

Bài báo nghiên cứu

SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH VỚI HOẠT ĐỘNG DU LỊCH ĐƯỜNG SÔNG Ở TUYẾN SÔNG HÀN, THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

Nguyễn Thị Hồng^{1*}, Nguyễn Kim Hồng², Trương Phước Minh¹

¹Trường Đại học Sư phạm – Đại học Đà Nẵng, Việt Nam

²Trường Đại học Văn Hiến, Việt Nam

*Tác giả liên hệ: Nguyễn Thị Hồng – Email: nthong_kdia@ued.udn.vn

Ngày nhận bài: 15-8-2021; ngày nhận bài sửa: 08-11-2021; ngày duyệt đăng: 09-01-2022

TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động du lịch đường sông ở tuyến sông Hàn, thành phố Đà Nẵng. Dựa trên dữ liệu khảo sát 432 khách du lịch, mô hình nghiên cứu được kiểm định thông qua phương pháp phân tích hồi quy. Kết quả cho thấy 5 yếu tố: phương tiện hữu hình, độ tin cậy, sự đáp ứng, độ an toàn và độ hấp dẫn có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của du khách đối với hoạt động du lịch đường sông ở tuyến sông Hàn, thành phố Đà Nẵng. Trong đó, những yếu tố tác động mạnh bao gồm độ hấp dẫn, sự đáp ứng và độ an toàn. Kết quả nghiên cứu này góp phần giúp những nhà quản lý và doanh nghiệp hiểu được các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với du lịch đường sông ở tuyến sông Hàn để đưa ra chiến lược khai thác hiệu quả du lịch đường sông ở thành phố Đà Nẵng trong thời gian tới.

Từ khóa: thành phố Đà Nẵng; sông Hàn; sự hài lòng; khách du lịch

1. Đặt vấn đề

Du lịch là ngành kinh tế đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra những chuyển biến tích cực đối với sự phát triển kinh tế, xã hội, văn hóa và quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam. Chính vì vậy, Quyết định số 147/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 đã xác định quan điểm phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn (Prime Minister, 2020). Đối với thành phố Đà Nẵng (TPĐN), trong Đề án cơ cấu lại ngành du lịch Đà Nẵng đến năm 2025 định hướng đến năm 2030, thành phố cũng đã xác định quan điểm giữ được sự ổn định và tiếp tục nâng cao vai trò ngành kinh tế mũi nhọn của du lịch Đà Nẵng (People's Committee of Danang city, 2019).

Cite this article as: Nguyen Thi Hong, Nguyen Kim Hong, & Truong Phuoc Minh (2022). Tourists satisfaction with river tourism in Han river, Da Nang City. *Ho Chi Minh City University of Education Journal of Science*, 19(1), 159-173.

Thành phố Đà Nẵng là một trong những trung tâm du lịch hấp dẫn của Việt Nam được thiên nhiên ưu đãi với nguồn tài nguyên du lịch phong phú là điều kiện thuận lợi cho việc khai thác đa dạng các loại hình du lịch, trong đó, du lịch đường sông (DLĐS) là loại hình du lịch có nhiều lợi thế phát triển. Từ năm 2010 DLĐS đã được đưa vào khai thác ở tuyến sông Hàn của TPĐN, mặc dù là loại hình du lịch khá mới, nhưng từng bước gắn liền với hình ảnh du lịch của Đà Nẵng. Cụ thể, năm 2016 lượng khách DLĐS đạt 197.287 lượt khách, đến năm 2019 lượng khách tăng lên 726.472 lượt khách, tăng 3,7 lần (People's Committee of Danang city, 2019). Kết quả trên cho thấy DLĐS có sức hút ngày càng lớn đối với khách du lịch. Tuy nhiên, so sánh khách DLĐS với tổng lượng khách du lịch chung của TPĐN thì tỉ trọng này vẫn còn khá thấp, chỉ chiếm khoảng 7,5 %. Chính vì vậy, việc nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động DLĐS để đáp ứng tốt hơn nhu cầu và thu hút du khách là rất quan trọng. Bài báo tiếp cận đánh giá sự hài lòng của du khách với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN ở các khía cạnh về phương tiện hữu hình, độ tin cậy, năng lực đáp ứng, độ an toàn và độ hấp dẫn.

Nghiên cứu sự hài lòng của du khách với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN có ý nghĩa thực tiễn, góp phần làm rõ thực trạng trải nghiệm, mong muốn của du khách để giúp các nhà quản lý và kinh doanh du lịch đưa ra những định hướng khai thác hiệu quả, nâng cao chất lượng DLĐS ở tuyến sông Hàn và áp dụng trên các tuyến sông khác ở TPĐN.

2. Giải quyết vấn đề

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Du lịch đường sông

Định nghĩa về DLĐS đã có nhiều công trình nghiên cứu đưa ra với những cách tiếp cận khác nhau. Theo Inskeep (1994), DLĐS là việc đi lại bằng thuyền, chèo thuyền trên các dòng sông, kênh đào và du thuyền. Prideaux và Cooper (2009) đã định nghĩa DLĐS là loại hình du lịch dựa trên dòng chảy cũng như các cơ hội du lịch được đưa đến bởi cảnh quan xung quanh bao gồm cả tự nhiên và nhân tạo. Trong nghiên cứu của mình, Bosnic (2012) khẳng định DLĐS là hoạt động du lịch trên con sông và khu vực dọc bờ sông, hoạt động riêng hoặc thuyền khác cho sự giải trí, nghỉ dưỡng, thể thao trong khi các tàu nhỏ neo hay đi lại trên sông. Ở cách tiếp cận khác, DLĐS là loại hình du lịch gắn liền với sự di chuyển trên sông, kết hợp với khai thác tài nguyên hoặc khai thác giá trị tài nguyên vùng phụ cận dọc hai bên bờ sông nhằm thỏa mãn cho nhu cầu giải trí, nghỉ dưỡng và thể thao (Van Balen et al., 2014).

Từ những định nghĩa được đưa ra bởi các tác giả khác nhau, trong phạm vi nghiên cứu này, DLĐS được hiểu là loại hình du lịch gắn liền với dòng chảy sông ngòi, khai thác tài nguyên du lịch trên sông và vùng phụ cận sông để tạo nên những sản phẩm DLĐS nhằm thỏa mãn các nhu cầu của khách du lịch

2.1.2. Sự hài lòng và yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng với hoạt động du lịch đường sông ở tuyến sông Hàn, thành phố Đà Nẵng

Sự hài lòng của khách du lịch

Sự hài lòng của khách hàng là một trong những yếu tố quan trọng bởi nó liên quan đến các chỉ số về lợi nhuận và hiệu suất của các công ty và tổ chức (Ahn et al., 2007). Trong kinh doanh du lịch, sự hài lòng của khách là chủ đề rất được quan tâm. Sự hài lòng của du khách là sự chênh lệch giữa giá trị kì vọng và giá trị cảm nhận mà các sản phẩm du lịch đã tác động đến trạng thái cảm xúc của du khách (Yoon & Uysal, 2005). Chen và Tsai (2007) khẳng định sự hài lòng của khách du lịch là nhận thức hoặc cảm giác tích cực mà khách du lịch có được khi tham gia vào các hoạt động nghỉ ngơi, giải trí và được biểu thị bằng mức độ thích thú từ những trải nghiệm đó.

Từ các khái niệm nêu trên, nghiên cứu tiếp cận khái niệm sự hài lòng của khách du lịch là giá trị cảm nhận của du khách được biểu thị bằng mức độ thỏa mãn có được khi tham gia vào hoạt động du lịch được tổ chức tại điểm đến.

Tác giả Al-Ababneh (2013) nhận định rằng có một hệ quả trực tiếp về sự hài lòng của khách du lịch đối với chất lượng dịch vụ và đánh giá của khách du lịch về chất lượng dịch vụ tại điểm tham quan. 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 & Touaiti, 2018) hoặc giới thiệu cho người khác (Chen & Chen, 2010). Vì vậy, việc đảm bảo sự hài lòng của du khách là yếu tố then chốt mang lại thành công cho ngành du lịch (Hui et al., 2007), là cơ sở tạo ra sự khác biệt và lợi thế cạnh tranh (McQuilken et al., 2000).

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, thành phố Đà Nẵng

Nghiên cứu về sự hài lòng của du khách, không có sự thống nhất chung trong việc đo lường. Có 4 mô hình đánh giá mức độ hài lòng được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng: mô hình IPA (Importance-Performance Analysis), mô hình SERVQUAL (Service Quality), mô hình HOLSAT (Holiday Satisfaction) và mô hình SERVPERF (Service Performance), trong đó SERVPERF là mô hình đơn giản, thích hợp cho việc đánh giá sự hài lòng vì không gặp phải vấn đề khi yêu cầu khách hàng đánh giá cả 2 phần kì vọng và cảm nhận (Cronin & Taylor, 1992; Jain & Gupta, 2004). Trong nghiên cứu đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN trên cơ sở kế thừa yếu tố của mô hình SERVPERF, phát triển từ các mô hình nghiên cứu liên quan trước đó và thực tiễn DLĐS tại Đà Nẵng, chúng tôi đề xuất 5 yếu tố bao gồm: Độ tin cậy (Cronin & Taylor, 1992; Chaudhary & Aggarwal, 2012; Attallah, 2015; Huynh, 2021); sự đáp ứng (Cronin & Taylor, 1992; Attallah, 2015; Huynh, 2021; Nguyen & Le, 2021); phương tiện hữu hình (Cronin & Taylor, 1992; Chaudhary & Aggarwal, 2012; Attallah, 2015; Huynh, 2021); độ

an toàn (Attallah, 2015; Carvalho & Medeiros, 2021; Nguyen & Le, 2021); độ hấp dẫn (Baker et al., 2010; Nguyen & Le, 2021).

- *Phương tiện hữu hình*: Là các biểu hiện thể chất, các dấu hiệu vật lí bao gồm cơ sở vật chất, thiết bị và vật liệu được sử dụng để giao tiếp với khách hàng, thậm chí là trang phục của nhân viên (Cronin & Taylor, 1992; Giannakos et al., 2012). Nhiều nghiên cứu đã xác nhận bằng chứng vật chất là quan trọng (Canny, 2013) và việc không duy trì cơ sở vật chất hoàn hảo cũng như hình ảnh xuất hiện của nhân viên không đúng chuẩn mực có thể dẫn đến hình ảnh về mức độ hài lòng của dịch vụ dưới mức ngang bằng trong tâm trí khách hàng (Attallah, 2015). Trong hoạt động DLĐS, phương tiện hữu hình được xem là một yếu tố thu hút khách du lịch. Các hoạt động DLĐS ngày càng được chú trọng nâng cao chất lượng thông qua việc đầu tư xây dựng cơ sở vật chất cho các cảng và khai thác các cảng mới, các tàu du lịch trên sông cung cấp các dãy phòng, tiện nghi ăn uống và giải trí trên tàu, các điểm tổ chức các sự kiện văn hóa, nghệ thuật trên sông và ven sông ngày càng được xây dựng hiện đại, sạch sẽ và an toàn để thu hút khách du lịch (Baker et al., 2010). Điều này cho thấy, phương tiện hữu hình là một yếu tố có tác động tới sự hài lòng của du khách khi tham gia các hoạt động DLĐS. Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H1: Phương tiện hữu hình có ảnh hưởng trực tiếp và thuận chiều đến sự hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN.

- *Độ an toàn*: Đề cập đến sự trang bị của nhà cung cấp dịch vụ để mang lại sự tin cậy khi tương tác với khách hàng và thực hiện dịch vụ (Cronin & Taylor, 1992). Hoạt động du lịch được coi là tiến hành một cách chuyên nghiệp, khi khách hàng cảm thấy an toàn và yên tâm. Nhà cung cấp dịch vụ không thể cung cấp một trăm phần trăm sự hài lòng về chuyên môn cho khách hàng của họ trừ khi họ có thể truyền niềm tin vào tâm trí khách hàng (Shafiq et al., 2019; Yu & Hyun, 2019). Đối với DLĐS, độ an toàn được biểu hiện qua việc xác lập niềm tin, cung cấp thông tin, trang bị các thiết bị an toàn đối với các dịch vụ trên sông, đồng thời đảm bảo môi trường du lịch an toàn, an ninh trật tự đảm bảo, có đưa ra các khuyến nghị để không xảy ra sai sót, không có ăn xin, chèo kéo, chặt chém khách du lịch. Yếu tố này cũng có ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của khách du lịch. Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H2: Độ an toàn có ảnh hưởng trực tiếp và thuận chiều đến sự hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN.

- *Độ tin cậy*: Là yếu tố đề cập đến khả năng thực hiện dịch vụ đã hứa một cách nhất quán và đáng tin cậy (Chaudhary & Aggarwal, 2012), bao gồm những cam kết và khả năng thực hiện đúng cam kết của các nhà cung ứng (Shafiq et al., 2019). Nhiều tác giả nhận định độ tin cậy phù hợp hơn đối với các dịch vụ vô hình, trong đó phải kể đến các dịch vụ du lịch (Dabholkar et al., 1995; Shafiq et al., 2019; Carvalho & Medeiros, 2021). Trong hoạt động DLĐS, độ tin cậy được biểu hiện thông qua những cam kết liên quan đến quảng bá của dịch vụ du lịch với du khách về thời gian tổ chức du thuyền, các hoạt động giải trí,

mức độ hợp lí của giá vé và dịch vụ hay các dịch vụ, giá vé đúng như quảng bá và không có sự sai sót trong cung cấp dịch vụ. Đây là những cam kết có thể ảnh hưởng đến việc lựa chọn tham gia vào loại hình du lịch này của du khách. Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H3: Độ tin cậy có ảnh hưởng trực tiếp và thuận chiều sự hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN.

- *Sự đáp ứng*: Được xem là hành động thực hiện dịch vụ kịp thời và sẵn sàng khi khách hàng cần hỗ trợ (Giannakos et al., 2012). Nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng sự thiếu hiểu biết khi giải quyết thắc mắc của khách hàng sẽ gây ra sự không hài lòng, do đó các nhà cung ứng cần phải đảm bảo nhân viên được trang bị đầy đủ các kiến thức cần thiết để có thể trả lời thắc mắc của khách hàng một cách hiệu quả (Attallah, 2015; Shafiq et al., 2019). Thêm vào đó, khách hàng luôn mong muốn nhà cung cấp dịch vụ đáp ứng nhu cầu của họ và đáp ứng một cách kiên nhẫn và nhiệt tình (Canny, 2013; Markovic & Raspor, 2010). Đối với hoạt động DLĐS, nhất là các hoạt động phải rời xa đất liền như du thuyền trên sông, vai trò của nhân viên trong chuyến hành trình hết sức quan trọng. Họ là những người cung cấp dịch vụ và hỗ trợ khi khách có nhu cầu. Điều này cho thấy sự đáp ứng là nhân tố cần thiết để hiểu rõ được những trải nghiệm của khách du lịch. Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

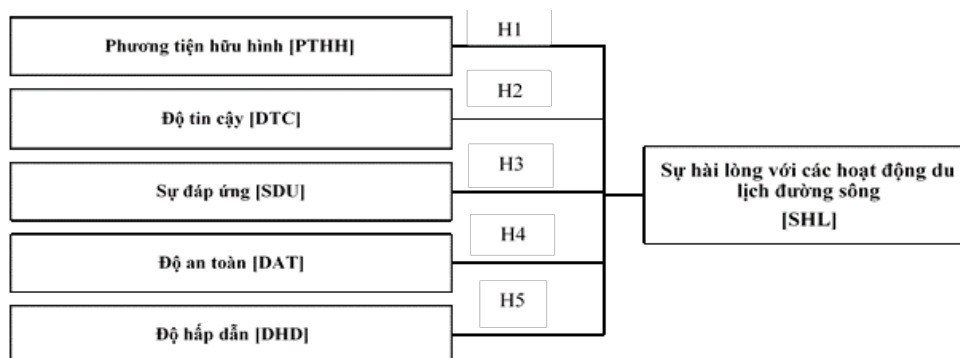
H4: Sự đáp ứng ảnh hưởng trực tiếp và thuận chiều đến sự hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN.

- *Độ hấp dẫn*: Là yếu tố mô tả các thuộc tính, đặc điểm của điểm đến hoặc sản phẩm du lịch thu hút du khách hoặc dẫn họ lựa chọn sử dụng sản phẩm du lịch (Boivin & Tanguay, 2019). Trong phát triển DLĐS, độ hấp dẫn là một yếu tố rất quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp tới việc hình thành các sản phẩm, bởi không phải tất cả các con sông đều có thể khai thác để phát triển du lịch (Baker et al., 2010). Độ hấp dẫn trong DLĐS gắn liền giá trị tự nhiên của các con sông (Baker et al., 2010; Bosnic, 2012), giá trị bảo tồn hoặc sinh thái của các con sông (Daly, 2003; O'Donnell, 2003; Van Balen et al., 2014) và giá trị được tạo ra thông qua các hoạt động được tổ chức để phục vụ cho việc phát triển DLĐS (Bosnic, 2012). Trong phạm vi nghiên cứu, tuyến sông Hàn chảy qua trung tâm TPĐN với cảnh quan đô thị hiện đại, vì vậy, yếu tố độ hấp dẫn được đánh giá ở các nội dung về vẻ đẹp cảnh quan văn hóa, các giá trị văn hóa dọc sông, hoạt động giải trí ở hai bên bờ sông, trên tàu. Do vậy, việc đánh giá sự hài lòng của du khách không thể không đánh giá sự hài lòng với độ hấp dẫn của tuyến sông và khu vực ven sông được đưa vào khai thác. Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H5: Độ hấp dẫn có ảnh hưởng trực tiếp và thuận chiều đến sự hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN.

2.1.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Dựa vào phân tích để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch, nghiên cứu này đã đề xuất mô hình nghiên cứu thể hiện mối quan hệ giữa các biến (Hình 1) như sau.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2. Phương pháp

2.2.1. Xây dựng thang đo

Dựa trên việc tổng hợp các biến quan sát đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với với hoạt động du lịch đã kế thừa, điều chỉnh và đề xuất biến quan sát của các thang đo cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu, bảng câu hỏi có tổng số 36 câu bao gồm 30 biến quan sát của 6 thang đo nghiên cứu nhằm đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với DLĐS, cụ thể: “Phương tiện hữu hình” gồm 6 biến quan sát; “Độ tin cậy” gồm 6 biến quan sát; “Năng lực đáp ứng” gồm 4 biến quan sát; “Độ an toàn” gồm 6 biến quan sát; “Độ hấp dẫn” gồm 4 biến quan sát và “Sự hài lòng với hoạt động DLĐS” gồm 4 biến quan sát; ngoài ra có 6 câu hỏi liên quan thông tin nhân khẩu của các đáp viên và được đánh giá bằng thang Likert từ 1 đến 5, tương ứng với các mức đánh giá từ hoàn toàn không đồng ý, không đồng ý, bình thường, đồng ý, hoàn toàn đồng ý.

2.2.2. Mẫu và kỹ thuật phân tích

Kích thước mẫu sẽ phụ thuộc vào yêu cầu của nghiên cứu từ dữ liệu thu thập được và mối quan hệ mà nghiên cứu đề xuất (Mugenda & Mugenda, 1999). Theo Bollen (1986) kích cỡ mẫu hợp lý là mẫu có 5 đáp viên cho 1 biến quan sát và tốt nhất là 10 đáp viên cho 1 biến quan sát. Nghiên cứu thực hiện chọn mẫu theo quan điểm này, do đó kích cỡ mẫu trong nghiên cứu tốt nhất cần lớn hơn 300 cho tổng 30 biến quan sát. Các đáp viên trong nghiên cứu này thỏa mãn điều kiện là khách du lịch có tham gia vào các hoạt động du thuyền và các hoạt động tham quan, giải trí ven sông khác. Để tiếp cận được các đáp viên đáp ứng yêu cầu, nhóm nghiên cứu tiến hành khảo sát trực tiếp ven sông Hàn Đà Nẵng gồm 4 đợt trong khoảng thời gian: Từ ngày 25/4/2019 đến ngày 05/5/2019; từ ngày 01/7/2019 đến ngày 01/8/2019; từ ngày 25/12/2020 đến ngày 02/01/2021; từ ngày 25/4/2021 đến ngày 02/5/2021.

Kết quả thu thập dữ liệu được 448 phản hồi và tiến hành kiểm định 432 phiếu hợp lệ. Trong tổng số 432 đáp viên, tỉ lệ khách du lịch nam và nữ là gần bằng nhau với nam là 46,1% và nữ là 49,5%. Về độ tuổi, phần lớn đáp viên có độ tuổi từ 18 đến 25 và từ 26 đến 40 (chiếm tổng 85,9%). Về tình trạng hôn nhân, đáp viên độc thân chiếm 54,9% và đã kết hôn chiếm 45,1%. Liên quan đến thu nhập, kết quả cho thấy đáp viên có thu nhập 10 đến 25 triệu chiếm tỉ trọng cao nhất với 39,8%.

Có 244 đáp viên mới viếng thăm TPĐN lần đầu tiên (56,5%), 135 đáp viên là lần thứ 2 và 53 đáp viên từ 2 lần trở lên. Các đáp viên tiếp cận được nguồn thông tin về DLĐS chủ yếu từ các doanh nghiệp, đại lí kinh doanh dịch vụ (42,8%) và từ internet (31,9%).

Dữ liệu được xử lí, phân tích thông qua công cụ SPSS 20. Kết quả nghiên cứu được trình bày theo mục tiêu nghiên cứu, bao gồm: kiểm tra độ tin cậy thông qua hệ số Cronbachs alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích mô hình hồi quy tuyến tính và phân tích phương sai ANOVA.

2.3. Kết quả nghiên cứu

2.3.1. Kiểm tra độ tin cậy thang đo

Bảng tổng hợp kết quả phân tích Cronbach's alpha (Bảng 1) cho thấy các thang đo đều đảm bảo tính nhất quán nội tại do có Cronbach's alpha lớn hơn 0,7. Ngoài ra, hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong từng thang đo đều cao hơn 0,3. Do đó, các biến quan sát của thang đo được giữ cho phân tích nhân tố khám phá.

Bảng 1. Kiểm tra độ tin cậy thang đo

STT	Thang đo	Số biến quan sát	Độ tin cậy Cronbach Alpha	Hệ số tương quan biến tổng
1	Phương tiện hữu hình (PTHH)	6	0,905	
	PTHH1: Mức độ tiếp cận bờ sông, bến tàu và các địa điểm tổ chức hoạt động thuận lợi			0,767
	PTHH2: Bến tàu, tàu hiện đại, thảm mĩ, mang nét đặc trưng riêng			0,792
	PTHH3: Trang phục, phụ kiện của nhân viên đẹp và đúng tiêu chuẩn			0,708
	PTHH4: Trang thiết bị trên tàu (âm thanh, ánh sáng, bàn ghế...) đầy đủ, chất lượng tốt			0,546
	PTHH5: Khu vệ sinh tại các tàu, bến tàu và các điểm vệ sinh công cộng sạch sẽ			0,803
	PTHH6: Bãi đậu xe rộng rãi và đảm bảo			0,826
2	Độ tin cậy (DTC)	6	0,895	
	DTC1: Thời gian tổ chức hoạt động du thuyền đúng như thông báo			0,560

	DTC2: Thời gian tổ chức các hoạt động giải trí ven sông đúng như thông báo		0,657
	DTC3: Mức độ hợp lí về giá vé và dịch vụ		0,790
	DTC4: Mức độ cung cấp dịch vụ đúng như quảng bá		0,772
	DTC5: Giá vé đúng như giá niêm yết		0,772
	DTC6: Không để xảy ra sự sai sót trong việc cung cấp dịch vụ		0,764
3	Sự đáp ứng (SDU)	4	0,872
	SDU1: Nhân viên có kiến thức chuyên môn, kĩ năng nghiệp vụ và thái độ tốt		0,771
	SDU2: Nhân viên sẵn sàng phục vụ, đáp ứng yêu cầu của du khách		0,735
	SDU3: Hướng dẫn viên có kiến thức chuyên môn, kĩ năng nghiệp vụ và thái độ tốt		0,660
	SDU4: Hướng dẫn viên sẵn lòng đáp ứng yêu cầu của du khách		0,743
4	Độ an toàn (DAT)	6	0,913
	DAT1: Trang bị đầy đủ các thiết bị an toàn như: phao cứu sinh, bảng chỉ dẫn, bình cứu hỏa		0,834
	DAT2: Số lượng khách trên tàu đảm bảo với quy chuẩn của tàu thuyền		0,804
	DAT3: Cung cấp đầy đủ thông tin, hướng dẫn an toàn cho khách		0,759
	DAT4: Đồ ăn, thức uống an toàn hợp vệ sinh		0,745
	DAT5: An ninh trật tự đảm bảo, có đưa ra các khuyến nghị để không xảy ra sai sót		0,674
	DAT6: Không có ăn xin, chèo kéo, chặt chém khách du lịch		0,722
5	Độ hấp dẫn (DHD)	4	0,918
	DHD1: Cảnh quan hai bên bờ sông đẹp, thoáng đãng		0,704
	DHD2: Các giá trị văn hóa và sinh thái phong phú, được bảo tồn		0,907
	DHD3: Hoạt động giải trí trên tàu hấp dẫn		0,824
	DHD4: Hoạt động giải trí hai bên bờ sông hấp dẫn, mang đặc trưng riêng của thành phố		0,821
6	Sự hài lòng với hoạt động DLĐS (SHL)	4	0,809
	SHL1: Nhìn chung, tôi cảm thấy hài lòng với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN		0,379

SHL2: So với kì vọng, tôi cảm thấy hài lòng với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN	0,749
SHL3: Tôi không hối tiếc về lựa chọn sử dụng/tham gia hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN	0,772
SHL4: Tôi thực sự đã rất hưởng thụ khi tham gia hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN	0,643

2.3.2. Kiểm định thang đo với phân tích nhân tố khám phá

Phân tích nhân tố khám phá (Bảng 2) (sử dụng kĩ thuật trích yếu tố Principal Component với phép quay Varimax) được thực hiện cho toàn bộ các biến quan sát. Kết quả phân tích đối với các biến độc lập cho thấy, 5 nhân tố được rút trích tại Eigenvalue là 1,655; tổng phương sai trích là 71,480% (> 50%) cho thấy mô hình EFA là phù hợp; hệ số KMO là 0,858 (> 0,5); ý nghĩa thống kê của kiểm định Bartlett với Sig. = 0,000 (< 0,05). Hệ số tải nhân tố của các biến đều lớn hơn 0,5 (Bảng 2) nên được giữ lại cho phân tích kế tiếp.

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

Nhân tố	Hệ số tải nhân tố	Eigen value	Phương sai tích lũy [%]
F1: Độ an toàn (DAT)		8,034	30,899
DAT1	0,845		
DAT2	0,833		
DAT3	0,833		
DAT4	0,823		
DAT5	0,717		
DAT6	0,758		
F2: Phương tiện hữu hình (PTHH)		3,408	44,006
PTHH1	0,836		
PTHH2	0,853		
PTHH3	0,776		
PTHH4	0,618		
PTHH5	0,857		
PTHH6	0,871		
F3: Độ tin cậy (DTC)		3,110	55,967
DTC1	0,654		
DTC2	0,714		
DTC3	0,825		
DTC4	0,808		
DTC5	0,816		
DTC6	0,820		

F4: Độ hấp dẫn (DHD)		2,379	65,115
DHD1	0,744		
DHD2	0,983		
DHD3	0,869		
DHD4	0,875		
F5: Sự đáp ứng (SDU)		1,655	71,480
SDU1	0,820		
SDU2	0,870		
SDU3	0,759		
SDU4	0,869		
Sự hài lòng với hoạt động DLĐS (SHL)		2,615	65,263
SHL1	0,553		
SHL2	0,898		
SHL3	0,911		
SHL4	0,920		

2.3.3. Phân tích hồi quy và kiểm định mô hình

Để phân tích, xác định sự ảnh hưởng của các yếu tố đối với sự hài lòng với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn nghiên cứu tiến hành sử dụng phương pháp phân tích hồi quy bằng phương pháp Enter.

Kết quả phân tích Bảng 3 cho thấy mô hình nghiên cứu phù hợp với mức ý nghĩa Sig. < 5%, chỉ số R² = 0,598 và hệ số R² điều chỉnh là 0,594. Điều này thể hiện rằng 59,4% giá trị biến thiên có thể được giải thích bởi 5 yếu tố độc lập nêu trên đối với sự hài lòng với các hoạt động DLĐS (Bảng 3).

Đối với kiểm định ANOVA cho thấy chỉ số R² có giá trị Sig. = 0,000 (<0,05) và tổng bình phương hồi quy là 93,317 lớn hơn tổng bình phương phần dư (62,652). Điều này chứng tỏ mô hình giải thích được hầu hết phương sai của biến phụ thuộc. Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính có thể được sử dụng cho nghiên cứu. (Bảng 4).

Bảng 3. Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN

Mô hình	R	R ²	R ² điều chỉnh	Ước lượng sai số chuẩn	Durbin-Watson
1	0,774 ^a	0,598	0,594	0,38350	1,220

Bảng 4. Kiểm định ANOVA của mô hình nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN

Mô hình	Tổng bình phương	DF	Bình phương trung bình	F	Sig
Hồi quy	93,317	5	18,663	126,901	0.000 ^b
Phần dư	62,652	426	0,147		
Tổng	155,969	431			

Bảng 4 thể hiện rằng tất cả mối quan hệ có ý nghĩa thống kê (Sig.<0,05), điều này đồng nghĩa với giả thuyết H1, H2, H3, H4 và H5 được chấp nhận. Cụ thể, 5 yếu tố bao gồm phương tiện hữu hình, độ tin cậy, sự đáp ứng, độ an toàn và độ hấp dẫn có tác động thuận chiều đối với sự hài lòng với DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN. Phương trình hồi quy tuyến tính theo hệ số hồi quy chuẩn hóa như sau:

$$HL = 0,415 \times DHD + 0,228 \times SDU + 0,209 \times DAT + 0,151 \times PTHH + 0,148 \times DTC + \varepsilon$$

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy mô hình nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch với DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	T	Mức ý nghĩa	Chỉ số đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	B			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại
Phương tiện hữu hình (PTHH)	0,137	0,030	0,151	4,510	0,000	0,397	0,137
Độ tin cậy (DTC)	0,141	0,035	0,148	4,075	0,000	0,452	0,141
Năng lực đáp ứng (SDU)	0,207	0,030	0,228	6,838	0,000	0,435	0,207
Độ an toàn (DAT)	0,187	0,032	0,209	5,936	0,000	0,477	0,187
Độ hấp dẫn (DHD)	0,375	0,033	0,415	11,467	0,000	0,657	0,375

Từ phương trình hồi quy có thể kết luận như sau:

Theo thứ tự DHD; SDU; DAT; PTHH; DTC có hệ số là 0,415; 0,228; 0,209; 0,151; 0,148 và quan hệ cùng chiều với thang đo đánh giá chung của du khách về sự hài lòng với DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN. Khi du khách đánh giá nhân tố “Độ hấp dẫn”; “Năng lực đáp ứng”; “Độ an toàn”; “Phương tiện hữu hình”; “Độ tin cậy” tăng thêm 1 điểm thì sự hài lòng với DLĐS ở địa bàn nghiên cứu tăng thêm tương ứng 0,415; 0,228; 0,209; 0,151; 0,148 điểm.

Kết quả đánh giá chung về sự hài lòng của khách du lịch đối với DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN, như sau: “Nhìn chung, tôi cảm thấy hài lòng với DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN” (4,19); “So với kì vọng, tôi cảm thấy hài lòng với DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN” (4,17); “Tôi không hối tiếc về lựa chọn sử dụng/tham gia DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN” (4,14), và “Tôi thực sự đã rất hưởng thụ khi tham gia DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN” (4,12). Các phát biểu đánh giá sự hài lòng chung của khách du lịch đều đạt mức trung bình trên 4. Điều này cho thấy khách du lịch có sự hài lòng mức độ tương đối tốt với DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN.

Bảng 6. Mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đối với sự hài lòng của khách du lịch đối với DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN

Nhân tố	Hệ số chuẩn hóa	Tổng hệ số chuẩn hóa	Mức độ ảnh hưởng (%)
Độ hấp dẫn	0,415	1,151	36,1%
Năng lực đáp ứng	0,228		19,8%
Độ an toàn	0,209		18,1%
Phương tiện hữu hình	0,151		13,1%
Độ tin cậy	0,148		12,9%

(Xử lý từ kết quả điều tra của tác giả)

Kết quả Bảng 6 cho thấy “Độ hấp dẫn” có ảnh hưởng mạnh nhất đối với sự hài lòng của du khách với DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN đạt 36,1%; tiếp theo là mức độ ảnh hưởng của nhân tố “Năng lực đáp ứng” có ảnh hưởng thứ hai với 19,8%. Các nhân tố khác theo thứ tự giảm dần là “Độ an toàn”, “Phương tiện hữu hình” và “Độ tin cậy” có mức độ ảnh hưởng giảm dần tương ứng 18,1%; 13,1% và 12,9%.

3. Kết luận

Kết quả nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch với hoạt động DLĐS ở tuyến sông Hàn, TPĐN cho thấy 5 yếu tố mà nghiên cứu đưa ra đều ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch và thứ tự ảnh hưởng được sắp xếp theo mức độ giảm dần là: độ hấp dẫn, năng lực đáp ứng, độ an toàn, phương tiện hữu hình và độ tin cậy.

Trong thời gian tới, để khai thác hiệu quả DLĐS trên tuyến sông Hàn và có thể mở rộng khai thác DLĐS ở trên nhiều tuyến sông khác của TPĐN thì cần phải chú trọng đến các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách với hoạt động DLĐS. Trong đó, nên ưu tiên thực hiện các biện pháp theo thứ tự từ các nhân tố có mức ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch cao tới nhân tố có các mức độ ảnh hưởng thấp.

❖ **Tuyên bố về quyền lợi:** Các tác giả xác nhận hoàn toàn không có xung đột về quyền lợi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ahn, T., Ryu, S., & Han, I. (2007). The impact of Web quality and playfulness on user acceptance of online retailing. *Information & Management*, 44(3), 263-275.
- Al-Ababneh, M. M. (2013). Service quality and its impact on tourist satisfaction. *Institute of Interdisciplinary Business Research*, 164.
- Attallah, N. F. (2015). Evaluation of perceived service quality provided by tourism establishments in Egypt. *Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 149-160.

- Baker, M.-A., Hughey, K. F. D., Lincoln University (Canterbury, N. Z.), & Land, E. & P. (2010). *The river values assessment system*. Land Environment & People, Lincoln University. <http://hdl.handle.net/10182/3900>
- Boivin, M., & Tanguay, G. A. (2019). Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness: The case of Québec City and Bordeaux. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 67-79.
- Bollen, K. A. (1986). Sample Size and Bentler and Bonett's Nonnormed Fit Index. *Psychometrika*, 51(3), 375-377.
- Bosnic, I. (2012). River tourism in eastern Croatia: Perspectives for development. *Economy of Eastern Croatia Yesterday, Today, Tomorrow*, 1, 216-222.
- Canny, I. U. (2013). An empirical investigation of service quality, tourist satisfaction and future behavioral intentions among domestic local tourist at Borobudur Temple. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(2), 86.
- Carvalho, R. C. D., & Medeiros, D. D. D. (2021). Assessing quality of air transport service: A comparative analysis of two evaluation models. *Current Issues in Tourism*, 24(8), 1123-1138.
- Chaudhary, M., & Aggarwal, A. (2012). Tourist satisfaction and management of heritage sites in Amritsar. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 5(2), 47-61.
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
- Chenini, A., & Touaiti, M. (2018). Building destination loyalty using tourist satisfaction and destination image: A holistic conceptual framework. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(2), 37-43.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Crouch, G. I. (2011). *Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes*. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0047287510362776>
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1995). A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16.
- Daly, A. (2003). *Inventory of instream values for rivers and lakes of Canterbury New Zealand: A desktop review*. Environment Canterbury.
- Giannakos, M. N., Pateli, A. G., & Pappas, I. O. (2012). *Investigation of the hotel customers perceptions: A study based on user-generated content of online booking platforms*.
- Hui, T. K., Wan, D., & Ho, A. (2007). Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism Management*, 28(4), 965-975.
- Huynh, T. T. (2021). *Danh gia su hai long của du khách doi voi chat luong dich vu du iich tai Thanh pho Nha Trang [Evaluation of tourist satisfaction with the quality of tourist services in the city of Nha Trang]*. Master Thesis, Ba Ria – Vung Tau University.

- Inskeep, E. (1994). *National and regional tourism planning: Methodologies and case studies*. Routledge.
- Jain, S. K., & Gupta, G. (2004). Measuring service quality: SERVQUAL and SERVPERF scales. *Vikalpa*, 29(2), 25-38.
- Markovic, S., & Raspor, S. (2010). *Measuring Perceived Service Quality Using SERVQUAL: A Case Study of the Croatian Hotel Industry. Management*. 5(3), 195-209.
- McQuilken, L., Breth, R., & Shaw, R. N. (2000). Consumer expectation and satisfaction levels: An evaluation of tourism in the Otway Region. *Proceedings by Bowater School of Management and Marketing. Deakin University, ANZMC. Retrieved June, 30, 2009*.
- Mugenda, O. M., & Mugenda, A. G. (1999). *Research methods: Quantitative and qualitative approaches*. Acts Press.
- Nguyen, D. S., & Le, V.T. (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với hoạt động du lịch lễ hội tỉnh Đắk Lắk [Factors affecting satisfaction of domestic tourism for festival tourism activities in Dak Lak province, *Journal of Science, University of Education, Hue University* 57(1), 85-96.
- Nyadzayo, M. W., & Khajezadeh, S. (2016). The antecedents of customer loyalty: A moderated mediation model of customer relationship management quality and brand image. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 262-270.
- O'Donnell, C. F. (2003). *The significance of river and open water habitats for indigenous birds in Canterbury, New Zealand*. Environment Canterbury.
- People's Committee of Da Nang city (2019). *Ke hoạch số 2162/UBND-KGVX Phát triển điểm đến, sản phẩm dịch vụ trên tuyến du lịch đường thủy nội địa thành phố Đà Nẵng giai đoạn 2019-2021*[Plan to develop destinations, products and services on the inland waterway tourist routes of Da Nang city in the period of 2019-2021. No:2162/Kh-UBND, April 5, 2019]. Retrieved from https://www.danang.gov.vn/chinh-quyen/chi-tiet?id=35131&_c=10
- Prideaux, B., & Cooper, M. (2009). *River tourism*. Cabi.
- Prime Minister (2020). *Quyết định phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*. So: 147/QĐ-TTg, ngày 22 tháng 01 năm 2020 [Decision on approving the strategy of tourism development for Vietnam to 2030. No: 147/QĐ-TTg, January 22, 2020]. Hanoi.
- Shafiq, A., Mostafiz, I., & Taniguchi, T. M. (2019). Using SERVQUAL to determine Generation Y's satisfaction towards hoteling industry in Malaysia. *Journal of Tourism Futures*., 5(1), 62-74.
- Van Balen, M., Dooms, M., & Haezendonck, E. (2014). River tourism development: The case of the port of Brussels. *Research in Transportation Business & Management*, 13, 71-79.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.
- Yu, M., & Hyun, S. S. (2019). The Impact of Foreign Flight Attendants' Service Quality on Behavioral Intention Toward Their Home Country-Applied SERVPERF Model. *Sustainability*, 11(15), 1-13.

TOURISTS SATISFACTION WITH RIVER TOURISM IN HAN RIVER, DA NANG CITY

Nguyen Thi Hong^{1}, Nguyen Kim Hong¹, Truong Phuoc Minh¹*

¹*University of Science and Education - the University of Da Nang, Vietnam*

²*Van Hien University, Vietnam*

**Corresponding author: Nguyen Thi Hong – Email: nthong_kdia@ued.udn.vn*

Received: August 15, 2021; Revised: November 08, 2021; Accepted: January 09, 2022

ABSTRACT

This study aims to assess how tourists were satisfied with river tourism in Han River, Da Nang city. The study surveyed 432 tourists. Using regression analysis, the results show that five factors affecting tourists' satisfaction are tangible facilities, reliability, responsiveness, safety, and attractiveness. They positively influenced visitor satisfaction. Among them, the most key factors are attractiveness, responsiveness, and safety. This study helps policymakers and businesses understand the factors affecting tourist satisfaction with river tourism in the Han River followed by perhaps developing suitable strategies to effectively exploit the river tourism in Da Nang city.

Keywords: Han River; Da Nang City; satisfaction; tourist