

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

Lê Ngọc Danh¹, Trần Mạnh Hoàng², Huỳnh Khởi Triết³,
Lê Hoàng Nam⁴, Từ Phước Nguyên⁵

Tóm tắt

Mục tiêu nghiên cứu là phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách du lịch đối với dịch vụ du lịch sinh thái Vườn Quốc gia U Minh Thượng, tỉnh Kiên Giang. Nghiên cứu thực hiện điều tra 215 du khách đến du lịch sinh thái Vườn Quốc gia U Minh Thượng. Số liệu được kiểm định Cronbach's Alpha và sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA nhằm xác định các nhân tố có ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của du khách. Cuối cùng, phương pháp hồi quy đa biến được sử dụng để tìm ra biến ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách. Kết quả cho thấy những nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của du khách về dịch vụ du lịch sinh thái Vườn Quốc gia U Minh Thượng gồm: Tài nguyên du lịch, Cơ sở hạ tầng, Đáp ứng lưu trú, Giá cả dịch vụ và Phong cách phục vụ. Trong đó, nhân tố Tài nguyên du lịch có tác động cao nhất, nhân tố Phong cách phục vụ có tác động thấp nhất. Từ đó, bài viết đề xuất biện pháp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của du khách, cải thiện ý định hành vi của người dân, góp phần giúp cho Vườn Quốc gia U Minh Thượng phục vụ tốt hơn và thu hút được nhiều du khách.

Từ khóa: Sự hài lòng, Du lịch, Vườn Quốc gia U Minh Thượng.

THE ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING TOURISTS' SATISFACTION WITH SERVICE QUALITY IN U MINH THUONG NATIONAL PARK, KIEN GIANG PROVINCE

The study aims to analyze the factors affecting the satisfaction of tourists with eco-tourism services at U Minh Thuong National Park, Kien Giang Province. A research was conducted with 215 tourists visiting U Minh Thuong National Park ecotourism. The data are tested with Cronbach's alpha, and the exploratory factor analysis (EFA) to determine the factors that affect the level of the tourists' satisfaction with the ecotourism service of U Minh Thuong National Park. Finally, a multi-variable regression is used to find the variables affecting tourists' satisfaction. The results show 05 factors affecting the satisfaction of tourists about ecotourism services in U Minh Thuong National Park, including "natural resources", "infrastructure", "accommodation facilities", "service prices", and "Service style". In which, the factor "Natural resources" has the highest impact while the factor "Service style" has the lowest impact. The study proposes solutions to increase tourist satisfaction and improve people's behavior, which contribute to enhancing U Minh Thuong National Park's services and attracting more tourists.

Keywords: Satisfaction, Tourism, U Minh Thuong National Park.

JEL classification: M31, M37.

1. Đặt vấn đề

Với xu thế toàn cầu hóa, trong bối cảnh hiện nay du lịch đã trở thành một nhu cầu không thể thiếu, một hiện tượng phổ biến trong đời sống văn hóa - xã hội. Vì vậy ngành du lịch đã trở thành một trong những ngành kinh tế quan trọng đối với hầu hết các quốc gia. Những năm gần đây do ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid 19 đã làm GDP của ngành du lịch giảm sút nặng nề. Tuy nhiên vào năm 2019, khi chưa chịu ảnh hưởng của dịch bệnh, du lịch đã đóng góp vào 9,2% GDP của quốc gia (Theo tổng cục Du lịch Việt Nam, 2019) và theo các chuyên gia dự báo, sau khi đại dịch kết thúc, đóng góp của ngành du lịch vào GDP của quốc gia sẽ tăng cao hơn nữa. Từ đó, góp phần giải quyết vấn đề lao động, đồng thời là phương tiện quảng bá hình ảnh đất nước với bạn bè quốc tế. Ở Việt Nam, nền kinh tế đang trong quá trình

chuyển đổi từ nền kinh tế nông nghiệp sang dịch vụ. Du lịch đang chiếm tỷ trọng ngày càng tăng trong tổng thu nhập quốc dân của Việt Nam nói chung và của tỉnh Kiên Giang nói riêng, kéo theo sự phát triển đó là sự đòi hỏi cao hơn của khách hàng về chất lượng của sản phẩm dịch vụ (Luu Thanh Đức Hải & Nguyễn Hồng Giang, 2011). Kiên Giang là một trọng điểm du lịch của quốc gia với ba địa danh du lịch nổi tiếng là Phú Quốc, Hà Tiên và U Minh Thượng. Theo Sở Du lịch Kiên Giang, trong năm 2021 toàn tỉnh đón 3.126.582 lượt du khách đến tham quan, du lịch, giảm 41,8% so với cùng kỳ năm trước. Riêng tại Vườn Quốc gia (VQG) U Minh Thượng do dịch bệnh Covid 19 lượng khách 10 tháng đầu năm 2021 chỉ bằng 50,72% so với cùng kỳ năm 2020. Điều này cho thấy đại dịch covid-19 đã gây ảnh hưởng trầm trọng đến ngành du lịch, thu nhập của người dân

cũng giảm đi rất nhiều, từ đó việc chi tiêu của họ cho du lịch cũng sẽ hạn chế hơn trước. Ngành du lịch nói chung cần có sự chuẩn bị kỹ lưỡng để có thể nhanh chóng phục hồi và trở lại quỹ đạo phát triển sau khi dịch bệnh được kiểm soát.

Hiện nay Kiên Giang đang chuẩn bị cho Kế hoạch năm du lịch 2025 và tầm nhìn 2030, nên tỉnh đang tập trung nguồn lực vào việc phát triển ngành du lịch. Tiềm năng du lịch ở U Minh Thượng chưa đủ lớn như tại Hà Tiên và Phú Quốc để có thể thu hút nhiều du khách nước ngoài đến tham quan, nghỉ dưỡng. Nhưng đối với khách du lịch nội địa thì U Minh Thượng được xem là một điểm du lịch nổi tiếng với nhiều cảnh quan thiên nhiên đẹp, cùng với các di tích văn hóa lịch sử, lễ hội mang nét đặc trưng. Tuy nhiên các địa điểm du lịch U Minh Thượng chưa được đầu tư xây dựng với quy mô lớn và hình ảnh U Minh Thượng chỉ được một số ít du khách ngoài tỉnh biết đến. Chính sách đầu tư về quảng bá hình ảnh tại U Minh Thượng chưa được tỉnh chú trọng. Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch và cơ sở lưu trú cho du khách còn chưa đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng, bên cạnh đó các loại hình dịch vụ tăng thêm như nhà hàng, khách sạn và dịch vụ kèm theo chưa đa dạng làm giảm sự hứng thú của du khách khi đến du lịch nơi đây. Tình trạng ép giá của các cơ sở du lịch trong mùa cao điểm thường xuyên xảy ra cùng với phong cách, thái độ phục vụ thiếu chuyên nghiệp của các nhân viên phục vụ đã phần nào khiến cho nhiều du khách không muốn quay lại U Minh Thượng thêm lần nữa. Sau 2 vụ cháy rừng kinh hoàng vào năm 2002 và 2015 đã khiến hàng chục nghìn hecta rừng nguyên sinh, rừng tràm tại U Minh Thượng bị thiêu rụi, làm chết nhiều loài động vật quý hiếm, ngoài ra nó còn ảnh hưởng nặng nề đến cảnh quan thiên nhiên phục vụ du lịch tại nơi đây, gây cản trở lớn cho việc phát triển du lịch. Các cơ quan chức năng đã và đang cố gắng khôi phục rừng tại U Minh Thượng nhưng kết quả không thực sự khả quan và tốn rất nhiều thời gian, tiền bạc. Những khó khăn trên đã cản bước phát triển du lịch tại U Minh Thượng quá lâu nhưng tỉnh Kiên Giang lại chưa có chính sách cụ thể để phát triển du lịch U Minh Thượng. U Minh Thượng thật sự cần có những thay đổi lớn để có thể phát triển du lịch một cách mạnh mẽ và bền vững. Mà trước hết là phải nắm bắt được những yếu tố tác động đến sự hài lòng của du khách, để từ đó thay đổi và làm hài lòng họ hơn nhằm thu hút được nhiều khách tham quan hơn.

Do vậy việc nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch đối với dịch vụ du lịch sinh thái VQG U Minh Thượng,

tỉnh Kiên Giang” là cần thiết thực hiện để có thể xác định được các yếu tố chất lượng dịch vụ liên quan đến du lịch U Minh Thượng mà du khách đã hài lòng và chưa hài lòng. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đưa ra một số đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm thu hút nhiều khách du lịch đến với U Minh Thượng, tạo sự phát triển bền vững cho ngành du lịch của U Minh Thượng, Kiên Giang.

2. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

2.1 Cơ sở lý thuyết

Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên, di tích lịch sử - văn hóa, công trình lao động sáng tạo của con người và các giá trị nhân văn khác có thể được sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch, là yếu tố cơ bản để hình thành các khu du lịch, điểm du lịch. VQG U Minh Thượng nằm trong hệ thống khu dự trữ sinh quyển thế giới với hệ sinh thái rừng nhiệt đới ngập nước, đầm lầy than bùn thuộc loại quý hiếm. Cùng với hệ động thực vật đa dạng và vô cùng phong phú, có nhiều loài động vật được ghi trong sách đỏ Việt Nam và thế giới. Bên cạnh những thế mạnh về cảnh quan và yếu tố tự nhiên, nơi đây cũng có làng nghề truyền thống “gác kèo, ăn ong” nổi tiếng và nhiều di tích lịch sử đặc biệt của tỉnh Kiên Giang khi đã trải qua hai thời kỳ kháng chiến chống Pháp và Mỹ với vai trò là căn cứ cách mạng quan trọng ở khu vực phía Tây Nam. Ngoài ra thì U Minh Thượng vẫn còn nhiều những điều kiện thích hợp khác để có thể phục vụ cho hoạt động du lịch. Với những thế mạnh vốn có về tài nguyên du lịch đó, U Minh Thượng có thể phát triển du lịch một cách mạnh mẽ, nhưng cho đến nay thì VQG U Minh Thượng vẫn chưa cho thấy được nét nổi bật trong phát triển du lịch tại địa phương. Chính vì vậy mà việc xem xét sự hài lòng của du khách về tài nguyên du lịch tại đây để đánh giá xem những thế mạnh vốn có đó đã được tận dụng tối ưu hay chưa và cần sửa đổi những gì để có thể làm hài lòng du khách hơn. Tài nguyên du lịch là yếu tố nền tảng để hình thành nên những điểm du lịch và định hình sự ấn tượng của du khách về địa điểm đó. Nghiên cứu của Trần Thị Lương (2011), Nguyễn Vương & Nguyễn Văn Ngọc (2012), Mai Anh Tài (2014) đã chỉ ra rằng cảnh quan du lịch có ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách.

Cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ du lịch: Là hệ thống giao thông vận tải; hệ thống liên lạc viễn thông; hệ thống cung cấp năng lượng phục vụ cho du lịch. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của du khách khi lựa chọn điểm đến du lịch. Tại U Minh Thượng có nhiều tuyến đường sắt lở

và xuống cấp khá nghiêm trọng, điều này làm ảnh hưởng đến tâm lý và quyết định của du khách khi chọn điểm đến là VQG U Minh Thượng. Bên cạnh đó thì vẫn có tình trạng xảy ra việc tính hiệu liên lạc yếu, tình trạng mất sóng điện thoại. Đây cũng là yếu tố làm cho du khách quan ngại và làm ảnh hưởng đến hoạt động du lịch của VQG. Nghiên cứu của Đinh Công Thành, Phạm Lê Hồng Nhung và Trương Quốc Dũng (2011), Nguyễn Vương và Nguyễn Văn Ngọc (2012), Nguyễn Trọng Nhân (2013), Mai Anh Tài (2014), Fennell & Weaver (1997) đã chỉ ra rằng cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách. Cơ sở hạ tầng không tốt sẽ ảnh hưởng xấu đến cảm nhận của du khách về địa điểm du lịch.

Cơ sở lưu trú là cơ sở cho thuê buồng, giường và cung cấp các dịch vụ khác phục vụ khách lưu trú. Trong đó khách sạn là cơ sở lưu trú du lịch chủ yếu. Tại U Minh Thượng, du khách chủ yếu đến tham quan, ăn uống, vui chơi giải trí trong ngày rồi về nên cơ sở lưu trú tại đây vẫn chưa phát triển. Tuy nhiên các cơ sở lưu trú ở U Minh Thượng đang được cải tiến, nâng cấp về cả số lượng và chất lượng để phục vụ tốt hơn khách du lịch đến đặt phòng. Trong các nghiên cứu của Trần Thị Lương (2011), Lưu Thanh Đức Hải & Nguyễn Hồng Giang (2011), Fennell & Weaver (1997) chỉ ra rằng cơ sở lưu trú có ảnh hưởng cùng chiều đối với khách du lịch. Điều này cho thấy nếu cơ sở lưu trú phục vụ tốt thì sẽ làm tăng sự hài lòng của du khách khi đến tham quan tại khu du lịch.

Khả năng đáp ứng các dịch vụ: Là sự mong muốn và sẵn sàng cung cấp dịch vụ cho khách của cơ sở cung cấp dịch vụ. Khách du lịch khi đến du lịch tại một địa điểm du lịch thường hay sử dụng dịch vụ tại điểm du lịch đó, bao gồm dịch vụ ăn uống, quà lưu niệm và các dịch vụ khác. Đặc biệt quà lưu niệm là một biểu tượng nhỏ hoặc một kỷ niệm về chuyến du lịch của họ, nhiều du khách rất hứng thú với các sản phẩm quà lưu niệm đặc trưng của từng điểm du lịch. Tại VQG U Minh Thượng, du khách sẽ được trải nghiệm những món đặc sản như cá lóc nướng trui, cá rô kho tộ, cá rô rang muối, cá trê vàng nướng ăn với nước mắm rừng, cá thác lác muối sả nghệ chiên... Ngoài ra, còn có các món khác như: mắm cá lóc chưng hạt vẹt, thịt ba rọi ăn với rau rừng, bắp chuối, chuối chát, ớt choại, ớt nhãn lồng, bông súng, bòn bòn xào, dưa bòn bòn, mắm lóc trộn đu đủ mò vẹt, mắm cá sặc, khô cá sặc rằn trộn xoài... Bên cạnh những món ăn đặc sản thơm ngon, du khách còn có thể trải nghiệm đi xuống trên các kênh rạch, len lỏi vào

trong những khu rừng hoang sơ, thơ mộng. Đặc biệt nơi đây còn cho du khách trải nghiệm công việc vào rừng lấy mật cùng với những người thợ gác kèo và thưởng thức vị ngọt của mật ong rừng trầm trù danh, du khách cũng có thể mua mật ong nguyên chất tại chỗ để mang về sử dụng hoặc làm quà tặng. Những dịch vụ du lịch tại VQG U Minh Thượng khá đa dạng nhưng cũng chịu nhiều tác động của đặc trưng thời tiết rõ rệt hai mùa mưa – khô. Theo nghiên cứu của Mai Anh Tài (2014) và nghiên cứu của Trần Thị Lương (2011) Fennell & Weaver (1997), khả năng đáp ứng dịch vụ có ảnh hưởng không nhỏ đến sự hài lòng của khách du lịch.

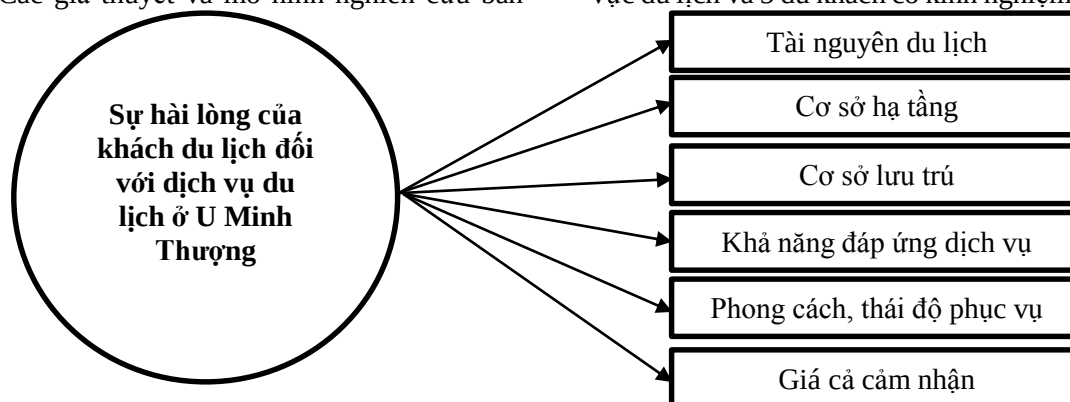
Phong cách phục vụ: Nói lên trình độ chuyên môn, năng lực để thực hiện dịch vụ. Phong cách thái độ phục vụ biểu hiện khi nhân viên tiếp xúc với du khách, nhân viên trực tiếp thực hiện dịch vụ. Sản phẩm du lịch là vô hình nhưng nó được cung cấp bởi nhiều phương thức hữu hình khác nhau. Vì vậy để ngành du lịch phát triển, sản phẩm du lịch được nhiều du khách biết đến thì yếu tố con người đóng vai trò vô cùng quan trọng, quyết định sự thành bại của ngành. Bên cạnh kiến thức chuyên môn nghiệp vụ thể hiện nên đẳng cấp và phong cách phục vụ của nhân viên thì thái độ phục vụ đóng vai trò không kém phần quan trọng. Phong cách và thái độ phục vụ thể hiện tính chuyên nghiệp, sự quan tâm, thân thiện và lịch sự cũng như các kỹ năng trong quá trình phục vụ khách. Thái độ phục vụ của nhân viên tại VQG U Minh Thượng được đa phần du khách đánh giá là rất thân thiện, nhiệt tình và mang đậm chất mộc mạc của người miền Tây. Tuy nhiên vẫn có những du khách phản nản về tính chuyên nghiệp trong khâu tổ chức và khả năng giải quyết các vấn đề phát sinh còn chậm trễ, không kịp thời. Điều này có tác động đối với sự hài lòng của du khách về những nhân viên tại đây. Theo nghiên cứu của Nguyễn Vương và Nguyễn Văn Ngọc (2012), Mai Anh Tài (2014), Phạm Ngọc Khanh (2019), cũng đã nói lên sự ảnh hưởng của phong cách thái độ và năng lực phục vụ đến sự hài lòng của du khách.

Giá cả cảm nhận: Giá cả hàng hóa, dịch vụ tại các điểm tham quan du lịch là một trong những yếu tố mà nhiều du khách quan tâm đến. Tại VQG U Minh Thượng, mức giá của các dịch vụ du lịch như: vận chuyển, lưu trú, ăn uống. Quà lưu niệm cũng như các dịch vụ bổ sung khác có nhiều biến động. Bên cạnh những dịch vụ có giá thành hợp lý và được đánh giá là rẻ so với các điểm du lịch khác thì cũng có những cơ sở cung cấp các dịch vụ du lịch tại U Minh Thượng tăng giá bất chợt. Điều này hình thành nên mức độ hài lòng

khác nhau của những du khách khác nhau, hơn nữa nó còn phụ thuộc vào thu nhập và cách chi tiêu của khách du lịch. Nghiên cứu của Nguyễn Vương và Nguyễn Văn Ngọc (2012), Bùi Nhật Vương và Nguyễn Thị Thanh Huyền (2021) đã chỉ ra giá cả cảm nhận có sự ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách.

2.2. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Các giả thuyết và mô hình nghiên cứu ban



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Giả thuyết H1: Yếu tố tài nguyên du lịch có ảnh hưởng tích cực (+) đến sự hài lòng của du khách.

Giả thuyết H2: Yếu tố cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch có ảnh hưởng tích cực (+) đến sự hài lòng của du khách.

Giả thuyết H3: Yếu tố cơ sở lưu trú du lịch có ảnh hưởng tích cực (+) đến sự hài lòng của du khách.

Giả thuyết H4: Yếu tố khả năng đáp ứng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực (+) đến sự hài lòng của du khách.

Giả thuyết H5: Yếu tố phong cách phục vụ ảnh hưởng tích cực (+) đến sự hài lòng của du khách.

Giả thuyết H6: Yếu tố giá cả cảm nhận có ảnh hưởng tích cực (+) đến sự hài lòng của du khách.

2.3 Phương pháp phân tích số liệu

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng thang đo likert 5 mức độ (từ hoàn toàn đồng ý đến hoàn toàn không đồng ý) để đo lường các biến quan sát. Số liệu sơ cấp được thu thập từ 215 du khách đến tham quan du lịch sinh thái tại VQG U Minh Thượng từ 1-10 năm 2020 với phương pháp thuận tiện, mỗi tháng thu 20 quan sát, điều này đảm bảo tính đại diện cho lượng khách đến du lịch sinh thái VQG U Minh Thượng cho mùa đông khách và cả mùa vắng khách. Sau khi số liệu đã mã hóa, làm sạch, nhóm tác giả sử dụng các phương pháp sau để phân tích.

đầu được tác giả xây dựng trên những nghiên cứu trước đây về các mô hình ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách khi đi du lịch như: mô hình của Trần Thị Lương (2011), Mai Anh Tài (2014), Nguyễn Vương và Nguyễn Văn Ngọc (2012), Lưu Thanh Đức Hải & Nguyễn Hồng Giang (2011). Đồng thời kết hợp với phương pháp định tính của tác giả (thảo luận, trao đổi với 3 chuyên gia về lĩnh vực du lịch và 5 du khách có kinh nghiệm du lịch).

Phương pháp thống kê mô tả được dùng để mô tả đặc điểm của du khách đến du lịch sinh thái tại U Minh Thượng.

Phương pháp kiểm định Cronbach's Alpha giúp kiểm định tính đồng nhất của các biến, nhằm loại bỏ các biến rác.

Phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA dùng để xác định các nhân tố có ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của du khách đối với dịch vụ du lịch sinh thái VQG U Minh Thượng.

Kiểm định ANOVA nhằm kiểm tra các biến trong mô hình có tác động đến sự hài lòng của du khách hay không.

Hồi quy đa biến để tìm ra biến ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách. Phương trình hồi quy có dạng $Y_i = B_0 + B_1 X_{1i} + B_2 X_{2i} + B_3 X_{3i} + \dots + B_p X_{pi} + e_i$

3. Kết quả nghiên cứu

3.1 Đặt điểm du khách

Xét về giới tính: Tỷ lệ giữa nam và nữ chênh lệch nhiều, là nam chiếm 69,77% và 65 khách là nữ chỉ chiếm 30,23%. Vì tác giả chọn phương pháp lấy mẫu thuận tiện nên số liệu này phù hợp với thực tế là du khách là nam thường là chủ hộ nên các quyết định chuyển du lịch tại VQG U Minh Thượng và điều này thực tế với thống kê của VQG.

Xét về độ tuổi: Các đối tượng trả lời ở độ tuổi trung niên từ 34 đến 49 tuổi có số lượng lớn nhất, chiếm tỷ lệ 59,53%, điều này phù hợp với thực tế tại Kiên Giang. Kế đến là độ tuổi từ 25 đến 34, chiếm tỷ lệ 27,91%, độ tuổi khá trẻ dưới 25 tuổi

chỉ chiếm tỷ lệ 7,9%. Riêng độ tuổi trên 50 chiếm tỷ lệ thấp nhất chỉ có 4,56%

Xét về thu nhập: Người có thu nhập dưới 2 triệu đồng/tháng chiếm 32,56%, người có thu nhập 2-5 triệu đồng/tháng chiếm 47,44%; người có thu nhập 5-8 triệu đồng/tháng chiếm 13,95% và 6,05 % người thu nhập trên 8 triệu đồng/tháng.

Xét về hình thức đến U Minh Thượng: Người đi theo tour chiếm tỷ lệ 52,56%, điều này phù hợp với thực tế đi du lịch tại U Minh Thượng vì việc tổ chức tour đến U Minh Thượng rất phổ biến và đa phần du khách đến Vườn hàng năm cũng đi

bằng hình thức theo tour. Kế đến là công ty tổ chức, chiếm tỷ lệ 16,28%, cá nhân tổ chức chiếm tỷ lệ 18,2%.

Xét về lý do đến U Minh Thượng: Khách đến du lịch thường là vì một phần của tour du lịch chiếm tỷ lệ 65,12%. Kế đến là do sự nổi tiếng của U Minh Thượng, chiếm tỷ lệ 13,95%. Vì muốn trải nghiệm sinh thái có tỷ lệ 11,63%. Muốn khám phá rừng chiếm tỷ lệ thấp nhất chỉ có 9,3%. Điều này cũng tương đối phù hợp với điều kiện thực tế của lượng khách đến U Minh Thượng.

Bảng 1: Đặc điểm của du khách đến tham quan VQG U Minh Thượng

Thông tin chung		Số lượng	Tỷ lệ (%)
1. Giới tính	Nam	150	69,77
	Nữ	65	30,23
2. Tuổi	Dưới 25 tuổi	17	7,91
	Từ 25 – 34 tuổi	60	27,91
	Từ 35 – 49 tuổi	128	59,53
	Trên 50 tuổi	10	4,65
3. Thu nhập	Dưới 2 triệu đồng	70	32,56
	Từ 2 – 5 triệu đồng	102	47,44
	Từ 5 – 8 triệu đồng	30	13,95
	Trên 8 triệu đồng	13	6,05
4. Hình thức đi đến U Minh Thượng	Theo Tour	113	52,56
	Công ty tổ chức	30	13,95
	Gia đình tổ chức	35	16,28
	Cá nhân tự đi	37	18,02
5. Lý do đến U Minh Thượng	Trải nghiệm sinh thái rừng	25	11,63
	Là một phần tour du lịch	140	65,12
	Muốn khám phá Rừng U Minh Thượng	20	9,30
	Do sự nổi tiếng của U Minh Thượng	30	13,95
	Tổng cộng	215	100

Nguồn: Số liệu điều tra du khách năm 2020

3.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái tại VQG U Minh Thượng

Nhóm tác giả đánh giá độ tin cậy của các thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA để

đánh giá sự hội tụ và phân biệt của các thang đo. Kết quả cho thấy các hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,6 và đạt yêu cầu. Các biến quan sát bị loại sau kiểm định gồm 4 biến là: TNDL1, KNDU1, PCPV3 và SHL1.

Bảng 2: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Biến	Hệ số Cronbach's Alpha
Tài nguyên du lịch	0,946
Cơ sở hạ tầng	0,917
Cơ sở lưu trú	0,951
Khả năng đáp ứng	0,954
Phong cách phục vụ	0,941
Giá cả cảm nhận	0,879
Sự hài lòng	0,956

Nguồn: kết quả xử lý số liệu, 2020

Phân tích nhân tố khám phá được tiến hành thực hiện đồng thời với 23 biến quan sát đo lường 6 biến độc lập.

Sử dụng phương pháp trích nhân tố Principal Component Analysis với phép xoay nhân tố khi phân tích factor cho 23 biến quan sát. Với giả thiết H_0 đặt ra trong phân tích này là giữa 23 biến quan sát trong tổng thể không có mối tương quan với nhau.

Kiểm định KMO và Bartlett's trong phân tích nhân tố cho thấy giả thuyết này bị bác bỏ ($\text{sig.} = 0,000 < 0,005$); hệ số KMO cao (bằng 0,764 >

0,5). Kết quả này chỉ ra rằng các biến quan sát trong tổng thể có mối tương quan với nhau và phân tích nhân tố EFA rất thích hợp.

Tại các mức giá trị Eigenvalues của nhân tố thứ 5 bằng 1,8 lớn hơn 1. Sử dụng phương pháp rút trích principal components và phép quay varimax, phân tích nhân tố đã trích được 5 nhân tố từ 23 biến quan sát với phương sai tích lũy bằng 0,79 lớn hơn 0,5 nên đạt yêu cầu. Sau khi phân tích nhân tố khám phá, các biến đều có trọng số lớn hơn 0,5 nên nhận hết các biến.

Bảng 3: Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Nhân tố	Hệ số nhân tố tải				
	1	2	3	4	5
Chất lượng phòng tốt, phương tiện hiện đại	0,91				
Vệ sinh sạch sẽ, thoáng mát	0,88				
Luôn đảm bảo an ninh an toàn	0,90				
Luôn yên tĩnh, có nhiều không gian riêng	0,85				
Nhóm mặc hàng đồ lưu niệm, đặc sản đa dạng	0,87				
Các dịch vụ trải nghiệm đa dạng	0,84				
Thức ăn mang đặc thù riêng vùng U Minh Thượng	0,85				
Giá cả phương tiện vận chuyển hợp lý		0,85			
Giá cả cơ sở lưu trú hợp lý		0,86			
Giá cả dịch vụ ăn uống hợp lý		0,81			
Giá cả mua sắm quà lưu niệm, đặc sản hợp lý		0,78			
Giá cả dịch vụ bổ sung hợp lý		0,80			
Có các loài sinh vật quý hiếm			0,88		
Có hệ thống thực vật đa dạng			0,89		
Có các di tích chiến tranh			0,89		
Có khu tập trung sinh sống nhiều loại chim			0,88		
Chất lượng đường sá tốt				0,86	
Bến xe rộng rãi hiện đại				0,85	
Dịch vụ internet tốt				0,88	
Cung cấp điện nước đầy đủ				0,89	
Nhân viên phục vụ kinh doanh có chuyên môn nghiệp vụ					0,95
Nhân viên phục vụ kinh doanh vui vẻ khi giao tiếp với khách hàng					0,95
Nhân viên phục vụ luôn ghi nhận và xử lý phản nàn nhanh chóng					0,93

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu 2020

Sau khi gộp nhóm, mô hình hồi quy mới sẽ có 5 biến độc lập: Đáp ứng lưu trú (ĐULT); Giá cả cảm nhận (GCDV); Tài nguyên du lịch (TNDL); Cơ sở hạ tầng (CSHT); Phong cách phục vụ (PCPV).

Các giả thuyết cũng có sự thay đổi so với lúc ban đầu để phù hợp với mô hình hồi quy mới có 5 biến độc lập:

Bảng 4: Các giả thuyết mới

Giả thuyết	Nội dung
H1	Khả năng đáp ứng và cơ sở lưu trú có tác động cùng chiều (+) đối với sự hài lòng của du khách.
H2	Giá cả cảm nhận có tác động cùng chiều (+) đối với sự hài lòng của du khách.
H3	Tài nguyên du lịch có tác động cùng chiều (+) đối với sự hài lòng của du khách.
H4	Cơ sở hạ tầng có tác động cùng chiều (+) đối với sự hài lòng của du khách.
H5	Phong cách phục vụ có tác động cùng chiều (+) đối với sự hài lòng của du khách.

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu, 2020

* Kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết

Nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy đa biến để kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết đặt ra. Sau khi phân tích hồi quy và thực hiện kiểm định ANOVA, kết quả cho thấy cho thấy R^2 hiệu chỉnh bằng 0,964 có nghĩa là 96,4%

sự biến thiên của SHL (Sự hài lòng của du khách) được giải thích bởi sự biến thiên của 05 biến độc lập TNDL, CSHT, DULT, PCPV và GCDV. $\text{Prob} > \text{chi}^2 = 0.000$ cho thấy mức ý nghĩa của kiểm định F của tất cả hệ số của các biến trong mô hình có kết quả khác 0 và mô hình phù hợp

Bảng 5: Mức độ giải thích của mô hình

Mô hình	R^2	R^2 hiệu chỉnh	Sai số ước lượng	Trị số F
1	0,965	0,964	0,19	0,0000
a. Biến độc lập: (Hằng số), TNDL, CSHT, DULT, PCPV và GCDV				
b. Biến phụ thuộc: SHL				

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu, 2020

Thông kê phân tích các hệ số hồi quy cho thấy 05 biến độc lập TNDL, CSHT, DULT, GCDV và PCPV tác động cùng chiều với biến phụ thuộc SHL vì hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) của các

biến này đều dương và có ý nghĩa thống kê ($\text{Sig} = 0.00 < 0,01$) riêng biến PCPV có hệ số Sig cao hơn so với các biến còn lại nhưng ($\text{sig} = 0,074 < 0,1$) vẫn có ý nghĩa thống kê

Bảng 6: Thống kê phân tích các hệ số hồi quy

Mô hình	Hệ số chuẩn hóa		
	Hệ số β	Sai số chuẩn	Hệ số tin cậy
(Hằng số)	$2,49 \times 10^{-9}$	0,013	0,00
DULT	0,20***	0,013	0,00
GCDV	0,06***	0,013	0,00
TNDL	0,93***	0,013	0,00
CSHT	0,23***	0,013	0,00
PCPV	0,02**	0,013	0,07
a. Biến phụ thuộc: SHL			

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu, 2020

Chú thích: dấu ***, **, * và ns lần lượt ở mức ý nghĩa 1%, 5%, 10% và không có ý nghĩa

Biến Tài nguyên du lịch có tác động lớn nhất đến sự hài lòng của du khách. Khi biến tài nguyên du lịch tăng 1 đơn vị thì sự hài lòng của du khách cũng tăng 0,93 đơn vị. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Nguyễn Vương, Nguyễn Văn Ngọc (2012) và Mai Anh Tài (2014). Các thành phần biến quan sát của biến này bao gồm: Có các loài sinh vật quý hiếm (TNDL2), Có hệ thống thực vật đa dạng (TNDL3), Có các di tích chiến tranh (TNDL4), Có khu tập trung sinh sống nhiều loại chim (TNDL5). Qua phân tích cho thấy tài nguyên thiên nhiên thật sự là một thế mạnh lớn của VQG U Minh Thượng, cần bảo vệ và phát triển tài nguyên thiên nhiên nơi đây để có thể phục vụ khách du lịch tốt hơn.

Biến Cơ sở hạ tầng có tác động lớn thứ hai đến sự hài lòng của du khách. Khi biến Cơ sở hạ tầng tăng 1 đơn vị thì sự hài lòng của du khách cũng tăng 0,23 đơn vị. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Nguyễn Vương, Nguyễn Văn Ngọc (2012) và Mai Anh Tài (2014). Các thành phần biến quan sát của biến này bao gồm: Chất lượng đường sá tốt (CSHT1), Bến xe rộng rãi hiện đại (CSHT2), Dịch vụ internet tốt (CSHT3) Cung cấp điện nước đầy đủ (CSHT4).

Biến Đáp ứng lưu trú được gộp lại từ hai biến trong mô hình ban đầu là Khả năng đáp ứng và Cơ sở lưu trú, biến này có tác động lớn thứ ba đến sự hài lòng của du khách. Khi biến Đáp ứng lưu trú tăng 1 đơn vị thì sự hài lòng của du khách cũng tăng 0,2 đơn vị. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Nguyễn Vương và Nguyễn Văn Ngọc (2012). Các thành phần biến quan sát của biến này bao gồm: Chất lượng phòng tốt, phương tiện hiện đại (CSLT1), Vệ sinh sạch sẽ, thoáng mát (CSLT2), Luôn đảm bảo an ninh an toàn (CSLT3), Luôn yên tĩnh, có nhiều không gian riêng (CSLT4), Nhóm mặc hàng đồ lưu niệm, đặc sản đa dạng (KNDU2), Các dịch vụ trải nghiệm đa dạng (KNDU3), Thức ăn mang đặc thù riêng vùng U Minh Thượng (KNDU4).

Biến Giá cả cảm nhận có tác động lớn thứ tư đến sự hài lòng của du khách. Khi biến Giá cả cảm nhận tăng 1 thì sự hài lòng của du khách cũng tăng 0,06 đơn vị. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Nguyễn Vương và Nguyễn Văn Ngọc (2012). Các thành phần biến quan sát của biến này bao gồm: Giá cả phương tiện vận chuyển hợp lý (GCDV1), Giá cả cơ sở lưu trú hợp lý (GCDV2), Giá cả dịch vụ ăn uống hợp lý (GCDV3), Giá cả mua sắm quà

lưu niệm, đặc sản hợp lý (GCDV4), Giá cả dịch vụ bổ sung hợp lý (GCDV5).

So với các biến còn lại trong mô hình thì biến Phong cách phục vụ có tác động thấp nhất đến sự hài lòng của du khách. Khi biến này tăng 1 đơn vị thì sự hài lòng của du khách cũng tăng 0,02 đơn vị. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Nguyễn Vương và Nguyễn Văn Ngọc (2012). Các thành phần biến quan sát của biến này bao gồm: Nhân viên phục vụ kinh doanh có chuyên môn nghiệp vụ (PCPV1), Nhân viên phục vụ kinh doanh vui vẻ khi giao tiếp với khách hàng (PCPV2), Nhân viên phục vụ luôn ghi nhận và xử lý phản nàn nhanh chóng (PCPV4).

4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự hài lòng của du khách đối với dịch vụ du lịch tại VQG U Minh Thượng, tỉnh Kiên Giang chịu tác động bởi 5 nhân tố. Cụ thể, có 5 nhân tố đều tác động dương đến sự hài lòng của du khách đối với dịch vụ du lịch tại VQG U Minh Thượng, tỉnh Kiên Giang là: Tài nguyên du lịch, Cơ sở hạ tầng, Đáp ứng lưu trú, Giá cả dịch vụ và Phong cách phục vụ. Như vậy, kết quả này tương đồng với nghiên cứu Mai Anh Tài (2014), Nguyễn Vương và Nguyễn Văn Ngọc (2012), Lưu Thanh Đức Hải và Nguyễn Hồng Giang (2011). Tuy nhiên, nghiên cứu của tác giả cho thấy nhân tố Tài nguyên du lịch là nhân tố có tác động mạnh nhất đến Sự hài lòng của du khách, khác với kết quả nghiên cứu Nguyễn Vương và Nguyễn Văn Ngọc (2012), với Cơ sở hạ tầng là nhân tố có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng.

5. Giải pháp

Để nâng cao sự hài lòng của du khách khi đến du lịch sinh thái tại VQG U Minh thượng, nhóm tác giả kiến nghị cơ quan quản lý VQG nên chú ý tới các hoạt động sau:

Đầu tiên phải tiến hành nghiên cứu đặc điểm nguồn tài nguyên du lịch vốn có, kết hợp với việc tham khảo ý kiến các chuyên gia, các nhà khoa học trong và ngoài nước để đề ra một số biện pháp cụ thể nhằm tạo cho tài nguyên du lịch U Minh Thượng mang nét đặc trưng hơn. U Minh Thượng có nhiều điểm du lịch rất có tiềm năng như hồ hoa mai, sân chim, sân dơi, khu sinh cảnh ngập nước. Tuy nhiên, vẫn chưa được khai thác triệt để, chưa tạo được hình ảnh đẹp trong lòng du khách khi đến tham quan, du lịch. Vì vậy nếu muốn phát triển ngành du lịch U Minh Thượng thì trước hết phải tập trung xây dựng hình ảnh cũng như nét đặc trưng ở những điểm du lịch này. Xây dựng tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường, cảnh quan du lịch. Bảo vệ tốt các loài động vật quý hiếm trong VQG.

Đề thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước đầu tư phát triển du lịch ở U Minh Thượng, cũng như việc thuận tiện cho du khách đến với U Minh Thượng thì trước tiên đòi hỏi U Minh Thượng phải có hệ thống cơ sở hạ tầng: điện, đường, cầu, cảng, hệ thống thông tin liên lạc, cấp thoát nước đáp ứng được yêu cầu... Để xây dựng hệ thống kết cấu cơ sở hạ tầng đòi hỏi phải đầu tư lượng vốn rất lớn. Để có nguồn vốn, bên cạnh nguồn vốn của nhà nước, cần tận dụng tối đa thời cơ thuận lợi, huy động cao nhất nguồn lực các thành phần kinh tế của Huyện, tỉnh nhà và các nguồn lực khác trong và ngoài nước. Cần phải thu hút nguồn vốn đầu tư từ nước ngoài đặc biệt là nguồn vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài FDI, đồng thời dùng quỹ đất để tạo nguồn vốn thông qua việc cho thuê đất trả tiền trước, đổi đất lấy cơ sở hạ tầng có giới hạn thời gian. Đẩy mạnh các chính sách khuyến khích các nhà đầu tư, vận động nhân dân đóng góp để đầu tư nhựa hóa các tuyến đường chưa được xây dựng hoàn chỉnh.

Thường xuyên nâng cao chất lượng trang thiết bị tiện nghi ở các khách sạn, nhà nghỉ phục vụ du khách. Đối với các khu vực dịch vụ vui chơi giải trí cần cần thường xuyên chú ý đến việc đầu tư nâng cấp, nâng cao chất lượng phục vụ, tạo không gian xanh, sạch, đẹp, thoáng mát. Quan tâm đào tạo bồi dưỡng trình độ quản lý nghiệp vụ cho lao động. Đảm bảo số lượng cán bộ quản lý và nhân viên phục vụ trong mỗi cơ sở lưu trú phải tương xứng với quy mô cấp hạng và phù hợp về trình độ chuyên môn kỹ năng. Các nhà nghỉ, khách sạn ở U Minh Thượng thường tập trung ở khu vực trung tâm Huyện nên cần phải xây dựng, thiết kế phòng nghỉ cách âm tốt để tạo sự yên tĩnh cho du khách có không gian nghỉ ngơi tốt, tránh sự ồn ào.

Xem xét mức giá vé vào cổng ở các điểm du lịch xem có phù hợp hay chưa, ở một số điểm du lịch nhỏ nên giảm giá vé vào cổng và giảm chi phí tiền giữ xe. Các điểm vui chơi giải trí cần phải có chính sách giá cả hợp lý đối với dịch vụ mình cung cấp. Không nên tăng giá khi lượng khách du lịch tăng nhanh trong mùa du lịch. Các mặt hàng đặc trưng như hải sản, quà lưu niệm, các đồ thủ công mỹ nghệ không được định giá cao vì đây chính là một trong những sản phẩm mang tính chất quảng bá cho du lịch U Minh Thượng.

Thực hiện nâng cao chất lượng đào tạo theo hướng gắn đào tạo với bố trí sử dụng, đào tạo theo yêu cầu của doanh nghiệp, đáp ứng yêu cầu thực tế. Chú trọng đào tạo nguồn nhân lực tại chỗ, chuyển đổi nhân lực từ khu vực nông nghiệp nông thôn sang dịch vụ du lịch. Nâng cao trình độ chuyên môn cho đội ngũ cán bộ thực hiện công

tác quản lý điều hành, đào tạo nguồn nhân lực, nâng cao tay nghề đối với lao động phổ thông và hướng dẫn viên du lịch, thuyết minh viên tạo một

sự chuyên nghiệp trong hoạt động du lịch như thường xuyên giao lưu, học hỏi và mở các lớp nghiệp vụ du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. 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.
- [2]. Fennell, David A., & David B. Weaver. (1997). Vacation farms and ecotourism in Saskatchewan, Canada. *Journal of Rural Studies*, 13, 467-475.
- [3]. Lưu Thanh Đức Hải & Nguyễn Hồng Giang. (2011). Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách khi đến du lịch ở Kiên Giang. *Tạp chí khoa học trường Đại học Cần Thơ*, 19b, 85-96.
- [4]. Bùi Nhất Vương & Nguyễn Thị Thanh Huyền. (2021). 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 trường Đại học Văn Hiến*, 7, 1-13.
- [5]. 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*. Số 06, trang 54-66.
- [6]. Trần Thị Lương. (2011). Nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với điểm đến du lịch Đà Nẵng. *Luận văn thạc sĩ, Kinh tế*. Đại học Đà Nẵng, Đà Nẵng.
- [7]. Mai Anh Tài. (2014). Nghiên cứu sự hài lòng của du khách đối với dịch vụ du lịch tại thị xã cửa Lò, tỉnh Nghệ An *Luận văn thạc sĩ, Quản trị kinh doanh* Đại học Nha Trang, Nha Trang.
- [8]. Nguyễn Trọng Nhân. (2013). Đánh giá mức độ hài lòng của du khách nội địa đối với du lịch miệt vườn vùng Đồng Bằng Sông Cửu Long. *Tạp chí khoa học trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh*, 52, trang 44-55.
- [9]. Nguyễn Vương & Nguyễn Văn Ngọc. (2012). Nghiên cứu sự hài lòng của du khách nội địa khi đến du lịch Phú Quốc. *Tạp chí Kinh tế và Quản trị Kinh doanh – Trường Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh - Đại học Thái Nguyên*, số 02.
- [10]. Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49, 41-50.

Thông tin tác giả:

1. Lê Ngọc Danh

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh Tế - Trường Đại học Kiên Giang
- Địa chỉ email: ledanh121308@gmail.com

2. Trần Mạnh Hoàng

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh Tế - Trường Đại học Kiên Giang

3. Huỳnh Khôi Triết

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh Tế - Trường Đại học Kiên Giang

4. Lê Hoàng Nam

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh Tế - Trường Đại học Kiên Giang

5. Từ Phước Nguyên

- Đơn vị công tác: Khoa Kinh Tế - Trường Đại học Kiên Giang

Ngày nhận bài: 17/1/2022

Ngày nhận bản sửa: 2/3/2022

Ngày duyệt đăng: 28/3/2022