

NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LƯU TRÚ TẠI CÁC KHÁCH SẠN Ở TAM ĐẢO, PHÚ THỌ

NGUYỄN NGỌC DUNG* - TẠ THỊ OANH**

Tóm tắt: Bài viết xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ lưu trú trong các khách sạn tại Tam Đảo, Phú Thọ. Dựa trên mô hình SERVPERF với 5 nhóm yếu tố (hữu hình, tin cậy, đáp ứng, đảm bảo, đồng cảm), nghiên cứu khảo sát 319 khách hàng lưu trú tại các khách sạn 3-4 sao. Dữ liệu được phân tích bằng SPSS thông qua Cronbach's Alpha, EFA, tương quan Pearson và hồi quy tuyến tính bội. Kết quả cho thấy cả 5 yếu tố đều ảnh hưởng tích cực đến chất lượng dịch vụ lưu trú trong khách sạn tại Tam Đảo... trong đó "sự đáp ứng" và "độ tin cậy" có tác động mạnh nhất. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các hàm ý nâng cao năng lực phục vụ, tăng tính chuyên nghiệp và cải thiện quy trình quản lý nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú tại Tam Đảo.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ, dịch vụ lưu trú, khách sạn, Tam Đảo.

Abstract: This study aims to identify the determinants of accommodation service quality among hotels in Tam Dao, Phu Tho Province. Drawing on the SERVPERF model comprising five dimensions-tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy-the research surveyed 319 guests staying at 3-4 star hotels. Data were analyzed using SPSS 26 through Cronbach's Alpha, Exploratory Factor Analysis (EFA), Pearson correlation, and multiple linear regression. The findings indicate that all five factors positively influence accommodation service quality, with responsiveness and reliability exerting the strongest effects. Accordingly, the study suggests several managerial implications aimed at enhancing staff competence, improving professionalism, and optimizing management processes to elevate the overall quality of accommodation services in Tam Dao.

Keywords: service quality, accommodation services, hotels, Tam Dao.

1. Vấn đề nghiên cứu

Trong bối cảnh ngành Du lịch Việt Nam phục hồi và chuyên dịch theo hướng nâng cao chất lượng trải nghiệm, chất lượng dịch vụ lưu trú (CLDVLT) trở thành yếu tố trọng tâm quyết định mức độ hài lòng và khả năng quay lại của du khách. Đặc biệt tại các điểm đến nghỉ dưỡng miền núi như Tam Đảo, nơi lượng khách tăng nhanh và hạ tầng dịch vụ phát triển mạnh trong những năm gần đây, vấn đề đảm bảo chất lượng dịch vụ càng có ý nghĩa chiến lược.

Tuy có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước về chất lượng dịch vụ khách sạn, phần lớn các công trình tập trung tại các đô thị lớn hoặc điểm đến là vùng biển, trong khi các nghiên cứu thực nghiệm tại Tam Đảo còn hạn chế. Bối cảnh đặc thù của địa phương chủ yếu là khách sạn 2-4 sao, nhân lực

phục vụ chưa đồng đều, quy mô cơ sở nhỏ, tạo ra khoảng trống nghiên cứu cần được làm rõ.

Xuất phát từ thực tiễn đó, nghiên cứu được triển khai nhằm: Nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến CLDVLT; Đánh giá sự khác biệt trong cảm nhận của các nhóm khách hàng; Xác định mức độ tác động của từng yếu tố dựa trên mô hình SERVPERF. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng cung cấp bằng chứng thực tiễn hỗ trợ các cơ sở lưu trú nâng cao chất lượng dịch vụ, góp phần tăng sức cạnh tranh của điểm đến Tam Đảo.

2. Cơ sở lý luận

Khái niệm chất lượng dịch vụ

Trong các nghiên cứu về dịch vụ, chất lượng dịch vụ thường được hiểu là mức độ mà trải nghiệm thực tế đáp ứng kỳ vọng của khách hàng. Dù có nhiều cách tiếp cận khác nhau, điểm chung của các học giả là cho rằng chất lượng dịch vụ được hình thành từ

quá trình cảm nhận của khách trong suốt quá trình sử dụng sản phẩm dịch vụ. Như vậy, chất lượng dịch vụ không chỉ phản ánh yếu tố hữu hình mà còn bao gồm các yếu tố vô hình như cảm xúc, sự tương tác và mức độ hài lòng chung của khách hàng.

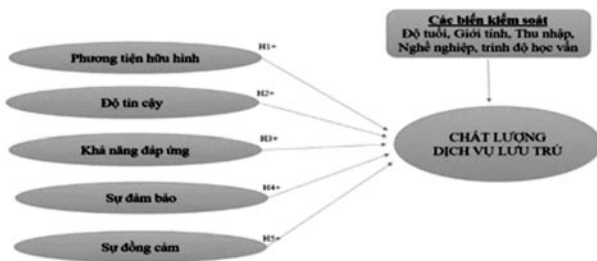
Khái niệm CLDVLT

Trong lĩnh vực khách sạn, CLDVLT giữ vai trò trung tâm vì liên quan trực tiếp đến ấn tượng của khách về toàn bộ trải nghiệm tại điểm đến. CLDVLT bao gồm 2 nhóm yếu tố chính: Yếu tố hữu hình như phòng nghỉ, tiện nghi, cơ sở vật chất và cảnh quan; Yếu tố vô hình như thái độ phục vụ, mức độ quan tâm và sự tiện lợi mà khách cảm nhận trong quá trình lưu trú. Nâng cao CLDVLT đòi hỏi kết hợp cả 2 yếu tố này để tạo ra trải nghiệm nhất quán và đáng tin cậy.

Giả thuyết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở kế thừa các lý thuyết nền tảng về chất lượng dịch vụ, bài viết lựa chọn SERVPERF làm khung lý thuyết chính để đánh giá CLDVLT tại các khách sạn ở Tam Đảo, Phú Thọ. Mô hình này giả định rằng chất lượng dịch vụ được phản ánh trực tiếp thông qua cảm nhận thực tế của khách hàng về dịch vụ.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng CLDVLT trong các khách sạn tại Tam Đảo, Phú Thọ

Nguồn: Tác giả kế thừa mô hình ERVPERF

Giả thuyết nghiên cứu

H1: Phương tiện hữu hình có ảnh hưởng tích cực đến CLDVLT; H2: Độ tin cậy có ảnh hưởng tích cực đến CLDVLT; H3: Khả năng đáp ứng có ảnh hưởng tích cực đến CLDVLT; H4: Sự đảm bảo có ảnh hưởng tích cực đến CLDVLT; H5: Sự đồng cảm có ảnh hưởng tích cực đến CLDVLT.

3. Phương pháp nghiên cứu

Thiết kế nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu được triển khai theo hướng định lượng nhằm đo lường ảnh hưởng các yếu tố đến CLDVLT trong các khách sạn tại Tam

Đảo, Phú Thọ. Đối tượng khảo sát là khách du lịch lưu trú tại 4 khách sạn tiêu biểu trên địa bàn gồm: Venus Hotel Tam Đảo, Sofia Tam Đảo Hotel & Spa, Anivia Tam Đảo Hotel và Mela Hotel Tam Đảo. Đây là những cơ sở lưu trú đại diện cho các phân khúc từ 3 đến 4 sao, có lượng khách ổn định và phản ánh tương đối toàn diện thị trường du lịch tại địa phương.

Thang đo nghiên cứu

Công cụ thu thập dữ liệu là bảng câu hỏi cấu trúc sử dụng thang đo Likert 5 mức (1 - Hoàn toàn không đồng ý đến 5 - Hoàn toàn đồng ý). Thang đo được xây dựng dựa trên mô hình SERVPERF của Cronin và Taylor (1992), đồng thời được điều chỉnh thông qua nghiên cứu định tính sơ bộ bằng phỏng vấn sâu các nhà quản lý khách sạn để đảm bảo tính phù hợp với đặc điểm địa phương.

Chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Phương pháp chọn mẫu: Bài viết sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện có chủ đích. Người tham gia có độ tuổi từ 18 trở lên, đã và đang lưu trú tại các khách sạn tại Tam Đảo, Phú Thọ. Việc lựa chọn đối tượng khảo sát như vậy nhằm đảm bảo rằng người tham gia có trải nghiệm thực tế với vấn đề nghiên cứu.

Cỡ mẫu: Dựa vào công thức chọn mẫu của Bollen (1989) và Slovin (1960), thì kích thước mẫu tối thiểu yêu cầu là 225 quan sát. Để đảm bảo sai số và đảm bảo độ tin cậy của nghiên cứu tác giả lựa chọn điều tra 320 phiếu khảo sát với 20 cơ sở lưu trú. Dữ liệu thu thập từ tháng 6-2024 đến tháng 7-2025. Sau khi thu hồi và kiểm tra, có 319 phiếu hợp lệ, chiếm 99,7%, được sử dụng cho phân tích chính thức.

Phân tích dữ liệu

Dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS với các bước: Kiểm định độ tin cậy thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha; Phân tích nhân tố khám phá nhằm xác định cấu trúc thang đo; Kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm nhân khẩu học; Phân tích hồi quy để xác định mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố trong mô hình đến CLDVLT. Việc lựa chọn các công cụ phân tích này nhằm đảm bảo kết quả nghiên cứu được kiểm chứng đa chiều và phản ánh chính xác cảm nhận của khách hàng.

4. Kết quả nghiên cứu

Thông tin nhân khẩu học

Kết quả thống kê nhân khẩu học cho thấy không

có sự chênh lệch đáng kể về giới tính: nữ chiếm 52%, nam 48%. Nhóm tuổi 20-35 chiếm 60,2%, phản ánh xu hướng du lịch ngắn ngày và nghỉ dưỡng cuối tuần của nhóm khách trẻ, năng động, có khả năng chi trả cao. Nhóm trên 50 tuổi chỉ chiếm 10,7%, thể hiện đặc trưng khách hàng chủ yếu của Tam Đảo là nhóm trung niên. Những kết quả này cho thấy tính đại diện của mẫu khảo sát là phù hợp với thực tiễn thị trường khách du lịch tại địa phương.

Kiểm định thang đo

Thang đo SERVPERF sau khi kiểm định đạt độ tin cậy tốt với hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,7.

Nhóm thang đo	Số biến ban đầu	Cronbach's Alpha lần 1	Biến bị loại	CITC thấp nhất	Cronbach's Alpha sau hiệu chỉnh	Biến giữ lại
Phương tiện hữu hình	6	0,898	-	0,648	0,898	6
Độ tin cậy	6	0,894	-	0,653	0,894	6
Khả năng đáp ứng	8	0,856	DU7	0,215	0,891	7
Sự đảm bảo	9	0,844	DB2, DB6	0,265-0,231	0,885	7
Sự đồng cảm	6	0,855	DC6	0,256	0,895	5
CLDVLT	5	0,745	-	0,681	0,745	5
Tổng cộng	40	-	4	-	-	36

Bảng 1: Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo trong mô hình nghiên cứu - Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát bằng SPSS (2025)

Tuy nhiên, trong quá trình kiểm định chi tiết 4 biến (DU7, DB2, DB6, DC6) có CITC nhỏ hơn 0,3, cho thấy mức độ tương quan thấp với các biến còn lại trong cùng nhóm. Việc loại bỏ 4 biến này giúp nâng hệ số Cronbach's Alpha của các nhóm thang đo tương ứng lên mức cao hơn (dao động từ 0,885 đến 0,895), đồng thời đảm bảo cấu trúc thang đo tinh gọn và ổn định.

Sau khi tinh chỉnh, từ 40 biến ban đầu, nghiên cứu giữ lại 36 biến hợp lệ. Tất cả các thang đo sau khi điều chỉnh đều có Cronbach's Alpha > 0,7 và CITC > 0,3, khẳng định thang đo có độ tin cậy cao

và tính nhất quán nội tại tốt, tạo nền tảng vững chắc cho các bước phân tích nhân tố khám phá (EFA) và hồi quy tuyến tính ở giai đoạn tiếp theo.

Phân tích sự khác biệt giữa các nhóm nhân khẩu học

Kiểm định thống kê cho thấy giới tính và nghề nghiệp không tạo ra sự khác biệt đáng kể trong đánh giá CLDVLT. Trong khi đó, thu nhập, độ tuổi và trình độ học vấn có ảnh hưởng nhất định tới cảm nhận của khách. Nhóm khách có thu nhập cao và nhóm có trình độ sau đại học thường đánh giá tích cực hơn, phản ánh mức kỳ vọng và khả năng chi trả khác biệt giữa các nhóm.

Kiểm định mô hình

Độ phù hợp của mô hình được kiểm định thông qua hệ số xác định R², R² hiệu chỉnh, kiểm định F trong phân tích phương sai (ANOVA) và hệ số Durbin-Watson. Kết quả được thể hiện trong Bảng 2.

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn ước lượng	Durbin-Watson
1	0,718	0,515	0,507	0,42796	1,535

**Bảng 2: Độ phù hợp của mô hình hồi quy
Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát bằng SPSS của tác giả, 2025**

Bảng Model Summary chỉ ra hệ số tương quan bội R = 0,718, thể hiện mức độ gắn kết khá chặt chẽ giữa nhóm biến độc lập và CLDVLT. Hệ số R² = 0,515 và R² hiệu chỉnh = 0,507, nghĩa là khoảng 50,7% sự biến thiên của CLDVLT được giải thích bởi 5 yếu tố HH, TC, DU, DC, DB trong mô hình. Giá trị này nằm ở mức khá cao đối với các nghiên cứu trong lĩnh vực khoa học xã hội, vốn chịu tác động của nhiều yếu tố ngoại sinh khó kiểm soát. Sai số chuẩn của ước lượng (0,42796) ở mức thấp, chứng tỏ giá trị dự báo của mô hình không chênh lệch nhiều so với giá trị thực tế. Durbin-Watson = 1,535 nằm trong khoảng 1,5-2,5, cho thấy không tồn tại hiện tượng tự tương quan bậc nhất trong phần dư.

Kiểm định giả thuyết

Dựa trên kết quả hồi quy bội ở Bảng 3, tất cả 5 biến độc lập HH, TC, DU, DC, DB đều có Sig. < 0,01, cho thấy các giả thuyết nghiên cứu đưa ra trước đó đều được chấp nhận ở mức tin cậy 99%. Điều này đồng nghĩa rằng mỗi yếu tố thành phần đều có mối quan hệ tuyến tính thuận chiều và có ý nghĩa thống kê với CLDVLT tại các khách sạn nghiên cứu.

Giả thuyết	Nội dung	Beta chuẩn hóa)	Sig.	VIF	Kết luận giả thuyết
H1	HH có tác động tích cực đến CLDVLT	0,344	0,000	1,047	Chấp nhận
H2	TC có tác động tích cực đến CLDVLT	0,353	0,000	1,067	Chấp nhận
H3	DU có tác động tích cực đến CLDVLT	0,209	0,000	1,022	Chấp nhận
H4	DC có tác động tích cực đến CLDVLT	0,167	0,000	1,363	Chấp nhận
H5	DB có tác động tích cực đến CLDVLT	0,255	0,000	1,405	Chấp nhận

Bảng 3. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu,
Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát bằng SPSS của tác giả, 2025

Kết quả kiểm định cho thấy độ tin cậy (TC) có mức tác động mạnh nhất với Beta 0,353, tiếp theo là phương tiện hữu hình (HH) với Beta 0,344, tiếp theo lần lượt là sự đảm bảo (DB), khả năng đáp ứng (DU) và cuối cùng là sự đồng cảm (DC). Việc tất cả giả thuyết đều được chấp nhận cho thấy mô hình nghiên cứu ban đầu phù hợp với dữ liệu thực tế, đồng thời phản ánh rõ vai trò tổng hợp của cả yếu tố hữu hình và yếu tố vô hình trong việc nâng cao CLDVLT.

4. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính khẳng định mô hình SERVPERF gồm 5 thành phần: phương tiện hữu hình, độ tin cậy, khả năng đáp ứng, sự đảm bảo và sự đồng cảm đều có tác động tích cực đến CLDVLT tại các khách sạn ở Tam Đảo, Phú Thọ.

Phương tiện hữu hình

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá khá tích cực về yếu tố hữu hình, tuy chưa phải là nhân tố tác động mạnh nhất. Các khách sạn ở Tam Đảo như Venus, Sofia hotel đã có những cải thiện đáng kể về cơ sở vật chất như phòng nghỉ, nhà hàng, khu vực sảnh, trang trí cảnh quan, góp phần tạo hình ảnh điểm đến hiện đại và tiện nghi. Tuy nhiên, thực tế quan sát cho thấy sự chênh lệch giữa các phân khúc khách sạn vẫn còn lớn: một số cơ sở 3 sao chưa đảm bảo đồng bộ về ánh sáng, khu vực vệ sinh hoặc thiết bị phòng tắm, các khu vực công cộng đôi khi

thiếu bảng chỉ dẫn hoặc chưa có không gian sinh hoạt cộng đồng rõ nét.

Độ tin cậy

Độ tin cậy được xác định là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến CLDVLT. Du khách đánh giá cao sự ổn định trong vận hành và tính chính xác của thông tin: từ quá trình đặt phòng trực tuyến, thủ tục check-in/ check-out đến việc đảm bảo đúng cam kết về hạng phòng, giá và dịch vụ đi kèm. Một số khách sạn như Venus Hotel đã xây dựng quy trình phục vụ theo chuẩn SOP, giúp hạn chế sai sót và tăng tính minh bạch.

Tuy nhiên, tại một số khách sạn nhỏ vấn đề nhất quán trong phục vụ và xử lý sự cố vẫn chưa đảm bảo. Đồng thời, phản ánh bức tranh thực trạng tại các cơ sở lưu trú ở Tam Đảo: các khách sạn lớn đã tạo dựng độ tin cậy vững chắc, trong khi nhóm cơ sở nhỏ vẫn cần hoàn thiện quy trình dịch vụ và đào tạo nhân sự để duy trì chất lượng ổn định.

Khả năng đáp ứng

Khả năng đáp ứng là yếu tố có mức độ ảnh hưởng cao thứ hai, thể hiện qua khả năng hỗ trợ kịp thời và thái độ nhiệt tình của nhân viên. Nhiều khách lưu trú tại Tam Đảo đánh giá cao tinh thần phục vụ nhanh, thân thiện, nhất là trong mùa cao điểm khi lượng khách tăng mạnh. Một điểm sáng là sự linh hoạt trong hỗ trợ đặc biệt (đặt bàn ăn, mượn xe điện, hướng dẫn du lịch), giúp tạo cảm giác thuận tiện và được quan tâm.

Điều này cho thấy các cơ sở lưu trú tại Tam Đảo đang chuyển từ mô hình phục vụ thủ công sang chuyên nghiệp, song cần nâng cấp năng lực nhân sự để đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của du khách.

Sự đảm bảo

Sự đảm bảo được xác định là yếu tố có tác động mạnh thứ ba trong mô hình, phản ánh niềm tin, an toàn và sự chuyên nghiệp mà khách hàng cảm nhận. Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá cao thái độ, tác phong và kiến thức chuyên môn của đội ngũ nhân viên tại các khách sạn từ 4 sao trở lên. Các bộ phận lễ tân và nhà hàng được khen ngợi vì phong cách phục vụ lịch sự, khả năng giao tiếp tiếng Anh khá tốt và luôn tạo cảm giác an tâm. Tuy nhiên, nhóm khách sạn tầm trung vẫn bộc lộ sự thiếu nhất quán trong phong cách phục vụ và kiểm soát chất lượng nội bộ. Một số nhân viên chưa được đào tạo bài bản về nghiệp vụ lễ tân hoặc kỹ năng xử lý khủng hoảng. Điều này phản ánh rõ khoảng cách giữa cơ sở lưu trú tư nhân nhỏ và các khách sạn chuyên nghiệp.

Sự đồng cảm

Sự đồng cảm là yếu tố có hệ số tác động thấp nhất nhưng vẫn mang ý nghĩa tích cực. Khách hàng ghi nhận thái độ thân thiện và sẵn lòng lắng nghe của nhân viên, nhất là tại các khách sạn gia đình hoặc cơ sở nhỏ, nơi mối quan hệ giữa chủ và khách gần gũi, tự nhiên. Tuy nhiên, yếu tố “cá nhân hóa dịch vụ” vẫn còn yếu, nhân viên ít chủ động hỏi han hoặc ghi nhớ sở thích khách quen. Một số du khách phản ánh “dịch vụ nhìn chung tốt nhưng thiếu điểm nhấn cảm xúc”. Do đó, các khách sạn tại Tam Đảo cần phát triển văn hóa phục vụ lấy khách hàng làm trung tâm, khuyến khích nhân viên thể hiện sự quan tâm cá nhân hóa, đặc biệt đối với khách quay lại hoặc khách lưu trú dài ngày.

5. Hàm ý quản trị

Chuẩn hóa quy trình và kiểm soát chất lượng

Các khách sạn tại Tam Đảo hiện chưa thống nhất về tiêu chuẩn vận hành, đặc biệt nhóm 2-3 sao còn quản lý theo kinh nghiệm. Vì vậy, cần xây dựng bộ quy trình phục vụ chuẩn (SOP) cho lễ tân, buồng phòng, nhà hàng và xử lý khiếu nại, đồng thời duy trì cơ chế đánh giá nội bộ qua kiểm tra chéo hoặc khảo sát sau lưu trú. Việc áp dụng bộ tiêu chí đánh giá riêng phù hợp điều kiện miền núi giúp đảm bảo sự nhất quán và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Nâng cao năng lực và thái độ phục vụ của nhân sự

Các khách sạn cần liên kết với các trường đào tạo du lịch để tổ chức khóa huấn luyện ngắn hạn, bồi dưỡng kỹ năng giao tiếp, xử lý phàn nàn và làm việc nhóm. Mỗi bộ phận nên có bản đồ năng lực cụ thể, giúp nhân viên hiểu rõ yêu cầu công việc và lộ trình phát triển nghề nghiệp. Bên cạnh đó, cần xây dựng cơ chế thưởng, phạt rõ ràng, ghi nhận kịp thời những hành vi phục vụ tốt để khuyến khích tinh thần làm việc tích cực.

Phát triển văn hóa đồng cảm và cá nhân hóa trải nghiệm

Sự đồng cảm được khách hàng đánh giá tích cực nhưng chưa nổi bật. Nhân viên cần được khuyến khích ghi nhớ tên khách, thói quen hoặc sở thích để cá nhân hóa dịch vụ. Việc chào hỏi thân thiện, gửi lời cảm ơn sau khi khách rời đi, hay tặng quà lưu niệm nhỏ mang bản sắc địa phương đều giúp nâng cao ấn tượng tốt.

Ngoài ra, các khách sạn nên kết hợp yếu tố văn hóa vùng cao trong phục vụ, như trang phục dân tộc, ẩm thực đặc sản hoặc không gian thiên nhiên bản địa. Những chi tiết này vừa thể hiện sự gần gũi, vừa giúp khách cảm nhận nét riêng của Tam Đảo.

Ứng dụng công nghệ trong quản trị dịch vụ

Công nghệ là công cụ hữu hiệu để nâng cao

hiệu quả quản lý và chất lượng dịch vụ. Các khách sạn nên triển khai hệ thống quản lý lưu trú (PMS) để đồng bộ dữ liệu đặt phòng, thanh toán và phản hồi khách hàng. Việc ứng dụng mã QR để khách đánh giá dịch vụ tức thì cũng giúp nhà quản lý nắm bắt và xử lý vấn đề kịp thời. Đồng thời, cần đẩy mạnh truyền thông số qua mạng xã hội để quảng bá hình ảnh khách sạn, chia sẻ trải nghiệm tích cực và xây dựng thương hiệu điểm đến thân thiện, hiện đại.

Tăng cường liên kết phát triển bền vững

Để nâng cao chất lượng dịch vụ đồng bộ, cần có sự phối hợp giữa 3 bên: chính quyền địa phương, doanh nghiệp khách sạn và cộng đồng dân cư. Chính quyền nên có chính sách hỗ trợ đào tạo nhân lực, kiểm định chất lượng và đầu tư hạ tầng giao thông, chiếu sáng, chỉ dẫn du lịch.

Các khách sạn cần chủ động hợp tác, chia sẻ kinh nghiệm quản lý, cùng xây dựng tiêu chuẩn phục vụ chung. Cộng đồng địa phương có thể tham gia cung ứng sản phẩm, thực phẩm sạch và dịch vụ bổ trợ, vừa tạo việc làm vừa tăng tính bản địa hóa trong trải nghiệm của du khách.

6. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy CLDVLT tại Tam Đảo chịu tác động đồng thời của cả yếu tố hữu hình và vô hình, phản ánh đúng tính chất đa chiều của mô hình SERVPERF. Trong đó, độ tin cậy và phương tiện hữu hình là 2 yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất, cho thấy du khách đặc biệt quan tâm đến sự chính xác trong phục vụ và mức độ hoàn thiện của cơ sở vật chất. 3 yếu tố sự đảm bảo, khả năng đáp ứng và sự đồng cảm, cũng tạo ra tác động tích cực, nhấn mạnh vai trò trung tâm của đội ngũ nhân sự trong việc hình thành trải nghiệm lưu trú.

Nhìn chung, bài viết góp phần bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho các mô hình chất lượng dịch vụ trong bối cảnh điểm đến miền núi, nơi điều kiện phát triển và nguồn nhân lực có phần hạn chế. Kết quả thu được cung cấp căn cứ quan trọng giúp các khách sạn địa phương định hướng cải thiện dịch vụ, đồng thời hỗ trợ cơ quan quản lý trong xây dựng chính sách phát triển du lịch bền vững cho Tam Đảo. Đây là tiền đề cần thiết để nâng cao năng lực cạnh tranh và củng cố hình ảnh điểm đến trong thời gian tới ■

N.N.D-T.T.O

Tài liệu tham khảo

1. Cronin, J. J., & Taylor, S. A., *Measuring service quality:*

A reexamination and extension (Đo lường chất lượng dịch vụ: Xem xét lại và mở rộng), *Journal of Marketing*, 56(3), 1992, tr.55-68.

2. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality (SERVQUAL: Thang đo đa biến để đánh giá cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ)*, *Journal of Retailing*, 64 (1), 1988, tr.12-40.

3. Phạm Thị Hồng, *Chất lượng dịch vụ lưu trú và sự hài lòng của khách hàng tại các khách sạn 3 sao ở TP.HCM*, luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM, 2020.

4. Sở VHTTDL Vĩnh Phúc, *Đề án phát triển du lịch huyện Tam Đảo đến năm 2025, định hướng 2030*, 2021.

5. UBND huyện Tam Đảo, *Báo cáo phát triển kinh tế, xã hội huyện Tam Đảo giai đoạn 2003-2024*, 2024.

6. UBND tỉnh Vĩnh Phúc, *Báo cáo tổng kết tình hình phát triển du lịch Tam Đảo năm 2023 và kế hoạch 2024*, 2024.

7. UNWTO, *Báo cáo du lịch thế giới - Thống kê tháng 1-2024*, 2024.

8. World Bank, *Đánh giá ngành Du lịch Việt Nam: Nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững*, 2019.

9. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D., *Services marketing: Integrating customer focus across the firm (Marketing dịch vụ: Tích hợp định hướng khách hàng trong toàn bộ doanh nghiệp)*, New York: McGraw-Hill, 2006.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 11-10-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 28-11-2025; Ngày duyệt bài: 29-11-2025.

PHÁT TRIỂN DU LỊCH XANH... (tiếp theo trang)

Đối với doanh nghiệp: cần đầu tư dịch vụ thân thiện môi trường, ưu tiên chuỗi cung ứng địa phương; Đối với giới nghiên cứu: cần tăng cường khảo sát so sánh liên vùng, đo lường tác động xã hội - môi trường, thử nghiệm mô hình đồng quản trị (1)■

T.V.T - T.T.N - P.T.T.H - N.T.H.Ả

1. Nghiên cứu này do Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh bảo trợ và cấp kinh phí theo Hợp đồng số 265/HD-DCT, ngày 1- 7- 2025.

Tài liệu tham khảo:

1. Ban Quản lý Khu di tích Gò Tháp, *Gò Tháp - Di tích Quốc gia đặc biệt* (tái bản lần thứ nhất, có sửa chữa bổ sung), Nxb Văn hóa - Văn nghệ TP.HCM, 2016.

2. Nguyễn Chí Bền, *Lễ hội cổ truyền của người Việt - cấu trúc và thành tố*, Nxb Khoa học xã hội, 2015.

3. Phạm Lan Oanh, *Lễ hội thờ nhân vật lịch sử, trường hợp lễ hội Gò Tháp, tỉnh Đồng Tháp*, Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật, 3(429), 2020, tr.41-44.

4. Trần Ngọc Hùng, *Lễ hội Gò Tháp trong chiến lược phát triển du lịch xanh*, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc, 2020.

5. Nguyễn Phúc Nghiệp, *Lễ hội Nghinh Ông Vàm Láng có từ khi nào?*, baodongthap.vn, 7-5- 2025.

6. Lê Nhung, *Những điều thú vị về nguồn gốc lễ Nghinh Ông Vàm Láng*, baophapluat.vn, 15-5-2018.

7. Nguyễn Sự, *Dấu ấn lịch sử của Khởi nghĩa Trương Định*, nhandan.vn, 16-8-2024.

8. Bramwell, B., & Lane, B, *Critical research on the governance of sustainable tourism (Nghiên cứu chuyên sâu về quản trị du lịch bền vững)*, *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 2011, tr.411-421.

9. Butler, R. W, *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources (Khái niệm về chu kỳ tiến hóa của khu du lịch: Ý nghĩa đối với quản lý tài nguyên)*, *The Canadian Geographer*, 24(1), 1980, tr.5-12,

10. Hall, C. M, *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships* (2nd ed.) (*Quy hoạch du lịch: Chính sách, quy trình và mối quan hệ*), Pearson Education, 2008.

11. Richards, G, *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives (Du lịch văn hóa: Góc nhìn toàn cầu và địa phương)*, Routledge, 2007.

12. Smith, V. L, *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century (Chủ nhà và khách du lịch được nhìn nhận lại: Những vấn đề du lịch của thế kỷ 21)*, Cognizant Communication, 2001.

13. Smith, M. K, *Issues in Cultural Tourism Studies* (2nd ed.) (*Các vấn đề trong nghiên cứu du lịch văn hóa*), Routledge, 2009.

14. UNESCO, *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage (Công ước về bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể)*, 2003.

15. UNWTO, *Sustainable Tourism for Development Guidebook (Cẩm nang du lịch bền vững vì sự phát triển)*, 2013.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 28-10-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 10-11-2025; Ngày duyệt bài: 20-11-2025.