

NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG DU LỊCH SINH THÁI Ở SUỐI NƯỚC NÓNG BÌNH CHÂU BÀ RỊA – VŨNG TÀU

Vũ Văn Đông

Trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu

Email: Vuvandong72@gmail.com

Ngày nhận: 10/3/2016

Ngày nhận bản sửa: 15/5/2016

Ngày duyệt đăng: 25/6/2016

Tóm tắt:

Sự hài lòng của khách tham quan đối với các khu du lịch sinh thái là một trong những yếu tố quan trọng quyết định đến khả năng thu hút khách du lịch và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Nghiên cứu này nhằm mục đích đánh giá mức độ hài lòng của du khách và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách khi tham quan Khu Du lịch sinh thái suối nước nóng Bình Châu thuộc tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số giải pháp liên quan đến đào tạo, đầu tư nhằm nâng cao sự hài lòng của du khách, cải thiện hiệu quả các hoạt động du lịch sinh thái tại vùng nghiên cứu.

Từ khóa: Sự hài lòng, khách du lịch, du lịch sinh thái, Bình Châu Bà Rịa – Vũng Tàu

Satisfaction of tourists on eco-tourism activities in the Binh Chau hot springs of Ba Ria - Vung Tau province

Abstract:

Satisfaction of visitors on ecotourism destinations is one of the important factors determining the ability to attract tourists and effective operation of tourism enterprises. This study aims at assessing the level of visitor satisfaction and the factors affecting the satisfaction of tourists visiting Eco Resorts Binh Chau hot springs in the province of Ba Ria - Vung Tau. Based on the study results, the author proposes a number of measures related to training and investment in order to improve visitor satisfaction, efficiency and eco-tourism activities in the study area.

Keywords: Satisfaction, tourists, ecotourism, Binh Chau Ba Ria - Vung Tau

1. Giới thiệu

Du lịch sinh thái đã và đang phát triển mạnh ở Việt Nam nói chung và tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu nói riêng. Quá trình phát triển du lịch sinh thái đã góp phần đa dạng sản phẩm du lịch, phát triển kinh tế địa phương và đặc biệt đã tạo ra cơ hội mới cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

Để phát triển du lịch sinh thái, bên cạnh các điều kiện tự nhiên, văn hóa thì việc cải thiện chất lượng dịch vụ và nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối

với dịch vụ du lịch có ảnh hưởng rất lớn đến khả năng thu hút du khách (Phạm Trung Lương, 2005). Sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ trong quá trình tham quan, nghỉ dưỡng là vấn đề được các nhà quản lý du lịch rất quan tâm. Tuy nhiên, chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch là không dễ xác định và rất khó có chiến lược quản lý có hiệu quả, bởi đặc tính vô hình, khó cân đo đong đếm và khả năng kiểm soát chất lượng (Lê Huy Bá, 2009).

Khu du lịch sinh thái Suối nước nóng Bình Châu

tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu là một điểm đến lý tưởng và có nhiều tiềm năng trong thu hút khách du lịch, trong thời gian gần đây thực sự đã trở thành điểm du lịch hấp dẫn của du khách trong và ngoài nước. Mặc dù vậy, việc nghiên cứu đánh giá mức độ hài lòng của du khách, cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách để có những giải pháp phù hợp nhằm nâng cao khả năng thu hút du khách chưa thực sự được các doanh nghiệp du lịch, các nhà khoa học quan tâm nghiên cứu.

2. Mục tiêu và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này nhằm mục tiêu đánh giá sự hài lòng của du khách đối với hoạt động du lịch khi tham quan du lịch sinh thái Suối nước nóng Bình Châu và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách, trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch tại Suối nước nóng Bình Châu. Để đạt được mục tiêu nghiên cứu, tác giả đã vận dụng lý thuyết của Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), để tiến hành điều tra thông qua phỏng vấn trực tiếp 250 du khách sau khi đã tham quan và trải nghiệm các dịch vụ tại Khu Du lịch Sinh thái Suối nước nóng Bình Châu. Số liệu được nhập và xử lý trên phần mềm SPSS 19.0. Sau khi loại bỏ các quan sát không phù hợp và kiểm định độ tin cậy của thang đo, các phương pháp thống kê mô tả, phân tích nhân tố khám phá, phân tích hồi quy tương quan được sử dụng để xác định các nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Thống kê mô tả đối tượng điều tra

Trong tổng số 250 phiếu được gửi đến khách du lịch sau khi tham quan khu du lịch sinh thái Suối nước nóng Bình Châu, kết quả thu được 234 phiếu hợp lệ. Thống kê mô tả về mẫu nghiên cứu như sau:

- Về số lần đến tham quan: Trong 234 khách du lịch được hỏi có 170 du khách đến Suối nước nóng Bình Châu lần thứ nhất (chiếm 72,6%); 35 du khách đến Suối nước nóng Bình Châu lần thứ 2 (chiếm 14,9%) và 29 du khách (chiếm 12,3%) đến tham quan từ 3 lần trở lên.

- Về mục đích chuyến đi: Có 56,3% khách đến Suối nước nóng Bình Châu với mục đích tham quan, nghỉ dưỡng; 27,8% du khách đi công tác kết hợp tham quan và 15,9% khách du lịch đi tham quan kết hợp nghiên cứu học tập.

- Về nghề nghiệp: Có 120 du khách là công chức,

viên chức (51,2%), 50 khách là công nhân (21,3%), 30 là sinh viên (12,8%), 26 du khách là hưu trí (11,1%) và 24 khách tham quan là thương gia (10,2%). Các đặc điểm trên cho thấy, khách đến tham quan Khu Du lịch sinh thái Suối nước nóng Bình Châu chủ yếu có độ tuổi trẻ, phần lớn là đến nhằm tham quan danh lam thắng cảnh hoặc đi công tác kết hợp tham quan. Đánh giá sơ bộ về tính đa dạng của sản phẩm du lịch tại Suối nước nóng Bình Châu, có 86,9% du khách cho rằng sản phẩm loại hình du lịch ở đây hiện nay còn rất nghèo nàn và đơn điệu, chỉ có 14 ý kiến đánh giá là đa dạng (9,3%) và 7 người được hỏi trả lời là rất đa dạng (4,6%).

Như vậy, nhìn chung du khách đánh giá loại hình và sản phẩm du lịch tại Suối nước nóng Bình Châu hiện nay chưa đa dạng và không tương xứng với tiềm năng. Kết quả đánh giá tổng thể về mức độ hài lòng của khách tham quan du lịch sinh thái Suối nước nóng Bình Châu chỉ đạt trên trung bình (3,24 điểm trên thang đo 5 điểm). Điều này cho thấy, chất lượng sản phẩm du lịch của các doanh nghiệp chưa đáp ứng nhu cầu du khách.

3.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Độ tin cậy của thang đo được định nghĩa là mức độ mà nhờ đó sự đo lường của các biến điều tra là không gặp phải các sai số và kết quả phỏng vấn khách hàng là chính xác và đúng với thực tế. Kết quả tính toán Cronbach Alpha của các biến quan sát cho thấy, hệ số tin cậy Alpha từng biến số đều nằm trong khoảng từ 0,7876 đến 0,7958 và tổng hệ số tin cậy là 0,7954, như vậy số liệu điều tra đảm bảo độ tin cậy để đưa vào phân tích, đánh giá.

3.3. Phân tích nhân tố khám phá

Phân tích nhân tố khám phá được sử dụng để rút gọn và tóm tắt các biến để nghiên cứu thành các khái niệm. Thông qua phân tích nhân tố nhằm xác định mối quan hệ của nhiều biến được xác định và tìm ra nhân tố đại diện cho các biến quan sát. Kết quả phân tích nhân tố đối với các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách tại Suối nước nóng Bình Châu cho thấy, trị số KMO = 0,642 thỏa mãn điều kiện lớn hơn 0,5 nên việc phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu của mẫu.

Ngoài ra, giá trị kiểm định Bartlett test với giả thuyết là không (H_0) là “các biến không tương quan với nhau” bằng 2172,78 với mức ý nghĩa thống kê dưới 1% đã bác bỏ giả thuyết trên và việc áp dụng

phân tích nhân tố là thích hợp.

Kết quả phân tích cho thấy có 8 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng các dịch vụ, hệ số Eigenvalue đều > 1, tức là thỏa mãn điều kiện tiêu chuẩn Kaiser. Hệ số tin cậy Reliability được tính cho các nhân tố này cũng thỏa mãn yêu cầu > 0,5. Mức độ giải thích của các nhân tố đến chất lượng các hoạt động dịch vụ tại Suối nước nóng Bình Châu là khá lớn và rất khác nhau giữa các nhân tố, đồng thời xu hướng giảm dần từ nhân tố 1 đến nhân tố 8.

3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách

Để đánh giá được các nhân tố có ảnh hưởng tới sự hài lòng của du khách, nghiên cứu này sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính đa biến có dạng như sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \beta_8X_8 + \xi$$

Trong đó:

Y: là biến phụ thuộc - Mức độ hài lòng của du khách;

X1: Hướng dẫn viên;

X2: Giá cả các dịch vụ;

X3: Phương tiện dịch vụ xe du lịch;

X4: Cảnh quan thiên nhiên;

X5: Chất lượng dịch vụ ăn nghỉ;

X6: Cơ sở hạ tầng trong khu du lịch sinh thái;

X7: Hệ thống vệ sinh môi trường;

X8: An toàn và dịch vụ hàng lưu niệm;

ξ : Sai số của mô hình.

Kết quả kiểm định hệ số hồi quy các biến và mức

độ phù hợp của mô hình được thể hiện ở bảng 1. Kết quả mô hình hồi quy tuyến tính cho thấy, các biến độc lập đều có ảnh hưởng tích cực đến mức độ hài lòng của khách hàng vì hệ số hồi quy của các biến độc lập đều lớn hơn 0 với mức ý nghĩa thống kê cao (<1%). So sánh hệ số hồi quy giữa các biến cho thấy, yếu tố dịch vụ thuyền du lịch có ảnh hưởng rất mạnh đến mức độ hài lòng của du khách.

Điều này là phù hợp với điều kiện tham quan tại Suối nước nóng Bình Châu bởi vì trước khi du lịch sinh thái Suối nước nóng Bình Châu đều sử dụng dịch vụ chuyên chở bằng xe du lịch và chất lượng của dịch vụ này thường gây ấn tượng mạnh đối với du khách.

Hệ số hồi quy của biến X_2 trong mô hình hồi quy bằng 0,159 có ý nghĩa ở mức < 1% cho thấy, trong điều kiện các biến số khác của mô hình không thay đổi, nếu điểm số biểu hiện các lợi ích về giá cả của du khách tăng lên 1 điểm (tính trên thang điểm Likert 5 điểm), thì mức độ hài lòng của du khách tại khu du lịch Suối nước nóng Bình Châu tăng lên 0,159 điểm. Qua nghiên cứu thực tế cho thấy, một trong những yếu tố quan trọng nhiều du khách quan tâm đó là giá cả các hàng hóa, dịch vụ tại điểm tham quan. Khi giá cả được công khai rõ ràng và phù hợp với chất lượng dịch vụ thì du khách sẽ cảm thấy hài lòng nhiều hơn và họ sẽ có ý định quay lại tham quan những lần sau. Chất lượng phục vụ lại điểm đến liên quan đến việc đón tiếp và hướng dẫn cũng có ảnh hưởng tích cực đến mức độ hài lòng của du khách với hệ số hồi quy bằng 0,087 với mức ý nghĩa < 1%. Điều này cho thấy rằng, quá trình giao tiếp, sự nhiệt tình của đội ngũ nhân viên trong quá trình đón tiếp, hướng dẫn ban đầu sẽ gây ấn tượng khá

Bảng 1: Kết quả mô hình hồi quy

Biến quan sát	Hệ số hồi quy	Giá trị t	Mức ý nghĩa
Hệ số chặn	3,229	105,356	0,000
X_1	0,080	2,153	0,023
X_2	0,159	4,475	0,000
X_3	0,201	6,486	0,000
X_4	0,099	3,179	0,003
X_5	0,087	2,899	0,039
X_6	0,079	2,667	0,021
X_7	0,088	2,799	0,025
X_8	0,077	2,489	0,037
Giá trị kiểm định F		14,968	0,000
Hệ số xác định $R^2 = 0,790$			

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả năm 2015.

manh đến sự hài lòng của khách tham quan.

Các nhân tố cơ sở vật chất như sự thuận tiện trong đi lại khi tham quan, vệ sinh môi trường và an ninh trật tự tại điểm đến có tác động khá mạnh đến mức độ hài lòng của khách tham quan. Điều này cho thấy rằng việc cải thiện chất lượng các công trình đầu tư cơ sở hạ tầng giao thông, duy trì tốt an ninh trật tự có ý nghĩa tích cực trong việc gia tăng điểm số về sự hài lòng của du khách.

Phân tích ANOVA đối với mô hình hồi quy đa biến ở bước 5 cho thấy giá trị kiểm định $F = 14,968$ có ý nghĩa ở mức thống kê 1% chứng tỏ rằng mô hình hồi quy xây dựng là phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được. Kết quả phân tích các hệ số hồi quy cho thấy mối quan hệ tương quan của các nhân tố đã chọn không có hiện tượng đa cộng tuyến, do hệ số phóng đại phương sai của các biến độc lập (VIF) đều nhỏ hơn 2. Giá trị R^2 của mô hình tổng thể bằng 0,790 cho thấy các biến độc lập trong mô hình giải thích khoảng 79% ảnh hưởng của các nhân tố đang xét đến mức độ hài lòng của du khách, còn lại 21% được giải thích bởi ảnh hưởng của các yếu tố khác ngoài mô hình.

3.5. Một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng đối với du khách đến du lịch sinh thái Suối nước nóng Bình Châu

Trên cơ sở khảo sát sự hài lòng và các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách khi đến tham quan tại Suối nước nóng Bình Châu, tác giả đề xuất một số giải pháp cơ bản sau:

- Tập trung xây dựng hình ảnh điểm đến Suối nước nóng Bình Châu bằng nhiều giải pháp đồng bộ, trong đó nâng cao chất lượng các hoạt động dịch vụ là vấn đề cơ bản nhất;
- Tăng cường công tác quản lý giá cả các dịch vụ tại điểm tham quan thông qua việc yêu cầu niêm yết giá, đảm bảo sự phù hợp của giá cả với chất lượng phục vụ;
- Nâng cao chất lượng phục vụ của nhân viên

Tài liệu tham khảo

Lê Huy Bá (2009), *Du lịch sinh thái*, Nhà xuất bản Giáo dục, Hà Nội.

Phạm Trung Lương (2005), *Phát triển du lịch sinh thái ở các VQG, Khu bảo tồn thiên nhiên với sự tham gia của cộng đồng*, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Hà Nội.

Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.

thông qua các hoạt động đào tạo, tập huấn đội ngũ nhân viên định kỳ hàng năm. Thường xuyên kiểm tra hoạt động của các hộ kinh doanh hồ tắm nước nóng nhằm đảm bảo sự an toàn, yên tâm cho du khách;

- Ưu tiên đầu tư các hạng mục đường sá đi lại trong khu du lịch nhằm giúp du khách có thể thuận tiện hơn trong quá trình tham quan;

- Tăng cường mối liên kết giữa các hãng kinh doanh dịch vụ vận chuyển khách nhằm cải thiện chất lượng phục vụ khách tham quan;

- Tổ chức sắp xếp lại hệ thống kinh doanh du lịch trên địa bàn, tạo điều kiện cho các tổ chức, doanh nghiệp kinh doanh lữ hành kinh doanh và quảng bá hình ảnh Suối nước nóng Bình Châu đến với khách hàng trong nước và quốc tế;

- Nghiên cứu phát triển các sản phẩm du lịch mới hấp dẫn, khai thác những sản phẩm mới, kết hợp các hoạt động tham quan với nghỉ dưỡng, phục hồi những lễ hội, phong tục đặc sắc của địa phương trong vùng, hình thành các công viên, vườn thú, cây cảnh tự nhiên gắn với vùng sinh quyển rộng lớn du lịch sinh thái Suối nước nóng Bình Châu.

4. Kết luận

Kết quả khảo sát cho thấy rằng, sự hài lòng của du khách khi tham quan du lịch sinh thái suối nước nóng Bình Châu được đánh giá ở mức khá tốt và kết quả phân tích hồi quy đã cho thấy rằng các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách bao gồm: Chất lượng phục vụ trong quá trình đón tiếp, hướng dẫn có tác động mạnh đến sự hài lòng của du khách; phương tiện dịch vụ xe du lịch; giá cả các dịch vụ; hệ thống cơ sở hạ tầng thuận tiện trong đi lại và an toàn khi tham quan. Để nâng cao sự hài lòng của du khách, các cơ sở kinh doanh du lịch ở địa bàn nghiên cứu cần tập trung nâng cao chất lượng hoạt động tiếp đón, niêm yết giá các dịch vụ, nâng cao nghiệp vụ nhân viên và đầu tư phát triển đa dạng sản phẩm sinh thái phục vụ du khách. □