
ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH ĐỐI VỚI MỘT SỐ LOẠI HÌNH DU LỊCH Ở MIỀN BẮC VIỆT NAM

Đỗ Quang Giám

Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh, Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Email: dqgiam@vnua.edu.vn

Lê Thanh Hà

Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh, Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Email: lethanhha89@gmail.com

Mã bài: JED - 918

Ngày nhận bài: 16/09/2022

Ngày nhận bài sửa: 16/01/2023

Ngày duyệt đăng: 25/01/2023

Tóm tắt

Sự hài lòng của du khách đối với các loại hình du lịch đang là tâm điểm chú ý của các nhà quản lý, các công ty du lịch và của cộng đồng địa phương. Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát, thu thập thông tin từ du khách và hướng dẫn viên du lịch theo phương pháp thuận tiện, sử dụng bảng hỏi được kết cấu sẵn theo thang đo Likert -3 cấp để đánh giá sự hài lòng đối với các loại hình du lịch khác nhau tại các điểm du lịch nổi tiếng ở miền Bắc như: Du lịch học đường tại Khu Công viên Khoa học Harry Potter, du lịch lịch sử, tâm linh tại khu du lịch Chùa Bái Đính-Tràng An, du lịch miền núi tại Sapa và du lịch biển tại Trà Cổ. Bên cạnh những thành công thì nghiên cứu cũng chỉ ra những bất cập cần cải tiến để nâng cao chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của du khách và gợi ý các chính sách và giải pháp phù hợp để khai thác có hiệu quả và phát triển bền vững ngành du lịch miền Bắc.

Từ khóa: Sự hài lòng, du lịch học đường, du lịch tâm linh, du lịch miền núi.

Evaluation of tourist satisfaction in some types of tourism in North Vietnam

Abstract:

Visitors' satisfaction with different types of tourism gained the attention of travel companies and the local community. The study conducted a survey, collected information from tourists and tour guides in a convenient method, using a pre-structured questionnaire utilizing the Likert-3effectieve to assess the satisfaction of tourists in different types of tourism at some famous tourist destinations in the North such as educational tourism at Harry Potter Science Park, historical and spiritual tourism at Bai Dinh - Trang An Pagoda, mountainous tourism at Sapa and sea tourism in Tra Co. Some shortcomings were pointed out and needed to be improved for better service quality and visitors' satisfaction and suggested appropriate policies and solutions to effectively and sustainably development of the tourism industry in the North.

Keywords: Satisfaction, educational tourism, spiritual tourism, mountainous tourism.

1. Đặt vấn đề

Việt Nam đang chuyển từ nền kinh tế nông nghiệp sang nền kinh tế dịch vụ, du lịch. Năm 2019, khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đạt 18 triệu lượt, phần lớn lượng khách du lịch đến từ Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, Hoa Kỳ, E.U, Đài Loan, Thái Lan, v.v... Đóng góp trực tiếp của du lịch chiếm 9,2% GDP, góp phần cải thiện năng lực cạnh tranh tăng 12 bậc (Tổng cục Du lịch, 2020). Đối với khách du lịch lưu trú, chỉ tiêu chủ yếu là thuê phòng, ăn uống, mua hàng, trong khi đối với khách du lịch trong ngày, chỉ tiêu chủ yếu là mua hàng và ăn uống (Hoàng Trọng Tuấn, 2015). Chỉ tiêu cho đi lại vận chuyển, chi cho tham quan, cho dịch vụ văn hóa còn chiếm tỉ lệ rất thấp. Đội ngũ hướng dẫn viên phần lớn là hướng dẫn viên du lịch quốc tế, hướng dẫn viên du lịch tại điểm còn ít (Nguyễn Đình Sơn & Lê Văn Tin, 2020). Năng lực cạnh tranh của ngành du lịch còn hạn chế ở một số khía cạnh như hạ tầng dịch vụ du lịch, y tế và vệ sinh, tính bền vững và môi trường (Hồ Quế Hậu, 2021). Do đó, một trong những động lực thúc đẩy hoàn thiện năng lực cạnh tranh của phát triển du lịch là nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng đối với các hoạt động liên quan tới du lịch vùng.

Miền Bắc được xem là một trong các vùng du lịch trọng điểm của Việt Nam. Tăng trưởng doanh thu du lịch miền Bắc giai đoạn 2016-2019 là 24% (Tổng cục thống kê, 2020). Tuy nhiên, ở miền Bắc sự tăng trưởng du lịch không đồng đều ở các khu vực, trong khi doanh thu chủ yếu đến từ du lịch khu vực Đồng bằng sông Hồng thì chỉ một phần nhỏ doanh thu du lịch đến từ vùng trung du và miền núi phía Bắc. Do đó, việc đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với các loại hình du lịch chính ở đây là hết sức cần thiết nhằm đưa ra giải pháp phát triển du lịch miền Bắc Việt Nam. Xuất phát từ thực tế trên, nghiên cứu tập trung đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với một số loại hình du lịch tại khu vực miền Bắc Việt Nam nhằm đề xuất một số giải pháp phát triển ngành du lịch miền Bắc trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

2. Tổng quan nghiên cứu

Chất lượng dịch vụ du lịch là một trong số các yếu tố chính liên quan tới sự hài lòng của khách du lịch tại các địa phương (Cronin & Taylor, 1992; Spreng & Taylor, 1996). Tuy nhiên, giữa chất lượng du lịch và sự hài lòng khách hàng vẫn tồn tại một số khác biệt (Parasuraman & cộng sự, 1993). Nguyên nhân là do sự hài lòng của khách hàng bị tác động bởi nhiều yếu tố như: chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ, giá cả, và yếu tố tình huống cũng như các yếu tố cá nhân của khách du lịch (Zeithaml & Bitner, 2000).

Khoảng cách giữa chất lượng dịch vụ và cảm nhận của du khách xuất hiện khi nhà cung cấp dịch vụ gặp khó khăn trong việc chuyển đổi nhận thức về kỳ vọng của du khách thành những đặc tính của chất lượng (Nguyễn Danh Nam & Lê Thu Hằng, 2021). Có những lúc cầu về dịch vụ quá cao làm cho nhà cung cấp không đáp ứng kịp, hoặc có thể do nhân viên phục vụ không đáp ứng được chất lượng dịch vụ cho khách hàng theo các tiêu chí đã được xác định, cũng như phương tiện quảng cáo và thông tin không tác động vào kỳ vọng của du khách (Parasuraman & cộng sự, 1985).

Theo Parasuraman & cộng sự (1985), chất lượng dịch vụ là yếu tố vô hình, do đó, để đánh giá chất lượng dịch vụ cần phải thông qua khảo sát sự hài lòng của khách du lịch thông qua các cảm nhận chủ quan của khách du lịch đối với trải nghiệm du lịch ở các địa phương. Theo Lưu Thanh Đức Hải (2014), thang đo Linkert 5 cấp độ có thể được sử dụng để lượng hóa cảm nhận chủ quan của khách hàng đối với dịch vụ du lịch tại các điểm du lịch.

Năng lực phục vụ: Theo Phạm Ngọc Khanh (2019), năng lực phục vụ là yếu tố gia tăng sự hài lòng của khách du lịch, các cơ sở kinh doanh cần chú trọng yếu tố thái độ phục vụ của nhân viên, yếu tố ẩm thực, chương trình tham quan và địa điểm lưu trú để đảm bảo sự cân bằng giữa chất lượng và giá cả. Theo Vũ Đình Long & Tô Trọng Khải (2021), giá cả cần có sự điều tiết phù hợp cho các loại dịch vụ. Giá niêm yết và công khai sẽ có tác dụng lớn tạo sự an tâm của khách hàng trong chỉ tiêu tại các điểm du lịch.

Môi trường du lịch: Vấn đề môi trường và xã hội cũng là vấn đề quan trọng trong việc đánh giá sự hài lòng của khách hàng. Môi trường tự nhiên và môi trường xã hội đều song song hình thành nên cảm nhận của khách du lịch về các điểm du lịch (Phan Chí Anh & cộng sự, 2013). Thông thường, môi trường xã hội trật tự an ninh, an toàn xã hội là tiêu chí đầu tiên khi khách du lịch lựa chọn các điểm du lịch. Khách du lịch muốn có cảm giác thư giãn và an toàn khi tới các điểm du lịch nên họ sẽ rất coi trọng tiêu chí này (Lê Thị Tuyết & cộng sự, 2014).

Cơ sở hạ tầng: Theo tiêu chuẩn đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành du lịch (World Economic Forum, 2019), cơ sở hạ tầng là một trong số những yếu tố thể hiện chất lượng du lịch của các địa phương. Cơ sở hạ

tầng bao gồm các nội dung cơ sở hạ tầng giao thông, điện và cấp thoát nước là những cơ sở hạ tầng cơ bản đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, tạo điều kiện thoải mái cho khách du lịch khi tham gia du lịch tại các địa phương còn có điều kiện kinh tế khó khăn, đặc biệt là các địa phương vùng cao.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp chọn mẫu

Đối tượng khảo sát khách du lịch là học sinh, sinh viên, công dân Việt Nam tham gia vào các loại tour du lịch được chọn. Thông tin được thu thập tại các tuyến điểm du lịch và khảo sát online. Số phiếu thu được 400 phiếu hợp lệ và đúng mục đích khảo sát. Số mẫu khảo sát đảm bảo số mẫu tối thiểu theo công thức xác định mẫu tối thiểu trong trường hợp không biết quy mô của tổng thể của Yamane (1967) như sau:

$$n = Z^2 \times \frac{p \times (1-p)}{e^2}$$

Với độ tin cậy được sử dụng ở mức 95%, $Z = 1,96$, mẫu tối thiểu là 385 mẫu. Phương pháp chọn mẫu điển hình được lựa chọn để phòng vấn sự hài lòng của khách du lịch tham gia các loại hình du lịch tiêu biểu bao gồm: du lịch học đường - Công viên Khoa học Harry Potter là 25 phiếu (gồm 25 phiếu lấy từ học sinh, 50 phiếu lấy từ giáo viên và 50 phiếu lấy từ phụ huynh); du lịch lịch sử, tâm linh Chùa Bái Đính-Tràng An là 75 phiếu; du lịch miền núi Sapa là 100 phiếu tour và du lịch biển Trà Cổ là 100 phiếu.

3.2. Phương pháp thu thập và phân tích số liệu

- Thu thập số liệu: Thông tin được thu thập thông tin bằng hỏi được kết cấu sẵn theo phương pháp ngẫu nhiên thuận tiện, thử nghiệm với thang đo Likert 5 cấp độ (rất không tốt, không tốt, bình thường, tốt, rất tốt) để khảo sát sự hài lòng của khách du lịch. Tuy nhiên, kết quả đánh giá của khách du lịch tập trung vào 3 cấp độ (bình thường, tốt, rất tốt) nên nghiên cứu đã lựa chọn thang đo Likert 3 cấp độ để đánh giá sự hài lòng của khách hàng.

- Xử lý và phân tích số liệu: Các phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh và vẽ đồ thị được sử dụng để ra đánh giá đối với từng loại hình du lịch nhằm thể hiện sự khác biệt về tỷ lệ đánh giá sự hài lòng của khách hàng du lịch đối với ba cấp độ đánh giá (bình thường, tốt, rất tốt).

3.3. Tiêu chí đánh giá sự hài lòng của khách du lịch

Tiêu chí đánh giá sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ du lịch, cũng như các thành phần đo lường chất lượng dịch vụ du lịch đối với các loại hình du lịch dựa vào các yếu tố được trình bày trong Bảng 1.

Bảng 1: Tiêu chí đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với du lịch miền Bắc

Nhóm yếu tố	Tiêu chí đánh giá
Năng lực phục vụ	Thái độ phục vụ của nhân viên
	Các tiện nghi công cộng và cá nhân
	Dịch vụ ăn uống
	Dịch vụ vui chơi giải trí
	Dịch vụ nghỉ dưỡng, khám phá, tìm hiểu các giá trị về tự nhiên, văn hóa
	Giá cả hàng hóa
Môi trường du lịch	Môi trường xã hội
	Môi trường tự nhiên và vệ sinh chung
	Phương án đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch
Cơ sở vật chất – tiện nghi	Chỉ dẫn thông tin trong toàn bộ khu du lịch
	Hệ thống giao thông
	Hệ thống điện
	Hệ thống cấp thoát nước

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Đặc điểm một số loại hình du lịch chính ở miền Bắc Việt Nam

4.1.1. Du lịch học đường

Du lịch học đường là một hoạt động ngoại khóa dành cho lứa tuổi từ mầm non tới trung học phổ thông, được tổ chức theo quy mô các lớp hoặc toàn trường dưới hình thức kết hợp giữa tham quan, trải nghiệm, khám phá nhằm đem lại lợi ích thiết thực cho các em học sinh.

- Đối tượng khách hàng chủ yếu là học sinh từ hệ thống trường mầm non đến trung học phổ thông.
- Số lượng: 200-3000 người/tour.
- Thời vụ: có 2 mùa chính từ tháng 10 đến tháng 12 và từ tháng 2 đến tháng 4.
- Thời gian một chuyến tham quan ngắn (có thể từ ½ hoặc cả ngày).

4.1.2. Du lịch lịch sử, tâm linh

Du lịch lịch sử, tâm linh là một loại hình du lịch lấy yếu tố văn hóa tâm linh là mục tiêu để thỏa mãn nhu cầu từ con người. Chính vì thế du lịch lịch sử, tâm linh được diễn ra bằng các hoạt động khai thác giá trị văn hóa phi vật thể, nhận thức của con người về tín ngưỡng, tôn giáo, yếu tố tâm linh và những điều đặc biệt khác để thỏa mãn nhu cầu của con người.

- Đối tượng khách hàng: chủ yếu từ 25 tuổi trở lên.
- Số lượng: từ 20-50 người/tour.
- Thời vụ: không có mùa vụ cụ thể, thường diễn ra theo các dịp lễ hội như Tết nguyên đán, giỗ tổ Hùng Vương, hội chùa Hương, chùa Bái Đính, v.v...
- Thời gian một chuyến tham quan ngắn (có thể từ 1 - 2 ngày).

4.1.3. Du lịch miền núi

Du lịch núi là loại hình du lịch phát triển tại những điểm có địa hình chủ yếu là đồi núi với phong cảnh thiên nhiên hoang sơ, trữ tình nhằm phục vụ mục đích tìm hiểu, khám phá, thư giãn và trải nghiệm của du khách.

- Đối tượng khách hàng: từ 16 tuổi trở lên.
- Số lượng: từ 20-50 người/tour.
- Thời vụ: thường diễn ra quanh năm, nhưng chủ yếu vào khoảng thời gian từ tháng 10 đến tháng 3.
- Thời gian một chuyến tham quan: từ 2-5 ngày/tour.

4.1.4. Du lịch biển

Du lịch biển là loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên trong các vùng có tiềm năng về biển, nhằm thỏa mãn nhu cầu của con người về vui chơi, giải trí, nghỉ dưỡng, tắm biển.

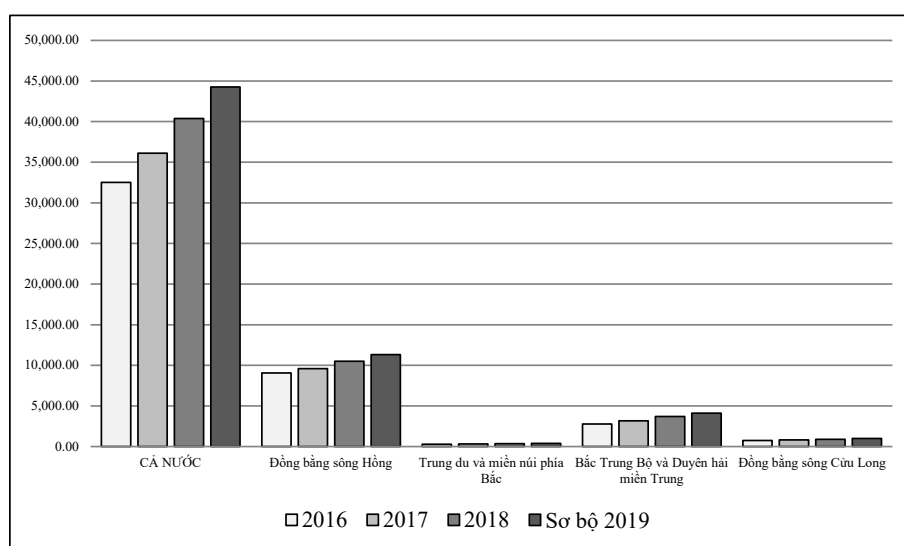
- Đối tượng khách hàng: nhóm công dân, gia đình, cá nhân, tổ chức.
- Số lượng: từ 20-1000 người/tour.
- Thời vụ: 1 năm chỉ có 1 mùa chính từ đầu tháng 5 đến cuối tháng 7.
- Thời gian một chuyến tham quan ngắn (có thể từ 2 hoặc 5 ngày).

4.2. Doanh thu du lịch miền Bắc Việt Nam

Du lịch miền Bắc đang có sự phát triển mạnh qua các năm gần đây (2016-2019) và chiếm tỉ trọng cao nhất trong tổng doanh thu du lịch cả nước. Du lịch miền Bắc có hai vùng du lịch là (i) Đồng bằng sông Hồng và (ii) Trung du và miền núi phía Bắc. Tuy nhiên, chênh lệch doanh thu du lịch đối với vùng này khá là rõ ràng. Vùng Trung du và miền núi phía bắc chiếm tỉ trọng rất thấp trong tổng doanh thu du lịch của cả nước (Hình 1).

Bảng 2 cho thấy doanh thu du lịch của các tỉnh thuộc khu vực Đồng bằng sông Hồng, cụ thể Hà Nội, Quảng Ninh, Hải Phòng là các tỉnh dẫn đầu và doanh thu du lịch. Trong đó, thủ đô Hà Nội là trung tâm du lịch của cả nước nên có doanh thu du lịch cao nhất. Các tỉnh Quảng Ninh và Hải Phòng có các điểm du lịch biển, du lịch nghỉ dưỡng nên doanh thu du lịch cao hơn hẳn so với các tỉnh khác trong khu vực.

Hình 1: Doanh thu du lịch cả nước và các vùng du lịch



Nguồn: Tổng cục Thống kê (2020).

Bảng 2: Doanh thu du lịch các tỉnh ở khu vực đồng bằng sông Hồng

(Đơn vị tính: tỷ đồng)

Các tỉnh/TP	2016	2017	2018	2019
Hà Nội	8.065,3	8.465,8	9.273,7	9.963,8
Vĩnh Phúc	78,4	83,7	86,7	91,6
Bắc Ninh	17,8	20,0	23,0	23,9
Quảng Ninh	629,9	703,5	783,0	861,6
Hải Dương	34,2	37,0	39,3	44,4
Hải Phòng	187,7	209,7	232,5	255,3
Hưng Yên	4,6	4,6	5,6	6,3
Thái Bình	11,2	12,0	12,4	13,3
Hà Nam	16,9	19,0	21,2	24,2
Nam Định	15,5	16,3	17,5	20,7
Ninh Bình	10,3	12,0	12,5	13,4

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2020).

Bảng 3: Doanh thu du lịch các tỉnh tại khu vực Trung du miền núi phía Bắc

(Đơn vị tính: tỷ đồng)

Các tỉnh	2016	2017	2018	2019
Hà Giang	38,8	43,7	44,6	50,2
Cao Bằng	5,6	6,0	6,4	6,9
Bắc Kạn	0,0	0,0	0,1	0,1
Tuyên Quang	4,2	4,6	4,9	6,4
Lào Cai	143,6	162,9	179,1	190,5
Yên Bái	1,4	1,5	2,7	3,3
Thái Nguyên	25,3	27,7	32,4	35,6
Lạng Sơn	7,6	8,0	8,3	8,7
Bắc Giang	34,4	37,3	40,9	46,0
Phú Thọ	13,6	15,0	16,4	19,2
Lai Châu	2,1	2,2	2,2	2,4
Sơn La	12,9	14,0	14,6	15,7
Hòa Bình	1,8	2,0	2,2	2,4

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2020).

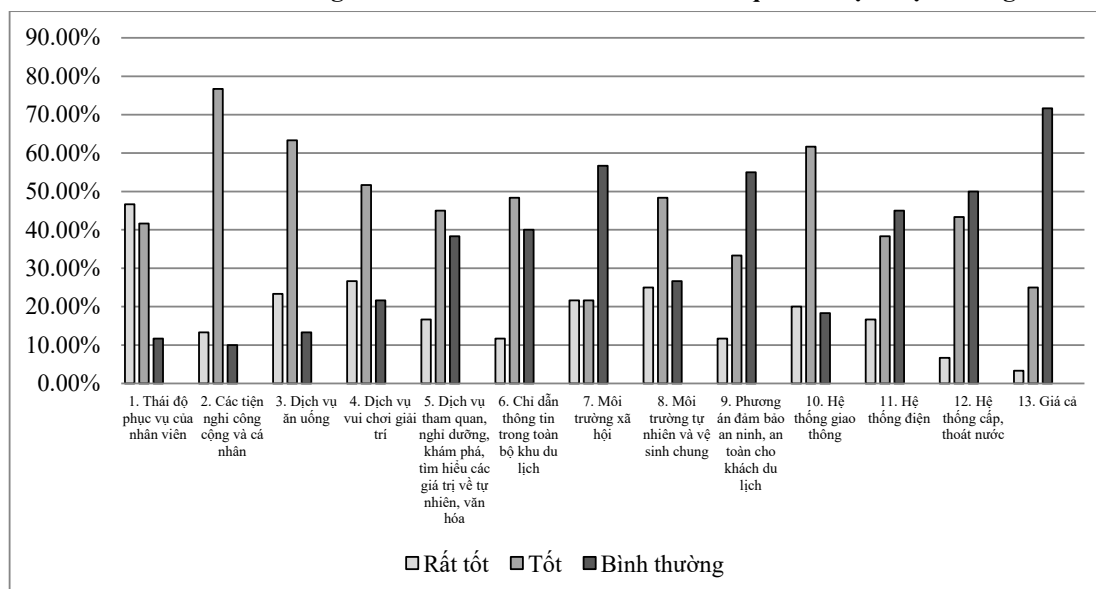
Bảng 3 cho thấy doanh thu du lịch các tỉnh thuộc khu vực Trung du và miền núi phía Bắc, cụ thể các tỉnh Hà Giang, Lào Cai, Thái Nguyên, Bắc Giang đang là các tỉnh khai thác tài nguyên du lịch tốt nhất và đang dẫn đầu về doanh thu du lịch ở khu vực Trung du và miền núi phía Bắc. Trong đó, Lào Cai có doanh thu du lịch lớn nhất do phát triển điểm du lịch Sapa với các hình thức du lịch trải nghiệm và du lịch nghỉ dưỡng mang lại doanh thu cao.

4.3. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với một số loại hình du lịch tại miền Bắc

4.3.1. Du lịch học đường

Kết quả khảo sát tại Công viên Khoa học Harry Potter nằm trong quần thể du lịch thuộc hệ thống trang trại Erahouse, có địa chỉ tại quận Long Biên- Hà Nội, cho thấy mức đánh giá thu được khá tốt, chủ yếu được từ mức bình thường trở lên, ko có mức kém và rất kém. Đối với thái độ phục vụ của nhân viên được đánh khá tốt, mức rất tốt là 46,67%, mức tốt là 41,67% và mức bình thường là 11,66%. Nhân viên được đào tạo kiến thức chuyên môn, có thái độ hài hòa với khách hàng rất tốt, trong việc điều phối cũng như hướng dẫn khách hàng thì dễ hiểu và nhanh chóng. Các tiện nghi công cộng và cá nhân cũng được phản hồi khá tích cực với mức rất tốt là 13,33%, mức tốt là 76,67% và mức bình thường là 10% (Hình 2).

Hình 2: Đánh giá của du khách đối với điểm tham quan du lịch học đường



Nguồn: Tổng cục Thống kê (2020).

Chỉ dẫn thông tin trong tuyến điểm được bố trí nhiều các biển chỉ dẫn lối đi các khu tham quan, tuy nhiên một số biển chỉ dẫn chưa được rõ ràng hoặc một số bị hỏng nên làm cho khách hàng có gặp chút khó khăn trong việc di chuyển. Ở nội khu Công viên, các công trình công cộng, cá nhân được bố trí phù hợp, tiện lợi phục vụ cho khách hàng. Dịch vụ ăn uống tại các điểm bố trí được đánh giá khá tốt, các món ăn được lên thực đơn sẵn cho khách hàng, khách hàng có thể đặt trước hoặc trực tiếp đặt dịch vụ tại nhà hàng. Ngoài ra còn có quầy hàng bán đồ ăn vặt, đồ ăn nhanh, thức uống phục vụ cho các khách hàng có nhu cầu.

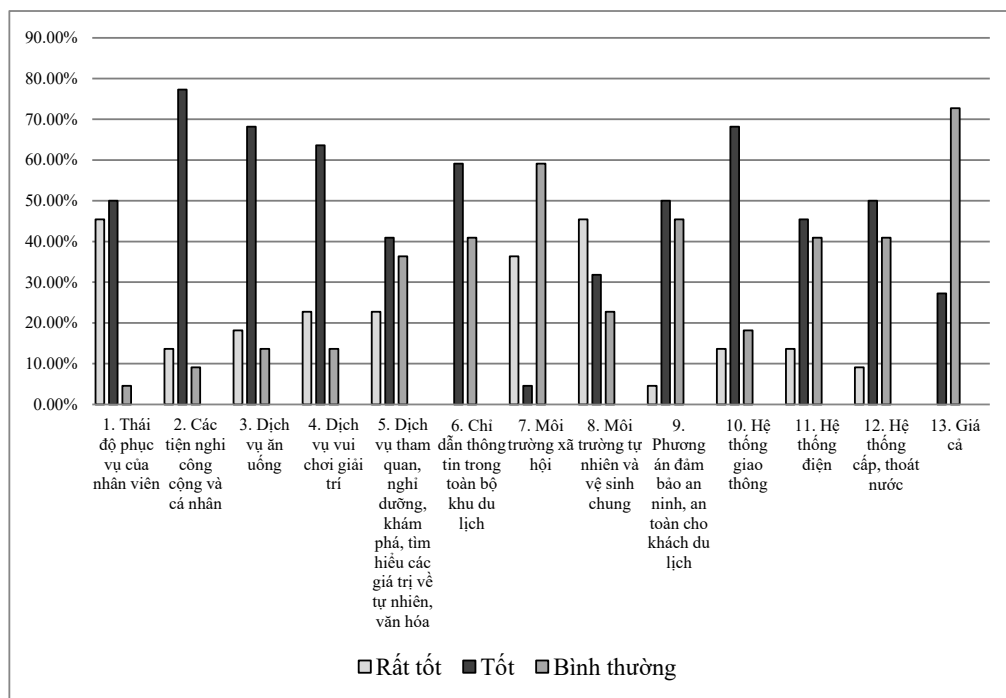
Môi trường tự nhiên và vệ sinh chung cũng được phản hồi khá tích cực do có bộ phận vệ sinh hỗ trợ trong việc dọn dẹp rác thải để sạch đẹp cảnh quan điểm du lịch. Hệ thống giao thông tại đây thì dễ dàng, thuận lợi cho việc di chuyển của khách hàng, dọc đường di chuyển giữa các khu tham quan có hệ thống chỉ dẫn bằng hình ảnh bắt mắt, sinh động giúp cho việc di chuyển dễ dàng hơn. Hệ thống điện và hệ thống cấp thoát nước được bố trí khá tốt, tuy nhiên khi trời mưa to vẫn còn tình trạng bị ngập. Giá của một số dịch vụ đồ ăn, đồ uống ở đây còn khá cao, ví dụ giá nước ngọt cao gần gấp rưỡi so với giá thị trường.

4.3.2. Du lịch lịch sử, tâm linh

Qua Hình 3 cho thấy kết quả đánh giá về điểm thăm quan thu được khá tốt, chủ yếu được từ mức bình thường trở lên, ko có mức kém và rất kém. Đối với thái độ phục vụ của nhân viên được đánh khá tốt, mức rất tốt là 45,45%, mức tốt là 50% và mức bình thường là 4,55%. Nhân viên ở đây có thái độ với khách hàng

rất tốt, đón tiếp chu đáo, niềm nở đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên tại điểm, bộ phận điều phối cũng như hướng dẫn khách hàng nhanh chóng và dễ dàng. Các tiện nghi công cộng và cá nhân cũng được phản hồi khá tích cực với mức rất tốt là 13,64%, mức tốt là 77,27% và mức bình thường là 9,09%. Ở tuyến điểm này các công trình công cộng, cá nhân như nhà vệ sinh, chỗ nghỉ chân, bến xe điện được bố trí phù hợp, tiện lợi phục vụ cho khách hàng, tuy nhiên những đợt cao điểm vẫn còn tình trạng bị quá tải khiến cho khách hàng gặp chút khó khăn, nhưng bộ phận quản lý cũng đã nhanh chóng xử lý hỗ trợ khách hàng. Dịch vụ ăn uống tại các tuyến điểm khá tốt, các món ăn được lên thực đơn sẵn cho khách, khách du lịch có thể đặt trước hoặc trực tiếp đặt dịch vụ tại tuyến điểm.

Hình 3: Đánh giá của du khách đối với điểm du lịch tâm linh Bái Đính-Tràng An



Nguồn: Tổng cục Thống kê (2020).

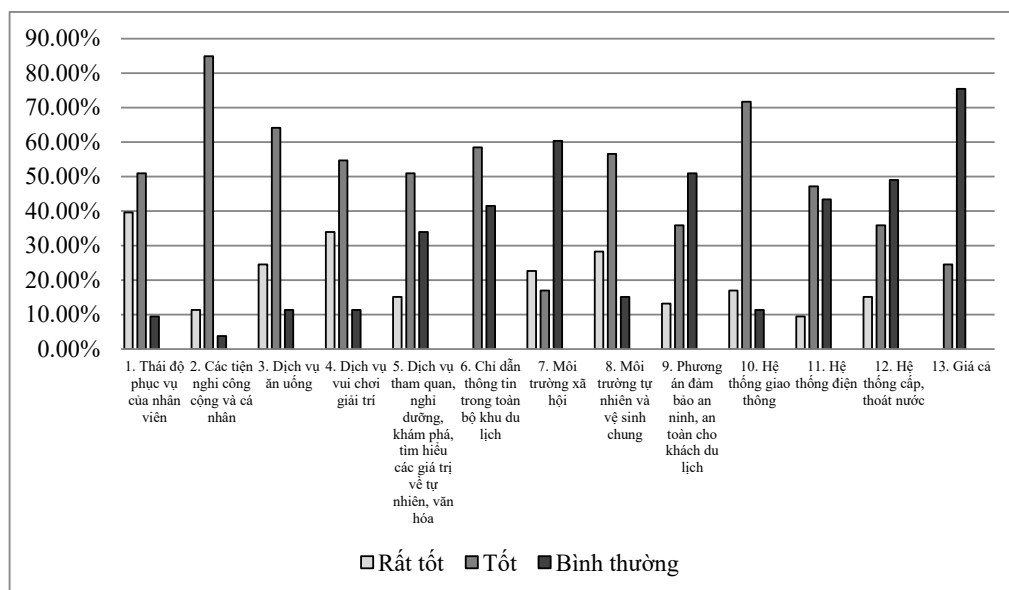
4.3.3. Du lịch miền núi

Tổng hợp kết quả khảo sát, lấy ý kiến đánh giá của khách hàng tham gia tour du lịch Sapa - Fansipan - Hàm Rồng - Thác Bạc – bản Cát Cát- xã Tả Van- xã Tả Phìn, được thể hiện ở Hình 4, cho thấy khách hàng đánh giá tương đối tốt đối với các điểm du lịch miền núi, hầu hết các phản hồi được từ mức bình thường trở lên, mức đánh giá tốt có tỉ lệ rất cao, ko có mức kém và rất kém. Đối với thái độ phục vụ của nhân viên được đánh khá tốt, mức rất tốt là 39,62%, mức tốt là 50.94% và mức bình thường là 9,43%. Nhân viên khách sạn, homestay, và nhân viên các điểm du lịch có thái độ với khách hàng rất tốt, trong việc điều phối cũng như hướng dẫn khách hàng nhẹ nhàng, nhanh chóng và dễ hiểu. Các tiện nghi công cộng và cá nhân cũng đc phản hồi khá tích cực với mức rất tốt là 11,32%, mức tốt là 84,91% và mức bình thường là 3,77%. Ở các tuyến điểm các công trình công cộng, cá nhân được bố trí phù hợp, tiện lợi phục vụ cho khách hàng. Dịch vụ ăn uống tại các tuyến điểm khá tốt, các món ăn được lên thực đơn sẵn cho khách hàng, khách hàng có thể đặt trước hoặc trực tiếp đặt dịch vụ tại tuyến điểm.

Việc chỉ dẫn thông tin trong tuyến điểm được bố trí và sắp xếp thuận lợi giúp khách hàng thuận tiện nhất trong các chuyến tham quan, phần lớn do khách hàng tự di chuyển trong các tuyến điểm du lịch nên tại các điểm hầu như được bố trí và sắp xếp rất nhiều. Tuy nhiên, ở một số điểm các biển chỉ dẫn chưa được rõ ràng và một số nơi không có hoặc bị mờ nên làm cho khách hàng có gặp chút khó khăn trong việc di chuyển. Môi trường tự xã hội, phương án bảo đảm an ninh, an toàn cho khách hàng được phản hồi tương đối tốt, mặc dù đã có các phương án đảm bảo an ninh cho khách hàng nhưng tình trạng móc đồ, chặt chém du khách và đôi khi còn có các trường hợp có liên quan đến hình sự và nguy hiểm đến tính mạng du khách. Môi trường tự nhiên và vệ sinh chung cũng được phản hồi khá tích cực, thời gian gần đây ý thức người dân tăng cao,

cùng với đó là các chính sách bảo vệ môi trường nên tình trạng xả rác bừa bãi cũng đã ít đi. Việc di chuyển chủ yếu qua các cung đường đồi núi và đường dốc, nên hệ thống giao thông tại các tuyến điểm có phần khó khăn đối với du khách.

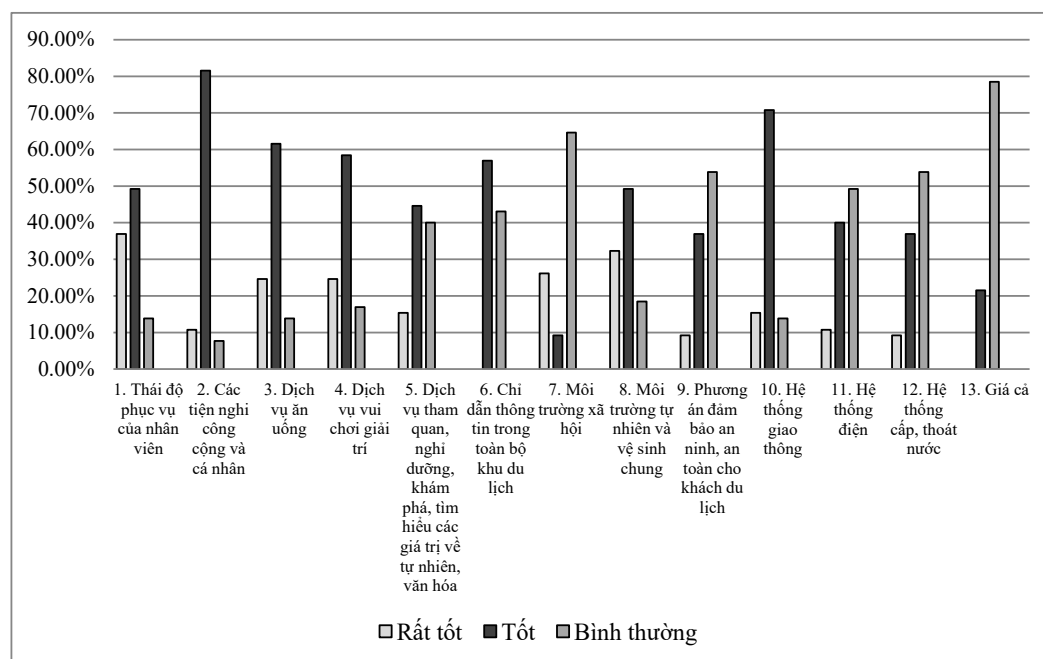
Hình 4: Đánh giá của du khách đối với các tuyến điểm du lịch miền núi Sapa



Nguồn: Tổng cục Thống kê (2020).

4.3.4. Du lịch miền biển

Hình 5: Đánh giá của du khách đối với các tuyến điểm tham quan du lịch biển Trà Cỏ



Nguồn: Tổng cục Thống kê (2020).

Qua Hình 5 cho thấy khách hàng đánh giá tương đối tốt đối với điểm du lịch Trà Cỏ - Móng Cái, hầu hết các phản hồi được từ mức bình thường trở lên, không có mức kém và rất kém. Cụ thể, đối với thái độ phục vụ của nhân viên được đánh khá tốt, mức rất tốt chiếm 39,92%, mức tốt chiếm 49,23% và mức bình thường chiếm 13,85% tổng số khách hàng khảo sát. Nhân viên khách sạn cũng như nhân viên tại các điểm bán hàng có thái độ với khách hàng rất tốt. Các tiện nghi công cộng và cá nhân cũng đc phản hồi khá tích cực với mức rất tốt chiếm 10,77%, mức tốt chiếm 81,54% và mức bình thường chiếm 7,69% tổng số khách hàng

khảo sát. Ở các tuyến điểm các công trình công cộng, cá nhân như nhà vệ sinh, nhà tắm công cộng, bến xe điện được bố trí phù hợp, tiện lợi phục vụ cho khách hàng, tuy nhiên những đợt cao điểm vẫn còn một vài điểm gặp tình trạng quá tải và cho khách gâng gáp chút khó khăn. Dịch vụ ăn uống tại tuyến điểm khá tốt, các món ăn được lên thực đơn sẵn cho khách hàng, khách hàng có thể đặt trước hoặc trực tiếp đặt dịch vụ tại các quầy hàng trong khu vực.

Tuy điểm du lịch khá rộng nhưng việc chỉ dẫn thông tin trong tuyến điểm chưa được chú trọng, phần lớn do khách hàng tự di chuyển trong các tuyến điểm tham quan, các biển chỉ dẫn chưa được rõ ràng và một số nơi không có hoặc bị mờ nên làm cho khách hàng có gặp chút khó khăn trong việc di chuyển. Môi trường tự nhiên xã hội, phương án bảo đảm an ninh, an toàn cho khách hàng còn chưa được đảm bảo do tại các thời điểm mùa du lịch, lượng khách du lịch quá đông dẫn đến quá tải, khó kiểm soát an ninh trật tự.

4.4. Giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng du lịch đối với du lịch miền Bắc

Để nâng cao sự hài lòng của du khách đối với các loại hình du lịch miền Bắc và phát triển bền vững ngành du lịch, cần tập trung các giải pháp sau: (i) nâng cao năng lực phục vụ du lịch; (ii) cải thiện môi trường du lịch; (iii) tăng cường hoàn thiện cơ sở hạ tầng du lịch.

4.4.1. Nâng cao năng lực phục vụ

Việc nâng cao năng lực phục vụ có thể được thực hiện thông qua việc đa dạng hóa sản phẩm du lịch đặc biệt là các sản phẩm du lịch mới như du lịch canh nông hay du lịch trang trại nông nghiệp là du lịch kết hợp nông nghiệp công nghệ cao, cải thiện ẩm thực từ sản phẩm nông sản địa phương, đảm bảo an toàn thực phẩm. Nâng cao chất lượng phục vụ của các cơ sở lưu trú.

Đội ngũ hướng dẫn viên cần có kiến thức sâu và rộng hơn nữa về tôn giáo, văn hóa, phong tục tập quán của người Việt Nam, đặc biệt là tín ngưỡng tôn giáo và văn hóa của người Việt. Bên cạnh đó, cần đào tạo đội ngũ nhân viên trong lĩnh vực du lịch có thái độ chuyên nghiệp để nâng cao sự hài lòng của khách du lịch với đội ngũ cán bộ nhân viên trong khu du lịch.

Vấn đề an toàn thực phẩm, dịch vụ ăn uống cần được đảm bảo hơn nữa giúp cho khách hàng an tâm trong việc thưởng thức những món đặc sản của địa phương, đặc biệt những món ăn hải sản, đặc sản tại các điểm du lịch biển và chú ý hơn về chế độ ăn cho trẻ em khi tham gia hoạt động du lịch học đường.

Giá cả các dịch vụ: hiện nay, giá dịch vụ ăn uống, dịch vụ mua sắm còn cao, cần có các chính sách ổn định và niêm yết giá giúp cho khách hàng thuận tiện trong việc sử dụng các dịch vụ đó. Chính sách bình ổn giá cả các dịch vụ công cộng, cá nhân cần được thắt chặt hơn nữa, hiện mới chỉ có tính chất thông báo chưa có tính rắn đẽ.

4.4.2. Cải thiện môi trường du lịch

Vấn đề vệ sinh môi trường cần được cải thiện hơn nữa, tuy đã có những biện pháp cải thiện vệ sinh môi trường, nhưng tính tự giác giữ gìn vệ sinh chưa cao nên vẫn còn rất nhiều điểm tham quan du lịch chưa đảm bảo được vệ sinh môi trường. Cần nâng cấp các điểm vệ sinh trong các khu du lịch để đảm bảo đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách du lịch.

Phương án đảm bảo an ninh cho khách hàng phải được đề cao và thắt chặt. Vì tại thời điểm du lịch theo mùa vụ, lượng khách du lịch đông, nên việc đảm bảo an toàn là rất quan trọng trong các tuyến điểm tham quan đặc biệt là đảm bảo an toàn cho các đối tượng là trẻ em trong hoạt động du lịch học đường và người già trong hoạt động du lịch tâm linh.

4.4.3. Tăng cường hoàn thiện cơ sở hạ tầng

Hệ thống giao thông cần được cải thiện và nâng cấp để đảm bảo an toàn và giúp khách hàng dễ dàng trong việc di chuyển do hiện nay các điểm du lịch tại miền núi cao di chuyển còn khó khăn nên chưa thu hút nhiều người tham gia vào hoạt động du lịch cũng như trải nghiệm nhiều hoạt động hơn xung quanh các khu du lịch.

Hệ thống biển chỉ dẫn trong các điểm du lịch miền núi phía Bắc cần được cải thiện. Việc chỉ dẫn thông tin khách hàng cần được nâng cao, trong mỗi tuyến điểm, các biển chỉ dẫn hổng hoặc mờ cần được sửa chữa để giúp khách hàng di chuyển dễ dàng hơn.

5. Kết luận

Miền Bắc nước ta có điều kiện khí hậu ổn định, ôn hòa, có hệ thảm thực vật và động vật vô cùng phong phú gắn liền với hoạt động nông nghiệp, cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, cùng với những tài nguyên văn

hóa, tâm linh giàu đẹp, đây là tiền đề để phát triển ngành du lịch miền Bắc. Tuy nhiên, một số kết quả đánh giá về nâng cao năng lực phục vụ, Cải thiện môi trường du lịch, Tăng cường hoàn thiện cơ sở hạ tầng còn chưa cao như các vấn đề về đội ngũ hướng dẫn viên, an toàn thực phẩm, giá cả, vệ sinh môi trường, và hệ thống giao thông. Do đó, để tận dụng được hết nguồn tài nguyên du lịch hiện có thì nhà nước và chính quyền địa phương phải có các chính sách và giải pháp vận hành phù hợp để có thể vừa bảo tồn và khai thác và phát triển bền vững ngành du lịch miền Bắc, đặc biệt cần đẩy mạnh nâng cao cơ sở hạ tầng giao thông, môi trường và năng lực phục vụ ở các điểm du lịch. Bên cạnh đó, điểm du lịch cần được hoàn thiện cơ sở hạ tầng, không ngừng đầu tư, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch để làm tăng sự hài lòng của du khách, nhằm phát triển du lịch miền Bắc một cách bền vững.

Tài liệu tham khảo

- Cronin, J.J. & Taylor, S.A. (1992), 'Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension', *Journal of Marketing*, 56, 55-68, DOI: 10.2307/1252296.
- Vũ Đình Long & Tô Trọng Khải (2021), 'Đánh giá mức độ hài lòng của khách nội địa đối với du lịch sinh thái quận Cái Răng, Cần Thơ', *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô*, 12, 130-145.
- Hoàng Trọng Tuấn (2015), 'Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch tại các điểm du lịch ở thành phố Hồ Chí Minh', *Tạp chí Khoa học ĐHQG TP HCM*, 10(76), 87-97.
- Hồ Quế Hậu (2021), 'Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 283 (01/2021), 59-69.
- 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 (fall), 41- 50, DOI: 10.2307/1251430.
- Spreng, R.A. and Mackoy, R.D. (1996), 'An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction', *Journal of Retailing*, 72 (2), 201-214, DOI: 10.1016/S0022-4359(96)90014-7.
- Tổng cục Du lịch (2020), *Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam 2019*, Nhà xuất bản Lao động, Hà Nội.
- Tổng cục Thống kê (2020), *Báo cáo kinh tế xã hội Việt Nam 2019*, Hà Nội.
- World Economic Forum (2019), *The Travel & Tourism Competitiveness Report: Travel and Tourism at a Tipping Point*, World Economic Forum.
- Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J. (2000), *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, Irwin McGraw-Hill.
- Lưu Thanh Đức Hải (2014), 'Phân tích nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch ở Tiền Giang', *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, Phần D: Khoa học Chính trị, Kinh tế và Pháp luật*, 33 (2014), 29-37.
- Lê Thị Tuyết, Nguyễn Anh Tru, Vũ Thị Hằng Nga, Trần Thị Thương & Trần Hữu Cường (2014), 'Nghiên cứu sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại làng cổ Đường Lâm', *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, 12(4), 620-634.
- Nguyễn Đình Sơn & Lê Văn Tin (2020), 'Các nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với hoạt động du lịch lễ hội tỉnh Đắk Lắk', *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Sư phạm, Đại học Huế*, 1(57-2021), 85-96.
- Nguyễn Danh Nam & Lê Thu Hằng (2021), 'Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ logistics tại các doanh nghiệp chuyển phát nhanh trên địa bàn thành phố Hà Nội', *Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Hùng Vương*, 23(2-2021), 11-22.
- Phan Chí Anh, Nguyễn Thu Hà & Nguyễn Huệ Minh (2013), 'Nghiên cứu các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ', *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh*, 29(1), 11-22.
- Phạm Ngọc Khanh (2019), 'Các yếu 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 - Chuyên đề Khoa học và Công nghệ*, 6, 54-66.
- Yamane, T. (1967), *Statistics An Introductory Analysis*, 2nd Edition (Second Edition). Harper & Row.