

## ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH CỦA ĐIỂM DU LỊCH CỒN SƠN, THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Huỳnh Trường Huy<sup>1\*</sup>, Nguyễn Thị Thanh Trúc<sup>2</sup>,  
Trần Thị Cẩm Vân<sup>1</sup>, Trần Thu Hương<sup>1</sup>  
<sup>1</sup>Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ  
<sup>2</sup>Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Tây Đô  
(\*Email: hthuy@ctu.edu.vn)

**Ngày nhận:** 15/6/2020

**Ngày phản biện:** 09/8/2020

**Ngày duyệt đăng:** 17/9/2020

---

### TÓM TẮT

*Chất lượng dịch vụ du lịch luôn là vấn đề được quan tâm trong chiến lược phát triển của ngành du lịch nói chung và hoạt động kinh doanh của các nhà cung cấp dịch vụ du lịch nói riêng. Nghiên cứu này nhằm mục tiêu cung cấp số liệu tổng quan về chất lượng dịch vụ du lịch của Điểm du lịch Cồn Sơn trên cơ sở khảo sát trực tiếp từ 100 khách tham quan trong thời gian từ tháng 1 đến tháng 3 năm 2017. Kết quả khảo sát và phân tích các nhóm nhân tố liên quan chất lượng dịch vụ du lịch cho thấy khách tham quan thể hiện sự quan tâm đến chất lượng lượng dịch vụ du lịch thông qua năm nhóm nhân tố, bao gồm: nhân viên phục vụ, cảnh quan môi trường, cơ sở vật chất du lịch, chương trình hoạt động giải trí, và phương tiện vận chuyển. Trên cơ sở khảo sát này, một số hàm ý giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch tại Cồn Sơn được đề xuất.*

**Từ khóa:** *Chất lượng dịch vụ, Cồn Sơn, du lịch*

---

Trích dẫn: Huỳnh Trường Huy, Nguyễn Thị Thanh Trúc, Trần Thị Cẩm Vân, Trần Thu Hương, 2020. Đánh giá chất lượng dịch vụ du lịch của Điểm du lịch Cồn Sơn, thành phố Cần Thơ. Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô. 09: 34-47.

\*PGS.TS. Huỳnh Trường Huy – Trưởng BM. Quản trị DVDL&LH, Khoa Kinh tế, Trường ĐHCT

## 1. GIỚI THIỆU

Thành phố Cần Thơ là đô thị trực thuộc trung ương và cũng là trung tâm của vùng đồng bằng sông Cửu Long. Sự phát triển của thành phố giữ vai trò tiên phong trong các lĩnh vực kinh tế, văn hoá, giáo dục của cả vùng. Những năm gần đây Cần Thơ còn được biết đến là một điểm đến du lịch khá hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước, bởi lẽ Cần Thơ đã xây dựng khá thành công đa dạng các loại hình du lịch phù hợp với đặc trưng của vùng như: du lịch sinh thái, miệt vườn sông nước, du lịch văn hoá lịch sử,... Nhằm tạo động lực cho sự phát triển bền vững của ngành du lịch, lãnh đạo của Thành phố đã ban hành các chủ trương, chính sách, chương trình hành động với mục đích tạo ra hành lang pháp lý để thúc đẩy sự phát triển của ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Thành phố.

Một trong những điểm du lịch hấp dẫn gần đây tại Cần Thơ đó là khu du lịch Cồn Sơn – một không gian yên tĩnh và trong lành, tách biệt sự nhộn nhịp, hối hả của thành phố ồn ào, náo nhiệt. Nét đẹp hoang sơ của Cồn Sơn với loại hình du lịch cộng đồng, đã mang đến sự trải nghiệm đầy thú vị, mới lạ trên mỗi hành trình khám phá đối với du khách gần xa.

Tuy nhiên, gần đây một số vấn đề đặt ra không những đối với nhà cung cấp dịch vụ du lịch tại Cồn Sơn mà còn đối với các cơ quản lý về du lịch và chính quyền địa phương: Làm thế nào để thu hút khách du lịch đến với Cồn Sơn, làm thế nào để du khách quay trở lại với du

lich Cồn Sơn sau một lần đến tham quan, sản phẩm du lịch Cồn Sơn đã thật sự đáp ứng nhu cầu của du khách hay không, và khách du lịch đánh giá như thế nào, mức độ ra sao đối với dịch vụ của nơi đây. Với mong muốn du lịch Cồn Sơn được phát triển hơn nữa, nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định các nhân tố tác động đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch, qua đó đề xuất những giải pháp phù hợp, mang tính khả thi để nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch tại Cồn Sơn.

## 2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH

### 2.1. Một số vấn đề lý thuyết và thực nghiệm

Du lịch được xác định phổ biến bao hàm cả khía cạnh thể hiện giá trị sản phẩm vật chất (như cung cấp bữa ăn, quà lưu niệm,...) và giá trị dịch vụ hữu hình (như phương tiện vận chuyển, hướng dẫn chương trình) và vô hình (thường thức phong cảnh miền quê, sự thân thiện của dân cư địa phương). Cụ thể, theo Điều 4 của Luật du lịch Việt Nam (2017), sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thoả mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch. Trong đó, dịch vụ du lịch là việc cung cấp các dịch vụ về lễ 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.

Nghiên cứu về chất lượng dịch vụ thường được thực hiện dựa vào cơ sở lý

thuyết mô hình năm khoảng cách về chất lượng dịch vụ do Parasuraman và cộng sự giới thiệu vào năm 1988 gắn liền với năm nhân tố cấu thành chất lượng dịch vụ, gồm sự hữu hình, tin cậy, đáp ứng, an toàn, và đồng cảm – còn gọi là mô hình SERVQUAL. Trong thực tiễn, mô hình này được kế thừa và vận dụng rộng rãi nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ thuộc các lĩnh vực khác nhau như giáo dục, y tế, du lịch, thương mại, ngân hàng, kể cả dịch vụ công của chính phủ. Một vài nghiên cứu ứng dụng mô hình năm khoảng cách chất lượng dịch vụ đối với lĩnh vực dịch vụ cụ thể tại Việt Nam đều thể hiện hoặc đánh giá dựa trên hai khía cạnh: (i) khả năng cung cấp dịch vụ và (ii) cảm nhận về kết quả cung cấp dịch vụ (Nguyễn Thị Mai Trang, 2006). Đối với chất lượng dịch vụ trong ngành du lịch, trong những nghiên cứu của Lưu Thanh Đức Hải và cộng sự (2011, 2012) đã phân tích và xác định được chất lượng dịch vụ du lịch đối với địa phương hay điểm đến cụ thể như Cần Thơ, Kiên

Giang bao hàm năm nhóm nhân tố: (i) khả năng cung cấp dịch vụ; (ii) cơ sở vật chất; (iii) đặc trưng địa phương; (iv) phương tiện vận chuyển, sự an toàn; (v) nhân viên phục vụ - thái độ, ngoại hình.

Kết quả nghiên cứu tương tự của Nguyễn Quốc Nghi và Phan Văn Phùng (2011); và gần đây hơn của Bùi Như Ý (2016) cho thấy các yếu tố - thể hiện chất lượng dịch vụ du lịch nói chung và lĩnh vực khách sạn nói riêng - bao gồm: cảnh quan môi trường, cơ sở vật chất, hạ tầng giao thông, sự thân thiện của nhân viên, an ninh-an toàn, các dịch vụ khác như mua sắm, giải trí.

## 2.2. Khung phân tích đề xuất

Dựa vào cơ sở lý thuyết và kết quả phân tích từ các nghiên cứu nêu trên, khung phân tích về chất lượng dịch vụ du lịch của Điểm du lịch Cồn Sơn được xây dựng với các năm nhóm nhân tố và các yếu tố thuộc tính của chúng (Hình 1).

<p><b>1. Cảnh quan môi trường (CQ): 4 biến</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cảnh quan hấp dẫn (CQ1)</li> <li>- Phong cảnh độc đáo, đa dạng (CQ2)</li> <li>- Môi trường tự nhiên, trong lành (CQ3)</li> <li>- Khí hậu dễ chịu (CQ4)</li> </ul>	<p><b>4. Đặc trưng địa phương (ĐT): 3 biến</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Thức ăn ngon, hợp khẩu vị (ĐT1)</li> <li>- Âm thực đặc trưng, khác biệt (ĐT2)</li> <li>- Đặc sản phong phú, đa dạng (ĐT3)</li> </ul>
<p><b>2. Cơ sở vật chất du lịch (CS): 7 biến</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vệ sinh sạch sẽ, tiện nghi (CS1)</li> <li>- Điểm ẩm thực phong phú (CS2)</li> <li>- Khu tham quan, lưu trú thoải mái (CS3)</li> <li>- Dịch vụ Internet (CS4)</li> <li>- Giao thông thuận tiện (CS5)</li> <li>- Phương tiện vận chuyển sẵn sàng (CS6)</li> <li>- Bến, bãi thuận tiện, an toàn (CS7)</li> </ul>	<p><b>5. Nhân viên phục vụ (NV): 18 biến</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hiểu biết về văn hóa, lịch sử Côn Sơn (NV1)</li> <li>- Có kiến thức chuyên môn du lịch (NV2)</li> <li>- Hiểu biết về tiêu chuẩn du lịch (NV3)</li> <li>- Có kiến thức về trang phục, vệ sinh cá nhân (NV4)</li> <li>- Có kiến thức về an toàn VSTP (NV5)</li> <li>- Có kiến thức về an toàn, an ninh (NV6)</li> <li>- Có kỹ năng giao tiếp (NV7)</li> <li>- Có khả năng sử dụng ngoại ngữ (NV8)</li> <li>- Có kỹ năng xử lý tình huống (NV9)</li> <li>- Có kỹ năng quan sát (NV10)</li> <li>- Có kỹ năng thuyết phục, giải thích (NV11)</li> <li>- Có thái độ vui vẻ, lịch sự (NV12)</li> <li>- Có thái độ nhiệt tình công việc (NV13)</li> <li>- Có thái độ linh hoạt công việc (NV14)</li> <li>- Có thái độ quan tâm, lắng nghe (NV15)</li> <li>- Có tác phong chuyên nghiệp (NV16)</li> <li>- Có thái độ hợp tác với đồng nghiệp (NV17)</li> <li>- Có khả năng chịu áp lực công việc (NV18)</li> </ul>
<p><b>3. Hoạt động vui chơi giải trí (HD): 4 biến</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vui chơi giải trí phong phú, đa dạng (HD1)</li> <li>- Tham quan vườn trái cây thú vị (HD2)</li> <li>- Trải nghiệm làm nông dân hấp dẫn (HD3)</li> <li>- Trải nghiệm bơi xuồng thú vị (HD4)</li> </ul>	

Hình 1. Các nhân tố chất lượng dịch vụ du lịch

Theo một số nghiên cứu được lược khảo, các yếu tố thuộc tính thể hiện chất lượng dịch vụ du lịch như trình bày ở Hình 1 được đánh giá, đo lường với thang đo Likert – thể hiện mức độ đồng thuận của người tham gia đánh giá. Đáng lưu ý, thang đo 5 mức độ tăng dần được sử dụng phổ biến hơn các thang đo khác; trong đó, 1-rất kém, 2-kém, 3-chấp nhận được, 4-khá, 5-tốt.

### 3. DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH

#### 3.1. Mô tả dữ liệu

Đối tượng khảo sát: dựa trên cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ, nó được xác định qua kết quả cung cấp dịch vụ hoặc cảm nhận về kết quả cung cấp dịch vụ đó. Cụ thể hơn, khách hàng – người sử dụng dịch vụ -chính là đối tượng được cung cấp dịch vụ và cũng là người cảm nhận được giá trị hữu hình hoặc vô hình về chất lượng dịch vụ. Vì vậy, trong nghiên cứu này khách tham quan

tại Điểm du lịch Cồn Sơn là đáp viên mục tiêu để tiếp cận khảo sát.

Cỡ mẫu: được xác định dựa vào các yếu tố, thông tin sẵn có. Điền hình, Nguyễn Đình Thọ (2011) đề xuất cỡ mẫu càng lớn sẽ góp phần tạo ra kết quả mang tính đại diện cao; hoặc cỡ mẫu phải ít nhất tương ứng với 5-10 lần số lượng biến phân tích. Tuy nhiên, trong trường hợp biết được tổng thể của đối tượng khảo sát, cỡ mẫu nên được xác định dựa vào tổng thể nhằm đảm bảo tính đại diện; điền hình như công thức xác định cỡ mẫu phổ biến Slovin như sau:

$$n = N/(1+Ne^2)$$

Trong đó:

*n*: cỡ mẫu; *N*: tổng thể; *e*: sai số kỳ vọng

Theo số liệu thống kê của Tổ hợp tác du lịch cộng đồng Cồn Sơn, tổng số lượt khách đến tham quan địa điểm này là 6.941 lượt – được xem như tổng thể của đối tượng khảo sát. Với độ tin cậy là 90% hay sai số cho phép là  $\pm 10\%$ . Do đó, cỡ mẫu tối thiểu đủ để tiến hành phân tích trong nghiên cứu này là:  $n = 6.941/(1 + 6.941 \times 0,10) \approx 100$  quan sát.

Phương pháp chọn mẫu phi xác suất được thực hiện để tiếp cận và khảo sát đáp viên mục tiêu – du khách tham quan tại Điểm du lịch Cồn Sơn. Cụ thể, du khách đã trải nghiệm hoặc kết thúc chuyến du lịch tại Cồn Sơn sẽ được nhóm nghiên cứu tiếp cận khảo sát; bởi vì khi đó họ có thể cung cấp đánh giá về

chất lượng dịch vụ du lịch một cách đầy đủ hơn.

### 3.2. Phương pháp phân tích

Để phân tích và đánh giá chất lượng dịch vụ du lịch dựa theo khung phân tích được trình bày ở Sơ đồ 1, một vài kỹ thuật phân tích được mô tả như sau:

- Công cụ thống kê mô tả được áp dụng để tính toán và diễn giải các đặc điểm của khách tham quan và các yếu tố thuộc tính chất lượng dịch vụ du lịch.

- Kỹ thuật phân tích được sử dụng để đánh giá tính phù hợp các thang đo đối với các yếu tố thuộc tính được đề xuất ở Sơ đồ 1 là hệ số Cronbach's alpha. Về kỹ thuật phân tích, có sự chấp nhận phổ biến rằng hệ số Cronbach's alpha đạt từ 0,8 trở lên đến gần 1,0 thì thang đo lường là tốt, từ 0,7 đến gần 0,8 là sử dụng được, từ 0,6 trở lên là có thể sử dụng được trong trường hợp khái niệm đo lường là mới hoặc mới đối với người trả lời trong bối cảnh nghiên cứu (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Bên cạnh đó, hệ số tương quan giữa biến tổng và Cronbach's alpha phải lớn hơn 0,3; nếu ngược lại thì là biến không phù hợp và sẽ bị loại khỏi mô hình phân tích.

- Sau khi thực hiện đánh giá tính phù hợp các yếu tố thuộc tính, kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá (EFA) để sử dụng để tiến hành kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các nhân tố được cho là thể hiện chất lượng dịch vụ du lịch. Các điều kiện cần được đảm bảo đối với kết quả phân tích nhân tố, đó là: (1) Hệ số tải nhân tố (Factor Loading) lớn hơn 0,5 để đảm bảo sự tương quan đơn giữa biến và

các nhân tố; (2) Chỉ số KMO (KaiserMeyer-Olkin) nằm trong khoảng từ 0,5 đến 1 và hệ số ý nghĩa (Sig) của kiểm định Bartlett để xem xét sự phù hợp của phân tích nhân tố. Nếu như trị số này bé hơn 0,5 thì phân tích nhân tố có khả năng không phù hợp với các dữ liệu; (3) Phần trăm phương sai (Cumulative) cho biết phần trăm phương sai được giải thích bởi các nhân tố, số này phải lớn hơn 50%. Trong trường hợp thỏa điều kiện các nhân tố có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 thì các nhân tố có tương quan với nhau và với nhân tố chung (chất lượng dịch vụ du lịch) sẽ được thể hiện thông qua phương trình điểm nhân tố (factor scores) như sau:  $F_i = W_{i1} * X_1 + W_{i2} * X_2 + W_{i3} * X_3 + \dots + W_{ik} * X_k$

*Trong đó:*  $F_i$ : ước lượng trị số của nhân tố  $i$ ;  $W_i$ : trọng số nhân tố (factor scores coefficient); và  $k$ : số biến (nhân tố).

## 4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

### 4.1. Thực trạng khai thác sản phẩm du lịch tại Côn Sơn

Thời gian gần đây, mô hình du lịch cộng đồng đang thu hút nhiều du khách trong và ngoài nước tìm đến, có thể kể đến Điểm du lịch Côn Sơn được hình thành gần hai năm nay từ sự khởi xướng của Phòng Văn hóa thông tin Quận Bình Thủy. Trước đây, Côn Sơn được biết đến là còn “4 không” (không điện, không nước, không trường, không trạm) nhưng hiện tại chỉ còn “2 không” (không trường, không trạm) là nhờ vào sự phát triển du lịch, đời sống kinh tế và văn hóa của người dân Côn Sơn đã từng bước được cải thiện.

Toàn bộ Côn Sơn hiện nay có khoảng 79 hộ dân đang sinh sống, trong đó có 15 hộ làm du lịch với 12 hộ chính thức và 3 hộ đang trong giai đoạn thử nghiệm. Mỗi hộ đều có vườn cây ăn trái, ao cá với nhiều chủng loại khác nhau và sẽ phục vụ chuyên những món ăn chỉ do hộ dân đó chế biến và phục vụ. Hoạt động du lịch tại Côn Sơn vẫn còn hạn chế, chỉ có một số loại hình điển hình như tham quan vườn trái cây, ao cá; ẩm thực; trải nghiệm làm bánh; hoạt động tát đìa bắt cá; bơi xuồng ngắm cảnh do mỗi hộ dân tự phát khai thác. Ví dụ như: Nhà vườn Song Khánh sở hữu một vườn cây rộng hơn 13.000m<sup>2</sup> đan xen là ao cá bao bọc xung quanh khu vườn, được biết đến là nơi thường tổ chức Buffet bánh dân gian với 35 món bánh tự chọn và chuyên nấu các loại lẩu đồng quê như: Lẩu mắm, Lẩu Cua đồng, Lẩu Cá tai tượng lá sen,... Điểm độc đáo của nhà vườn này là du khách mỗi khi ghé đến sẽ được gia chủ hướng dẫn làm các món bánh dân gian như: bánh xèo, bánh khọt, bánh lọt, bánh tằm, bánh in...với các nguyên phụ liệu sẵn có trong vườn. Ngoài ra, còn có một số nhà vườn kinh doanh các sản phẩm khác như Nhà vườn Công Minh với khuôn viên rộng 7000m<sup>2</sup> trồng hơn 15 loại cây ăn trái đủ loại khác nhau như chôm chôm, nhãn, bưởi, vú sữa... nhưng chủ lực là nhãn và chôm chôm. Nhà vườn Thành Tâm chủ lực trái cây là bưởi và phục vụ các thú vui trải nghiệm như: tát mương bắt cá, dịch vụ lưu trú qua đêm với giá khoảng 10 USD/người/đêm.

Điểm du lịch Cồn Sơn với những sản phẩm du lịch giản đơn nhưng lại mang tính mới lạ, độc đáo và cảm giác trải nghiệm cuộc sống chỉ có ao vườn, chim cá đã hấp dẫn du khách gần xa đến tham quan ngày càng gia tăng. Theo thống kê đến đầu năm 2017, có 14 công ty lữ hành đến khảo sát và đưa khách đến Cồn Sơn, trung bình Điểm du lịch Cồn Sơn đón từ 50-100 khách/ngày, ngoài khách du lịch trong nước còn có khách quốc tế đi theo tour hoặc đơn lẻ. Có hơn 40 kênh truyền hình trên cả nước đã đến ghi hình làm phóng sự quảng bá giới thiệu sản phẩm du lịch Cồn Sơn. Dẫu sự phát triển du lịch đã mở ra nhiều cơ hội nâng cao đời sống và thu nhập của người dân của Cồn nhưng chính quyền và dân cư nơi đây vẫn luôn cố gắng vừa khai thác du lịch, vừa giữ được nét hoang sơ, bình dị tự nhiên để giữ chân du khách.

#### **4.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo về chất lượng dịch vụ du lịch**

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo đối với 36 biến trong mô hình

nhằm đánh giá ý kiến của du khách về sự hài lòng và mức độ hài lòng như thế nào đối với sản phẩm du lịch tại Cồn Sơn Thành phố Cần Thơ sẽ được trình bày chi tiết tại Bảng 1. Hệ số Cronbach's alpha dùng để loại các biến rác bằng cách loại bỏ những biến có hệ số tương quan biến – tổng (Item – total Correlation) nhỏ hơn 0,30 và thành phần của thang đo sẽ được chọn nếu mức độ tin cậy Cronbach's Alpha không nhỏ hơn 0,60. Thông tin ở Bảng 1 cho thấy hầu hết yếu tố thang đo có hệ số lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha thành phần lớn 0,6. Vì vậy, tất cả 36 yếu tố thang đo của 5 nhóm nhân tố chất lượng dịch vụ du lịch đáp ứng độ tin cậy để phân tích bước tiếp theo. Tuy nhiên, trong nhân tố về nhân viên phục vụ, nếu như loại bỏ yếu tố NV4 – *nhân viên có kiến thức về trang phục, vệ sinh cá nhân* -, thì hệ số Cronbach's Alpha của nhân tố này sẽ tăng lên từ 0,954 đến 0,956.

Bảng 1. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo chất lượng dịch vụ du lịch tại Cồn Sơn

STT	Biến quan sát	Hệ số trung quan biến - tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
<b><i>Nhân tố cảnh quan môi trường</i></b>			<b>0,732</b>
1	Cảnh quan hấp dẫn	0,490	0,695
2	Phong cảnh độc đáo, đa dạng	0,543	0,661
3	Môi trường tự nhiên trong lành	0,614	0,624
4	Khí hậu dễ chịu	0,460	0,708
<b><i>Nhân tố cơ sở vật chất du lịch</i></b>			<b>0,763</b>
5	Vệ sinh sạch sẽ, tiện nghi	0,565	0,719
6	Điểm ẩm thực phong phú	0,475	0,735
7	Khu tham quan, lưu trú thoải mái	0,587	0,714
8	Dịch vụ Internet	0,410	0,754
9	Giao thông thuận tiện	0,389	0,753
10	Phương tiện vận chuyển sẵn sàng	0,452	0,740
11	Bến, bãi thuận tiện, an toàn	0,540	0,722
<b><i>Nhân tố hoạt động vui chơi giải trí</i></b>			<b>0,755</b>
12	Vui chơi giải trí phong phú, đa dạng	0,528	0,711
13	Tham quan vườn trái cây thú vị	0,650	0,644
14	Trải nghiệm làm nông dân hấp dẫn	0,562	0,693
15	Trải nghiệm bơi xuồng thú vị	0,476	0,742
<b><i>Nhân tố đặc trưng địa phương</i></b>			<b>0,777</b>
16	Thức ăn ngon, hợp khẩu vị	0,627	0,686
17	Ẩm thực đặc trưng, khác biệt	0,615	0,699
18	Đặc sản phong phú, đa dạng	0,601	0,713
<b><i>Nhân tố nhân viên phục vụ</i></b>			<b>0,954 (0,956)</b>
19	Hiểu biết về lịch sử, văn hoá, địa lí	0,647 (0,643)	0,953 (0,955)
20	Có kiến thức chuyên môn du lịch	0,767 (0,766)	0,951 (0,953)
21	Hiểu biết các tiêu chuẩn ngành du lịch	0,717 (0,693)	0,952 (0,954)
22	Có kiến thức về trang phục, vệ sinh cá nhân	0,476	0,956
23	Có kiến thức về vệ sinh ATTP	0,763 (0,750)	0,951 (0,953)
24	Có kiến thức về an toàn, an ninh	0,743 (0,740)	0,951 (0,953)
25	Có kỹ năng giao tiếp	0,598 (0,610)	0,954 (0,955)
26	Có khả năng sử dụng ngoại ngữ	0,620 (0,619)	0,954 (0,955)
27	Có kỹ năng xử lí tình huống	0,770 (0,764)	0,951 (0,953)
28	Có kỹ năng quan sát	0,793 (0,785)	0,951 (0,952)
29	Có kỹ năng thuyết phục, giải thích	0,754 (0,756)	0,951 (0,953)
30	Có thái độ vui vẻ, lịch sự	0,708 (0,722)	0,952 (0,953)
31	Có thái độ nhiệt tình công việc	0,780 (0,789)	0,951 (0,952)
32	Có thái độ linh hoạt công việc	0,749 (754)	0,951 (0,953)
33	Có thái độ quan tâm, lắng nghe	0,753 (0,749)	0,951 (0,953)



STT	Biến quan sát	Hệ số tương quan biến - tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
34	Có tác phong chuyên nghiệp	0,770 (0,780)	0,951 (0,952)
35	Có thái độ hợp tác với đồng nghiệp	0,705 (0,712)	0,952 (0,953)
36	Có thái độ chịu áp lực công việc	0,804 (0,813)	0,950 (0,952)

(Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát, 2017)

Ghi chú: các giá trị trong ngoặc là kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo lần 2 – sau khi loại yếu tố NV4 - nhằm gia tăng hệ số Cronbach Alpha từ 0,954 lên 0,956.

### 4.3. Kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ du lịch theo nhóm nhân tố

Kết quả phân tích nhân tố khám phá sau 3 lần, có 8 biến bị loại khỏi mô hình nghiên cứu do không đạt yêu cầu về hệ số tải nhân tố. Đó là: NV3; NV4; CQ1; HD3; CS5; DT1, DT2 và DT3 đều có hệ số tải nhân tố (hay còn gọi là trọng số) mang giá trị nhỏ hơn 0,50. Mô hình nghiên cứu được điều chỉnh còn lại 27 biến đạt yêu cầu sẽ tiếp tục đưa vào phần phân tích ở những lần kế tiếp. Kết quả kiểm định Bartlett và chỉ số KMO chứng tỏ rằng mô hình phân tích nhân tố là phù hợp và các biến quan sát có tương quan với nhau. Điều này cho thấy kết quả phân tích EFA là hoàn toàn thích hợp.

Kết quả phân tích nhân tố được trình bày trong Bảng 2 cho thấy, từ 27 biến không bị loại đã rút trích thành 5 nhân tố mới (F1, F2, F3, F4 và F5). Nhân tố F1 sẽ đặt tên đại diện là “Nhân viên phục vụ” gồm 16 biến tương quan với nhau, đó là các biến: NV1, NV2, NV5, NV6, NV7, NV8, NV9, NV10, NV11, NV12, NV13, NV14, NV15, NV16, NV17, NV18. Nhân tố F2 gồm 2 biến có tương quan với nhau, đó là các biến: CQ3 và CQ4. Các biến thuộc nhân tố F2 có đặc điểm chung về phong cảnh thiên nhiên nên đặt tên cho

nhóm nhân tố này là “Cảnh quan thiên nhiên”. Tương tự, nhân tố F3 gồm 4 biến tương quan với nhau, đó là các biến: HD1, HD2, HD4 và CQ2. Các biến thuộc nhân tố F3 miêu tả những hoạt động vui chơi giải trí tại địa điểm du lịch Cồn Sơn hiện đang cung cấp dành cho du khách, do đó, sẽ đặt tên nhóm nhân tố này là “Hoạt động vui chơi giải trí”. Ngoài ra, nhóm nhân tố F4 “Cơ sở vật chất du lịch” bao gồm 3 biến: CS1, CS2, và CS3. Cuối cùng, nhóm nhân tố F5 được tạo mới trong kết quả phân tích EFA là “Phương tiện vận chuyển” đã được du khách cho rằng có sự tác động đến mức độ hài lòng khi đến tham quan du lịch tại Cồn Sơn.

Như vậy, thông qua phân tích nhân tố khám phá, mô hình nghiên cứu đề xuất bao gồm 5 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ du lịch tại Cồn Sơn được chuyển thành mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh có sự thay đổi đối với các biến nghiên cứu và tên đại diện của các nhóm nhân tố (theo điểm nhân tố-factor scores) được diễn giải như sau.

Nhân tố thứ nhất (F1) là “Nhân viên phục vụ”, gồm có 16 biến quan sát, yếu tố về nhân viên có kiến thức an toàn, an ninh có ảnh hưởng cao nhất trong tất cả các biến còn lại trong nhóm nhân tố này.

$$F1 = 0,128NV6 + 0,107NV5 + 0,139NV9 + 0,178NV13 + 0,162NV18 + 0,070NV2 + 0,127NV7 + 0,094NV10 + 0,046NV14 + 0,041NV1 + 0,121NV15 + 0,082NV11 + 0,068NV16 + 0,017NV8 + 0,027NV12 + 0,089NV17.$$

Bảng 2. Kết quả phân tích ma trận điểm nhân tố (factor scores)

Biến quan sát	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
Có kiến thức về an toàn, an ninh (NV6)	0,128				
Có kiến thức về vệ sinh ATTP (NV5)	0,107				
Có kỹ năng xử lý tình huống (NV9)	0,139				
Có thái độ nhiệt tình trong công việc (NV13)	0,178				
Có thái độ chịu áp lực công việc (NV18)	0,162				
Có kiến thức chuyên môn du lịch (NV2)	0,070				
Có kỹ năng giao tiếp (NV7)	0,127				
Có kỹ năng quan sát (NV10)	0,094				
Có thái độ linh hoạt trong công việc (NV14)	0,046				
Hiểu biết về lịch sử, văn hoá, địa lí (NV1)	0,041				
Có thái độ quan tâm, lắng nghe (NV15)	0,121				
Có kỹ năng thuyết phục, giải thích (NV11)	0,082				
Có tác phong chuyên nghiệp (NV16)	0,068				
Có kỹ năng sử dụng ngoại ngữ (NV8)	0,017				
Có thái độ vui vẻ, lịch sự (NV12)	0,027				
Có thái độ hợp tác với đồng nghiệp (NV17)	0,089				
Khí hậu dễ chịu (CQ4)		0,398			
Môi trường tự nhiên trong lành (CQ3)		0,337			
Vui chơi giải trí phong phú, đa dạng (HĐ1)			0,327		
Tham quan vườn trái cây thú vị (HĐ2)			0,297		
Trải nghiệm bơi xuồng thú vị (HĐ4)			0,289		
Phong cảnh độc đáo, đa dạng (CQ2)			0,269		
Điểm ẩm thực phong phú (CS2)				0,386	
Vệ sinh sạch sẽ, tiện nghi (CS1)				0,463	
Khu tham quan, lưu trú thoải mái (CS3)				0,283	
Phương tiện vận chuyển sẵn sàng (CS6)					0,526
Bến, bãi xe thuận tiện, an toàn (CS7)					0,419
Kaiser-Meyer-Olkin = 0,882 < 1,0;					
Sig. Bartlett = 0,000 < 0,05					

(Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát, 2017)

- Nhân tố thứ hai (F2) là “Cảnh quan môi trường” gồm có 2 biến quan sát. Với hệ số điểm nhân tố của biến CQ4 (0,398) đã thể hiện sự quan trọng của yếu tố khí hậu dễ chịu và sự ảnh hưởng của nó là nhiều nhất trong nhóm nhân tố F2.

$$F2 = 0,337CQ3 + 0,398CQ4.$$

- Đối với nhóm nhân tố “Hoạt động vui chơi giải trí” thì hoạt động vui chơi giải trí phong phú, đa dạng có ảnh hưởng cao nhất đến nhân tố F3, kế đến là hoạt động tham quan vườn trái cây hấp dẫn, thú vị và cuối cùng yếu tố cảnh quan độc đáo, đa dạng có ảnh hưởng thấp nhất trong nhân tố hoạt động vui chơi giải trí.

$$F3 = 0,327HD1 + 0,297HD2 + 0,289HD4 + 0,269CQ2$$

- Nhân tố thứ tư (F4) được đặt tên là “Cơ sở vật chất du lịch” gồm 3 biến quan sát. Yếu tố hệ thống nhà hàng, quán ăn phong phú, đa dạng có ảnh hưởng cao nhất tới nhân tố chung, kế đến là yếu tố hệ thống nhà vệ sinh sạch sẽ, tiện nghi và thấp nhất là yếu tố chỗ ở tại nhà dân tiện nghi thoải mái.

$$F4 = 0,386CS2 + 0,463CS1 + 0,283CS3$$

- Nhân tố mới thứ năm (F5) đã được đặt tên đại diện “Phương tiện vận chuyển” chỉ gồm 2 biến quan sát. Phương tiện vận chuyển là nhân tố khám phá mới đối với nghiên cứu về mức độ hài lòng của du khách đến với Côn Sơn. Yếu tố phương tiện vận chuyển sẵn sàng và yếu tố bến đò, bãi xe thuận tiện, an

toàn đã thật sự có tác động đối với du khách.

$$F5 = 0,526CS6 + 0,419CS7$$

Nhìn chung, sau khi tiến hành thủ tục kiểm định và phân tích nhân tố trên kết quả khảo sát thực tế thì nhóm nhân tố “Đặc trưng địa phương” không có ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách và bị loại ra khỏi mô hình, bởi vì hiện tại du lịch Côn Sơn vẫn chưa có sản phẩm du lịch đặc trưng; mà các hộ tham gia kinh doanh du lịch chỉ đơn thuần phục vụ dịch vụ ẩm thực với những món ăn gia đình, bánh dân gian các loại. Tuy nhiên, đây vẫn chỉ là những món ăn phổ biến ở miền Nam nên chưa tạo được ấn tượng khó quên đối với du khách. Du khách thậm chí vẫn có thể đến bất kì nơi nào khác để thưởng thức các món ăn tương tự.

Nhóm nhân tố mới được hình thành là “Phương tiện vận chuyển”, nhóm nhân tố này được tách ra từ nhóm nhân tố cơ sở vật chất du lịch, bao gồm hai biến quan sát là phương tiện vận chuyển sẵn sàng và bến đò, bãi xe thuận tiện an toàn. Thực tế cho thấy, phương tiện vận chuyển ở đây luôn đáp ứng tốt nhu cầu của du khách, khi đến bến đò chưa đến năm phút sau thì sẽ có đò đưa rước khách đến Côn Sơn, mà du khách không phải chờ đợi lâu với giá cả rất phải chăng. Và phương tiện vận chuyển sẵn sàng còn được thể hiện ở việc vào mùa mưa đường xá thường rất bùn lầy, gây khó khăn cho việc di chuyển giữa các điểm du lịch của du khách (ở Côn Sơn di chuyển chủ yếu là đi bộ), thì người dân ở đây sẵn sàng dùng xuống ghe sẵn có

để phục vụ cho du khách một cách nhiệt tình. Các nhân tố cảnh quan tự nhiên, hoạt động vui chơi giải trí và nhân viên phục vụ vẫn được giữ lại trong mô hình.

## 5. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 nhóm nhân tố thể hiện chất lượng dịch vụ du lịch tại Côn Sơn, thành phố Cần Thơ, đó là nhân viên phục vụ, cảnh quan môi trường, cơ sở vật chất du lịch, hoạt động vui chơi giải trí và phương tiện vận chuyển.

Qua cuộc khảo sát trực tiếp du khách cho thấy nhu cầu trở lại Côn Sơn không cao, có thể do một số nguyên nhân phát sinh cụ thể như thiết kế cảnh quan tại các nhà vườn khá đơn giản, chưa đặc sắc, thiếu bóng mát và chỗ nghỉ ngơi, chương trình tour không có sự đổi mới nên dễ dàng dẫn đến sự nhàm chán cho khách du lịch,...

Đánh giá chất lượng dịch vụ du lịch của du khách bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau, không đơn thuần chỉ là những sản phẩm trực tiếp đến với du khách, mà là cả một hệ thống dịch vụ du lịch. Vì vậy, sự phối hợp nhiều giải pháp sẽ cho kết quả cộng hưởng làm gia tăng mức độ hài lòng của du khách, nâng cao cơ hội quay lại của du khách, đồng thời, phát triển du lịch cộng đồng tại Côn Sơn xứng tầm hơn nữa trong thời gian sắp tới.

a. Đối với nhân tố “Cảnh quan thiên nhiên”, cần bố trí thêm nhiều chỗ thoáng mát phục vụ cho việc nghỉ ngơi của khách bằng cách trồng các cây bàng, cây saka, thiết kế những chiếc bàn ghế dưới

tán cây, những liều nhỏ lợp bằng lá, thiết kế những khu vực có diện tích rộng, có khoảng trống để khách có thể cắm trại, hoặc tiệc BBQ ngoài trời tại đó.

b. Về cơ sở vật chất du lịch cần thiết xây dựng hệ thống nhà vệ sinh công cộng sạch sẽ, tiện nghi, bổ sung một số quán ăn phục vụ các món ăn từ bình dân đến những món đặc sản của địa phương hoặc thức ăn vặt, khu trưng bày giới thiệu về Côn Sơn, quầy hàng lưu niệm.

c. Hoạt động vui chơi giải trí đa dạng các trò chơi dân gian: bập bênh, đu dây, cà kheo, kéo co, tổ chức các hội thi hoặc trò chơi lớn vào dịp lễ hội gắn liền với miền đất ĐBSCL như: múa lân, bịt mắt đập nổi, đập bong bóng, hội thi món ngon Nam Bộ, trái cây hoặc liên hoan ẩm thực nhằm tạo sự thu hút và hấp dẫn cho du khách.

d. Nhân viên phục vụ cần nhanh chóng cải thiện vì chất lượng đội ngũ nhân viên phục vụ là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách. Nhân viên phải được đào tạo chuyên nghiệp, luôn giữ thái độ vui vẻ, cởi mở, trung thực trong giao tiếp, thể hiện sự quan tâm đến khách hàng, chân thành lắng nghe lời phàn nàn, góp ý của khách, đặc biệt quan tâm đến vấn đề ưu tiên phục vụ nhanh chóng lượng khách đông vào những mùa du lịch, hoặc mùa cao điểm cuối tuần.

e. Phương tiện vận chuyển chủ yếu là đò, vì vậy, cần đảm bảo cho du khách được vận chuyển an toàn, nhanh chóng như nhân viên lái đò phải được trang bị kiến thức và được cấp bằng lái, trang bị

áo phao đầy đủ cho du khách. Bến đò, bãi xe cần được nâng cấp, mở rộng. Bên cạnh đó, có thể mở thêm dịch vụ cho thuê phương tiện tham quan, cho khách thuê xe đạp, xe đạp đôi để du khách có thể tự mình tham quan di chuyển giữa các điểm cung cấp dịch vụ một cách thoải mái. Ngoài ra, tăng cường mối quan hệ tốt đẹp với các hãng, doanh nghiệp lữ hành, thiết kế các trang web du lịch hấp dẫn, sinh động, chuyên nghiệp và thực tế hơn nhằm thu hút sự quan tâm của du khách.

Nghiên cứu này chỉ được thực hiện phỏng vấn du khách nội địa, cần thiết nghiên cứu tiếp tục ý kiến đánh giá của du khách nước ngoài.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Như Ý, 2016. Phân tích mức độ hài lòng của du khách nội địa đối với các sản phẩm du lịch sinh thái ở thành phố Cần Thơ. Luận văn Đại học Khoa Kinh tế, Trường đại học Cần Thơ.
2. Lưu Thanh Đức Hải, 2012. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, 22(b):231-241.
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, 19(b):85-96.
4. Nguyễn Đình Thọ, 2011. Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh, NXB Lao động Xã hội, Hà Nội.
5. Nguyễn Quốc Nghi và Phan Văn Phùng, 2011. Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với hệ thống khách sạn ở Thành phố Cần Thơ. Tạp chí Khoa học Trường đại học Cần Thơ, 18(a):258-266.
6. Nguyễn Thị Mai Trang, 2006. Chất lượng dịch vụ, sự thỏa mãn, và lòng trung thành của khách hàng siêu thị tại TPHCM. Tạp chí Phát triển khoa học và công nghệ, 9(10):57-70
7. Parasuraman, A., Zeithaml, V., và Berry. L, 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." Journal of Retailing, 64 (1):12-37
8. Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, 2017. Luật Du lịch. Hà Nội.
9. Thành ủy Cần Thơ, 2016. Nghị quyết số 03-NQ/TU ngày 01 tháng 08 năm 2016 của Thành ủy thành phố Cần Thơ về đẩy mạnh phát triển du lịch.
10. Ủy ban nhân dân TP Cần Thơ, 2015. Quyết định số 1358/QĐ-UBND ngày 15 tháng 05 năm 2015 của Ủy ban nhân dân thành phố Cần Thơ về việc phê duyệt điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển du lịch thành phố Cần Thơ đến 2020, định hướng 2030.
11. Ủy ban nhân dân TP Cần Thơ, 2016. Kế hoạch số 111/KH-UBND ngày 19/9/2016 của UBND thành phố Cần Thơ v/v thực hiện Nghị quyết số 03/NQ-TU của Thành ủy Cần Thơ.

## ANALYSIS OF THE SERVICE QUALITY OF CON SON TOURISM SITE IN CAN THO CITY

Huynh Truong Huy<sup>1\*</sup>, Nguyen Thi Thanh Truc<sup>2</sup>,  
Tran Thi Cam Van<sup>1</sup> and Tran Thu Huong<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Economics, Can Tho University

<sup>2</sup>Faculty of Business Administration, Tay Do University

(\*Email: hthuy@ctu.edu.vn)

### ABSTRACT

*The service quality is always a core factor and has much regarded in the development strategy for tourism industry and particularly to tourism service companies. This article aimed to provide an overall insight into the tourism service quality at Con Son tourism site in Can Tho City, based on the field survey of 100 tourists visiting to this destination in March of 2017. The results indicated that there were five factors attributing to the service quality for this tourism site as employees, sightseeing, facilities, tourism products, and transport means. Some solution implications for improvement of the service quality in Con Son tourism site were addressed.*

**Keywords:** *Con Son tourism site, service quality, tourism*