

**The Saigon International  
University**



**Khóa luận  
tốt nghiệp**

Thành phố Hồ Chí Minh - 2023

---

# KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

*Ngành*

QUẢN TRỊ KINH DOANH

Chuyên Ngành

QUẢN TRỊ DU LỊCH

*Đề tài*

**NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG  
ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH  
TẠI CÁC ĐIỂM DU LỊCH Ở THÀNH PHỐ HỒ  
CHÍ MINH**

*Giảng viên hướng dẫn:*

**ThS. NGUYỄN DUY HÙNG**

*Sinh viên :*

NGUYỄN HẰNG BẢO  
HÙNG

MSSV: 74011901731



**The Saigon  
International  
University**

**Lewis Campus**

Email: [admission@siu.edu.vn](mailto:admission@siu.edu.vn)

Website: [www.siu.edu.vn](http://www.siu.edu.vn)

**Cộng Hoà Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam**  
**Độc Lập – Tự Do – Hạnh Phúc**

**PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIÁNH VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP**

Họ và tên Giảng Viên : ThS. Nguyễn Duy Hưng

Đơn vị công tác : Trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn

Họ và tên sinh viên : Nguyễn Hằng Bảo Hưng

Ngành : Quản Trị Kinh Doanh                      Chuyên Ngành : Quản Trị Du Lịch

Đề Tài Tốt Nghiệp : ***NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI CÁC ĐIỂM DU LỊCH Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH.***

**1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp**

.....  
.....  
.....

**2. Đánh giá chất lượng của khoá luận ( so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T.T.N Trên các mặt lý luận , thực tiễn , tính toán số liệu ....)**

.....  
.....  
.....

**3. Ý kiến của Giảng Viên hướng dẫn tốt nghiệp**

Được bảo vệ       Không được bảo vệ       Điểm hướng dẫn

**Thành Phố Thủ Đức , Hồ Chí Minh , 8 tháng 7 năm 2023**  
**Giảng Viên Hướng Dẫn**

**ThS. Nguyễn Duy Hưng**

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	6
LỜI CẢM ƠN.....	7
MỞ ĐẦU .....	8
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT .....	10
Tóm Tắt .....	11
ABSTRACT .....	11
Chương 1: Tổng Quan Nghiên Cứu .....	12
<b>1.1. Đặt Vấn Đề</b> .....	12
<b>1.2. Phạm Vi Và Phương Pháp Nghiên Cứu</b> .....	12
<b>1.3. Mục tiêu nghiên cứu</b> .....	13
<b>1.3.1. Mục tiêu cụ thể</b> .....	14
<b>1.3.2. Câu hỏi nghiên cứu</b> .....	14
<b>1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu</b> .....	15
<b>1.5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu</b> .....	15
<b>1.6. Kết cấu của đề tài</b> .....	16
CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN TÀI LIỆU VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	16
<b>2.1. Khái niệm liên quan</b> .....	17
<b>2.2. Sự hài lòng của khách du lịch</b> .....	17
<b>2.2.1 Sự Hài Lòng Của Khách Du Lịch và mô hình nghiên cứu</b> 17	
<b>Sự Hài Lòng Của Khách Du Lịch</b> .....	17
<b>2.3. Mô Hình nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch</b> .....	17
<b>2.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất</b> .....	19
Chương 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....	19
<b>3.1. Thiết kế nghiên cứu</b> .....	20
<b>3.2. Đối tượng nghiên cứu</b> .....	21
<b>3.3. Kích thước mẫu</b> .....	21
<b>3.4. Đo lường thang đo</b> .....	22

3.5 Phương pháp phân tích.....	24
<b>CHƯƠNG 4 : THẢO LUẬN VÀ KẾT QUẢ .....</b>	<b>25</b>
4.1. Kết Quả.....	25
4.1.1 Phân tích tần số.....	25
4.1.1.2. Tình trạng môi quan hệ .....	27
4.1.1.3. Học vấn .....	29
4.1.1.4 Thu nhập .....	31
4.1.1.5 Số lần du lịch tại TP.HCM .....	32
4.1.2. Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha.....	33
4.1.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA .....	35
4.1.4 Phân tích mối tương quan .....	39
4.1.5 Phân tích hồi qui .....	40
4.2 Thảo luận .....	42
<b>CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ .....</b>	<b>44</b>
5.1 Kết luận .....	44
5.2 Những thách thức hiện tại .....	44
5.3 Kiến nghị .....	46
5.3 Giới hạn nghiên cứu của đề tài.....	47
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>48</b>
<b>PHỤ LỤC 1 .....</b>	<b>50</b>

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan luận văn “**NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI CÁC ĐIỂM DU LỊCH Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**” là công trình nghiên cứu của tôi. Những số liệu trong luận văn đều có nguồn trích dẫn rõ ràng, trung thực. Những kết luận, kết quả nghiên cứu chưa được ai công bố dưới bất cứ hình thức nào. Tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm trước hội đồng về sự cam đoan này.  
*Ngày 08 tháng 07 năm 2023*

**Học viên thực hiện**

**NGUYỄN HẰNG BẢO HÙNG**

## LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên em xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất đến Thạc Sĩ Nguyễn Duy Hưng – người thầy đã chỉ bảo , hướng dẫn giúp đỡ em trong việc định hướng , triển khai và hoàn thành khoá luận tốt nghiệp.

Trong quá trình làm khoá luận “ ***NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI CÁC ĐIỂM DU LỊCH Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH***” em đã nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình của công ty , cá nhân về công tác điều tra, khảo sát , thông tin , số liệu và hình ảnh . em xin gửi lời cảm ơn đến Phòng Điều Hành của công ty TK Invesment Group đã giúp đỡ và tạo điều kiện cho em có cơ hội được tìm hiểu và tiếp thu kiến thức về du lịch của Thành Phố Hồ Chí Minh và có được những tư liệu cần thiết trong suốt quá trình thực hiện Khoá Luận này.

Đồng thời , em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến Ban Giám Hiệu nhà trường , Khoa Du Lịch trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn đã tạo điều kiện cho em có cơ hội học tập tốt trong suốt 4 năm đại học vừa qua. Em xin chúc thầy cô luôn mạnh khoẻ, công tác tốt, mãi mãi là những người “ lái đò” cao quý trong những “ chuyến đò” tương lai.

Thành Phố Thủ Đức, Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 07 năm 2023

Sinh Viên

Nguyễn Hằng Bảo Hưng

# MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài

Thành phố Hồ Chí Minh là một thành phố năng động phát triển kinh tế . với diện tích rộng lớn , điều kiện khí hậu , thời tiết thuận lợi , cơ sở hạ tầng phát triển , dịch vụ phong phú , đa dạng , Thành Phố Hồ Chí Minh là trung tâm du lịch lớn của cả nước . Mặc dù nguồn tài nguyên du lịch không phong phú bằng Hà Nội nhưng ngành du lịch Thành Phố Hồ Chí Minh đã luôn nỗ lực để phát triển sản phẩm du lịch phục vụ nhu cầu đa dạng của khách du lịch .

Sự sôi động trong các hoạt động sống của cư dân thành phố Hồ Chí Minh và sự hiếu khách là nét đặc sắc thu hút khách du lịch quốc tế và nội địa. Tuy nhiên , việc khai thác du lịch của Thành Phố Hồ Chí Minh còn nhiều mặt hạn chế và chưa được khai thác đúng mức . Theo các hãng lữ hành , có đến 80% khách du lịch quốc tế đến với Thành Phố Hồ Chí Minh chỉ một lần duy nhất và không quay lại vì còn xảy ra hiện tượng chèo kéo khách và các tệ nạn xã hội. còn khách nội địa khi đến với Sài Gòn tham quan các địa danh du lịch thì những địa điểm tham quan giá vé vào cổng chưa được hợp lý và những khoảng phụ thu không rõ ràng tạo cảm giác khó chịu cho khách du lịch . Chính sự nghèo nàn về ý thức của một vài thành phần tệ nạn trong xã hội và sản phẩm du lịch chưa được phát huy tối đa tại Thành Phố Hồ Chí Minh nói riêng và cả nước Việt Nam nói chung làm cho ngành du lịch chưa được phát triển đúng hướng và thụt lùi so với các thành phố khác trong khu vực.

Với những lý do trên , việc nghiên cứu đề tài : “ ***CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI CÁC ĐIỂM DU LỊCH Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH***” là một việc làm cần thiết , góp phần giải quyết những vấn đề thực tiễn đang đặt ra đối với ngành du lịch Thành Phố Hồ Chí Minh.



## **2. Lịch sử nghiên cứu**

Có rất nhiều sách, báo, tài liệu viết về hoạt động du lịch của Thành Phố Hồ Chí Minh. có thể kể tên như:

Cổng thông tin điện tử Thành phố Hồ Chí Minh.

- Trang thông tin điện tử Đảng bộ Thành phố Hồ Chí Minh.
- Trang thông tin điện tử Ủy ban Đoàn kết Công giáo.
- Trang thông tin điện tử Quy Hỗ trợ Bảo tồn Di sản Văn hóa. - Ban Dân tộc Thành phố Hồ Chí Minh.
- Ban Tôn giáo Thành phố Hồ Chí Minh.
- Các Lý lịch di tích, Trung tâm Bảo tồn Di tích Thành phố Hồ Chí Minh, Sở Văn hóa và Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh.
- Ban Quản lý các Đình, Đền, Miếu, ...
- Ban Tri sự các chùa.
- Ấn phẩm Hành trình di sản văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh, Nhà xuất bản Văn hóa Văn nghệ .
- Ấn phẩm Dấu ấn Lịch sử Văn hóa - Quận 1, Phòng Văn hóa Thông tin Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.
- Ấn phẩm Phố đi bộ Bùi Viện, Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh. - Ấn phẩm Thành phố Hồ Chí Minh - Thành phố Tôi yêu, Sở Thông tin và Truyền thông Thành phố Hồ Chí Minh.
- Chuyên đề “Bảo tàng Thành phố Hồ Chí Minh trong vai trò điểm đến của du lịch di sản” - TS. Hoàng Anh Tuấn, Giám đốc Bảo tàng Lịch sử Thành phố Hồ Chí Minh.
- Đề tài “Khai thác và phát huy giá trị văn hóa ẩm thực trong xây dựng sản phẩm du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh”, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh.

- Đề tài “Đánh giá hiện trạng công trình biệt thự theo tiêu chí về kiến trúc”, Trung tâm Nghiên cứu Kiến trúc Thành phố Hồ Chí Minh, Sở Quy hoạch Kiến trúc Thành phố Hồ Chí Minh.
- Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Phát triển du lịch di sản văn hóa trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh”, Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh.
- Kỷ yếu Đường hoa Nguyễn Huệ 2004 - 2014, Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn.

### **DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT**

<b>THUẬT NGỮ TIẾNG VIỆT</b>	<b>VIẾT TẮT</b>
Thành phố Hồ Chí Minh	<i>TP.HCM</i>
Tài nguyên du lịch	<i>TNDL</i>

## **Tóm Tắt**

Nghiên cứu này khảo sát sự hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động tham quan tại các điểm du lịch thuộc tài nguyên du lịch ( TNDL) nhân văn ở Thành Phố Hồ Chí Minh ( TPHCM) dựa trên 15 chỉ tiêu thuộc 8 tiêu chí đánh giá . khảo sát được thực hiện bằng bản hỏi với 220 khách du lịch trong nước và quốc tế tại 13 địa điểm du lịch . kết quả kiểm định Chi-square cho thấy sự hài lòng của khách du lịch có mối quan hệ với các yếu tố :Tài Nguyên Du Lịch , Cơ Sở Hạ Tầng , Thái Độ Phục Vụ , Dịch Vụ Ẩm Thực, Giá Cả Dịch Vụ

## **ABSTRACT**

### **The factors affecting tourists' satisfaction at tourist attraction In Ho Chi Minh City**

This study investigates tourists' satisfaction with sightseeing activities at tourist attractions belonging to humanistic tourism resources (TNDL) in Ho Chi Minh City (HCMC) based on 15 criteria belonging to 8 criteria. evaluation only. The survey was conducted by questionnaire with 220 domestic and international tourists at 13 tourist sites. Chisquare test results show that tourist satisfaction has a relationship with the following factors: Tourism Resources, Infrastructure, Service Attitude, Food Service, Service Price.

## **Chương 1: Tổng Quan Nghiên Cứu**

### **1.1. Đặt Vấn Đề**

Sự cạnh tranh mạnh mẽ giữa các địa phương trong nước và quốc tế hiện nay đặt ra yêu cầu nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, nhằm gia tăng tỉ lệ khách du lịch đến tham quan và quay trở lại trong tương lai. Muốn vậy, tại mỗi địa phương các cơ quan chuyên trách cần có nhưng biện pháp nhằm khai thác nguồn TNDL một cách hiệu quả. Vì mong hoạt động du lịch nguồn TNDL chiếm từ 80 đến 90% giá trị sản phẩm du lịch và quyết định hướng chuyên môn hoá du lịch của mỗi địa phương. [3, tr.32] TPHCM với lịch sử hơn 300 năm hình thành và phát triển đã để lại trong lòng Thành phố nguồn TNDL nhân văn đa dạng và đặc sắc. Nguồn tài nguyên này đã và đang là thế mạnh của Thành phố trong phát triển du lịch.

Theo Thống Kê của chúng tôi, có tới 19/21 điểm du lịch trong chương trình tham quan của các doanh nghiệp lữ hành là điểm du lịch thuộc TNDL nhân văn [4]. Trong kết quả bình chọn “Thành phố Hồ Chí Minh - 100 điều thú vị” thì có 70/100 điều thú vị liên quan đến các địa điểm và sự kiện thuộc TNDL nhân văn.[3]

Từ Vai Trò của nguồn TNDL nhân văn đối với hoạt động du lịch của TPHCM nêu trên, chúng tôi thiết nghĩ việc xây dựng các tiêu chí và chỉ tiêu đánh giá riêng cho các điểm du lịch nhằm xác định mức độ hài lòng của khách du lịch, để từ đó có các chính sách kịp thời và hiệu quả từ cơ quan chức năng là vấn đề cần thiết.

### **1.2. Phạm Vi Và Phương Pháp Nghiên Cứu**

Nghiên cứu này chỉ tập trung vào các điểm du lịch thuộc 04 loại TNDL nhân văn, gồm: (i) Di tích lịch sử - văn hóa (DTLS-VH); (ii) Công trình đương đại; (iii) Lễ hội và sự kiện đặc biệt; (iv) Âm thực truyền thống. Để xác định các điểm du lịch điều tra bảng hỏi, chúng tôi căn cứ vào 5 tiêu chí: (i) Tần suất xuất hiện trong chương trình tham quan; (ii) Kết quả khảo sát “Thành phố Hồ Chí Minh 100 điều thú vị”; (iii) Cấp phân loại di tích (quốc gia, địa

phương); (iv) Khu vực phân bố (nội thành, vùng ven đô, ngoại thành); (v) Kết quả khảo sát sơ bộ của chúng tôi trong khoảng thời gian từ tháng 01/2013 đến tháng 6/2013. Trên cơ sở 5 tiêu chí vừa nêu, chúng tôi xác định 13 điểm du lịch khảo sát, gồm: Bảo tàng Lịch sử TPHCM; Bru điện Trung tâm Thành phố; Căn cứ Rừng Sác; Công viên 23 tháng 9; Công viên Văn hóa Đầm Sen; Công viên Văn hóa Suối Tiên; Chợ Bến Thành; Chợ Lớn (Chợ Bình Tây); Dinh Độc Lập; Khu Di tích lịch sử (DTLS) Địa đạo Củ Chi; Lăng Ông Thủy Tướng; Thảo Cầm Viên Sài Gòn; Trung tâm thương mại (TTTTM) Vincom Đồng Khởi.

Phương pháp chính được sử dụng để thu thập dữ liệu trong nghiên cứu này là phương pháp phỏng vấn, dựa trên công cụ bảng hỏi. Mẫu nghiên cứu được rút ra trên quy mô mẫu tổng thể là số lượt khách trung bình hàng năm đến TPHCM giai đoạn 2001-2011 (trung bình 5,9 triệu lượt khách/năm), theo công thức chọn mẫu của Slovin (1960) với độ tin cậy là 95%. Khách du lịch tham gia khảo sát được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu phi xác suất. Bảng hỏi hợp lệ thu về (401 phiếu khảo sát) được nhập liệu và xử lý trên phần mềm SPSS 16.0, thông qua phương pháp thống kê mô tả và phương pháp phân tích tương quan.

### **1.3. Mục tiêu nghiên cứu**

Mục tiêu nghiên cứu là một tuyên bố cụ thể về những gì mà nghiên cứu cố gắng đạt được. Một mục tiêu nghiên cứu tốt là mục tiêu nghiên cứu đáp ứng được tính rõ ràng, cụ thể và có thể đo lường được. Bên cạnh đó, mục tiêu nghiên cứu cần được đặt trong không gian và thời gian nhất định, hơn thế nữa là phải đáp ứng yêu cầu khả thi của nghiên cứu. Theo Jung (2007), mục tiêu nghiên cứu phải bao gồm các yếu tố của SMART (Specific -Cụ thể, riêng biệt, Measurable - có thể đo lường, Attainable – tính khả thi , Routines-based- thực tiễn, Tied to a functional priority-Trình tự ưu tiên) (Jung, 2007) cho thấy các yếu tố

riêng biệt, khác biệt trong đề tài là rất cần thiết. Ngoài ra, các yếu tố dựa vào những nền tảng khoa học cơ bản, sự ưu tiên về chức năng của đề tài cũng cần đặt ra. Trong đề tài này, tác giả xác định mục tiêu nghiên cứu bao gồm

### **1.3.1.Mục tiêu cụ thể**

- Xác định các yếu tố chất lượng du lịch ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch đến TPHCM.
- Đo lường mức độ tác động của các yếu tố chất lượng du lịch đến sự hài lòng của khách du lịch đến TPHCM.
- Kiểm định sự khác biệt về các yếu tố nhân khẩu học đối với sự hài lòng của khách du lịch TP.HCM đối với chất lượng du lịch.
- Đề xuất các hàm ý quản trị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách du lịch TP.HCM đối với chất lượng du lịch.

### **1.3.2. Câu hỏi nghiên cứu**

Trong nghiên cứu này những câu hỏi được đặt ra như sau:

- Các yếu tố chất lượng du lịch nào ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch đến TPHCM?
- Các yếu tố chất lượng du lịch tác động như thế nào đến sự hài lòng của khách du lịch đến TPHCM?
- Liệu có sự khác biệt về các yếu tố nhân khẩu học đối với sự hài lòng của khách du lịch TP.HCM đối với chất lượng du lịch ?

- Các hàm ý quản trị nào cần được đề xuất nhằm nâng cao sự hài lòng của khách du lịch TP.HCM đối với chất lượng du lịch ?

#### **1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

##### **□ Đối tượng nghiên cứu**

- Khách du lịch Việt Nam

##### **□ Phạm vi nghiên cứu**

- Phạm vi nghiên cứu của đề tài giới hạn trong:
- Không gian: Địa bàn thành phố Hồ Chí Minh
- Thời gian: Khảo sát nghiên cứu đề tài trong thời gian từ tháng 1 đến tháng 6 năm 2023

Lĩnh vực nghiên cứu: sự hài lòng của du khách với các điểm tham quan khi đến Việt Nam.

#### **1.5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu**

Đề tài không nhằm nghiên cứu đến các vấn đề của khách du lịch về sự hài lòng của khách du lịch đến với Thành Phố Hồ Chí Minh mà nhằm trực tiếp nghiên cứu về thái độ của du khách đối với du lịch tại TP.HCM. Đề tài là một công trình khoa học lần đầu tiên nghiên cứu về sự hài lòng của du khách Việt Nam đối với các dịch vụ du lịch tại TP.HCM. Đề tài có ý nghĩa lớn cho các doanh nghiệp, người làm du lịch nắm rõ hơn tâm lý, hành vi và thái độ của du khách khi sử dụng các dịch vụ du lịch từ đó sẽ phát triển tốt hơn sản phẩm sát với nhu cầu người tiêu dùng du lịch

nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách đồng thời giúp cho việc quản lý được thuận tiện hơn.

### **1.6. Kết cấu của đề tài**

Luận văn gồm phần mở đầu, giới thiệu về lí do chọn đề tài, mục tiêu nghiên cứu, câu hỏi nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa nghiên cứu. Cụ thể phần nội dung bao gồm 5 chương, trong đó chương 1 giới thiệu tổng quan về vấn đề nghiên cứu. Chương hai tổng quan cơ sở lý thuyết của đề tài, Chương 3, Phương pháp nghiên cứu, Chương 4, Kết quả và thảo luận và Chương 5 Kết luận và kiến nghị. Phần cuối bài bao gồm các phụ lục về bảng hỏi phỏng vấn và các bước chạy số liệu phân tích trên phần mềm SPSS 20.0.

## **CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN TÀI LIỆU VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT**



## **2.1. Khái niệm liên quan**

- Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác.
- Dịch vụ du lịch là việc cung cấp các dịch vụ về lữ hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và những dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

## **2.2. Sự hài lòng của khách du lịch**

### **2.2.1 Sự Hài Lòng Của Khách Du Lịch và mô hình nghiên cứu Sự Hài Lòng Của Khách Du Lịch**

Mano và Oliver (1993) cho rằng sự hài lòng là trạng thái cảm xúc thay đổi liên tục trong quá trình sử dụng sản phẩm và được đánh giá sau khi tiêu dùng [9]. Halstead và cộng sự (1994) xem sự hài lòng là một trạng thái cảm xúc, được hình thành trên cơ sở so sánh kết quả sản phẩm nhận được với một số tiêu chuẩn đặt ra trước khi mua sản phẩm [8]. Donald M. Davidoff (1993) cho rằng sự hài lòng (thỏa mãn) của khách hàng được đo bằng sự so sánh giữa dịch vụ họ cảm nhận được và dịch vụ họ trông đợi từ trước. [7]

Như vậy, có thể hiểu sự hài lòng của khách du lịch là trạng thái cảm xúc của họ về sản phẩm/dịch vụ du lịch được xác định trên cơ sở cảm nhận từ trải nghiệm thực tế so với mong đợi trước khi sử dụng sản phẩm/dịch vụ du lịch đó.

## **2.3. Mô Hình nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch**

### **□ Sự Kế Thừa**

Nhằm đo lường chất lượng dịch vụ tổng thể (SERVQUAL), Parasuraman, A. và cộng sự (1988) đã đề xuất mô hình SERVQUAL dựa trên sự hài lòng của khách hàng qua 22 chỉ tiêu thuộc 5 tiêu chí, gồm: (i) Tính tin cậy ;(ii) Tính đáp ứng (responsiveness);(iii) Tính bảo đảm (Assurance); (iv) Tính chia sẻ/cảm thông (Empathy); và (v) Tính hữu tình(Tangibility).[10] UNWTO (2004) đã đề xuất bộ chỉ số phát triển bền

vững cho điểm đến du lịch với 13 tiêu chí đánh giá [11]. Trong đó, tiêu chí thứ 4 phản ánh mức độ hài lòng trong hoạt động du lịch của du khách với 6 chỉ tiêu, được thu thập thông qua công cụ bảng hỏi đối với khách du lịch. Giá trị nhận được là tỉ lệ% số ý kiến trả lời của du khách. Trên cơ sở vận dụng và bổ sung bộ chỉ số phát triển bền vững này của UNWTO, Trương Thị Kim Chuyên và cộng sự (2008) đã tiến hành đánh giá hoạt động du lịch tại đảo Phú Quốc. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 27,7% du khách cho rằng đường sá giúp đi lại dễ dàng; 85,0% nhận thấy đồng tiền bỏ ra đáng giá; 35,7% các cơ sở du lịch đã giải quyết tốt những phàn nàn của du khách; 91,9% du khách sẽ trở lại. [1]

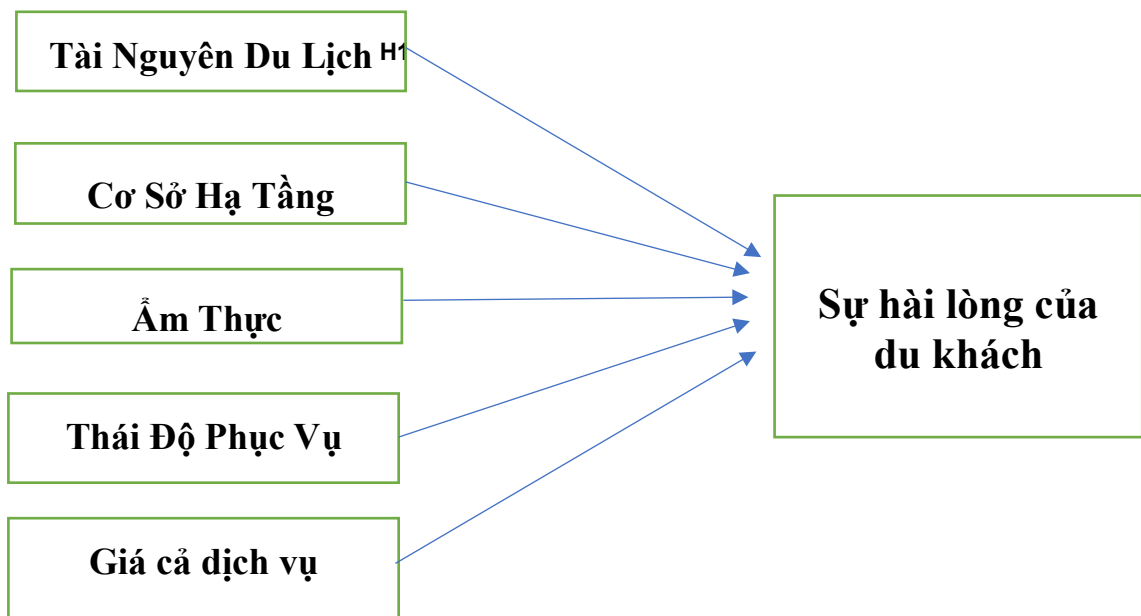
Để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch về chất lượng dịch vụ du lịch ở Kiên Giang, Lưu Thanh Đức Hải và Nguyễn Hồng Giang (2011) đã khảo sát 295 du khách bằng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên phân tầng theo địa bàn (Rạch Giá, Hà Tiên, Kiên Lương, Phú Quốc). Mô hình lí thuyết về chất lượng dịch vụ được các tác giả xây dựng dựa trên 5 nhóm yếu tố tác động, gồm: (i) Phong cảnh du lịch; (ii) Hạ tầng kĩ thuật; (iii) Phương tiện vận chuyên; (iv) Hướng dẫn viên du lịch; (v) Cơ sở lưu trú. Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho thấy sự hài lòng của khách du lịch đều có mối quan hệ đến 5 thành phần vừa nêu. Trong đó, thái độ của hướng dẫn viên là yếu tố tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của khách du lịch, thấp nhất là yếu tố về tiện nghi của cơ sở lưu trú. [2]

Lê Thị Tuyết và cộng sự (2014) khi nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch nội địa về chất lượng dịch vụ tại Làng cổ Đường Lâm đã phát triển mô hình dịch vụ của Parasuraman, A. và cộng sự (1988). Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA), đã xác định có 7 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng gồm: (i) Năng lực phục vụ du lịch; (ii) Giá cả hàng hóa và dịch vụ; (iii) Văn hóa; (iv) Cơ sở vật chất; (v) Các nghề truyền thống; (vi) Các lễ hội truyền thống; và (vii) Ẩm thực. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy chất lượng dịch vụ ở Làng cổ Đường Lâm bước đầu đã đáp ứng được nhu cầu của du khách, với khoảng 80% khách du lịch hài lòng. [6] Như vậy đã có nhiều nghiên cứu liên quan đến sự hài lòng của khách du lịch. Tuy nhiên, việc nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch tại những điểm du lịch cụ thể, nhất là trên cơ sở vận dụng

bộ tiêu chí và hướng đánh giá của UNWTO (2004) là vấn đề cần được làm rõ.

#### 2.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Từ sự kế thừa và bổ sung nội dung đánh giá của các tác giả vừa nêu, mô hình nghiên cứu về sự hài lòng của khách du lịch tại các điểm du lịch được chúng tôi xác định như sau (xem hình 1).



**Hình 1. Mô Hình đánh giá hoạt động du lịch Tại các điểm du lịch dựa trên sự hài lòng của khách du lịch**

### **Chương 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

Đề nghiên cứu các dịch vụ du lịch tại TP.HCM có ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách Việt Nam như thế nào, tác giả đã tổ chức việc nghiên cứu theo quy trình như gồm ba giai đoạn như sau: Trước tiên tác giả sử dụng các phương pháp như thu thập các số liệu thứ cấp, tìm hiểu và tra cứu dựa trên các tài liệu bằng giấy như sách, tạp chí chuyên ngành, các bài báo và những thông tin trên Internet liên quan đến đề tài. Bằng các phương pháp như thống kê, sưu tầm, phân tích, tổng hợp, khái quát hoá, tôi sẽ xác định những vấn đề có liên quan đến hành vi mua sắm của khách du lịch khi đi du lịch ra nước ngoài. Qua việc tổng hợp và đánh giá từ các công trình nghiên cứu của những nghiên cứu trước đây, tác giả đã hệ thống lại và đưa ra những xu hướng lý thuyết và thực tiễn cơ bản làm cơ sở lý thuyết cho nghiên cứu này. Sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng, với việc thiết kế bảng hỏi và sử dụng thang đo linkert để đo lường yếu tố tâm lý của khách du lịch đối với hành vi mua sắm hàng lưu niệm. Nghiên cứu được tiến hành tại TP. Hồ Chí Minh. Sau đó kết hợp sử dụng phần mềm chuyên dụng SPSS 20.0 for Window để đo lường các biến số, phân tích độ tin cậy và phân tích độ giá trị của bảng hỏi, và kiểm định mô hình nghiên cứu.

### **3.1. Thiết kế nghiên cứu**

Phương pháp nghiên cứu trong bài này được sử dụng là nghiên cứu thứ cấp và nghiên cứu định lượng. Theo Wahyuni (2012), dữ liệu thứ cấp được thu thập từ dữ liệu có sẵn, công khai cũng như từ các ấn phẩm nội bộ do những người đóng góp cho nghiên cứu cung cấp. Hiện tại, không có nhiều nghiên cứu tương tự nào tập trung hoàn toàn mức độ hài lòng của du khách ở TP.HCM. Do đó, cần phải tiến hành một cuộc tổng quan tài liệu toàn diện để giải quyết vấn đề của nghiên cứu này. Nghiên cứu định lượng cung cấp sự tách biệt khỏi quan điểm chủ quan của nhà nghiên cứu (Wahyuni, 2012). Phương pháp này tập trung vào việc thu thập dữ liệu từ các cơ sở lý thuyết được kế thừa và sau đó phân tích dữ liệu theo mô hình đề xuất của cá nhân tác giả với tính khách quan cao (Rahi, 2017). Dữ liệu chính được thu thập từ bảng câu hỏi định lượng được chuyển cho khách hàng qua bảng câu hỏi đóng online được soạn thảo qua Google Biểu Mẫu . Bảng câu hỏi được viết bằng tiếng Việt và đường link được chuyển cho khách du lịch Việt Nam đã từng tham gia tham quan du lịch ít nhất 2 lần tại TP.HCM trong thời gian gần đây. Sau khi thu thập dữ liệu từ