

**The Saigon International
University**



**Khóa luận
tốt nghiệp**

Thành phố Hồ Chí Minh - 2023

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành

QUẢN TRỊ DU LỊCH

Đề tài

NGHIÊN CỨU NHỮNG ẢNH HƯỞNG ĐẾN DU LỊCH HOMESTAY TẠI ĐÀ LẠT

Giảng viên hướng dẫn

ThS. NGUYỄN DUY HÙNG

Sinh viên

TẠ PHƯƠNG NAM

MSSV: 5401180143



Lewis Campus

Email: admission@siu.edu.vn

Website: www.siu.edu.vn

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan khóa luận tốt nghiệp : “*Nghiên cứu ảnh hưởng du lịch homestay tại Đà Lạt*” là bài nghiên cứu do chính tôi thực hiện. Những tài liệu tham khảo được tác giả sử dụng trong khóa luận tốt nghiệp này đã được tôi trình bày rõ ràng ở phần cuối tôi tham khảo. Tất cả các số liệu thể hiện trong bài đều là hoàn toàn có thật. Tôi xin chịu trách nhiệm kỷ luật với bất kỳ sai sót nào từ phía nhà trường.

TPHCM, ngày....., tháng....., năm 2022

Tác giả đề tài

Tạ Phương Nam

LỜI CẢM ƠN

Lời nói đầu tiên cho tôi xin phép gửi lời cảm ơn đến Trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn và các thầy cô trong khoa Kinh doanh - Luật đã tạo điều kiện cho tôi hoàn thành bài khóa luận thực tập này. Và đặc biệt là tôi xin cảm ơn người thầy đã đồng hành cùng tôi trong quá trình làm khóa luận tốt nghiệp, đó chính là Thạc sĩ Nguyễn Duy Hưng. Cảm ơn thầy đã hỗ trợ, giúp đỡ em trong quá trình hoàn thành luận án.

Do còn nhiều thiếu sót và hạn chế nên trong quá trình hoàn thành khóa luận sẽ có nhiều chỗ thiếu sót. Tôi rất hy vọng nhận được các sự góp ý, chỉ bảo, và giúp đỡ của các thầy cô, để tôi có thể cải thiện kỹ năng và nâng cao kiến thức trong thời gian học tập và làm việc sau này.

TPHCM, ngày....., tháng....., năm 2023

Tác giả đề tài

Tạ Phương Nam

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	iii
LỜI CẢM ƠN.....	iv
NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN.....	v
MỤC LỤC.....	vi
DANH MỤC BẢNG SỬ DỤNG.....	ix
DANH MỤC HÌNH.....	
CHƯƠNG 1.....	10
TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU.....	10
1.1. SỰ HÌNH THÀNH VÀ CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI.....	10
1.2. TỔNG QUAN TÀI LIỆU.....	11
1.3. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU.....	12
1.3.1. Đối tượng nghiên cứu:.....	12
1.3.2. Phạm vi nghiên cứu.....	13
1.4. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU ĐỀ TÀI.....	13
1.5. Ý NGHĨA THỰC TIỄN CỦA ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU.....	13
1.6. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	13
1.7. KẾT CẤU CỦA LUẬN VĂN.....	14
CHƯƠNG 2.....	14
CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	14

2.1. GIỚI THIỆU VỀ CÁC KHÁI NIỆM VÀ CÁC TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH HOMESTAY TẠI ĐÀ LẠT	14
2.2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT	17
2.2.1. Khái niệm về du lịch homestay	
2.2.2. Khái niệm về du lịch và khách du lịch	17
2.2.2.1. Du lịch	18
2.2.2.2. Khách du lịch	19
2.2.2.3 Sự hài lòng của khách hàng	21
2.2.2.3.1. Khái niệm	21
2.2.2.5. Tầm quan trọng của sự hài lòng	22
2.2.3. Hình ảnh điểm đến	23
2.2.4. Cơ sở vật chất	24
2.2.5. Văn hóa truyền thống	26
2.2.6. Môi trường	26
2.2.7. Ẩm thực	27
2.2.8. Giá cả	28
2.3. Mô hình nghiên cứu	28
CHƯƠNG 3	37
3.1. GIỚI THIỆU	37
3.2. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU	37
3.2.1. Nghiên cứu sơ bộ	37
3.2.2. Nghiên cứu chính thức	38

3.2.3. Xác định mẫu nghiên cứu	38
3.2.4. Quy trình nghiên cứu	39
3.3. XÂY DỰNG THANG ĐO CHO CÁC NHÂN TỐ	39
3.4 TÓM TẮT	41
4.1. GIỚI THIỆU	42
4.2. MÔ TẢ MẪU NGHIÊN CỨU	42
4.2.1 Kết quả khảo sát nhân khẩu học (Thống kê tần số)	42
4.2.2 Thống kê trung bình	44
4.3. KIỂM ĐỊNH HỆ SỐ TIN CẬY CRONBACH'S ALPHA	47
4.4. PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ (EFA)	49
4.4.1. Kết quả phân tích EFA	50
4.5. PHÂN TÍCH NHÂN TỐ TƯƠNG QUAN	53
4.6. PHÂN TÍCH NHÂN TỐ HỒI QUY	53
CHƯƠNG 5	55
HÀM Ý QUẢN TRỊ	55
5.1 KẾT LUẬN BÀI NGHIÊN CỨU	55
5.2 MỘT SỐ HÀM Ý QUẢN TRỊ	56
5.2.1 Hàm ý quản trị đối với yếu tố Môi trường	
5.2.2 Hàm ý quản trị đối với yếu tố Giá cả	
5.2.3 Hàm ý quản trị đối với yếu tố Cơ sở vật chất	56
5.2.4 Hàm ý quản trị đối với yếu tố Ẩm thực	57

5.2.4 Hàm ý quản trị đối với yếu tố Văn hóa	57
5.3 HẠN CHẾ CỦA LUẬN VĂN	58
TÀI LIỆU THAM KHẢO	58

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU

1.1. SỰ HÌNH THÀNH VÀ CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI

Từ đó cho đến nay ngành du lịch mang lại nguồn thu lớn cho nền kinh tế nước nhà, nó góp phần tạo ra hàng ngàn cơ hội công ăn việc làm cho người dân địa phương cũng như một cách để quảng bá hình ảnh xinh đẹp của đất nước, vùng miền của địa phương. Chính phủ Việt Nam luôn chú trọng và cố gắng thúc đẩy đầu tư phát triển cơ cấu hạ tầng, cơ sở vật chất của ngành du lịch, đặt ra các mục tiêu hướng đến một ngành kinh tế mũi nhọn mang lại nhiều giá trị kinh tế vượt bậc, ngoài ra hiện nay một loại hình du lịch mới đang được phát triển rất mạnh mẽ và còn thúc đẩy được tiềm năng giá trị của kinh tế cũng như của ngành du lịch nói chung. Đó là loại hình du lịch homestay, du lịch homestay là loại hình du lịch gắn bó mật thiết với thiên nhiên, văn hóa, phong tục địa phương và là một sản phẩm du lịch thay thế có tiềm năng thu hút khách du lịch do nhu cầu du lịch quốc tế tăng rõ rệt giúp nâng cao lượng khách du lịch bằng cách cho phép họ quan sát, trải nghiệm và tìm hiểu về nếp sống của cư dân địa phương nơi mình đến.

Du lịch homestay ở Việt Nam Homestay cho phép khách có cái nhìn thoáng qua về cuộc sống hàng ngày của cư dân và do đó được coi là phương tiện để trải nghiệm cộng đồng địa phương theo những cách khác với các tương tác và bối cảnh du lịch thông thường. Là một hình thức lưu trú, homestay chiếm vị trí trung gian giữa môi trường thân mật tại nhà của một người bạn hoặc thành viên gia đình và môi trường thương mại thuần túy. Loại hình này không chính thức được tìm thấy trong khách sạn và các cơ sở lưu trú thông thường khác.

Như nói ở trên, du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn trong định hướng phát triển của cả nước và ngoài ra việc phát triển các dịch vụ và homestay cũng là một sự phát triển mới có sức ảnh hưởng lớn đến việc đẩy mạnh thu hút lượt khách đến và những giá trị về tiềm năng kinh tế mà nó mang lại cho Việt Nam là rất lớn.

Chính vì tất cả điều đó mà đề tài “*Nghiên cứu ảnh hưởng tác động đến du lịch homestay tại Đà Lạt*” được thực hiện.

1.2. TỔNG QUAN TÀI LIỆU

Trên các diễn đàn có nhiều khái niệm khác nhau về sự hài lòng sau khi sử dụng của khách hàng, đó chính là sự phản hồi tình cảm/toàn bộ cảm nhận của khách hàng đối với nhà cung cấp dịch vụ trên cơ sở so sánh sự khác biệt (Oliver, 1993). Cũng trên quan điểm này, Kotler (2001) đánh giá rằng sự hài lòng được xác định trên cơ sở so sánh giữa những kết quả nhận được từ dịch vụ và mong đợi trước đó của khách hàng.

Ngoài ra sự hài lòng của khách hàng nói chung và du khách nói riêng là một trong những yếu tố quyết định - quan trọng bởi điều đó liên quan đến các chỉ số ảnh hưởng đến lợi nhuận (Ahn et al., 2007). Có thể nói sự hài lòng của du khách chính là sự chênh lệch cảm nhận của du khách từ du lịch đã tác động đến trạng thái cảm xúc của du khách (Yoon & Uysal, 2005). Chen và Tsai (2007) còn khẳng định sự hài lòng của khách du lịch là việc xác định nhận thức hoặc cảm giác tích cực mà du khách cảm nhận.

Khi đề cập đến khái niệm sự hài lòng, Bachelet (1995) cho rằng sự hài lòng của khách hàng như một phản ứng mang tính cảm xúc của khách hàng đáp lại với kinh nghiệm của họ với một sản phẩm hay một dịch vụ.

Theo tác giả Al-Ababneh (2013) về sự hài lòng của khách du lịch đối với chất lượng dịch vụ của khách du lịch tại địa điểm. Tiếp đến “Sự hài lòng của du khách đóng một vai trò quan trọng và là yếu tố chính quyết định mức độ trung thành của du khách”

(Nyadzayo & Khajezadeh, 2016; Chenini & Tuoiti, 2018) hoặc giới thiệu cho người khác (Chen & Chen, 2010). Tóm gọn vì vậy, công ty du lịch phải đảm bảo sự hài lòng của du khách chính là yếu tố cốt lõi mang lại nhiều thành công cho ngành du lịch (Hui et al., 2007), cũng như là hàm ý cơ sở tạo ra sự khác biệt và lợi thế cạnh tranh cho nhiều công ty du lịch – lữ hành (McQuilken et al., 2000).

Từ việc thu thập các nghiên cứu trước đây, một số nhà nghiên cứu trong và ngoài nước đã tìm hiểu cũng như xác định được sự suy nghĩ, cách biểu đạt cảm xúc hay tinh thần - sức khỏe tiêu dùng của khách du lịch. Và liệu du lịch có phải cách để thỏa mãn nhu cầu - đam mê cũng như là định nghĩa về hành vi tiêu dùng du lịch của khách hàng.

(Schiffman &

Kanuk, 2009; Abbasi & Turkmani, 2010)

Hành vi tiêu dùng du lịch của khách hàng cũng liên quan đến những hoạt động như mua, sử dụng và lãng phí các loại hàng hóa & dịch vụ - tiếp thu ý tưởng và thực hiện các hành động quyết định khi sử dụng dịch vụ du lịch tại địa điểm du lịch (Mowen, 1993; Engel, Blackwell & Miniard, 1986)

Những tác động trên đã ảnh hưởng đến cuộc sống của khách du lịch, chính vì thế nó gây ra hậu quả của hành vi đi du lịch liên quan đến các lý do cá nhân như nghề nghiệp và lối sống của mỗi người (Abdu & Purwanto, 2013)

Từ những điều đó, tác giả thấy yếu tố sự hài lòng chính là một cốt lõi giúp ích cho sự phát triển của địa phương, cũng như kinh tế của Việt Nam.

1.3. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

1.3.1. Đối tượng nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu : nghiên cứu về các yếu tố tác động mạnh mẽ đến sự hài lòng trong trải nghiệm của toàn bộ khách du lịch đến với homestay tại Đà Lạt

1.3.2. Phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện tại Thành phố Hồ Chí Minh

Phạm vi thời gian : 13.03.2023 đến 25.06.2023

1.4. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU ĐỀ TÀI

Giải thích các mục ảnh hưởng tác động như thế nào đến với sự hài lòng của khách hàng đối với homestay tại Đà Lạt

Đưa ra giải pháp nhằm nâng cao khả năng để phát triển các homestay tại Đà Lạt.

Đưa ra giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ du lịch và phát triển du lịch homestay tại Đà Lạt

1.5. Ý NGHĨA THỰC TIỄN CỦA ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU

Từ những kết quả nghiên cứu sẽ giúp những bên liên quan đến các cấp của các công ty du lịch lữ hành có thể có các nhìn tổng quát về những mục ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch đối với một điểm đến cụ thể - trong bài nghiên cứu này là phát triển du lịch homestay tại Đà Lạt. Từ đó có những cải thiện tương đối lớn trong chất lượng dịch vụ ngành du lịch đến với du khách trong thời điểm hiện tại và trong tương lai.

1.6. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp nghiên cứu mà tác giả sử dụng là Cronbach Alpha (hệ số tin cậy) và phân tích nhân tố khám phá EFA (exploratory factor analysis), nó được sử dụng như là để sàng lọc thang đo. Để giải quyết tác giả sử dụng phần mềm xử lý dữ liệu SPSS

Giai đoạn 1: Bắt đầu nghiên cứu sơ bộ, việc này được thực hiện thông qua bởi phương pháp: định tính và định lượng. Khả năng của nghiên cứu sơ bộ định tính đó là dùng để khám phá, điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu.

Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua kỹ thuật thảo luận nhóm tập trung.

Giai đoạn 2: Cuối cùng là nghiên cứu chính thức cũng được thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định lượng bằng thông qua phỏng vấn du khách thông qua bảng câu hỏi trực tuyến qua mạng xã hội.

1.7. KẾT CẤU CỦA LUẬN VĂN

Chương 1 : Mở đầu

Chương 2 : Cơ sở lý thuyết và Mô hình nghiên cứu

Chương 3 : Phương pháp nghiên cứu

Chương 4 : Kết quả nghiên cứu

Chương 5: Hàm ý quản trị

1.8. TÓM TẮT

Qua chương 1, tác giả đã tóm tắt lại sự cấp thiết và sự hình thành đề tài nghiên cứu. Từ đó có thể làm tiền đề cho chương tiếp theo, nội dung chương 2 sẽ bao gồm các cơ sở lý thuyết, định nghĩa và sự hình thành của thang đo.

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. GIỚI THIỆU VỀ CÁC KHÁI NIỆM VÀ CÁC TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH HOMESTAY TẠI ĐÀ LẠT

Theo thống kê của ngành Du lịch, đến hết năm 2019, trên địa bàn toàn tỉnh Lâm Đồng có khoảng 2.250 cơ sở lưu trú du lịch (tăng 60% so với năm 2018, tăng đột biến homestay), với tổng số 25.617 phòng (tăng 31,1% so với năm 2018). Trong đó, có 480 khách sạn từ 1 - 5 sao với 12.642 phòng (tăng 29,6% so với năm 2018), 445 khách sạn từ 1-2 sao với 9.146 phòng, 35 khách sạn cao cấp từ 3 - 5 sao với 3.496 phòng.

Riêng với loại hình homestay, là loại hình lưu trú có quy mô nhỏ hơn nhà nghỉ, khách sạn, khu nghỉ dưỡng; bao gồm biệt thự du lịch, nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê, căn hộ du lịch.

Theo thống kê của thành phố Đà Lạt, cuối năm 2019, Đà Lạt có hơn 730 cơ sở homestay với gần 5.750 phòng và khoảng 10.500 giường; tăng 40% về số lượng, khoảng 35% về số phòng và hơn 30% về số giường. Nhưng, đây là con số chưa được thống kê đầy đủ, nghĩa là

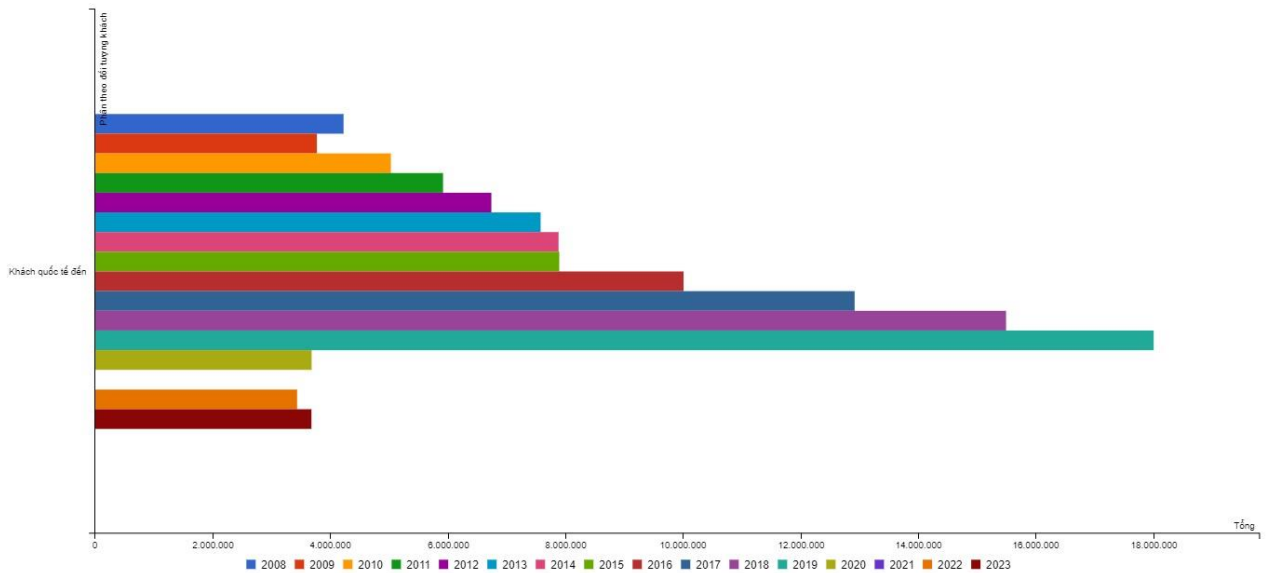
thực tế, các con số còn cao hơn.

Về mặt quản lý nhà nước, số lượng các cơ sở kinh doanh lưu trú du lịch theo loại hình “homestay” tăng mạnh và phần lớn chưa qua kiểm tra công nhận điều kiện tối thiểu về cơ sở vật chất kỹ thuật và dịch vụ phục vụ khách du lịch (vì theo quy định mới tại Luật Du lịch 2017 và các văn bản hướng dẫn thực hiện thì tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch được tự nguyện đăng ký xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch với cơ quan nhà nước có thẩm quyền), nguồn lao động du lịch phục vụ tại các đơn vị này chưa được đào tạo bài bản về chuyên môn nghiệp vụ, ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ khách.

Ngoài số lượng biệt thự du lịch (khoảng 130 cơ sở) có độ ổn định hơn về cơ sở vật chất và nhiều homestay được gia chủ chăm chút tạo nên sự độc đáo, thu hút khách; thì còn nhiều hộ kinh doanh homestay hoạt động quy mô nhỏ; nhiều cơ sở được thuê lại hoặc tận dụng nhà ở một cách sơ sài, mức độ đầu tư cơ sở vật chất, tiện nghi, trang bị hạn chế, dịch vụ kém, tiềm ẩn nguy cơ mất an toàn, an ninh trật tự. Nhiều hộ gia đình tự ý cho khách thuê lưu trú; sử dụng lao động thiếu kỹ năng phục vụ, kỹ năng giao tiếp...

Trong đó, khách quốc tế ước đạt 4.500 lượt khách (tăng 221,4% so với cùng kỳ năm 2022); khách nội địa ước đạt 115.500 lượt khách (tăng 16%), khách qua lưu trú ước đạt 78.000 lượt (tăng 11,4%). Các ngày cao điểm có đông du khách đến tham quan, trải nghiệm là 30/4 và 1/5.

Dịp này, UBND tỉnh Lâm Đồng cũng tổ chức Tuần lễ vàng du lịch Lâm Đồng năm 2023 (từ 27/4 đến 3/5), với hàng chục chương trình, hoạt động văn hóa, nghệ thuật đặc sắc, để phục vụ người dân, du khách tham quan. Trong khuôn khổ Tuần lễ vàng, thành phố Đà Lạt ước đón 300.000 lượt khách đến tham quan, nghỉ dưỡng (khách qua đăng ký lưu trú ước đạt 135.000 lượt), khách quốc tế ước đạt 8.000 lượt, khách nội địa ước đạt 292.000 lượt.



Hình 2.1: Số liệu khách du lịch quốc tế tại Việt Nam năm 2008-2023

Nguồn: Tổng cục Thống kê

2.2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.2.1. Khái niệm về du lịch homestay

Du lịch homestay là một hình thức du lịch gắn liền với thiên nhiên, văn hóa và phong tục địa phương nhằm thu hút một bộ phận thị trường khách du lịch mong muốn có những trải nghiệm đích thực (Jamal và cộng sự, 2011).

Du lịch homestay nhấn mạnh vào các sản phẩm và dịch vụ du lịch sinh thái và cộng đồng, trong đó du khách ở lại với các gia đình nuôi dưỡng và tham gia vào các hoạt động hàng ngày bình thường để trải nghiệm lối sống và văn hóa địa phương (Ismail et al., 2016). Homestay được định nghĩa là một loại hình cơ sở lưu trú du lịch cho phép khách lưu trú tại nhà dân địa phương tại một điểm đến (Gu & Wong, 2006); là một loại hình lưu trú mà khách du lịch hoặc khách mời trả tiền để ở trong nhà riêng, nơi mà sự tương tác diễn ra với chủ nhà và/hoặc gia đình thường sống trong khuôn viên đó, và ở một mức độ nào đó, không gian công cộng được

chia sẻ với họ (Lynch, 2005) ; như một hình thức lưu trú thay thế cho phép khách du lịch ở lại với các gia đình được chọn, tương tác với họ và trải nghiệm cuộc sống hàng ngày trong văn hóa của gia đình chủ nhà (Jamal et al., 2011); là loại hình lưu trú mà du khách hoặc khách mời trả tiền để ở trong nhà riêng, nơi tương tác diễn ra với chủ nhà và/hoặc gia đình thường sống trong khuôn viên và những người mà không gian công cộng được chia sẻ ở một mức độ nào đó (Kontogeorgopoulos et al., 2015).

2.2.2. Khái niệm về du lịch và khách du lịch

2.2.2.1. Du lịch

Có nhiều khái niệm khác nhau về du lịch. Theo Liên hiệp quốc tế các tổ chức lữ hành chính thức (International Union of Official Travel Organisation – IUOTO), khái niệm du lịch được hiểu là hoạt động du hành từ địa điểm hiện tại đến nơi khác so với địa điểm cư trú của bản thân nhằm mục đích không phải để làm ra thu nhập, tức không phải để làm một nghề hay một việc kiếm tiền để sinh sống.

Theo tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), thì “Du lịch bao gồm những hoạt động của con người đi đến và lưu trú tại một nơi ngoài môi trường thường xuyên (nơi ở thường xuyên) của họ trong thời gian liên tục không quá một năm nhằm mục đích nghỉ ngơi, kinh doanh, và các mục đích khác.” Cũng theo Điều 4 của Luật Du lịch Việt Nam (2006) thì “Du lịch là hoạt động liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định.”

Theo đó, khái niệm du lịch được hiểu theo Luật du lịch Việt Nam (2005) ban hành, thì đây là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú

thường xuyên của mình để thỏa mãn nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định (Điều 4 chương I Luật Du lịch của Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam số 44/2005/QH11 ngày 14 tháng 6 năm 2005).

Đối với khách đi du lịch thường được gọi là du khách thì du lịch chính là một cuộc hành trình và lưu trú của họ ở ngoài nơi họ sống thường xuyên để phục vụ các nhu cầu khác nhau như: để tìm kiếm kinh nghiệm sống hoặc thỏa mãn các nhu cầu về vật chất và tinh thần khác.

Đối với mục đích làm kinh doanh du lịch thì khái niệm du lịch thì hoàn toàn khác, nó là quá trình để tổ chức nhiều điều kiện về sản xuất và phục vụ nhằm thỏa mãn, đáp ứng các nhu cầu của người du lịch và đạt được mục đích số một của mình là thu lợi nhuận và kiếm thêm thu nhập cho doanh nghiệp.

Đối với chính quyền địa phương: Du lịch là việc xây dựng các tổ chức tạo điều kiện về hành chính, về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật để phục vụ khách du lịch đến với địa phương, tập hợp các điều kiện dành cho khách du lịch, giúp ích cho việc phát triển – trao đổi kinh tế cho địa phương và các công ty du lịch – lữ hành.

Đối với cộng đồng người dân địa phương thì Du lịch là một hiện tượng kinh tế - xã hội, hoạt động du lịch tại khu vực họ sinh sống vừa tạo cơ hội để tìm hiểu về văn hóa địa phương, vừa là văn hóa, phong cách của người dân ngoài khu vực ngày càng gia tăng. Tìm việc làm, phát triển kinh tế, phát triển bản thân, phát huy nghề truyền thống, nâng cao thu nhập, đồng thời tác động đến đời sống của người dân. Dân cư địa phương như môi trường, trật tự an toàn xã hội, nhà hàng ăn uống, lưu trú.

Nhìn từ các góc độ kinh tế thì du lịch là một ngành kinh tế đặc biệt quan trọng, mang lại nhiều giá trị kinh tế cho đất nước nói chung và Đà Nẵng nói riêng, thúc đẩy các dịch vụ phục vụ cho nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ ngơi.

2.2.2.2. Khách du lịch

Khái niệm chung

Theo Luật Du lịch Việt Nam, khách du lịch được định nghĩa như sau: “Khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến.” (Điều 10, chương 4, Luật Du lịch Việt Nam).

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), thì khách du lịch có những đặc điểm sau:

- Đi khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình.
- Không đi du lịch với mục đích làm kinh tế.
- Đi khỏi nơi cư trú từ 24h trở lên.

Khách du lịch, họ là những người đi sử dụng tiền bạc - sức khỏe cá nhân để đi du lịch hoặc kết hợp công việc và đi du lịch, nó ngoại trừ các trường hợp như đi học hay thực hiện công việc để nhận thu nhập ở một địa điểm đến cụ thể.

Cụ thể, các loại du khách này được định nghĩa như sau:

- Du khách trong nước: là người dân nước ta, người nước ngoài cư trú ở Việt Nam
- Du khách quốc tế đến nước ta: là người nước ngoài, người dân người dân định cư vào đất nước ta du lịch.
- Du khách ra nước ngoài: là người Việt Nam và người nước ngoài cư trú ở nước ta

Phân loại khách du lịch

Khách du lịch quốc tế:

Vào năm 1963 tại địa điểm Hội nghị của Liên hiệp quốc về Du lịch tại Rome, đối với Ủy ban thống kê của Liên Hiệp Quốc đã được định nghĩa như sau: “Khách du lịch quốc tế là người thăm viếng một nước khác ngoài nước cư trú của mình với bất kỳ lý do nào ngoài mục đích hành nghề để nhận thu nhập từ nước được viếng thăm.” Trong năm 1989 của Hội nghị liên minh Quốc tế về Du lịch: “Du khách quốc tế là tập hợp những người trên đường đi thăm, ghé thăm một quốc gia khác quốc gia cư trú thường

xuyên với mục đích tham quan, giải trí, thăm viếng, nghỉ ngơi với thời gian không quá ba tháng”

Khách du lịch nội địa:

Nhận định về khách nội địa như sau: “Khách du lịch nội địa là những người cư trú trong nước, không kể quốc tịch, thăm viếng một nơi khác nơi cư trú thường xuyên của mình trong thời gian ít nhất 24 giờ cho một mục đích nào đó ngoài mục đích hành nghề kiếm tiền tại nơi viếng thăm”. Đối với Việt Nam, Luật Du lịch Việt Nam đã quy định tại Điều 20, chương IV như sau: “Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam đi du lịch trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam.”

Thông kê cho thấy ở nước ta du khách bao gồm du khách quốc tế và du khách nội địa: khách du lịch quốc tế gồm hai group khách: khách du lịch vào Việt Nam và du khách ra nước ngoài.

2.2.2.3 Sự hài lòng của khách hàng

2.2.2.3.1. Khái niệm

Trên các diễn đàn, và theo nhiều nhà nghiên cứu có chuyên môn thì có rất nhiều định nghĩa khác nhau về sự hài lòng của khách hàng, nhiều cuộc hội thoại tranh luận về ý nghĩa thực sự của nó. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng sự hài lòng chính là sự khác biệt giữa kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận thực tế sau khi khách hàng mua và sử dụng sản phẩm hay dịch vụ đó. Theo Philip Kotler (2003), sự hài lòng của khách hàng là mức độ của trạng thái cảm giác của một người khách hàng, nó bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ việc tiêu dùng sản phẩm hay hay dịch vụ với những kỳ vọng trước đó của chính họ. Tuy theo mức độ hài lòng, nhiều yếu tố phụ thuộc vào sự khác biệt giữa kết quả nhận được và sự kỳ vọng của dịch vụ hay sản phẩm đó, nếu như kết quả thực tế thấp hơn sự kỳ vọng thì khách hàng sẽ không hài lòng, còn nếu kết quả thực