

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LÀNG DU LỊCH SINH THÁI ÔNG ĐÈ, THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Trương Trí Thông^{1*}, Phan Thành Đạt², Nguyễn Thị Ngọc Bằng²

¹Khoa Du lịch và Quản trị Khách sạn – Nhà hàng, Trường Đại học Nam Cần Thơ

²Khoa Du lịch – Ngoại ngữ, Trường Cao đẳng Kiên Giang

* Email: tthongcantho@gmail.com

Ngày nhận bài: 05/08/2024

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 23/09/2024

Ngày chấp nhận đăng: 01/10/2024

TÓM TẮT

Mục đích của nghiên cứu này nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại làng du lịch sinh thái Ông Đền, huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ. Nghiên cứu đã thu thập 146 quan sát bằng bảng câu hỏi. Phương pháp đánh giá độ tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố khám phá, phân tích tương quan và phân tích hồi quy tuyến tính bội được sử dụng để phân tích dữ liệu. Kết quả cho thấy, có ba nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại làng du lịch sinh thái Ông Đền, bao gồm: độ tin cậy, sự đảm bảo và sự cảm thông; nhân tố về sự đảm bảo có tác động mạnh nhất và sự cảm thông có tác động yếu nhất. Thông qua kết quả nghiên cứu, một số hàm ý quản trị được đề xuất nhằm gợi ý cho nhà kinh doanh du lịch có thể cải tiến và nâng cao chất lượng dịch vụ tại làng du lịch sinh thái Ông Đền trong thời gian tới.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ du lịch, làng du lịch sinh thái Ông Đền, mô hình SERVQUAL, sự hài lòng của du khách, thành phố Cần Thơ.

FACTORS INFLUENCING TOURISTS' SATISFACTION WITH THE SERVICE QUALITY AT ONG DE ECOLOGICAL TOURISM VILLAGE, CAN THO CITY

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the factors influencing tourists' satisfaction with the service quality at Ong De Ecological Tourism Village, Phong Dien District, Can Tho City. The study collected 146 participants through complete questionnaires. Research methods including evaluating the reliability of the scales, exploratory factor analysis, correlation analysis, and multiple linear regression analysis were used to analyze the data. The results show that three factors influence tourists' satisfaction with the service quality at Ong De Ecotourism Village: the reliability, the assurance and the empathy. Among these, the assurance has the strongest impact, while the empathy has the weakest. Based on the research findings, some managerial implications are proposed to provide suggestions for tourism businesses to improve and enhance service quality at Ong De Ecological Tourism Village in the future.

Keywords: Can Tho City, Ong De Ecological Tourism Village, SERVQUAL model, tourism service quality, tourist satisfaction.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngành du lịch là ngành kinh tế rất quan trọng, đóng một vai trò to lớn trong nền kinh tế của các nước phát triển và đang phát triển (Shahrivar, 2012). Tuy nhiên, để ngành du lịch tại một điểm đến, một địa phương hoặc một quốc gia có thể tồn tại, phát triển thành công và bền vững thì đo lường và quản lý sự hài lòng của khách du lịch là rất quan trọng (Sirakaya và cs., 2004), điều này thể hiện sự thành công của các chiến lược phát triển du lịch thông qua việc ảnh hưởng đến sự lựa chọn điểm đến và quyết định quay lại của du khách (Kozak & Rimmington, 2000). Cronin & Brady (2000) cũng cho rằng, sự hài lòng có ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng và khả năng giữ chân họ. Bên cạnh đó, nhiều nghiên cứu đã xác định khi khách du lịch hài lòng với điểm đến, họ sẽ đề xuất cho bạn bè, người thân hay những du khách tiềm năng về điểm đến đó (Lee và cs., 2014; Prayag và cs., 2017; Eid và cs., 2019). Chính vì vậy, sự hài lòng là một trong những chủ đề được nghiên cứu nhiều nhất trong lĩnh vực du lịch (Kozak và cs., 2003). Theo Cronin & Taylor (1992) và Ekinci & Riley (1998), chất lượng dịch vụ (CLDV) là một phần của quá trình hình thành sự hài lòng của du khách. Chính vì vậy, hầu hết các nhà nghiên cứu đều đề cập việc đánh giá sự hài lòng của khách hàng là một phần không thể thiếu trong quá trình cố gắng cải thiện chất lượng sản phẩm mà cuối cùng dẫn đến cải thiện lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp (Shergill & Sun, 2005).

Du lịch sinh thái (DLST) là một trong những loại hình du lịch phát triển nhanh nhất hiện nay, bởi nó có tác động tích cực đến môi trường tự nhiên và văn hoá địa phương, khả năng hỗ trợ giáo dục cộng đồng, hoạt động bảo tồn và hướng đến phát triển du lịch bền vững (Trương Trí Thông và cs., 2023). Do đó, để tiếp tục phát triển DLST được hiệu quả và bền vững, có nhiều nghiên cứu đã phân tích và đánh giá sự hài lòng của du khách đối với điểm đến DLST như điểm đến DLST rừng trà Trà Sư (Nguyễn Ngọc Minh và cs., 2019), các khu DLST tại tỉnh Bến Tre (Phương Thị Ngọc Mai, 2020), điểm đến DLST quận Cái Răng, thành phố Cần Thơ (Đình Vũ Long & Tô Trọng Khải, 2021),...

Về sự hài lòng của du khách đối với CLDV khu DLST, điển hình có nghiên cứu tại khu DLST Xẻo Quýt, tỉnh Đồng Tháp (Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh, 2019), khu DLST Vinh Sang, Vĩnh Long (Nguyễn Đức Lộc và cs., 2019), DLST tỉnh Cà Mau (Bùi Nhất Vương & Nguyễn Thị Thanh Huyền, 2020), khu du lịch tỉnh Hà Giang (Cao Thị Thanh & Phạm Thu Hà, 2021), DLST ở vùng đồng bằng sông Cửu Long (Giao và cs., 2021), DLST Vườn Quốc gia U Minh Thượng, Kiên Giang (Lê Ngọc Danh và cs., 2022),... Tuy nhiên, qua tổng quan tài liệu, đối với điểm đến làng DLST Ông Đề tại thành phố Cần Thơ vẫn chưa có công trình nghiên cứu nào đề cập đến thông qua việc phân tích sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại đây để làm cơ sở cho việc định hướng cải tiến CLDV và nâng cao sự hài lòng, cũng như lòng trung thành của du khách. Do đó, đây là một khoảng trống nghiên cứu cần được bổ sung cả về lý luận và thực tiễn.

Chính vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục đích phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại làng DLST Ông Đề, thành phố Cần Thơ. Sau phân đặt vấn đề là phần cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu; tiếp theo, phần 3 sẽ trình bày các phương pháp được sử dụng để thu thập và phân tích dữ liệu trong bài viết; sau đó, kết quả nghiên cứu và thảo luận sẽ được trình bày ở phần 4; cuối cùng là phần kết luận với các nội dung nghiên cứu được tóm tắt, trình bày những đóng góp của nghiên cứu đối với lý luận và thực tiễn, cũng như những hạn chế và hướng nghiên cứu trong tương lai liên quan đến chủ đề nghiên cứu.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1.1. Cơ sở lý thuyết

Sự hài lòng của du khách đã được tiếp cận từ những quan điểm và lý thuyết khác nhau (Correia và cs., 2013). Theo Pizam & Milman (1993), sự hài lòng của du khách là những kỳ vọng trước đó và so sánh với kết quả cảm nhận được sau khi sử dụng dịch vụ. Còn theo Tribe & Snaith (1998), sự hài lòng hay thỏa mãn du lịch là mức độ đánh giá của du khách

về các thuộc tính của điểm đến vượt quá sự mong đợi của họ đối với các thuộc tính đó. Từ góc độ du lịch, khái niệm tương tự cũng áp dụng cho khách du lịch, vì khách du lịch cũng là người đăng kí và sử dụng các dịch vụ được cung cấp (Salleh và cs., 2013). Khi thảo luận về khái niệm sự hài lòng của khách du lịch, một thuật ngữ thường được sử dụng là kết quả cảm nhận của khách du lịch sau trải nghiệm của chính họ về sản phẩm hoặc dịch vụ du lịch được cung cấp (Gundersen và cs., 1996; Heide và cs., 1999; Heung, 2000). Trong nghiên cứu này, sự hài lòng của du khách được xem là sự đánh giá của du khách thông qua thái độ và cảm xúc của họ đối với CLDV sau khi trải nghiệm tại một điểm đến.

Rust và cs. (1995) đã chỉ ra rằng sự hài lòng của khách hàng và CLDV có tác động đáng kể đến việc giữ chân khách hàng, tăng trưởng thị phần và lợi nhuận. Đồng thời, một số nghiên cứu cho thấy CLDV là một phần của quá trình dẫn đến sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm hoặc dịch vụ tiêu dùng (Cronin & Taylor, 1992; Ekinci & Riley, 1998; Ismail và cs., 2016). Đối với CLDV tốt thì sự hài lòng của khách hàng tăng lên, làm giảm sự phàn nàn và đồng thời làm tăng lòng trung thành của họ đối với dịch vụ, còn CLDV kém thì người tiêu dùng không hài lòng và họ thường sẽ chọn đối thủ cạnh tranh hoặc lên tiếng phàn nàn để tìm kiếm sự đền bù. Do đó, CLDV và sự hài lòng có mối quan hệ với nhau, vì vậy, muốn nâng cao sự hài lòng của du khách đối với điểm đến du lịch thì nhất thiết phải cải thiện và nâng cao từ CLDV tại điểm đến đó và ngược lại.

2.1.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu gồm 05 nhân tố độc lập và 01 nhân tố phụ thuộc, 05 nhân tố độc lập được vận dụng từ 05 tiêu chí trong mô hình CLDV SERVQUAL của Parasuraman và cs. (1988) để đánh giá sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại làng DLST Ông Đề bao gồm: yếu tố hữu hình (*tangibles*), sự tin cậy (*reliability*), khả năng đáp ứng (*responsiveness*), sự đảm bảo (*assurance*) và sự cảm thông/đồng cảm (*empathy*) (Hình 1). Để nhằm đo lường các yếu tố cấu thành nên CLDV tại làng DLST Ông Đề được phù hợp, nghiên cứu đã tham khảo một số công trình

nghiên cứu về đánh giá CLDV khu/điểm DLST cũng như quan sát thực địa. Theo một số nhà nghiên cứu đã khuyến nghị cần có sự thay đổi các biến trong từng tiêu chí khi sử dụng mô hình SERVQUAL để phù hợp với các ngành, lĩnh vực khác nhau (Saleh & Ryan, 1991; Dabholkar và cs., 1996; Babakus & Ho, 1998). Do đó, các biến trong 05 nhân tố độc lập đã có sự thay đổi, điều chỉnh cho phù hợp với đặc điểm của làng DLST dựa trên các nghiên cứu của Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh (2019), Phạm Ngọc Khanh (2019) (Bảng 1). Từ các tài liệu tham khảo, mô hình nghiên cứu (Hình 1) có các giả thuyết như sau:

– *Tính hữu hình*: Các nghiên cứu của Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh (2019), Cao Thị Thanh & Phạm Thu Hà (2021) về sự hài lòng của du khách đối với CLDV DLST cho thấy tính hữu hình có mối quan hệ tích cực đối với sự hài lòng của du khách. Qua đó, giả thuyết H1 được phát biểu như sau: *Tính hữu hình có tác động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV làng DLST Ông Đề.*

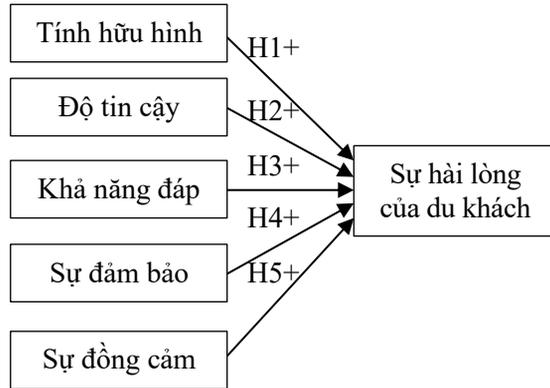
– *Độ tin cậy*: Kết quả nghiên cứu của Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh (2019), Cao Thị Thanh & Phạm Thu Hà (2021) cho thấy độ tin cậy có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách đối với CLDV tại điểm đến DLST, từ đó có giả thuyết H2: *Độ tin cậy có tác động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV làng DLST Ông Đề.*

– *Khả năng đáp ứng*: Khả năng đáp ứng có tác động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV điểm đến nói chung và điểm đến DLST nói riêng qua kết quả nghiên cứu của Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Cao Thị Thanh & Phạm Thu Hà (2021). Giả thuyết H3 được phát triển: *Khả năng đáp ứng có tác động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV làng DLST Ông Đề.*

– *Sự đảm bảo*: Trong nghiên cứu về CLDV tại khu DLST Vinh Sang, Nguyễn Đức Lộc và

cs. (2019) đã phát hiện sự đảm bảo có ảnh hưởng tích cực đối với CLDV nơi đây. Qua đó, giả thuyết H4 được phát triển: *Sự đảm bảo có tác động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV làng DLST Ông Đề.*

– *Sự đồng cảm*: Đối với sự đồng cảm, các kết quả nghiên cứu của Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Cao Thị Thanh & Phạm Thu Hà (2021) cho thấy sự đồng cảm có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại điểm đến. Giả thuyết H5 được phát triển như sau: *Sự đồng cảm có tác động tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV làng DLST Ông Đề.*



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu đề xuất)

Bảng 1. Tổng hợp biến quan sát trong nghiên cứu

Tiêu chí	Diễn giải biến	Nguồn
Tính hữu hình (TAN1)	Nhân viên tại làng du lịch có trang phục địa phương, gọn gàng, chuyên nghiệp (TAN1)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)
	Cơ sở vật chất tại làng du lịch hấp dẫn (TAN2)	Parasuraman và cs. (1988)
	Cảnh quan hệ sinh thái đẹp, tự nhiên (TAN3)	Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)
	Đường giao thông tại điểm đến tốt (TAN4)	Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015)
	Phương tiện vận chuyển có sẵn (TAN5)	Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015)
	Phương tiện vật chất trong hoạt động dịch vụ rất hấp dẫn (TAN6)	Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)
	Làng du lịch cung cấp các dịch vụ vui chơi giải trí của địa phương, đậm chất dân gian (TAN7)	Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)
Độ tin cậy (REL)	Làng du lịch cung cấp, thực hiện đúng dịch vụ (REL1)	Parasuraman và cs. (1988)
	Thông tin về làng du lịch được cung cấp rõ ràng, chính xác (REL2)	Parasuraman và cs. (1988)
	Khi khách gặp rắc rối/ trở ngại, nhân viên sẵn sàng giúp đỡ (REL3)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)
Khả năng đáp ứng (RES)	Nhân viên tại làng du lịch phục vụ du khách nhanh chóng (RES1)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh (2019)
	Nhân viên tại làng du lịch sẵn sàng giúp đỡ du khách (RES2)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh (2019)
	Nhân viên tại làng du lịch không bao giờ tỏ ra quá bận rộn để không đáp ứng yêu cầu của du khách (RES3)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)

Tiêu chí	Diễn giải biến	Nguồn
Sự đảm bảo (ASS)	Nhân viên tại làng du lịch có kiến thức để trả lời các câu hỏi, giải đáp của du khách (ASS1)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)
	Nhân viên luôn lịch sự, niềm nở (ASS2)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh (2019)
	Du khách cảm nhận an toàn khi sử dụng dịch vụ tại khu du lịch (ASS3)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)
	Nhân viên cung cấp đầy đủ thông tin cần thiết với du khách (ASS4)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)
	Đảm bảo an toàn vệ sinh tại làng du lịch (ASS5)	Phạm Ngọc Khanh (2019)
Sự đồng cảm (EMP)	Nhân viên tại làng du lịch luôn quan tâm đến từng du khách (EMP1)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh (2019)
	Làng du lịch hiểu được nhu cầu của du khách (EMP2)	Parasuraman và cs. (1988), Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)
	Làng du lịch bố trí thời gian phục vụ thuận tiện cho du khách (EMP3)	Parasuraman và cs. (1988)
Sự hài lòng (TSA)	Du khách đánh giá cao CLDV của làng du lịch (TSA1)	Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019)
	Du khách cảm thấy dịch vụ làng du lịch đã đáp ứng với những mong đợi của mình (TSA2)	
	Du khách thật sự hài lòng khi đi du lịch (TSA3)	

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp)

Để đánh giá CLDV có nhiều mô hình được áp dụng như mô hình IPA (*mô hình mức độ quan trọng và hiệu suất thực hiện*) của Martilla & James (1977), mô hình năm khoảng cách (hay còn gọi là mô hình SERVQUAL) với $CLDV = \text{giá trị cảm nhận} - \text{giá trị mong đợi}$ của Parasuraman và cs. (1988), mô hình CLDV SERVPERF với $CLDV = \text{giá trị cảm nhận}$ của Cronin & Taylor (1992),... Tuy nhiên, nghiên cứu của Cronin & Taylor (1992) đã kết luận rằng, trong việc đánh giá sự hài lòng tổng thể của khách hàng, việc đo lường CLDV chỉ dựa trên nhận thức/trải nghiệm sẽ tốt hơn. Lloca và cs. (1998) còn khẳng định thêm, chỉ dấu hiệu về nhận thức/trải nghiệm đã có khiến người trả lời so sánh được về mặt nhận thức với kì vọng, tức

là quá trình này đã bao gồm quá trình nhận thức trừ đi kì vọng. Do đó, mô hình SERVPERF sẽ phù hợp khi phân tích tác động trực tiếp nhận thức/trải nghiệm của khách du lịch đến mức độ hài lòng chung của họ (Hui và cs., 2007). Đồng thời, một số nhà nghiên cứu đã cho rằng mô hình SERVPERF được xem là phương pháp đơn giản, thuận tiện, rõ ràng và dễ sử dụng khi đo lường sự hài lòng (Đình Công Thành và cs., 2011; Phan Chí Anh và cs., 2013). Ngoài ra, việc khảo sát và đánh giá CLDV theo mô hình SERVQUAL cần phải đánh giá thêm giá trị mong đợi, tức là trước khi khách hàng sử dụng dịch vụ, sau đó đánh giá thêm một lần về giá trị cảm nhận. Do đó, việc đánh giá này gây mất nhiều thời gian, tốn kém và dễ gây nhầm

lẫn với khách hàng. Trong hoạt động du lịch, việc tiếp cận một khách hàng trong hai thời điểm trước và sau khi sử dụng dịch vụ du lịch là rất khó, đồng thời nếu tích hợp hai bảng hỏi vừa đánh giá kì vọng vừa đánh giá cảm nhận thì sẽ gây ảnh hưởng đến quá trình du lịch, tham quan và thư giãn của khách vì bảng hỏi khá dài, mất nhiều thời gian hoàn thành. Vì thế, kết hợp từ nhận định của các học giả về mô hình SERVPERF trong đánh giá CLDV cũng như điều kiện thực tiễn, nghiên cứu này sẽ phân tích sự hài lòng của du khách đối với CLDV làng DLST Ông Đề dựa trên cách tiếp cận mô hình SERVPERF của Cronin & Taylor (1992).

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp

Đối tượng tiếp cận và sử dụng dịch vụ, vui chơi giải trí tại làng DLST Ông Đề, thành phố Cần Thơ phần lớn là khách du lịch nội địa. Chính vì vậy, đối tượng khảo sát trong nghiên cứu này là những du khách nội địa đã từng trải nghiệm, sử dụng dịch vụ tại làng DLST Ông Đề. Williams và cs. (2010) cho rằng khi phân tích nhân tố khám phá và hồi quy tuyến tính, cỡ mẫu nên chọn từ 100 quan sát trở lên. Bảng câu hỏi được sử dụng để khảo sát sự hài lòng của du khách về CLDV tại làng DLST Ông Đề gồm hai phần: Phần 1 là các thông tin liên quan đến đặc điểm nhân khẩu học của đáp viên, phần 2 là các câu hỏi liên quan đến CLDV tại làng DLST Ông Đề được đánh giá bằng thang đo Likert 5 mức độ (từ 1 là hoàn toàn không đồng ý, đến 5 là hoàn toàn đồng ý). Bảng câu hỏi sau khi thiết kế xong được in ra và phát trực tiếp cho du khách, đồng thời phương pháp khảo sát trực tuyến cũng được sử dụng để hỗ trợ. Kỹ thuật chọn mẫu thuận tiện và phát triển mầm được sử dụng trong thu thập dữ liệu nghiên cứu. Trong thời gian từ tháng 12/2023 đến tháng 01/2024, nghiên cứu đã thu thập được 154 quan sát bao gồm 108 quan sát được thu trực tiếp và 46 quan sát được thu trực tuyến. Dữ liệu được sàng lọc và loại bỏ 08 bảng câu hỏi do dữ liệu bị bỏ trống, vì vậy còn lại 146 quan sát đảm bảo yêu cầu đưa vào phân tích (thỏa mãn điều kiện của Williams và cs., 2010).

2.2.2. Phương pháp xử lí dữ liệu sơ cấp

Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS 25.0

để mã hoá và xử lí dữ liệu sơ cấp sau được khi thu thập. Các kĩ thuật được sử dụng để phân tích dữ liệu trong nghiên cứu này bao gồm:

(1) *Đánh giá độ tin cậy của thang đo:* Nhiều nghiên cứu đồng ý khi Cronbach's Alpha từ 0,8 trở lên đến gần 1,0 thì thang đo lường là tốt, từ 0,7 đến gần 0,8 là sử dụng được (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008b). Tuy nhiên, trường hợp nghiên cứu mới hoặc hoàn toàn mới trong bối cảnh nghiên cứu, hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 vẫn được chấp nhận (Nunnally & Burnstein, 1994). Ngoài ra, đối với biến đo lường đảm bảo độ tin cậy khi có hệ số tương quan biến – tổng $\geq 0,3$ (Nunnally & Bernstein, 1994).

(2) *Phân tích nhân tố khám phá:* Theo Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008b), nếu giá trị Sig. trong kiểm định Bartlett có $>0,05$ thì không có ý nghĩa thống kê. Ngoài ra, Kaiser (1974; trích bởi Nguyễn Đình Thọ, 2011) cho rằng, KMO phải lớn hơn $\geq 0,6$ thì có ý nghĩa. Bên cạnh đó, tổng phương sai giải thích ở bảng Total Variance Explained $> 50\%$ (Lê Văn Huy & Trương Trần Trâm Anh, 2012).

(3) *Phân tích tương quan Pearson:* Theo Field (2009), nếu giá trị Sig. $< 0,05$ thì các cặp biến có tương quan tuyến tính với nhau và ngược lại. Nếu hệ số tương quan $|r| < 0,1$ thì các biến có mối tương quan rất yếu, $|r| < 0,3$ thì các biến có mối tương quan yếu, $|r| < 0,5$ thì các biến có mối tương quan trung bình, $|r| \geq 0,5$ thì các biến có mối tương quan mạnh.

(4) *Phân tích hồi quy tuyến tính bội:* Phương pháp này được dùng để xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV của làng DLST Ông Đề. Để mô hình hồi quy có ý nghĩa, cần thỏa mãn các điều kiện: $0 \leq$ hệ số R^2 hiệu chỉnh ≤ 1 (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008a); hệ số Sig. của kiểm định F và kiểm định $t \leq 0,05$ và hệ số khuếch đại phương sai VIF < 10 (Đình Phi Hồ, 2012). Theo Lê Văn Huy & Trương Trần Trâm Anh (2012), phương trình hồi quy tuyến tính bội có dạng: $Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \dots + \beta_k X_{ki} + \varepsilon_i$. Trong đó, Y_i là biến phụ thuộc, β_0 là hằng số, β là hệ số hồi quy của tổng thể, X là các biến độc lập và ε_i là sai số ngẫu nhiên.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Đánh giá độ tin cậy thang đo được dùng để đánh giá độ tin cậy của các thang đo và biến quan sát trong nghiên cứu có phù hợp hay không trước khi đưa vào phân tích nhân tố khám phá. Sau khi đánh giá 05 nhân tố độc lập với 21 biến quan sát, tất cả 05 nhân tố độc lập đều có hệ số Cronbach's Alpha trên 0,8 (tốt và sử dụng được), 21 biến quan sát có hệ số tương quan biến – tổng hiệu chỉnh > 0,3. Đồng thời, đối với kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha của nhân tố phụ thuộc TSA cho thấy nhân tố này cùng 03 biến quan sát đều đạt yêu cầu. Kết quả chỉ ra rằng, các biến là đáng tin cậy và đủ điều kiện để phân tích các bước tiếp theo trong nhân tố khám phá và hồi quy tuyến tính bội.

Bảng 2. Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo

Nhân tố/Tiêu chí	Cronbach's α	Hệ số tương quan biến–tổng hiệu chỉnh
Tính hữu hình (TAN)	0,934	0,469 → 0,938
Độ tin cậy (REL)	0,888	0,662 → 0,880
Khả năng đáp ứng (RES)	0,925	0,818 → 0,875
Sự đảm bảo (ASS)	0,855	0,460 → 0,864
Sự đồng cảm (EMP)	0,893	0,673 → 0,884
Sự hài lòng (TSA)	0,868	0,703 → 0,841

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2024)

Dùng kiểm định KMO và Bartlett để kiểm định mức độ thích hợp của các biến đã đánh giá độ tin cậy trước khi chính thức tiến hành phân tích nhân tố khám phá. Qua kết quả phân tích cho thấy, độ tin cậy của hệ số tải nhân tố > 0,5; chỉ số KMO = 0,791 (chỉ số KMO sử dụng được) và giá trị Sig. = 0,000 (< 0,05). Với phương pháp trích nhân tố, phương pháp xoay nhân tố cho phép trích được 05 nhân tố từ 21 biến quan sát và phương sai tích lũy được 78,480% (>50%, đạt yêu cầu), tức 05 nhân tố này giải thích được 78,480% biến thiên của dữ liệu. Theo Hair và cs. (1998), để đảm bảo mức

ý nghĩa thiết thực của phân tích nhân tố khám phá, cần loại bỏ những biến quan sát có hệ số tải nhân tố (factor loadings) không đạt tiêu chuẩn ở từng nhân tố; theo đó, nếu các biến có hệ số tải nhân tố > 0,3 được xem là mức tối thiểu; hệ số tải > 0,4 được xem là quan trọng và hệ số tải nhân tố > 0,5 được xem là có ý nghĩa thực tiễn. Do đó, nghiên cứu loại bỏ các biến có hệ số tải nhân tố < 0,5. Qua phân tích, các biến trong nhân tố không có biến nào bị loại bỏ do hệ số tải nhân tố đều > 0,5 và tất cả các nhân tố, biến quan sát không bị xáo trộn và vẫn giữ nguyên 05 nhân tố ban đầu là TAN, ASS, RES, REL và EMP. Bên cạnh đó, kết quả phân tích nhân tố khám phá cho các biến của nhân tố phụ thuộc TSA với KMO = 0,678 > 0,5; Sig. = 0,000; tổng phương sai trích = 79,334% > 50%. Điều này có nghĩa là 79,334% thay đổi của sự hài lòng chung được giải thích bởi các biến quan sát. Nhân tố phụ thuộc gồm các biến TSA1, TSA2, TSA3.

Bảng 3. Ma trận nhân tố

Biến quan sát	Nhân tố				
	Tính hữu hình	Sự đảm bảo	Khả năng đáp ứng	Độ tin cậy	Sự đồng cảm
TAN7	0,966				
TAN3	0,954				
TAN4	0,947				
TAN1	0,945				
TAN5	0,928				
TAN2	0,552				
TAN6	0,527				
ASS4		0,934			
ASS5		0,853			
ASS3		0,818			
ASS2		0,765			
ASS1		0,507			
RES1			0,931		
RES2			0,895		
RES3			0,892		
REL2				0,909	
REL1				0,882	
REL3				0,798	
EMP2					0,954
EMP1					0,817
EMP3					0,822

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2024)

Để xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố vừa phân tích đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại làng DLST Ông Đề, thành phố Cần Thơ, nghiên cứu tiếp tục sử dụng phương pháp phân tích hồi quy tuyến tính bội. Kết quả kiểm tra dữ liệu cho thấy R^2 hiệu chỉnh = 0,594; Durbin-Watson = 1,809 (hoàn toàn không xảy ra hiện tượng tự tương quan); Sig. = 0,000; VIF < 10 (không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến). Có thể thấy, dữ liệu thích hợp cho

phân tích hồi quy tuyến tính bội. Kết quả phân tích R^2 hiệu chỉnh = 0,594, có nghĩa mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập đến biến phụ thuộc chiếm 59,4% trong mô hình. Dựa vào kết quả phân tích Bảng 5, ba nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại làng DLST Ông Đề bao gồm: “Độ tin cậy”, “Sự đảm bảo” và “Sự đồng cảm”. Phương trình hồi quy tuyến tính bội như sau: $TSA = -2,11 + 0,525ASS + 0,370REL + 0,099EMP + \varepsilon_i$

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Sig.	VIF
	B	Sai số chuẩn	Beta		
1 Hằng số	-2,11				
Tính hữu hình (TAN)	0,047	0,050	0,053	0,342	1,088
Độ tin cậy (REL)	0,370	0,051	0,433	0,000	1,264
Khả năng đáp ứng (RES)	0,024	0,046	0,030	0,606	1,193
Sự đảm bảo (ASS)	0,525	0,069	0,452	0,000	1,281
Sự đồng cảm (EMP)	0,099	0,046	0,117	0,032	1,037

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2024)

Bằng việc áp dụng mô hình CLDV SERVQUAL của Parasuraman và cs. (1988), nghiên cứu đã phân tích được các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV làng DLST Ông Đề tại thành phố Cần Thơ. Kết quả phân tích ý kiến 146 du khách nội địa cho thấy, 05 nhân tố tính hữu hình, độ tin cậy, khả năng đáp ứng, sự đảm bảo và sự cảm thông không có sự xáo trộn và thay đổi khi phân tích nhân tố khám phá và hồi quy tuyến tính bội. Trong 05 nhân tố trong mô hình SERVQUAL mà nghiên cứu đề xuất, chỉ có 03 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại địa bàn nghiên cứu. Kết quả phân tích R^2 hiệu chỉnh = 0,594, có nghĩa mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập (độ tin cậy, sự đảm bảo và sự đồng cảm) đến biến phụ thuộc (sự hài lòng) chiếm 59,4% trong mô hình, còn lại 39,6% là các biến khác ngoài mô hình và sai số. Như vậy, chỉ có ba giả thuyết ban đầu (H2, H4 và H5) là được chấp nhận, hai giả thuyết còn lại bị bác bỏ. Sự đảm bảo có mối quan hệ cùng chiều và tác động mạnh nhất với sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại làng DLST Ông Đề (Beta = 0,525). Kết quả này giống với kết quả của Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019). Độ tin cậy là nhân tố có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại làng DLST Ông Đề (Beta = 0,370). Kết quả này giống với kết quả

nghiên cứu của Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh (2019), Cao Thị Thanh & Phạm Thu Hà (2021). Kết quả này cho thấy độ tin cậy của điểm đến rất quan trọng đối với du khách. Sự đồng cảm là nhân tố có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại làng DLST Ông Đề, nhưng nhân tố này có ảnh hưởng yếu nhất trong ba nhân tố (Beta = 0,099). Phát hiện này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Nguyễn Thị Trang Nhung và cs. (2015), Nguyễn Đức Lộc và cs. (2019), Cao Thị Thanh & Phạm Thu Hà (2021). Có thể thấy, nếu tại làng DLST Ông Đề tạo được sự đảm bảo, độ tin cậy và sự đồng cảm thì chắc chắn sự hài lòng du khách sẽ ngày càng được nâng cao. Qua đó, một mặt giúp du khách hài lòng với làng DLST Ông Đề, một mặt giúp nâng cao lòng trung thành của du khách và phát triển bền vững. Vì vậy, dựa trên kết quả này, cần có những hàm ý quản trị để chủ đầu tư và nhà kinh doanh tại làng DLST Ông Đề cải thiện và nâng cao CLDV, tăng sự hài lòng của du khách.

4. KẾT LUẬN

Nghiên cứu sự hài lòng của du khách đối với CLDV điểm đến du lịch có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao sự hài lòng, lòng trung thành và đáp ứng nhu cầu của du khách. Không những vậy, đánh giá sự hài lòng còn giúp cho doanh

nghiệp thu hút được khách hàng tiềm năng và phát triển bền vững. Do đó, nhóm nghiên cứu đã thực hiện phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại làng DLST Ông Đề, thành phố Cần Thơ. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự hài lòng của du khách đối với CLDV làng DLST Ông Đề, thành phố Cần Thơ bị ảnh hưởng bởi các nhân tố: độ tin cậy, sự đảm bảo và sự đồng cảm với hệ số R^2 hiệu chỉnh là 59,4%, vì vậy, giả thuyết H2, H4 và H5 đều được chấp nhận. Trong đó, nhân tố sự đảm bảo ảnh hưởng nhiều nhất và nhân tố sự đồng cảm ảnh hưởng ít nhất. Hai nhân tố còn lại khả năng đáp ứng, sự đảm bảo không ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại làng DLST Ông Đề (giả thuyết H1 và H3 bị bác bỏ) là do cỡ mẫu trong nghiên cứu này còn hạn chế nên còn dẫn đến sai số trong phân tích, do đó hai nhân tố này có thể có ý nghĩa đối với số lượng mẫu lớn hơn; đồng thời, nghiên cứu được tiến hành theo hiện trạng cắt ngang, không phải nghiên cứu theo chuỗi thời gian nên đôi khi có độ lệch và sai số dẫn đến hai giả thuyết này không có ý nghĩa. Bên cạnh đó, hai nhân tố này không có ý nghĩa đối với khách nội địa, nhưng không hẳn không có ý nghĩa đối với khách quốc tế. Dựa trên kết quả ba nhân tố, một số hàm ý quản trị cũng được đề xuất nhằm cải tiến và nâng cao CLDV tại làng DLST Ông Đề.

Thứ nhất, về sự đảm bảo: Doanh nghiệp cần phải đảm bảo các vấn đề liên quan đến du lịch, nhu cầu của du khách như cần lưu ý và yêu cầu nhân viên cần phải luôn có thái độ tốt, lịch sự, niềm nở khi phục vụ du khách trong bất kì thời điểm nào; doanh nghiệp cần yêu cầu nhân viên phải nhớ các thông tin về điểm tham quan của mình để cung cấp và trả lời cho du khách khi cần thiết; cần trang bị đầy đủ áo phao, các phương tiện đảm bảo an toàn cho du khách khi tham quan và tham gia trò chơi; cần thắt chặt vấn đề vệ sinh môi trường tại điểm tham quan và vệ sinh an toàn thực phẩm.

Thứ hai, về độ tin cậy: Chủ doanh nghiệp cần đặc biệt chú ý đến việc làm sao đảm bảo độ tin cậy đối với du khách như cung cấp thông tin và dịch vụ đúng với thông báo, giá cả niêm yết; thông tin phải cung cấp rõ ràng, chính xác, tránh sự sai sót đến mức thấp nhất để đảm bảo sự hài lòng của du khách; đồng thời, cần nhắc nhở nhân viên phải luôn giải đáp du khách một cách tận tình, thoải mái khi gặp trở ngại.

Thứ ba, về sự đồng cảm: Nhà quản lý và chủ doanh nghiệp cần nắm bắt và hiểu được nhu cầu của du khách để đáp ứng, phục vụ đúng tâm lý, sự mong đợi của họ; nhân viên cũng cần quan tâm đến du khách để tạo sự chăm sóc chu đáo, ân cần; đồng thời, cần bố trí thời gian hoạt động và phục vụ phù hợp như thời gian mở cửa, đóng cửa, thời gian phục vụ món ăn,...

Kết quả nghiên cứu có đóng góp quan trọng về mặt lý luận bao gồm: *Thứ nhất*, củng cố lại các tiêu chí trong mô hình CLDV SERVQUAL của Parasuraman và cs. (1988) khi đánh giá sự hài lòng của du khách; *Thứ hai*, nghiên cứu khẳng định thêm sự vận dụng và kết hợp giữa hai mô hình CLDV SERVQUAL và SERVPERF khi đánh giá sự hài lòng của du khách đối với CLDV du lịch; *Thứ ba*, bổ sung thêm nguồn tài liệu khoa học về sự hài lòng của du khách đối với CLDV tại làng DLST; *Thứ tư*, là nguồn tài liệu tham khảo cho các nghiên cứu có liên quan đến chủ đề nghiên cứu. Bên cạnh những đóng góp về mặt lý luận, nghiên cứu có đóng góp quan trọng trong thực tiễn, vì đây là cơ sở để cho chủ doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước về du lịch địa phương đưa ra, thực thi những định hướng, giải pháp nhằm cải tiến CLDV, nâng cao sự hài lòng của du khách.

Mặc dù có những đóng góp quan trọng trong học thuật và thực tiễn, song nghiên cứu vẫn không tránh khỏi một số hạn chế: *Thứ nhất*, dữ liệu của nghiên cứu được khảo sát trong thời gian ngắn và cỡ mẫu tương đối nhỏ ($n = 146$), do đó nghiên cứu trong tương lai có thể khảo sát dài hạn trải trong thời gian dài để đa dạng dữ liệu nghiên cứu; *Thứ hai*, kết quả nghiên cứu còn 39,6% nhân tố nằm ngoài mô hình, do đó nghiên cứu tiếp theo có thể bổ sung thêm một số nhân tố khác để khám phá sự ảnh hưởng của nó đối với CLDV ở làng DLST Ông Đề; *cuối cùng*, mô hình nghiên cứu trong tương lai có thể mở rộng và bổ sung thêm các biến trung gian hoặc nhân tố hệ quả của sự hài lòng (lòng trung thành, dự định quay lại, sẵn sàng hỗ trợ điểm đến...).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Babakus, E., & Ho, S.K. (1998). Service quality and tourism. *Journal of Travel Research*, 37, 71–75.
- Bùi Nhất Vương & Nguyễn Thị Thanh Huyền. (2020). 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. *Tạp chí Khoa học Đại học Văn Hiến*, 7(5), 93–104.

- Cao Thị Thanh & Phạm Thu Hà. (2021). Những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách với chất lượng dịch vụ tại các khu du lịch tỉnh Hà Giang. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, 57(6), 150–156.
- Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International journal of culture, tourism and hospitality research*, 7(4), 411–424.
- Cronin, J., & Brady, M.K. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193–218.
- Cronin Jr, J.J., & Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55–68.
- Dabholkar, P.A., Thorpe, D.I., & Rentz, J.O. (1996). A measure of service quality for retail stores: scale development and validation. *Journal of the Academy of marketing Science*, 24, 3–16.
- Đinh Công Thành, Phạm Lê Hồng Nhung & Trương Quốc Dũng. (2011). Đánh giá mức độ hài lòng của khách nội địa đối với du lịch tỉnh Sóc Trăng. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 20a, 199–209.
- Đinh Phi Hồ. (2012). *Phương pháp nghiên cứu định lượng: những nghiên cứu thực tiễn trong kinh tế phát triển – nông nghiệp*. Hồ Chí Minh: Nxb Phương Đông.
- Đinh Vũ Long & Tô Trọng Khải. (2021). Đánh giá mức độ hài lòng của khách nội địa đối với du lịch sinh thái quận Cái Răng, Cần Thơ. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô*, 12, 129–145.
- Eid, R., El-Kassrawy, Y. A., & Agag, G., (2019). Integrating destination attributes, political (in) stability, destination image, tourist satisfaction, and intention to recommend: A study of UAE. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(6), 839–866.
- Ekinci, Y., & Riley, M., (1998). A critique of the issues and theoretical assumptions in service quality measurement in the lodging industry: Time to move the goal-posts?. *International Journal of Hospitality Management*, 17, 349–362.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS (3rd Edition)*. London: Sage Publications Ltd.
- Giao, H.N.K., Vuong, B.N., Phuong, N.N.D., & Dat, N.T. (2021). A model of factors affecting domestic tourist satisfaction on eco-tourism service quality in the Mekong Delta, Vietnam. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 36(2), 663–671.
- Gundersen, M.G., Heide, M., & Olsson, U.H. (1996). Hotel guest satisfaction among business travelers: what are the important factors?. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 37(2), 72–81.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1998). *Multivariate data analysis, 5th edition*. United States: Prentice Hall.
- Heide, M., Grønhaug, K., & Engset, M.G. (1999). Industry specific measurement of consumer satisfaction: experiences from the business travelling industry. *International Journal of Hospitality Management*, 18(2), 201–213.
- Heung, V.C. (2000). Satisfaction levels of mainland Chinese travelers with Hong Kong hotel services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(5), 308–315.
- Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc. (2008a). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS (tập 1)*. Hà Nội: Nxb Hồng Đức.
- Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc. (2008b). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS (tập 2)*. Hà Nội: Nxb Hồng Đức.
- Hui, T.K., Wan, D., & Ho, A. (2007). Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism management*, 28(4), 965–975.
- Ismail, M.N.I., Hanafiah, M.H., Aminuddin, N., & Mustafa, N. (2016). Community-based homestay service quality, visitor satisfaction, and behavioral intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222, 398–405.
- Kozak, M., Bigne, E., & Andreu, L. (2003). Limitations of cross-cultural customer satisfaction research and recommending alternative methods. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 4(3), 37–59.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*, 38, 260–269.
- Lee, B., Lee, C.K., & Lee, J. (2014). Dynamic nature of destination image and influence of tourist overall satisfaction on image modification. *Journal of Travel Research*, 53, 239–251.
- Lê Ngọc Danh, Trần Mạnh Hoàng, Huỳnh Khởi Triết, Lê Hoàng Nam & Từ Phước Nguyễn. (2022). Các yếu tố ảnh hưởng đến

- sự hài lòng của khách du lịch đối với dịch vụ du lịch sinh thái vườn quốc gia U Minh Thượng, tỉnh Kiên Giang. *Tạp chí Kinh tế và Quản trị Kinh doanh*, 20, 43–51.
- Lê Văn Huy & Trương Trần Trâm Anh. (2012). *Phương pháp nghiên cứu trong Kinh doanh*. Hồ Chí Minh: Nxb Tài chính.
- Lloso, S., Chandon, J.L., & Orsingher, C. (1998). An empirical study of SERVQUAL's dimensionality. *Service Industries Journal*, 18(2), 16–44.
- Martilla, J.A., & James, J.C. (1977). Importance–performance analysis. *Journal of marketing*, 41(1), 77–79.
- Nguyễn Đình Thọ. (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. Hà Nội: Nxb Lao động – Xã hội.
- Nguyễn Đức Lộc, Đoàn Tân Trọng, Phan Xuân Đệ & Trương Thanh Tâm. (2019). Đo lường chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái bằng thang đo ECOSERV: Trường hợp khu du lịch sinh thái Vinh Sang, Vĩnh Long. *Tạp chí Khoa học Đại học Cửu Long*, 14, 46–52.
- Nguyễn Ngọc Minh, Ngô Thị Ngọc Thảo, Trần Quang Vy, Châu Xuân Quỳnh & Đặng Huỳnh Anh. (2019). Đánh giá sự hài lòng của du khách đối với khu du lịch sinh thái rừng tràm Trà Sư. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô, số chuyên đề*, 84–93.
- Nguyễn Thị Trang Nhung, Đỗ Thị Mỹ Hạnh & Nguyễn Quốc Oánh. (2015). Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tại vườn quốc gia Ba Vì, Hà Nội. *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, 13(4), 675–686.
- Nunnally, J., & Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory*, 3rd edition. United States: McGraw–Hill.
- Parasuraman, A.B.L.L., Zeithaml, V.A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple–item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Phan Chí Anh, Nguyễn Thu Hà & Nguyễn Huệ Minh. (2013). Nghiên cứu các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ. *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh*, 29(1), 11–22.
- Phạm Ngọc Khanh. (2019). 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. *Tạp chí Khoa học Yersin*, 16, 54–66.
- Phương Thị Ngọc Mai. (2020). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với các khu du lịch sinh thái tại tỉnh Bến Tre. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, 21, 96–100.
- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Del Chiappa, G. (2017). Understanding the relationships between tourists' emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of travel research*, 56(1), 41–54.
- Pizam, A., & Milman, A. (1993). Predicting satisfaction among first time visitors to a destination by using the expectancy disconfirmation theory. *International Journal of Hospitality Management*, 12(2), 197–209.
- Rust, R.T., Zahorik, A.J., & Keiningham, T.L. (1995). Return on quality (ROQ): Making service quality financially accountable. *Journal of Marketing*, 59(2), 58–70.
- Saleh, F., & Ryan, C. (1991). Analysing service quality in the hospitality industry using the SERVQUAL model. *Service Industries Journal*, 11(3), 324–345.
- Salleh, M., Omar, K., Yaakop, A.Y., & Mahmmod, A.R. (2013). Tourist satisfaction in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 221–226.
- Shahrivar, R.B. (2012). Factors that influence tourist satisfaction. *Journal of Travel and Tourism Research (Online)*, 12(1), 61–79.
- Shergill, G.S., & Sun, W. (2005). Tourists' perceptions towards hotel services in New Zealand. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 5(4), 1–26.
- Sirakaya, E., Petrick, J., & Choi, H.S. (2004). The role of mood on tourism product evaluations. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 517–539.
- Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh. (2019). Nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại khu du lịch sinh thái Xẻo Quýt, tỉnh Đồng Tháp. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Đồng Tháp*, 41, 33–41.
- Tribe, J., & Snaith, T. (1998). Form SERVQUAL to HOLSAT: Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism Management*, 19(1), 25–34.
- Trương Trí Thông, Nguyễn Thanh Tùng, Nguyễn Thị Dạ Lý & Nguyễn Thị Tường Vi. (2023). Phát triển du lịch sinh thái vùng biển, đảo huyện Kiên Hải, tỉnh Kiên Giang. *Tạp chí Nghiên cứu Địa lí Nhân văn*, 2, 60–68.
- Williams, B., Onsmann, A., & Brown, T. (2010). Exploratory factor analysis: A five–step guide for novices. *Australasian Journal of Paramedicine*, 8, 1–13.