

**Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu**  
**analysis of factors affecting domestic tourists' satisfaction about the quality of tourism services in Bac Lieu**

**Phạm Mỹ Phương<sup>1\*</sup>, Nguyễn Thúy Anh<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Trường Đại học Bạc Liêu

\* pmphuong@blu.edu.vn

Ngày nhận bài:

02/5/2024

Ngày chấp nhận đăng:

13/6/2024

**Keywords:** Tourism, satisfaction, service quality, Bac Lieu tourism

**ABSTRACT**

"Analyzing factors affecting domestic tourists' satisfaction with the quality of tourism services in Bac Lieu" is aimed to identify and evaluate factors affecting tourists' satisfaction with the quality of tourism services. Through qualitative and quantitative analysis, the study shows that there are 6 factors: infrastructure and accommodation facilities, reliability, tangibles, responsiveness, empathy, and service capacity. In particular, the factors of infrastructure, accommodation facilities, and reliability have the strongest influence on domestic tourists' satisfaction with the quality of tourism services in Bac Lieu. The research results will serve as a basis for tourism administrators to make policies to promote and enhance the strengths and suggest ways to improve and eliminate the weaknesses of provincial tourism in Bac Lieu, increasing tourist satisfaction with tourism in the province. At the same time, the study provides directions for developing the tourism industry in the future

**TÓM TẮT**

"Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu" nhằm xác định và đánh giá được các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch. Thông qua phân tích định tính và định lượng nghiên cứu chỉ ra có 6 yếu tố: hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú, độ tin cậy, phương tiện hữu hình, sự đáp ứng, đồng cảm, năng lực phục vụ. Trong đó, yếu tố hạ tầng và cơ sở lưu trú, độ tin cậy có ảnh hưởng mạnh nhất sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Kết quả nghiên cứu sẽ làm cơ sở cho các nhà quản trị du lịch có thể đưa ra các chính sách nhằm phát huy và nâng cao những điểm mạnh và đưa ra các cách thức để cải thiện và xóa bỏ những điểm yếu của du lịch tỉnh Bạc Liêu, gia tăng sự hài lòng của du khách đối với du lịch tỉnh nhà. Đồng thời đưa ra những định hướng phát triển du lịch trong tương lai.

**Từ khóa:** Du lịch, sự hài lòng, chất lượng dịch vụ, du lịch Bạc Liêu

**1. Giới thiệu**

Theo thống kê của Sở Văn hóa, Thông tin, Thể thao và Du lịch tỉnh Bạc Liêu, năm 2023

địa bàn tỉnh đón và phục vụ khoảng 4.260.000 lượt khách du lịch, đạt 107% kế hoạch năm chỉ tiêu năm 2023 (chỉ tiêu là 3.950.000)

tăng khoảng 10,5% so với năm 2022. Khách sử dụng dịch vụ lưu trú khoảng 1.835.000 người đạt 100,8% kế hoạch năm (chỉ tiêu là 1.820.000) tăng 4,8% so với năm 2022. Khách quốc tế đạt khoảng 105.000 lượt đạt 105% kế hoạch năm (chỉ tiêu là 100.000). Tổng doanh thu ngành Du lịch đạt 3.750 tỷ đồng. Từ ngành kinh tế nhỏ, du lịch từng bước trở thành ngành kinh tế quan trọng, là một trong 5 trụ cột phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Bạc Liêu.

Ngành du lịch là một trong những ngành mà sản phẩm chủ yếu là các dịch vụ, do đó rất khó để đánh giá và nắm bắt nhu cầu của khách hàng. Và một khi nhu cầu của con người tăng cao thì đòi hỏi chất lượng dịch vụ du lịch cũng phải cao hơn. Chính vì thế, nghiên cứu sự hài lòng của du khách là cách tốt nhất để cảm nhận, đánh giá và thông qua đó đáp ứng nhu cầu của du khách cũng như hiểu thêm về chất lượng dịch vụ mà du khách mong muốn khi tham quan du lịch.

Vì thế, việc tìm hiểu các yếu tố của chất lượng dịch vụ du lịch có tác động đến sự hài lòng của du khách là một việc vô cùng quan trọng và rất cần thiết vì đó là lý do và là một trong những yếu tố quan trọng tác giả quyết định chọn và tham quan du lịch của du khách, khi làm hài lòng du khách sẽ giúp thu hút khách du lịch đến tham quan, từ đó giới thiệu cảnh đẹp, bản sắc văn hóa và phát triển du lịch của tỉnh. Xuất phát từ thực trạng trên tác giả tiến hành nghiên cứu đề tài: “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu” nhằm xác định và đánh giá được các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch. Từ đó, đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch

## **2. Phương pháp nghiên cứu**

### **2.1. Phương pháp nghiên cứu**

Đề tài sử dụng cả hai phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

#### **Nghiên cứu định tính**

Dựa vào các mô hình nghiên cứu có liên quan về các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu cùng với thảo luận nhóm để rút ra các yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch Bạc Liêu. Từ đó xây dựng bảng câu hỏi khảo sát sơ bộ.

Thực hiện phỏng vấn sơ bộ thông qua phát bảng câu hỏi cho 10 chuyên gia cụ thể là 7 chuyên gia tại các doanh nghiệp du lịch và các chuyên gia làm việc tại các cơ quan có liên quan đến hoạt động du lịch, 3 giảng viên dạy chuyên ngành về du lịch và 10 du khách đang du lịch tại Bạc Liêu để điều chỉnh và bổ sung thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu.

#### **Nghiên cứu định lượng**

Trong quá trình nghiên cứu, tác giả đã sử dụng nghiên cứu định lượng bằng cách khảo sát dữ liệu sơ cấp (Tác giả chia mẫu khảo sát và khảo sát tất cả các điểm du lịch tại Bạc Liêu để mẫu mang tính đại diện cao) với bảng câu hỏi được thiết kế dựa trên thang đo Likert 5 mức độ nhằm đánh giá mức độ quan trọng của các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu.

Nghiên cứu sử dụng các phân tích trên SPSS 22.0 như Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, hàm hồi quy tuyến tính để đưa ra mô hình và kiểm định T-test.

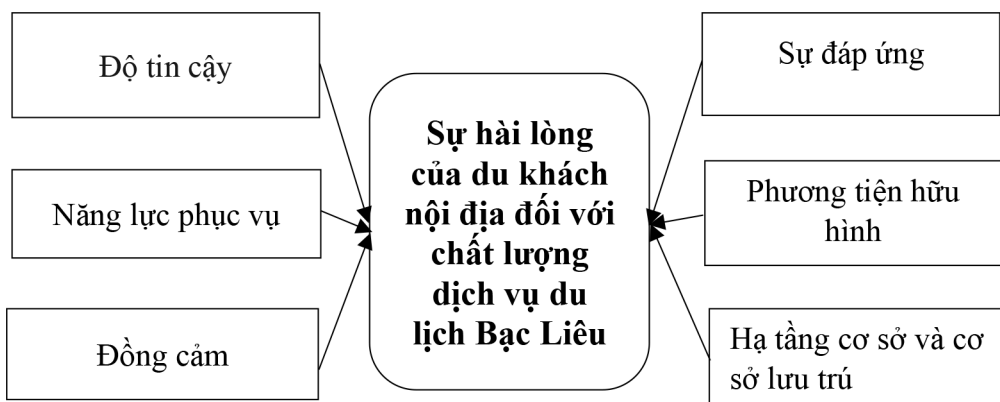
#### **2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất**

Trên cơ sở lý thuyết cùng lược khảo tài liệu của các nghiên cứu liên quan (Luu Thanh Đức Hải (2014) *Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch ở Tiền Giang*, Phí Hải Long (2019), *Đánh giá sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng MIA Nha Trang, Bùi Văn Sáu và ctv. (2019), Nghiên cứu sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ du lịch tại Thành phố Cần Thơ*, Cao Thị Thanh và 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 và nghiên cứu sơ bộ cho thấy đa số các nghiên cứu tập trung nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch về chất lượng dịch vụ du lịch. Tác giả chỉ kế thừa 5 yếu tố tác động mạnh đến sự hài lòng của du khách trong mô hình nghiên cứu của Bùi Văn Sáu và ctv. (2019) vì sau khi làm nghiên cứu sơ bộ, thảo luận nhóm với chuyên gia và du khách, họ cho rằng yếu tố hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú cần được gom chung để phù hợp với bối cảnh nơi đây. Bên cạnh đó, yếu tố phong cảnh nơi đến, chất lượng quản lý khu du lịch và giá cả trong mô hình của Bùi Văn Sáu và ctv. (2019) không phù hợp, không ảnh hưởng nhiều đến bối cảnh thực tế tại nơi tác giả làm nghiên cứu, ngoài ra du khách đến tham quan du lịch tại Bạc Liêu phần lớn là

du lịch tâm linh và du lịch văn hóa lịch sử, du khách đến để hiểu thêm về văn hóa tín ngưỡng và những nét đẹp của văn hóa bản sắc dân tộc nên tác giả không chọn các yếu tố này vào mô hình nghiên cứu đề xuất, nhóm chuyên gia cho rằng cần thiết thêm phương tiện hữu hình của Cao Thị Thanh và 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 vào trong mô hình vì nó ảnh hưởng nhiều đến sự hài lòng của du khách nơi đây. Như vậy, mô hình nghiên cứu đề xuất gồm 6 biến độc lập tác động đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch Bạc Liêu bao gồm (1) độ tin cậy, (2) năng lực phục vụ, (3) yếu tố đồng cảm, (4) sự đáp ứng, (5) phương tiện hữu hình và (6) yếu tố hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú.

**Hình 1: Mô hình đề xuất nghiên cứu**



### 3. Kết quả và thảo luận

#### 3.1. Thống kê mẫu nghiên cứu

Số phiếu phát ra là 250 phiếu, thu hồi lại được 250 phiếu, đạt tỷ lệ 100%. Với phương pháp lấy mẫu phi xác suất (thuận tiện), tác giả chia mẫu khảo sát và khảo sát tất cả các điểm du lịch tại Bạc Liêu để mẫu mang tính đại diện cao. Kết quả này dùng để thống kê mẫu nghiên cứu và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch Bạc Liêu.

#### 3.2. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Qua kết quả phân tích đánh giá độ tin cậy

của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha ta thấy: Các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6. Kết quả kiểm định thang đo của 6 nhân tố như sau:

+ Độ tin cậy: Gồm 5 biến quan sát là TC1, TC2, TC3, TC4 và TC5.

+ Năng lực phục vụ: Gồm 4 biến quan sát là NL1, NL2, NL3 và NL4.

+ Đồng cảm: Gồm 4 biến quan sát là DC1, DC2, DC3 và DC4.

+ Sự đáp ứng: Gồm 4 biến quan sát là DU1, DU2, DU3 và DU4.

+ Phương tiện hữu hình: Gồm 5 biến quan

sát là PT1, PT2, PT3, PT4 và PT5.

biến quan sát là HT1, HT2, HT3, HT4, HT5

+ Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú: Gồm 6 và HT6

**Bảng 1: Hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo**

| Biến quan sát                  | Biến đặc trưng | Biến bị loại | Cronbach's Alpha |
|--------------------------------|----------------|--------------|------------------|
| Độ tin cậy                     | 5              | -            | 0,968            |
| Năng lực phục vụ               | 4              | -            | 0,966            |
| Đồng cảm                       | 4              | -            | 0,949            |
| Sự đáp ứng                     | 4              | -            | 0,949            |
| Phương tiện hữu hình           | 5              | -            | 0,957            |
| Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú | 6              | -            | 0,951            |
| Sự hài lòng của du khách       | 4              | -            | 0,956            |

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả*

### 3.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả kiểm định KMO và Bartlett các biến độc lập cho chỉ số KMO là  $0,857 > 0,5$  và mức ý nghĩa bằng 0 ( $\text{sig} = 0,000$ ). Vì vậy, có thể kết luận phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích nhân tố.

**Bảng 2: Kết quả kiểm định KMO và Bartlett biến phụ thuộc**

| Hệ số KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) |                         | 0,857     |
|------------------------------------|-------------------------|-----------|
| Mô hình kiểm tra của Bartlett      | Giá trị chi bình phương | 10105,064 |
|                                    | Bậc tự do               | 378       |
|                                    | Sig – mức ý nghĩa       | 0,000     |

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả*

Như vậy, qua một lần thực hiện phương pháp rút trích Principal Component và phép quay Varimax, kết quả các nhóm được gom lại lần cuối như sau:

- Nhóm 1 (Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú): Có 6 biến quan sát là HT1, HT2, HT3, HT4, HT5 và HT6.
- Nhóm 2 (Độ tin cậy): Có 5 biến quan sát là TC1, TC2, TC3, TC4 và TC5.
- Nhóm 3 (Phương tiện hữu hình): Có 5 biến quan sát là PT1, PT2, PT3, PT4 và PT5.
- Nhóm 4 (Sự đáp ứng): Có 4 biến quan sát là DU1, DU2, DU3 và DU4.
- Nhóm 5 (Đồng cảm): Có 4 biến quan sát là DC1, DC2, DC3 và DC4.
- Nhóm 6 (Năng lực phục vụ): Có 4 biến quan sát là NL1, NL2, NL3 và NL4

**Bảng 3: Kết quả phân tích nhân tố thang đo các biến độc lập**

|     | NHÂN TỐ |   |   |   |   |   |
|-----|---------|---|---|---|---|---|
|     | 1       | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| HT5 | 0,857   |   |   |   |   |   |
| HT4 | 0,832   |   |   |   |   |   |
| HT6 | 0,826   |   |   |   |   |   |

|     |       |       |       |       |       |       |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| HT2 | 0,820 |       |       |       |       |       |
| HT3 | 0,796 |       |       |       |       |       |
| HT1 | 0,746 |       |       |       |       |       |
| TC2 |       | 0,861 |       |       |       |       |
| TC4 |       | 0,856 |       |       |       |       |
| TC5 |       | 0,849 |       |       |       |       |
| TC1 |       | 0,839 |       |       |       |       |
| TC3 |       | 0,795 |       |       |       |       |
| PT1 |       |       | 0,861 |       |       |       |
| PT5 |       |       | 0,856 |       |       |       |
| PT2 |       |       | 0,855 |       |       |       |
| PT4 |       |       | 0,845 |       |       |       |
| PT3 |       |       | 0,770 |       |       |       |
| DU4 |       |       |       | 0,912 |       |       |
| DU2 |       |       |       | 0,908 |       |       |
| DU3 |       |       |       | 0,871 |       |       |
| DU1 |       |       |       | 0,848 |       |       |
| DC4 |       |       |       |       | 0,879 |       |
| DC2 |       |       |       |       | 0,870 |       |
| DC1 |       |       |       |       | 0,857 |       |
| DC3 |       |       |       |       | 0,815 |       |
| NL4 |       |       |       |       |       | 0,847 |
| NL3 |       |       |       |       |       | 0,837 |
| NL2 |       |       |       |       |       | 0,827 |
| NL1 |       |       |       |       |       | 0,794 |

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả*

### 3.4. Phân tích nhân tố thang đo biến phụ thuộc

**Bảng 4: Kiểm định KMO và Bartlett các biến phụ thuộc**

|                                    |                         |          |
|------------------------------------|-------------------------|----------|
| Hệ số KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) |                         | 0,658    |
| Mô hình kiểm tra của Bartlett      | Giá trị chi bình phương | 1292,112 |
|                                    | Bậc tự do               | 0,000    |
|                                    | Sig – mức ý nghĩa       |          |

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả*

Bảng 4 cho thấy, kết quả kiểm định KMO và Bartlett biến phụ thuộc cho chỉ số KMO là  $0,658 > 0,5$  và mức ý nghĩa bằng 0 (sig = 0,000). Vì vậy, có thể kết luận phân tích nhân tố rất phù hợp với tập dữ liệu.

**Bảng 5: Phân tích nhân tố EFA biến phụ thuộc**

|                      | Nhân tố |
|----------------------|---------|
|                      | 1       |
| Sự HÀi Lòng 4        | 0,963   |
| Sự HÀi Lòng 2        | 0,957   |
| Sự HÀi Lòng 3        | 0,929   |
| Sự HÀi Lòng 1        | 0,916   |
| Eigenvalue           | 3,544   |
| Phương sai trích (%) | 88,600  |

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả*

Bảng 5 cho thấy, có duy nhất một nhân tố được trích ra từ 4 biến quan sát được gọi là nhân tố sự hài lòng của du khách. Hệ số Eigenvalue là  $3,544 > 1$ , các biến đều có trọng số  $> 0,5$  và phương sai trích đạt được 88,600 % cho biết nhân tố rút trích giải thích được 88,600 % sự biến thiên của dữ liệu. Vậy các biến quan sát trong thang đo sự hài lòng của du khách đều quan trọng và có ý nghĩa thiết thực.

Sau khi phân tích nhân tố khám phá (EFA) thì mô hình nghiên cứu lý thuyết chính thức được điều chỉnh gồm 6 yếu tố tác động đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Cụ thể, mô hình này gồm có 7 biến bao gồm 1 biến phụ thuộc (Sự hài lòng của

du khách) và 6 biến độc lập (Độ tin cậy, Năng lực phục vụ, Đồng cảm, Sự đáp ứng, Phương tiện hữu hình, Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú) được đo lường với 28 biến quan sát.

### 3.5. Phân tích tương quan

Bảng 6 cho thấy, kết quả phân tích tương quan có sự tương quan chặt chẽ giữa biến phụ thuộc (sự hài lòng của du khách) với 6 biến độc lập: (1) Độ tin cậy, (2) Năng lực phục vụ, (3) Đồng cảm, (4) Sự đáp ứng, (5) Phương tiện hữu hình (6) Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú. Hệ số tương quan đều có giá trị Sig = 0,000. Do đó, có thể đưa các biến độc lập này vào mô hình hồi quy để giải thích cho sự thay đổi của biến phụ thuộc sự hài lòng của du khách

**Bảng 6: Ma trận hệ số tương quan các biến trong mô hình**

|    |                  | TC      | NL      | DC      | DU      | PT      | HT      | SHL     |
|----|------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| TC | Hệ số tương quan | 1       | 0,618** | 0,504** | 0,298** | 0,487** | 0,569** | 0,682** |
|    | Sig.(2-tailed)   |         | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   |
|    | N                | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     |
| NL | Hệ số tương quan | 0,618** | 1       | 0,459** | 0,342** | 0,490** | 0,582** | 0,659** |
|    | Sig.(2-tailed)   | 0,000   |         | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   |
|    | N                | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     |
| DC | Hệ số tương quan | 0,504** | 0,459** | 1       | 0,455** | 0,376** | 0,402** | 0,549** |
|    | Sig.(2-tailed)   | 0,000   | 0,000   |         | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   |
|    | N                | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     |

|    |                  |         |         |         |         |         |         |         |
|----|------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| DU | Hệ số tương quan | 0,298** | 0,342** | 0,455** | 1       | 0,434** | 0,273** | 0,446** |
|    | Sig.(2-tailed)   | 0,000   | 0,000   | 0,000   |         | 0,000   | 0,000   | 0,000   |
|    | N                | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     |
| PT | Hệ số tương quan | 0,487** | 0,490** | 0,376** | 0,434** | 1       | 0,577** | 0,653** |
|    | Sig.(2-tailed)   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   |         | 0,000   | 0,000   |
|    | N                | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     | 250     |
| HT | Hệ số tương quan | 0,569** | 0,582** | 0,402** | 0,273** | 0,577** | 1       | 0,743** |
|    | Sig.(2-tailed)   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   | 0,000   |         | 0,000   |

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả*

### 3.6. Phân tích hồi quy

**Bảng 7: Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình**

| Mô hình                                                           | Hệ số R            | Hệ số R <sup>2</sup> | Hệ số R <sup>2</sup> hiệu chỉnh | Sai số chuẩn của ước lượng | Hệ số Durbin Watson |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------|---------------------------------|----------------------------|---------------------|
| 1                                                                 | 0,857 <sup>a</sup> | 0,734                | 0,727                           | 0,56362                    | 2,004               |
| a. Biến độc lập: HT, DU, DC, NL, PT, TC<br>b. Biến phụ thuộc: SHL |                    |                      |                                 |                            |                     |

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả*

Bảng 7 cho thấy, giá trị hệ số R<sup>2</sup> là 0,734 điều này có nghĩa là các biến độc lập trong mô hình giải thích được 73,4% sự biến thiên của sự hài lòng của du khách nội địa đối với chất lượng dịch vụ du lịch của Bạc Liêu, còn lại 26,4% được giải thích bởi các yếu tố khác không có trong mô hình này.

Giá trị hệ số R<sup>2</sup> hiệu chỉnh là 0,727 nhỏ hơn R<sup>2</sup> chưa hiệu chỉnh là 0,734. Hệ số R<sup>2</sup> hiệu chỉnh của mô hình là 72,7% cho thấy mức độ phù hợp của mô hình tương đối tốt và sự phù hợp này chỉ đúng với dữ liệu mẫu này. Do đó cần tiến hành kiểm định độ phù hợp của mô hình này.

Kiểm định Durbin Watson = 2,004 nằm trong khoảng [ $1 < D < 3$ ] nên không có hiện tượng tương quan của các phần dư.

**Bảng 8: Kiểm tra định độ phù hợp của mô hình**

| Mô hình | Tổng bình phương | Bậc tự do | Trung bình bình phương | F      | Sig.    |                    |
|---------|------------------|-----------|------------------------|--------|---------|--------------------|
| 1       | Hồi quy          | 212,920   | 6                      | 35,487 | 111,712 | 0,000 <sup>b</sup> |
|         | Phần dư          | 77,192    | 243                    | 0,318  |         |                    |
|         | Tổng             | 290,112   | 249                    |        |         |                    |

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả*

Bảng 8 cho thấy, giá trị Sig rất nhỏ (Sig = 0,000 < 0,05) nên bác bỏ giả thuyết H<sub>0</sub>. Điều này có nghĩa là các biến độc lập trong mô hình có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc, tức là

sự kết hợp của các biến độc lập có thể giải thích được sự thay đổi của biến phụ thuộc.

**Bảng 9: Thông số thống kê từng biến trong mô hình**

| Mô hình | Hệ số chưa chuẩn hoá |              | Hệ số chuẩn hoá | t     | Sig.    | Thống kê đa cộng tuyến |           |       |
|---------|----------------------|--------------|-----------------|-------|---------|------------------------|-----------|-------|
|         | B                    | Sai số chuẩn | Beta            |       |         | Độ chấp nhận           | Hệ số VIF |       |
| 1       | (Hằng số)            | -0,831       | 0,178           |       | - 4,672 | 0,000                  |           |       |
|         | Tin Cậy              | 0,225        | 0,050           | 0,212 | 4,540   | 0,000                  | 0,501     | 1,995 |
|         | Năng Lực             | 0,143        | 0,048           | 0,138 | 2,988   | 0,003                  | 0,510     | 1,961 |
|         | Đồng Cảm             | 0,113        | 0,040           | 0,117 | 2,806   | 0,005                  | 0,625     | 1,599 |
|         | Đáp Ứng              | 0,113        | 0,043           | 0,103 | 2,621   | 0,009                  | 0,704     | 1,420 |
|         | Phương Tiện HH       | 0,210        | 0,050           | 0,186 | 4,188   | 0,000                  | 0,558     | 1,792 |
|         | Hạ Tầng              | 0,379        | 0,049           | 0,359 | 7,746   | 0,000                  | 0,511     | 1,958 |

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả*

Bảng 9 cho thấy, các biến đều có ý nghĩa về mặt thống kê vì Sig < 0,05. Ngoài ra, chúng ta cũng thấy rằng hệ số phóng đại phương sai VIF < 2 chứng tỏ không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Trong các yếu tố tác động đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch Bạc Liêu thì yếu tố “Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú” là cao nhất (Beta = 0,359), do đó đây là yếu tố tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của du khách, tiếp đến là yếu tố “Độ tin cậy” với hệ số Beta là 0,212 có tác động mạnh thứ hai, yếu tố “Phương tiện hữu hình” có hệ số Beta 0,186 tác động mạnh thứ ba, yếu tố “Năng lực phục vụ” có hệ số Beta 0,138 tác động mạnh thứ tư, yếu tố “Đồng cảm” có hệ số Beta 0,117 tác động mạnh thứ năm, cuối cùng là yếu tố “ Sự đáp ứng” có hệ số Beta 0,103 tác động yếu nhất đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Ngoài ra, tất cả các yếu tố đều tương quan thuận đến biến phụ thuộc.

**Phương trình hồi quy theo hệ số Beta chuẩn hoá như sau:**

$$Y = 0,212*TC + 0,138*NL + 0,117*DC + 0,103*DU + 0,186*PT + 0,359*HT$$

Sự hài lòng của du khách nội địa = 0,359 \* Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú + 0,212 \* Độ tin cậy + 0,186 \* Phương tiện hữu hình + 0,138 \* Năng lực phục vụ + 0,117 \* Đồng cảm + 0,103 \* Sự đáp ứng

Giả thuyết H<sub>1</sub> cho rằng, Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú (HT) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Căn cứ vào kết quả hồi quy cho ta thấy hệ số  $\beta = 0,359$  với sig = 0,000 < 0,05 nghĩa là có ý nghĩa về mặt thống kê. Vậy giả thuyết H<sub>1</sub>: Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú (HT) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu được chấp nhận. Tức là hạ tầng cơ sở vật chất càng hiện đại, đầy đủ thì sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu càng cao.

Giả thuyết H<sub>2</sub> cho rằng, Độ tin cậy (TC) của nhân viên tại khu du lịch có tác động cùng chiều đến sự hài lòng nội địa của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Căn cứ vào kết quả hồi quy cho ta thấy hệ số  $\beta = 0,212$  với sig = 0,000 < 0,05 nghĩa là có ý nghĩa về mặt thống kê. Vậy giả thuyết H<sub>2</sub>: Độ tin cậy (TC) của nhân viên tại khu du lịch có tác động cùng chiều đến sự hài lòng nội địa của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu được chấp nhận. Tức là nhân viên tại các khu du lịch càng phục vụ du khách chu đáo, thể hiện được vai trò của mình một cách đáng tin cậy thì sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ

du lịch Bạc Liêu càng tăng.

Giả thuyết  $H_3$  cho rằng phương tiện hữu hình (PT) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Căn cứ vào kết quả hồi quy cho ta thấy hệ số  $\beta = 0,186$  với  $\text{sig} = 0,000 < 0,05$  nghĩa là có ý nghĩa về mặt thống kê. Vậy giả thuyết  $H_3$ : phương tiện hữu hình (PT) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu được chấp nhận. Tức là các yếu tố thuộc về phương tiện hữu hình càng được trang bị đầy đủ thì sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch Bạc Liêu càng tăng.

Giả thuyết  $H_4$  cho rằng, Sự đáp ứng (DU) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Căn cứ vào kết quả hồi quy cho ta thấy hệ số  $\beta = 0,103$  với  $\text{sig} = 0,009 < 0,05$  nghĩa là có ý nghĩa về mặt thống kê. Vậy giả thuyết  $H_4$ : Sự đáp ứng (DU) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu được chấp nhận. Tức là tính đáp ứng của các khu du lịch, đội ngũ nhân viên, cùng các yếu tố khác phục vụ cho du khách càng đảm bảo thì sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch Bạc Liêu càng tăng.

Giả thuyết  $H_5$  cho rằng, Yếu tố Đồng cảm (DC) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Căn cứ vào kết quả hồi quy cho ta thấy hệ số  $\beta = 0,117$  với  $\text{sig} = 0,005 < 0,05$  nghĩa là có ý nghĩa về mặt thống kê. Vậy giả thuyết  $H_5$ : Yếu tố Đồng cảm (DC) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu được chấp nhận. Tức là sự đồng cảm của nhân viên tại các địa điểm du lịch cũng như nhân viên của các công ty du lịch càng cao thì sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch Bạc Liêu càng tăng.

Giả thuyết  $H_6$  cho rằng, Năng lực phục vụ (NL) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng

của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Căn cứ vào kết quả hồi quy cho ta thấy hệ số  $\beta = 0,138$  với  $\text{sig} = 0,003 < 0,05$  nghĩa là có ý nghĩa về mặt thống kê. Vậy giả thuyết  $H_6$ : Năng lực phục vụ (NL) có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu được chấp nhận. Tức năng lực phục vụ tại các địa điểm du lịch, của nhân viên công ty du lịch càng cao thì sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch Bạc Liêu càng tăng.

## **4. Kết luận**

### **4.1. Kết luận**

Với 250 bảng câu hỏi khảo sát được phát ra và đã thu hồi về 250 bảng khảo sát hợp lệ. Tác giả tiến hành phân tích với những số liệu sau khi khảo sát. Kết quả như sau: xử lý thang đo thông qua hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, EFA, sử dụng hồi quy tuyến tính bội để đánh giá mối quan hệ giữa các yếu tố Độ tin cậy, Năng lực phục vụ, Đồng cảm, Sự đáp ứng, Phương tiện hữu hình, Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Kiểm định T-test, ANOVA được sử dụng để kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm du khách khác nhau với các yếu tố ảnh hưởng lên sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu.

Kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 nhân tố liên quan đến của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu. Yếu tố “Hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú” là cao nhất (Beta = 0,359), tiếp đến là yếu tố “Độ tin cậy” với hệ số Beta là 0,212, yếu tố “Phương tiện hữu hình” có hệ số Beta 0,186 tác động mạnh thứ ba, yếu tố “Năng lực phục vụ” có hệ số Beta 0,138 tác động mạnh thứ tư, yếu tố “Đồng cảm” có hệ số Beta 0,117 tác động mạnh thứ năm, cuối cùng là yếu tố “Sự đáp ứng” có hệ số Beta 0,103 tác động yếu nhất đến sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu..

### **4.2. Hàm ý quản trị**

## **Về yếu tố hạ tầng cơ sở và cơ sở lưu trú**

Các đơn vị kinh doanh và các cơ sở lưu trú cần cung cấp, mang đến sự tiện nghi cho du khách bằng cách cung cấp đầy đủ các dịch vụ internet, viễn thông, dịch vụ tiện ích tại các nơi mà du khách đến để tham quan, lưu trú. Đảm bảo hệ thống viễn thông, thông tin liên lạc theo tiêu chuẩn quốc tế tới các khu, điểm du lịch. Cần hợp tác và kêu gọi nâng cấp cải tạo bến xe Bạc Liêu, đảm bảo chất lượng phục vụ khách du lịch, tạo môi trường giao thông công cộng hiện đại, thuận lợi cho người tham gia giao thông.

Giữa các điểm du lịch với nhau hoặc các chùa có đường đi lại khó khăn, xa thì các đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch cần kết hợp với đơn vị kinh doanh vận tải cụ thể là xe điện du lịch hoặc xe ôm công nghệ tại các khu vực đó để có phương tiện di chuyển cho du khách chất lượng, có sự quản lý theo hệ thống một cách thuận tiện và đáp ứng nhu cầu của du khách. Các đơn vị kinh doanh và cơ sở lưu trú dịch vụ du lịch trong thời gian tới nên quan tâm tới việc đầu tư trang thiết bị kỹ thuật hiện đại như lối ra vào nên sử dụng hệ thống nhận diện khuôn mặt, ngoài ra cần đa dạng hóa các loại hình dịch vụ, hệ thống cơ sở lưu trú đầy đủ tiện nghi phòng tiệc, quầy thức ăn nhanh, chăm sóc sắc đẹp và các dịch vụ khác với chất lượng phục vụ cao. Xây dựng hệ thống nhà vệ sinh công cộng sạch sẽ và tiện nghi tại các khu du lịch và bổ sung một số quán ăn từ bình dân đến những món ăn đặc sản của địa phương, đây là điều cần thiết cơ bản nhất để thỏa mãn nhu cầu du khách khi tham quan tại khu du lịch Bạc Liêu.

## **Về yếu tố độ tin cậy**

Tập trung và ưu tiên cải thiện khả năng của các đơn vị kinh doanh du lịch và cơ sở lưu trú trong việc thực hiện những dịch vụ đã hứa một cách chính xác và thân thiện. Đặc biệt cần nâng cao hơn nữa trách nhiệm của nhân viên, thực hiện đúng như đã hứa và đảm bảo không có sai sót ngay từ đầu. Đưa ra mức giá phù hợp có thể miễn phí phí giữ xe cho du khách

đến tham quan du lịch, ngoài ra nên đúng quy trình dịch vụ, đúng chất lượng cung cấp cho du khách và đội ngũ người làm du lịch chuyên nghiệp có chuyên môn, đáng tin cậy, kịp thời xử lý sai sót, vướng mắc, khiếu nại của du khách để các điểm du lịch đảm bảo chất lượng dịch vụ. Tiếp tục thực hiện tốt hơn nữa công tác quan hệ với du khách cụ thể quan tâm những nhu cầu mà du khách cần và từ đó đơn vị cung cấp đúng cho du khách nhằm tạo thêm giá trị gia tăng cho du khách, và đây là giải pháp cần thiết để có sự tin cậy góp phần nâng cao được sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu.

## **Về phương tiện hữu hình**

Cần đa dạng hơn nữa các dịch vụ giải trí, nên ưu tiên các loại hình giải trí gắn liền với thiên nhiên như du lịch sinh thái, du lịch ẩm thực sinh thái.

Các đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch cần xin ý kiến chỉ đạo để gia tăng số lượng xe buýt để tăng kết nối các địa điểm du lịch trong và ngoài tỉnh.

## **Về yếu tố năng lực phục vụ**

Cần có biện pháp cụ thể bằng cách mở các lớp đào tạo cho các quản lý của khu du lịch, khu di tích, nhà hàng, khách sạn, nhằm mục tiêu xây dựng được đội ngũ cán bộ quản lý có trình độ, có kỹ năng xử lý tình huống bất ngờ khi phục vụ du khách (cử đi học khóa đào tạo ngắn hạn, mở các lớp tập huấn định kỳ hàng năm về nghiệp vụ,...). Nhân viên phục vụ phải chuyên nghiệp, luôn giữ thái độ vui vẻ, cởi mở, trung thực trong giao tiếp, thể hiện sự quan tâm đến khách hàng, chân thành lắng nghe lời phản nản, góp ý của du khách, đặc biệt quan tâm đến vấn đề ưu tiên phục vụ nhanh chóng lượng khách đông vào những mùa du lịch, mùa cao điểm như cuối tuần, lễ tết.

Cần trang bị đầy đủ kiến thức cho nhân viên về dịch vụ du lịch, các truyền thống văn hóa, lịch sử những nơi mà du khách đặt chân đến. Từ đó góp phần quảng bá, tuyên truyền du lịch Bạc Liêu đến với du khách, cùng với đó nhân viên phục vụ cần phải có thái độ tốt

và sự chuyên nghiệp, đây là giải pháp cần thiết để thu hút và làm hài lòng du khách.

### **Về yếu tố đồng cảm**

Tạo ra các chương trình du lịch có sự lồng ghép các hoạt động gắn liền thực tiễn và mang đậm nét văn hóa hàng ngày của người dân địa phương, nhằm tạo cho du khách hiểu được nét đẹp văn hóa, sự thân thiện của người địa phương.

Nhân viên các khu du lịch cần chú ý đến cảm xúc của du khách, luôn chủ động quan tâm đến những khó khăn, khiếu nại của khách hàng và giải quyết khiếu nại một cách nhanh chóng. Luôn đón tiếp khách một cách niềm nở, vui vẻ, thân thiện.

### **Về yếu tố sự đáp ứng**

Các cơ sở lưu trú cần xây dựng cho nhân viên môi trường làm việc chuyên nghiệp, nhân viên phải có khả năng xử lý tình huống nhanh chóng, ngoài ra nên tuyển thêm nhân viên có trình độ, có năng lực và ngoại ngữ để phục vụ cho du khách. Nhanh chóng xử lý tình trạng làm thủ tục vào phòng và trả phòng cho du

khách một cách nhanh chóng và hợp lý tránh để du khách phiền hà.

- Với du lịch tâm linh: đối với loại hình du lịch này, các khu du lịch tâm linh có thể kết hợp với các cá nhân hoặc đơn vị tài trợ bán cơm chay, nước uống và mở khu nghỉ lại sạch sẽ và tiện nghi cho du khách ở xa gần các khu tâm linh, từ đó du khách sẽ hài lòng hơn về chất lượng dịch vụ của điểm du lịch mà du khách đến cũng như hài lòng về chất lượng dịch vụ du lịch tại Bạc Liêu góp phần gia tăng sự đáp ứng của điểm du lịch với du khách.

- Đối với du lịch văn hóa lịch sử: loại hình du lịch văn hóa lịch sử cần nâng cao nghiệp vụ của thuyết trình viên cụ thể thuyết trình viên phải hiểu rõ về văn hóa lịch sử và cột mốc dấu ấn tại điểm du lịch, họ cần phải chuẩn bị sẵn sàng kiến thức để phục vụ du khách.

- Với du lịch nghỉ dưỡng: loại hình du lịch nghỉ dưỡng tại Bạc Liêu chưa thật sự phổ biến. Các đơn vị kinh doanh và doanh nghiệp cần khai thác xây dựng loại hình du lịch này để đáp ứng nhu cầu của du khách trong và ngoài tỉnh.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

- Hoang T & Chu N.M.N, (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. Nhà xuất bản Hồng Đức, Thành phố Hồ Chí Minh
- Lê Đ.T, Tôn .T.H.H & Cao M.N, (2016). *Marketing dịch vụ hiện đại*. Nhà xuất bản Tài Chính.
- Bùi V.S, (2019). Nghiên cứu sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ du lịch tại Thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế*, 13-35.
- Long P.H, (2019). Đánh giá sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng MIA Nha Trang, Bùi Văn Sáu và ctv. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, tập 55 (3D), 167 -174.
- Cao T.T& Phạm T.H, (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*, tập 57, 150.
- Luu T.Đ.H, (2014). Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch ở Tiền Giang. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, tập 33 (D), 29-37.
- Luu T.K & Du P.H.K, (2022). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ du lịch tại đảo Nam Du, huyện Kiên Hải, tỉnh Kiên Giang. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, 49.

- Trần T.L. (2011). *Nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch nội địa với điểm đến du lịch Đà Nẵng*, [Luận văn Thạc sĩ Quản trị kinh doanh, Đại học Đà Nẵng]. Việt Nam.
- Nguyễn H,(2021) 24/01/2023. *Khách du lịch là gì? Phân loại khách du lịch – Thẻ giới Voucher*, <https://thegioivoucher.vn/khach-du-lich-la-gi/>
- Luu H.C, 27/01/2023. *Mô hình 5 khoảng cách chất lượng dịch vụ của Parasuraman*, <https://luanvanviet.com/noi-dung-mo-hinh-5-khoang-cach-chat-luong-dich-vu-cua-parasuraman/>
- Thanh G, (2022). *Du lịch Việt Nam liên tục năm trong nhóm tăng trưởng cao nhất thế giới*. <https://www.vietnamplus.vn/du-lich-viet-nam-lien-tuc-nam-trong-nhom-tang-truong-cao-nhat-the-gioi/808762.vnp>
- Trần L, (2021). *Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng*. [https://sapuwa.com/moi-quan-he-giua-chat-luong-dich-vu-va-su-hai-long-cua-khachhang.html?gidzl=d5QSH8NnM7MLIfv1WbPTvPDba6PIL9ssHwTHik\\_3oBS4viHoROD8OaKpXBAjWqbYH73HJ8XbVS2Z\\_DST0](https://sapuwa.com/moi-quan-he-giua-chat-luong-dich-vu-va-su-hai-long-cua-khachhang.html?gidzl=d5QSH8NnM7MLIfv1WbPTvPDba6PIL9ssHwTHik_3oBS4viHoROD8OaKpXBAjWqbYH73HJ8XbVS2Z_DST0)
- Du lịch đến Bạc Liêu – Cà Mau tăng đột biến dịp Tết Dương lịch 2023*. <https://kinhtedothi.vn/du-khach-den-bac-lieu-ca-mau-tang-dot-bien-dip-tet-duong-lich-2023.html>