070	.033	.363**
	Sig. (2-tailed)	.842	.529	.137		.277	.612	.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
NLPV	Hệ số tương quan	.424**	.394**	-.071	.070	1.000	.525**	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.275	.277		.000	.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
NLNV	Hệ số tương quan	.394**	.398**	-.026	.033	.525**	1.000	.436**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.688	.612	.000		.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
HL	Hệ số tương quan	.405**	.473**	.188**	.363**	.507**	.436**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	.000	
	N	240	240	240	240	240	240	240

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Như vậy, hệ số tương quan giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc đều lớn hơn 0 và tương quan cùng chiều, nghĩa là có tồn tại mối tương quan giữa biến phụ thuộc Mức độ hài lòng về chất lượng DVĐLSTB

tỉnh BRVT với các biến độc lập: MTDL, CSHT, AT, HDDLGT, NLPV và NLNV. Hệ số tương quan giữa các biến độc lập < 0.8: chưa có dấu hiệu của đa cộng tuyến giữa các biến độc lập.

Bảng 4. Kết quả tổng hợp phân tích hồi quy

Model Summary^b

Mô hình	Hệ số R	Hệ số R ²	Hệ số R ² – hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Hệ số Durbin-Watson
1	.843 ^a	.711	.703	.27139	1.909

a. Predictors: (Constant), NLNV, HDDDLGT, AT, MTDL, CSHT, NLPV

b. Dependent Variable: HL

Coefficients^a

Model	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị t	Giá trị Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Hệ số Tolerance	VIF
Hằng số	-.422	.163		-2.594	.010		
CSHT	.196	.035	.245	5.664	.000	.664	1.506
MTDL	.279	.037	.320	7.558	.000	.694	1.441
1 AT	.178	.027	.236	6.630	.000	.982	1.019
HDDLGT	.168	.017	.354	9.960	.000	.983	1.017
NLPV	.211	.037	.257	5.716	.000	.614	1.629
NLNV	.102	.030	.144	3.399	.001	.688	1.454

. Dependent Variable: HL

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Sig của các hệ số β chuẩn hóa < 0.05: các hệ số β có ý nghĩa thống kê tại mức ý nghĩa 5%. Như vậy, mô hình hồi quy các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển tỉnh BRVT là: **HL = 0,245*CSHT + 0,320*MTDL + 0,236*AT + 0,354*HDDLGT + 0,257*NLPV + 0,144*NLN**.

Tóm lại, có 6 nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng về CLDV DSTB, thuận chiều với các mức độ trọng yếu. Trong đó, ảnh hưởng mạnh nhất là nhân tố Hoạt động du lịch giải trí ($\beta_1=0.354$); nhân tố Năng lực nhân viên ($\beta_6=0.144$) ít ảnh hưởng nhất đến mức độ hài lòng chung về CLDV DSTB.

Bảng 5. Kết quả kiểm định sự phù hợp của mô hình ANOVA^a

Mô hình	Tổng bình phương	Bậc tự do	Trung bình bình phương	F	Sig.
1 Regression	42.153	6	7.026	95.385	.000 ^b
Residual	17.161	233	.074		
Total	59.315	239			

a. Dependent Variable: HL

b. Predictors: (Constant), NLNV, HDDDLGT, AT, MTDL, CSHT, NLPV

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Bảng ANOVA cho thấy, giá trị F = 95,385 và mức ý nghĩa Sig. = 0,000 (< 0,05)

nên biến phụ thuộc có tương quan tuyến tính với toàn bộ biến độc lập.

Bảng 6. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội

Coefficients ^a							
Model	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị t	Giá trị Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Hệ số Tolerance	Hệ số VIF
Hằng số	-.422	.163		-2.594	.010		
CSHT	.196	.035	.245	5.664	.000	.664	1.506
MTDL	.279	.037	.320	7.558	.000	.694	1.441
1 AT	.178	.027	.236	6.630	.000	.982	1.019
HDDLGT	.168	.017	.354	9.960	.000	.983	1.017
NLPV	.211	.037	.257	5.716	.000	.614	1.629
NLNV	.102	.030	.144	3.399	.001	.688	1.454

a. Dependent Variable: HL

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Độ chấp nhận (Tolerance) và hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến đều không vượt quá 10, chứng tỏ không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình. Như vậy, mô hình hồi quy bội là phù hợp với mô hình và dữ liệu nghiên cứu; các biến đều có ý nghĩa về mặt thống

kê với mức ý nghĩa 5%. Dựa vào kết quả bảng 4, kiểm định Durbin Watson có giá trị là 1,909 nằm trong khoảng [1,3] nên không có hiện tượng tương quan của các phần dư.

Bảng 7. Kiểm định giả định phân phối chuẩn của phần dư

Residuals Statistics^a

Giá trị	Minimum Nhỏ nhất	Maximum Lớn nhất	Mean Trung bình	Std. Deviation Độ lệch chuẩn	N
Giá trị dự báo đã được chuẩn hóa	-3.775	3.497	.000	1.000	240
Phần dư được chuẩn hóa	-2.515	2.662	.000	.987	240

a. Dependent Variable: HL

Nguồn: Tác giả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Qua bảng 7 cho thấy, phân phối của phần dư xấp xỉ chuẩn (Mean lệch với 0 vì số quan sát khá lớn, độ lệch chuẩn Std.

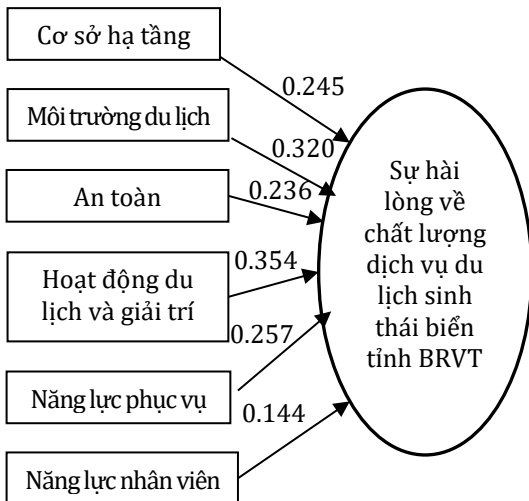
Dev = 0,987). Vì vậy, có thể kết luận rằng, giả định về phân phối chuẩn của phần dư không bị vi phạm.

Bảng 8. Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Nội dung	Trị thống kê (Sig.)	Kết quả
H1	Cơ sở hạ tầng có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng về CLDVDLSTB tỉnh BRVT	0.000	Chấp nhận H ₀ : có mối tương quan tuyến tính
H2	Môi trường du lịch có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng về CLDVDLSTB tỉnh BRVT	0.000	Chấp nhận H ₀ : có mối tương quan tuyến tính
H3	An toàn có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng về CLDVDLSTB tỉnh BRVT	0.000	Chấp nhận H ₀ : có mối tương quan tuyến tính
H4	Hoạt động du lịch giải trí có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng về CLDVDLSTB tỉnh BRVT	0.000	Chấp nhận H ₀ : có mối tương quan tuyến tính
H5	Năng lực phục vụ có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng về CLDVDLSTB tỉnh BRVT	0.000	Chấp nhận H ₀ : có mối tương quan tuyến tính
H6	Năng lực nhân viên có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng về CLDVDLSTB tỉnh BRVT	0.001	Chấp nhận H ₀ : có mối tương quan tuyến tính

Nguồn: Tổng hợp kết quả nghiên cứu của tác giả

Qua kết quả kiểm định mô hình lý thuyết chính thức, mô hình nghiên cứu chính thức:



Hình 4. Mô hình chính thức điều chỉnh về các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển tỉnh BRVT

6. Kết luận và hàm ý quản trị

6.1. Kết luận

Nghiên cứu cho thấy mô hình vẫn được giữ nguyên 5 nhân tố với số biến quan sát là 33. Kết quả sau khi tiến hành phân tích dữ liệu như sau:

(i) Bằng phương pháp đánh giá độ tin cậy Cronbach's alpha xác định 26/33 biến quan sát có ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển tỉnh BRVT.

(ii) Sau khi phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích tương quan Pearson, mô hình nghiên cứu chính thức có 26 biến quan sát trong 6 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ du lịch STB gồm: (1) Năng lực phục vụ, (2) Cơ sở hạ tầng, (3) Hoạt động du lịch và giải trí, (4) An toàn, (5) Môi trường du lịch và (6) Năng lực nhân viên.

(iii) Có 6 nhân tố tác động cùng chiều đến sự hài lòng về chất lượng DVDLSTB tỉnh BRVT: nhân tố “Hoạt động du lịch và giải trí” có ảnh hưởng lớn nhất đến chất lượng dịch vụ du lịch, thứ hai là “Môi trường du lịch”, tiếp theo là “Năng lực phục vụ”, “Cơ sở hạ tầng”, “An toàn” và cuối cùng là “Năng lực nhân viên”.

(iv) Mô hình sử dụng là phù hợp và không có hiện tượng đa cộng tuyến.

(v) Từ kiểm định ANOVA cho thấy, không có sự khác biệt giữa mức độ hài lòng giữa các nhóm du khách khác nhau về giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn, thu nhập cá nhân, điểm xuất phát Tour.

6.2. Hàm ý quản trị

Dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra một số kiến nghị giải pháp cho chính quyền địa phương và các tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch để hoàn thiện chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái biển để nâng cao sự hài lòng nhằm thu hút khách du lịch đến tỉnh BRVT như sau:

Thứ nhất, nâng cao hoạt động du lịch và giải trí, phát huy giá trị du lịch của địa phương là vấn đề quan trọng nhất hiện nay như: Các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành muốn nâng cao chất lượng chương trình tham quan cần biết kết hợp nhiều sản phẩm du lịch như: Kết hợp du lịch sinh thái với du lịch cộng đồng, chương trình văn hóa tín ngưỡng (các lễ hội văn hóa dân gian vùng biển), phát triển những môn thể thao trên biển (lướt sóng, ca nô, đua thuyền...); hình thành các trung tâm mua sắm tại một số điểm tham quan để trưng bày những sản phẩm, đồ lưu niệm độc đáo, mang tính đặc trưng của địa phương phục vụ cho khách du lịch. Những sản phẩm lưu niệm vừa là dấu ấn để du khách luôn nhớ về chuyến du lịch, lại vừa là phương thức quảng cáo hình ảnh BRVT được rộng rãi hơn; khuyến khích và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có quỹ đất xây dựng cơ sở vật chất, hình thành nhiều địa điểm ăn uống, giải trí, mua sắm; có chiến lược đa dạng hoá sản phẩm du lịch hàng năm nhằm tạo điểm nhấn thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế.

Thứ hai, yếu tố môi trường du lịch có tác động mạnh đến sự hài lòng của khách du lịch với chất lượng dịch vụ du lịch. Vì vậy, việc nâng cao yếu tố môi trường du lịch và phát huy giá trị du lịch của địa phương là vấn đề quan trọng nhất hiện nay như: Cần đầu tư xây dựng hệ thống xử lý nước thải, chất thải đạt tiêu chuẩn, đầu tư mảng cây xanh, chuyển sang sử dụng hệ thống điện năng lượng mặt trời, máy nước nóng sử dụng năng lượng mặt trời, thay hệ thống chiếu sáng bằng đèn compact tiết kiệm điện. Bằng nhiều hình thức như đầu tư từ nguồn vốn của doanh nghiệp, vốn vay từ Quỹ bảo vệ môi trường tỉnh, doanh nghiệp chung tay cùng chính quyền tích cực tuyên truyền, vận động ý thức

giữ gìn, bảo vệ môi trường trong chính đội ngũ nhân viên, lao động trong doanh nghiệp và trong cộng đồng; tăng cường giám sát chặt chẽ việc khai thác nguồn tài nguyên thiên nhiên phục vụ cho du lịch nhằm ngăn chặn tình trạng thay đổi cấu trúc hệ sinh thái tự nhiên (các bãi rặng san hô, các đảo, núi đá nguyên sơ,...).

Thứ ba, nâng cao năng lực phục vụ du lịch tỉnh BRVT: Các công ty lữ hành cần cung cấp tour du lịch có chất lượng với giá cả, chương trình tham quan rõ ràng, phương tiện tham quan hiện đại, tiêu chuẩn về địa điểm lưu trú và ăn uống phù hợp với gói dịch vụ; hướng dẫn viên và nhân viên khách sạn, resort phải luôn có tinh thần trách nhiệm, nhiệt tình với công việc và tương tác tốt với du khách; các doanh nghiệp và cơ sở kinh doanh lữ hành và lưu trú cần chú trọng về trang phục nhân viên, cách bài trí, phong cách đặc biệt là cần chú ý nhiều hơn ở yếu tố ẩm thực để tạo ấn tượng với du khách; các sở và cơ quan ban ngành cần khuyến khích, hỗ trợ người dân địa phương tham gia vào hoạt động du lịch theo hướng phát triển du lịch cộng đồng để tạo điểm nhấn cho ngành du lịch tỉnh BRVT.

Thứ tư, cải thiện yếu tố cơ sở hạ tầng, cụ thể là: Nâng cấp hệ thống đường xá, phương tiện giao thông vận chuyển đồng bộ với hệ thống thông tin liên lạc, tạo điều kiện đi lại thuận tiện và an toàn cho du khách; đầu tư các trang thiết bị cần thiết tại các điểm du lịch phục vụ cho nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng của du khách; cải tạo, nâng cấp cơ sở lưu trú, nhà hàng, khách sạn và bổ sung thêm nhiều dịch vụ để đáp ứng nhu cầu của du khách; xây dựng các trạm y tế, các điểm ATM tại các điểm du lịch để tạo thuận lợi hơn cho du khách.

Thứ năm, bảo đảm an toàn, an ninh trật tự cho du khách, cụ thể: Các cơ sở kinh doanh du lịch cần đầu tư, nâng cấp phương tiện vận chuyển, tham quan, đảm bảo điều kiện an toàn của tàu, thuyền; đeo phao cho du khách; cơ quan chức năng cần quản lý chặt vấn đề vệ sinh môi trường và an toàn thực phẩm không chỉ tại các khu du lịch mà còn trong chính địa phương để đảm bảo an toàn sức

khỏe của du khách; các cơ quan chức năng, cơ quan quản lý du lịch của tỉnh cần phối hợp với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch có uy tín mở các quầy hướng dẫn để giới thiệu thông tin hỗ trợ khách du lịch. Tại các điểm du lịch cũng cần có đội bảo vệ an ninh để xử lý các hành vi vi phạm như tranh giành khách, ép giá, chèo kéo,... gây phiền hà cho khách du lịch; tại các bãi tắm, cần có các dải ngăn cách và biển báo để ngăn du khách tắm ở những vùng nước nguy hiểm, có đội cứu hộ thường xuyên túc trực ở những địa điểm du lịch để hỗ trợ khách du lịch.

Thứ sáu, nâng cao năng lực nhân viên như: Xây dựng đề án đào tạo nguồn nhân lực du lịch theo từng giai đoạn cụ thể; các doanh nghiệp và cơ sở kinh doanh lữ hành và lưu trú cần tổ chức các chương trình huấn luyện, nâng cao nghiệp vụ cho nhân viên, cũng như có cơ chế lương, thưởng để khuyến khích tinh thần cho nhân

viên; tạo điều kiện cho các tổ chức đầu tư xây dựng cơ sở đào tạo về du lịch, cơ sở đào tạo nghề du lịch mở rộng công tác đào tạo, cơ sở đào tạo ngoại ngữ và khuyến khích các doanh nghiệp tổ chức đào tạo nghiệp vụ cho nhân viên; tiếp tục duy trì mở các lớp bồi dưỡng về nghiệp vụ mang tính đặc thù. Phối hợp mở các lớp bồi dưỡng về kỹ năng giao tiếp với khách cho các đối tượng lái xe, bán hàng, hướng dẫn viên du lịch...; khuyến khích các doanh nghiệp có nhu cầu về lao động nghề du lịch chủ động triển khai mô hình tự đào tạo và đào tạo tại chỗ, phù hợp với nhu cầu thực tế; xây dựng cơ sở đào tạo một cách hệ thống gồm dạy nghề, đào tạo từ trung cấp đến đại học về du lịch. Đổi mới cơ bản công tác quản lý và tổ chức đào tạo nguồn nhân lực, đổi mới nội dung và phương pháp đào tạo theo chuẩn hóa quốc gia cho ngành du lịch, gắn lý thuyết với thực hành để nâng cao trình độ đội ngũ nhân viên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Trần Thị Ái Cẩm (2011), *“Giải thích sự hài lòng và mong muốn quay trở lại Nha Trang, Việt Nam của du khách”*. The Norwegian College of Fishery Science University of Tromso, Norway & Nha Trang University, Vietnam.
- Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992). “Measuring service quality: A reexamination and extension”, *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- Nguyễn Văn Đính và Trần Thị Minh Hòa (2008), *Giáo trình Kinh tế du lịch*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- Vũ Văn Đông (2014), *“Phát triển du lịch bền vững Bà Rịa – Vũng Tàu”*. Luận án Tiến sĩ, Đại học Bách Khoa Hà Nội.
- Lưu Thanh Đức Hải và Nguyễn Hồng Giang (2011), *“Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách khi đến du lịch ở Kiên Giang”*. Tạp chí Khoa học. 19b, 85-96.
- Đinh Kiệm (2013), Luận án Tiến sĩ: *“Phát triển du lịch sinh thái các tỉnh vùng duyên hải cực Nam trung bộ đến năm 2020”*. Đại học Kinh tế TP. HCM.
- Kotler, P., & Keller, K.L., (2006), *Marketing Management*, Pearson Prentice Hall., USA.
- Lesley Pender and Richard Sharpley (2005), *The Management of Tourism*. SAGE Publications Ltd., London.
- Mik Wisniewski (2001). “Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services”, *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(6), 380-388.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V.A & Berry, L. L. (1985). “A Conceptual Model of 6 Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*, 49, 41-50.