

ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG TRẢI NGHIỆM ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH CẨM TRẠI TẠI KHU VỰC HỒ TRỊ AN, TỈNH ĐỒNG NAI

● HUỖNH DIỆP TRÂM ANH^{1*} - NGUYỄN ĐỨC HUY²

¹Học viện Hàng không Việt Nam

²Eastin Grand Hotel Saigon

*Tác giả liên hệ: anhhdh@vaa.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá ảnh hưởng của chất lượng trải nghiệm đối với sự hài lòng của khách du lịch đối với loại hình du lịch cắm trại tại khu vực Hồ Trị An, tỉnh Đồng Nai. Mô hình nghiên cứu được xây dựng dựa trên sự kế thừa các lý thuyết về trải nghiệm khách hàng và giá trị dịch vụ. Nghiên cứu sử dụng phương pháp hỗn hợp, kết hợp giữa tham vấn ý kiến chuyên gia để hiệu chỉnh thang đo và khảo sát du khách trực tiếp tại các khu cắm trại quanh hồ Trị An để kiểm định mô hình. Kết quả phân tích bằng phần mềm SPSS chỉ ra chất lượng trải nghiệm có tác động tích cực và mạnh mẽ đến sự hài lòng của du khách. Từ kết quả này, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp thực tiễn cho các đơn vị vận doanh khu cắm trại và chính quyền địa phương tại Đồng Nai nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, bảo tồn cảnh quan lòng hồ và xây dựng chiến lược truyền thông hiệu quả.

Từ khóa: du lịch cắm trại, chất lượng trải nghiệm, sự hài lòng của du khách, hồ Trị An, Đồng Nai.

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển nhanh chóng của nhu cầu trải nghiệm thiên nhiên đang tạo ra một sự chuyển biến mạnh mẽ trên thị trường du lịch của Việt Nam, đặc biệt là trong lĩnh vực cắm trại và đi bộ đường dài. Xu hướng du lịch cắm trại tại Việt Nam ngày càng đa dạng với nhiều hình thức khác nhau, từ cắm trại tự túc tại các khu vực thiên nhiên hoang sơ đến các khu cắm trại được đầu tư bài bản (Vy, 2023). Các

địa điểm gần các đô thị lớn như Hồ Đại Lải (Vĩnh Phúc), Vườn quốc gia Ba Vì (Hà Nội) hay khu vực miền Trung với Cảnh Dương Beachcamp (Huế), bán đảo Sơn Trà (Đà Nẵng) ghi nhận sự tăng trưởng đáng kể (Luong & Long, 2026). Đặc biệt, khu vực miền Nam với các địa danh như Vườn quốc gia Nam Cát Tiên, Tà Năng - Phan Dũng và đặc biệt là khu vực lòng hồ Trị An (Đồng Nai) đã trở thành những điểm đến lý tưởng cho loại hình

du lịch này nhờ hệ sinh thái đa dạng và không khí trong lành.

Trên thế giới, các nghiên cứu về du lịch cắm trại thường tập trung vào phân tích sự hài lòng và ý định hành vi của du khách (Constantin et al., 2022; Prayag et al., 2017; Wu et al., 2018a). Một số tác giả lập luận, khu du lịch cắm trại có thể được xem là một điểm đến độc lập nếu đáp ứng đầy đủ các điều kiện về hạ tầng và dịch vụ (Brooker & Joppe, 2013). Tại Việt Nam, các nghiên cứu gần đây bắt đầu chú trọng vào mô hình cắm trại (Camping) - vốn chiếm thị phần lớn (Luong, 2025; Luong & Long, 2026; Vy, 2023). Hơn nữa, mặc dù mối quan hệ giữa chất lượng trải nghiệm đến sự hài lòng và ý định hành vi đã được khẳng định trong nhiều bối cảnh du lịch khác nhau (Constantin et al., 2022; Prayag et al., 2017). Việc thiếu hụt các bằng chứng thực nghiệm về kích thích từ trải nghiệm đến sự hài lòng là một khoảng trống lớn trong lý thuyết quản trị du lịch hiện đại (Prayag et al., 2017).

Vì vậy, nghiên cứu này nhằm xác định các thuộc tính cấu thành chất lượng trải nghiệm đặc thù cho mô hình du lịch cắm trại (Camping). Nhóm tác giả lựa chọn khu vực Hồ Trị An, tỉnh Đồng Nai làm địa bàn nghiên cứu. Đây là hồ nhân tạo lớn nhất miền Nam với hệ sinh thái đất ngập nước đặc trưng, được mệnh danh là “biển hồ” của Đồng Nai. Với vị trí thuận lợi, cách Thành phố Hồ Chí Minh chỉ khoảng 70km, Hồ Trị An đang chứng kiến sự bùng nổ của các loại hình cắm trại tự túc và các bãi trại ven hồ. Tuy nhiên, tốc độ phát triển du lịch tại đây vẫn mang tính tự phát, chất lượng trải nghiệm chưa đồng đều. Việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng thông qua chất lượng trải nghiệm và giá trị cảm nhận là hướng đi cấp thiết nhằm giúp các nhà quản lý và đơn vị kinh doanh tại địa phương cải thiện dịch vụ, hướng tới phát triển du lịch bền vững. Đồng thời, nghiên cứu này đóng góp về mặt lý thuyết bằng cách hệ thống hóa các thuộc tính trải nghiệm camping và kiểm chứng vai trò trung gian của giá trị cảm nhận. Về mặt thực tiễn, kết quả nghiên cứu sẽ cung cấp hàm ý quản trị giúp nâng cao sức hấp dẫn cho du lịch Hồ Trị An, đóng góp vào sự phát triển kinh tế du

lịch xanh của tỉnh Đồng Nai.

Bài viết được cấu trúc gồm 5 phần: sau phần giới thiệu là tổng quan tài liệu; phần thứ ba trình bày phương pháp nghiên cứu; kết quả nghiên cứu và thảo luận được trình bày trong phần tiếp theo; cuối cùng là kết luận cùng với đóng góp của nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Một số khái niệm liên quan

Du lịch cắm trại (Camping Tourism)

Du lịch cắm trại là một hình thức lưu trú ngoài trời, nơi du khách sử dụng lều, trại hoặc các phương tiện trú ẩn tạm thời để sinh hoạt trong môi trường thiên nhiên (Brooker & Joppe, 2013; Luong & Long, 2026). Khác với loại hình “Glamping” (cắm trại sang chảnh) nhấn mạnh vào sự xa hoa và tiện nghi như khách sạn (Lyu et al., 2020), “Camping” thường tập trung vào sự tối giản, tính tự túc và sự kết nối trực tiếp với các yếu tố tự nhiên như lòng hồ, rừng cây.

Chất lượng trải nghiệm (Experiential Quality)

Chất lượng trải nghiệm không chỉ dừng lại ở việc đánh giá các thuộc tính dịch vụ khách quan mà là sự nhận thức tổng thể của du khách về các phản ứng tâm lý và cảm xúc nảy sinh trong suốt quá trình tham gia hoạt động du lịch (Chen & Chen, 2010). Đối với du lịch cắm trại, chất lượng này được hình thành từ sự tương tác giữa du khách với cơ sở vật chất, nhân viên phục vụ và đặc biệt là môi trường tự nhiên xung quanh.

Giá trị cảm nhận (Perceived Value)

Giá trị cảm nhận là sự đánh giá tổng thể của du khách về lợi ích nhận được so với những chi phí (tiền bạc, thời gian, công sức) mà họ đã bỏ ra. Theo nghiên cứu của Hanafiah et al. (2025), giá trị này được chia thành 2 khía cạnh chính: Giá trị chức năng (Functional Value): Liên quan đến giá cả, sự tiện lợi và chất lượng thực tế của bãi trại. Giá trị cảm xúc (Emotional Value): Những trạng thái tâm lý tích cực như sự thư giãn, niềm vui và cảm giác tự do khi ở giữa thiên nhiên.

Sự hài lòng của du khách (Tourist Satisfaction)

Sự hài lòng là trạng thái cảm xúc nảy sinh khi

kết quả thực tế của chuyến đi đáp ứng hoặc vượt quá kỳ vọng ban đầu của du khách (Constantin et al., 2022; Wu et al., 2018b).

2.2. Lý thuyết trải nghiệm và Mô hình Chất lượng dịch vụ đa hướng

2.2.1. Trải nghiệm du lịch

Bản chất của trải nghiệm du lịch không đơn thuần là việc tiêu dùng các dịch vụ rời rạc như ăn uống, lưu trú hay vận chuyển, mà là một quá trình tâm lý chủ quan phức tạp. Theo Holbrook và Hirschman (1982), trải nghiệm gắn liền với các yếu tố mang tính hưởng lạc như sự vui vẻ, cảm xúc và trí tưởng tượng. Trong bối cảnh du lịch cắm trại tại Hồ Trị An, trải nghiệm của du khách không chỉ dừng lại ở các yếu tố vật chất như chiếc lều hay bữa ăn ngoài trời, mà quan trọng hơn là cảm giác tự do khi đón bình minh trên mặt hồ hay sự kết nối tinh thần sâu sắc với bạn bè bên ánh lửa trại.

Để hiểu rõ hơn về chiều dọc của quá trình này, thuyết về các giai đoạn trải nghiệm của Clawson và Knetsch (1966) đã chia trải nghiệm du lịch thành 5 giai đoạn: mong đợi, di chuyển đến điểm đến, tương tác tại điểm đến, di chuyển về và hồi tưởng. Trong đó, nghiên cứu này tập trung trọng tâm vào giai đoạn tại điểm đến - nơi diễn ra các tương tác trực tiếp với thiên nhiên và dịch vụ. Bên cạnh đó, lý thuyết Kinh tế trải nghiệm (Experience Economy) của Pine và Gilmore (1998) cung cấp một khung phân loại hữu hiệu gồm 4 miền: giải trí, giáo dục, thẩm mỹ và thoát ly.

Tại các bãi trại ven hồ Trị An, du khách được tham gia vào miền thẩm mỹ khi thưởng ngoạn cảnh quan thiên nhiên hoang sơ, miền giáo dục thông qua việc học kỹ năng dựng lều hay tìm hiểu hệ sinh thái lòng hồ, và miền thoát ly khi thực sự rời xa sự ồn ào của đô thị. Những thành phần này tương ứng mật thiết với các biến số về môi trường vật chất và chất lượng giáo dục trong mô hình nghiên cứu. Cuối cùng, thuyết Trải nghiệm tối ưu (Flow Theory) của Csikszentmihalyi giải thích, khi những thử thách trong hoạt động cắm trại (như tự nấu ăn ngoài trời hay chèo SUP) phù hợp với kỹ năng của du khách, họ sẽ rơi vào trạng

thái "Dòng chảy" - một trạng thái tâm lý tập trung và thỏa mãn cực độ. Điều này lý giải vì sao chất lượng kết quả (Outcome Quality) lại có tác động mạnh mẽ đến việc gia tăng giá trị cảm nhận, giúp du khách đạt được trạng thái thư giãn và phục hồi năng lượng tốt nhất sau chuyến đi.

2.2.2. Mô hình Chất lượng dịch vụ đa hướng (Hierarchical Service Quality Model)

Dựa trên mô hình của Brady và Cronin (2001), sự hiệu chỉnh của Hanafiah et al. (2025), chất lượng trải nghiệm trong nghiên cứu này được đo lường qua 4 thành phần chính: Thứ nhất, chất lượng tương tác (Interaction Quality) tập trung vào các hành vi và thái độ phục vụ của nhân viên hoặc chủ bãi trại, đóng vai trò then chốt trong việc tạo ra thiện cảm ban đầu cho du khách. Thứ hai, chất lượng môi trường vật chất (Physical Environment Quality) đặc biệt quan trọng trong loại hình camping, bao gồm sự kết hợp giữa cảnh quan thiên nhiên đặc trưng của lòng hồ Trị An và hệ thống cơ sở hạ tầng thiết yếu như chất lượng lều trại hay khu vực vệ sinh. Thứ ba, chất lượng kết quả (Outcome Quality), phản ánh những lợi ích vô hình mà du khách gặt hái được sau chuyến đi, điển hình là sự hồi phục sức khỏe tinh thần và giải tỏa căng thẳng từ cuộc sống đô thị. Thứ tư, nghiên cứu tích hợp thêm khía cạnh chất lượng giáo dục và tiếp cận (Access/Education Quality) nhằm đo lường mức độ thuận tiện trong việc di chuyển đến các bãi trại ven hồ, đồng thời đánh giá những giá trị tri thức về thiên nhiên và ý thức bảo vệ môi trường mà du khách thu lượm được trong suốt quá trình trải nghiệm. Sự tổng hòa của 4 nhân tố này cung cấp một cái nhìn toàn diện về chất lượng trải nghiệm du lịch cắm trại, làm nền tảng để hình thành nên giá trị cảm nhận và sự hài lòng bền vững.

2.3. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Chất lượng tương tác (Interaction Quality) phản ánh thái độ, hành vi và kỹ năng phục vụ của đội ngũ nhân viên hoặc chủ bãi trại đối với du khách. Theo Hanafiah et al. (2025), sự tương tác chất lượng cao giữa con người với con người là yếu tố quan trọng giúp thu hẹp khoảng cách giữa

kỳ vọng và thực tế trải nghiệm. Trong du lịch cắm trại, sự hỗ trợ kịp thời trong việc dựng trại, phục vụ thực phẩm hay thái độ hiếu khách giúp du khách cảm thấy được quan tâm, từ đó hình thành trạng thái tâm lý tích cực (Wu et al., 2018). Những tương tác tốt đẹp này là nền tảng trực tiếp dẫn đến sự hài lòng về tổng thể chuyến đi.

Giả thuyết H1: Chất lượng tương tác có tác động thuận chiều đến Sự hài lòng về trải nghiệm du lịch cắm trại.

Môi trường vật lý (Physical Environment Quality) bao gồm các yếu tố hữu hình như cơ sở vật chất (lều trại, khu vệ sinh) và vẻ đẹp tự nhiên của điểm đến. Đối với loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên như tại Hồ Trị An, sự hài hòa giữa tiện nghi bãi trại và cảnh quan hoang sơ là yếu tố tiên quyết thu hút du khách (O'Neill et al., 2010). Nghiên cứu của Lyu et al. (2020) chỉ ra, một môi trường an toàn, sạch sẽ và thẩm mỹ không chỉ đáp ứng nhu cầu lưu trú mà còn gợi lên cảm giác hưởng thụ. Khi du khách đánh giá cao không gian vật lý, mức độ hài lòng về trải nghiệm sẽ được củng cố đáng kể.

Giả thuyết H2: Chất lượng môi trường vật lý có tác động thuận chiều đến Sự hài lòng về trải nghiệm du lịch cắm trại.

Chất lượng tiếp cận (Access Quality) đề cập đến mức độ dễ dàng khi du khách tìm kiếm thông tin, đặt dịch vụ và di chuyển đến địa điểm cắm trại. Theo mô hình của Brady và Cronin (2001), sự thuận tiện trong tiếp cận giúp giảm thiểu các "chi phí phi tiền tệ" như thời gian và áp lực tinh thần cho du khách. Nếu hành trình di chuyển đến Hồ Trị An thông thoáng, hệ thống chỉ dẫn rõ ràng và quy trình nhận trại đơn giản, du khách sẽ có ấn tượng tốt ngay từ giai đoạn đầu của chuyến đi. Điều này tạo ra một "hiệu ứng lan tỏa" tích cực, giúp nâng cao mức độ hài lòng cuối cùng của du khách (Musteliet-Puig et al., 2018).

Giả thuyết H3: Chất lượng tiếp cận có tác động thuận chiều đến Sự hài lòng về trải nghiệm du lịch cắm trại.

Chất lượng kết quả hay chất lượng cuối cùng (Outcome Quality) là những lợi ích thực tế và tâm

lý mà du khách gặt hái được sau hoạt động du lịch, chẳng hạn như sự thư giãn, tái tạo năng lượng hoặc học hỏi kiến thức mới. Theo thuyết Tiêu dùng trải nghiệm của Holbrook và Hirschman (1982), kết quả của chuyến đi thường được đánh giá qua cảm xúc "vui vẻ" và "thoát ly". Nếu trải nghiệm cắm trại thực sự giúp du khách giải tỏa căng thẳng và đạt được mục đích nghỉ dưỡng ban đầu, họ sẽ cảm thấy thỏa mãn (Chen & Chen, 2010). Đây là nhân tố quan trọng nhất để du khách đánh giá liệu trải nghiệm đó có thành công hay không.

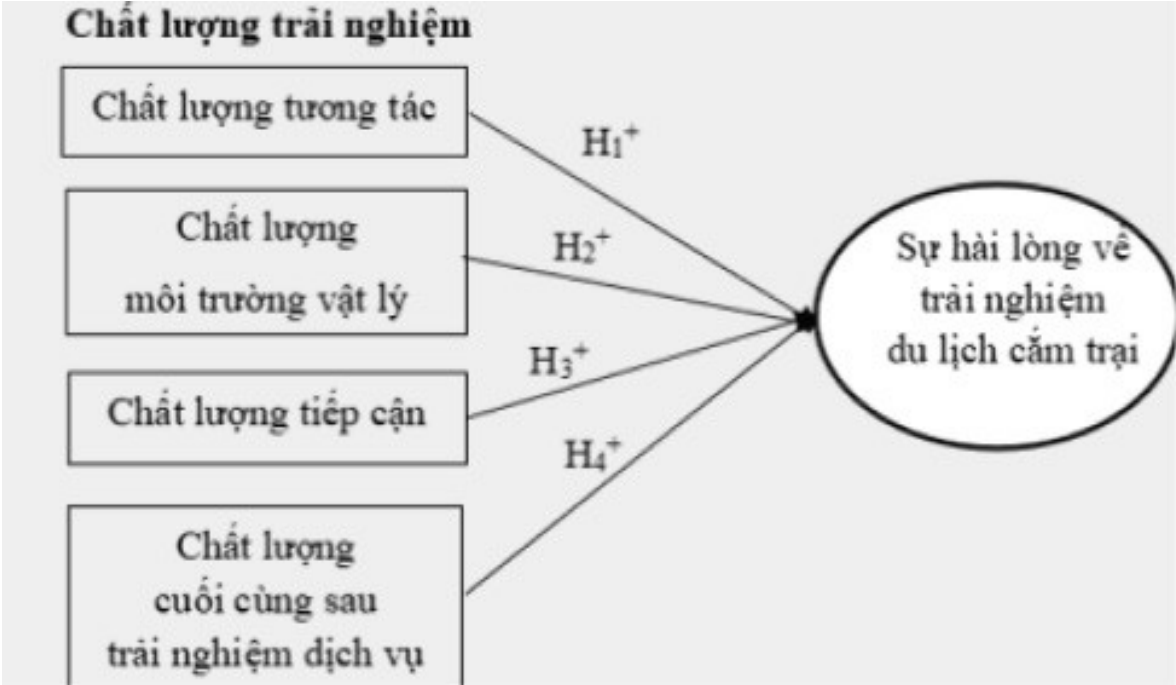
Giả thuyết H4: Chất lượng cuối cùng sau trải nghiệm dịch vụ có tác động thuận chiều đến Sự hài lòng về trải nghiệm du lịch cắm trại.

Dựa theo các lập luận trên, mô hình nghiên cứu được nhóm tác giả đề xuất như trình bày trong Hình 1.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua cách tiếp cận hỗn hợp, kết hợp giữa thảo luận định tính và khảo sát định lượng nhằm đảm bảo tính khách quan cho mô hình lý thuyết. Trong giai đoạn sơ bộ, tác giả đã tiến hành tham vấn ý kiến từ 7 chuyên gia và khách du lịch có kinh nghiệm để hiệu chỉnh thang đo từ các nghiên cứu gốc của Hanafiah et al. (2025) và Brady & Cronin (2001) cho phù hợp với đặc thù du lịch cắm trại tại khu vực nghiên cứu. Ở giai đoạn định lượng, dữ liệu được thu thập từ 150 du khách thông qua phương pháp lấy mẫu phi xác suất (lấy mẫu thuận tiện). Với thang đo Likert 5 mức độ, dữ liệu thu hồi được xử lý bằng phần mềm SPSS 26 thông qua quy trình kiểm định nghiêm ngặt: (1) Đánh giá độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha; (2) Phân tích nhân tố khám phá (EFA) để kiểm tra giá trị hội tụ và phân biệt; (3) Phân tích tương quan Pearson; và cuối cùng là (4) Phân tích hồi quy bội nhằm kiểm chứng 04 giả thuyết trực tiếp (H1, H2, H3, H4). Cách tiếp cận này giúp xác định chính xác cường độ tác động của các thành phần chất lượng trải nghiệm lên sự hài lòng của du khách, đồng thời đảm bảo tính đại diện và tin cậy của kết quả nghiên cứu trong phạm vi cỡ mẫu cho phép. Thời gian khảo sát nghiên cứu từ tháng 12/2025 đến ngày 15/2/2026.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Trong tổng số 150 mẫu thu thập hợp lệ, về giới tính, nam giới chiếm 55%, nữ giới chiếm 45%. Độ tuổi tập trung chủ yếu từ 18-35 tuổi (chiếm 72%), phản ánh đúng đặc thù của loại hình du lịch cắm trại là thu hút giới trẻ và những người ưa thích

hoạt động ngoài trời.

4.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha)

Kết quả kiểm định cho thấy tất cả các thang đo đều đạt độ tin cậy cần thiết với hệ số Cronbach's Alpha > 0.7 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3. (Bảng 1)

Bảng 1: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Thang đo	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha
Chất lượng tương tác (IQ)	4	0.845
Chất lượng môi trường vật lý (PEQ)	5	0.812
Chất lượng tiếp cận (AQ)	4	0.789
Chất lượng kết quả (OQ)	3	0.856
Sự hài lòng (ES)	3	0.882

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả, 2026

4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Phân tích EFA cho thấy hệ số KMO đạt 0.824 (> 0.5) và kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig. = 0.000). 16 biến quan sát của các biến độc lập được trích vào 4 nhân tố với tổng phương sai trích đạt 68.5%, các hệ số tải nhân tố đều > 0.5, cho thấy các thang đo đạt giá trị hội tụ và phân biệt tốt.

4.4. Phân tích hồi quy và Kiểm định giả thuyết

Tác giả tiến hành phân tích hồi quy bội để kiểm định 4 giả thuyết (H1, H2, H3, H4) với biến phụ thuộc là Sự hài lòng (ES). (Bảng 2)

4.5. Thảo luận

Kết quả phân tích hồi quy từ 150 dữ liệu khảo sát cho thấy, mô hình đạt độ tương thích tốt với hệ số R² hiệu chỉnh bằng 0.584, nghĩa là bốn thành phần của chất lượng trải nghiệm giải thích được 58,4% sự biến thiên của sự hài lòng du khách tại Hồ Trị An. Đáng chú ý, cả bốn giả thuyết đều được chấp nhận với mức ý nghĩa p-value < 0.05, khẳng định vai trò then chốt của chất lượng trải nghiệm trong việc thúc đẩy sự thỏa mãn của du khách cắm trại. Trong số các nhân tố tác động, Chất lượng môi trường vật lý (PEQ) thể hiện tầm ảnh hưởng mạnh mẽ nhất (beta = 0.342). Phát hiện này hoàn toàn tương đồng với nghiên cứu của Lyu và cộng sự (2020), nhấn mạnh rằng đối với du lịch dựa vào thiên nhiên, cảnh quan đặc trưng cùng sự sạch sẽ tại bãi trại là yếu tố tiên quyết. Điều

này minh chứng rằng dù đặc thù của “Camping” là sự tối giản và kết nối trực tiếp với thiên nhiên (Brooker & Joppe, 2013), khác biệt với sự xa hoa của “Glamping”, du khách vẫn đặt kỳ vọng cao vào giá trị thẩm mỹ và sự bảo tồn nguyên trạng của môi trường lòng hồ.

Xếp thứ hai là Chất lượng tương tác (IQ) với hệ số beta = 0.264. Kết quả này củng cố quan điểm của Hanafiah và cộng sự (2025) và Wu và cộng sự (2018) về vai trò của con người trong việc thiết kế trải nghiệm. Sự nhiệt tình và hỗ trợ kịp thời của các chủ bãi trại địa phương không chỉ là một dịch vụ đi kèm mà đã trở thành thành phần cốt lõi giúp gia tăng cảm nhận tích cực. So với các nghiên cứu trước đây về dịch vụ khách sạn truyền thống, trong bối cảnh cắm trại, tương tác cá nhân mang tính hỗ trợ kỹ thuật (dựng lều, đốt lửa) đóng vai trò quan trọng hơn trong việc tạo ra thiện cảm ban đầu. Tiếp nối là Chất lượng kết quả (OQ) (beta = 0.238), minh chứng cho lý thuyết của Holbrook và Hirschman (1982) về yếu tố “vui vẻ và thoát ly”.

Giá trị thực sự mà du khách tìm kiếm tại Hồ Trị An chính là sự tái tạo năng lượng và cảm giác tự do - những trạng thái tâm lý tối ưu (Flow Theory) mà Csikszentmihalyi đã đề cập. Khi những mong đợi về mặt tinh thần này được đáp ứng vượt mức, sự hài lòng sẽ được hình thành bền vững. Cuối cùng, Chất lượng tiếp cận (AQ) dù có hệ số tác động thấp nhất (beta = 0.145) nhưng vẫn đóng vai trò quan trọng. Phù hợp với mô hình của Brady

Bảng 2: Kết quả phân tích hồi quy

Biến độc lập	Hệ số β chưa chuẩn hóa	Hệ số β chuẩn hóa	Giá trị t	Sig.	Kết luận
(Hằng số)	0.542		2.145	0.034	
IQ (H1)	0.285	0.264	3.452	0.001	Chấp nhận
PEQ (H2)	0.354	0.342	4.876	0.000	Chấp nhận
AQ (H3)	0.158	0.145	2.054	0.042	Chấp nhận
OQ (H4)	0.245	0.238	3.120	0.002	Chấp nhận
Hệ số R ² hiệu chỉnh: 0.584; F-test Sig.: 0.000; Durbin-Watson: 1.895; VIF < 2.					

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả, 2026

và Cronin (2001) và Mustelier-Puig và cộng sự (2018), kết quả này hàm ý, mặc dù du khách chấp nhận những khó khăn nhất định về địa hình đặc thù của camping, nhưng sự minh bạch về thông tin và thuận tiện trong di chuyển vẫn là “điều kiện cần” để tối ưu hóa chuỗi giá trị trải nghiệm.

Tóm lại, những phát hiện này không chỉ củng cố các hệ thống lý thuyết về chất lượng trải nghiệm trong du lịch sinh thái mà còn cung cấp bằng chứng thực tiễn quan trọng. Đề nâng cao vị thế của du lịch Hồ Trị An, các đơn vị quản lý và chủ bãi trại cần tập trung chiến lược vào việc duy trì cảnh quan môi trường bền vững song song với việc chuyên nghiệp hóa kỹ năng phục vụ và tương tác khách hàng.

5. Kết luận, hàm ý cho các bên liên quan và đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu đã thực hiện kiểm chứng thực nghiệm mô hình tác động của các thành phần chất lượng trải nghiệm đến sự hài lòng của du khách trong bối cảnh du lịch cắm trại tại Hồ Trị An. Kết quả từ 150 dữ liệu khảo sát cho thấy cả 4 yếu tố bao gồm: Chất lượng môi trường vật lý, Chất lượng tương tác, Chất lượng kết quả và Chất lượng tiếp cận đều có tác động thuận chiều đáng kể đến sự hài lòng. Trong đó, môi trường tự nhiên và chất lượng tương tác giữa con người là 2 trụ cột chi phối mạnh mẽ nhất. Điều này khẳng định sự thỏa mãn của du khách cắm trại không đến từ các dịch vụ xa hoa, mà bắt nguồn từ sự nguyên bản

của hệ sinh thái lòng hồ và sự chân thành, nhiệt tình trong phục vụ của đội ngũ vận hành bãi trại.

Từ kết quả nghiên cứu, một số hàm ý thực tiễn được đề xuất nhằm phát triển bền vững hoạt động du lịch cắm trại. Trước hết, các chủ bãi trại cần ưu tiên tuyệt đối việc bảo tồn cảnh quan và vệ sinh môi trường, bởi đây là yếu tố tác động mạnh nhất đến sự hài lòng. Việc đầu tư vào cơ sở vật chất cần đi đôi với quản lý rác thải và giữ gìn nét hoang sơ vốn có. Thứ hai, cần chuyên nghiệp hóa chất lượng tương tác thông qua việc đào tạo thái độ phục vụ và kỹ năng hỗ trợ du khách, tạo cảm giác thân thiện và an tâm. Cuối cùng, chính quyền địa phương nên hoàn thiện hạ tầng tiếp cận như hệ thống biển báo, thông tin chỉ dẫn và lộ trình di chuyển để tối ưu hóa chuỗi giá trị trải nghiệm cho du khách ngay từ giai đoạn đầu của hành trình.

Mặc dù đạt được những mục tiêu đề ra, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định. Với cỡ mẫu 150, kết quả có thể chưa phản ánh toàn diện sự đa dạng của mọi phân khúc khách hàng trên diện rộng. Bên cạnh đó, mô hình hiện tại chỉ tập trung vào các tác động trực tiếp mà chưa xem xét đến các cơ chế tâm lý phức tạp hơn. Do đó, các nghiên cứu trong tương lai nên mở rộng quy mô mẫu và cân nhắc tích hợp thêm các biến trung gian như “Giá trị cảm nhận” (giá trị chức năng và giá trị cảm xúc) hoặc các biến điều tiết như “Đặc điểm nhân khẩu học” và “Kinh nghiệm du lịch” để có cái nhìn sâu sắc, đa chiều hơn về hành vi của du khách cắm trại■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Brooker, E., & Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality-An international review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3-4, 1-6. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jort.2013.04.005>
- Constantin, C. P., Ispas, A., & Candrea, A. N. (2022). Examining the Relationships between Visitors Profile, Satisfaction and Revisit Intentions: Evidence from Romanian Ecotourism Destinations. *Land*, 11(2), 186. <https://www.mdpi.com/2073-445X/11/2/186>
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Hanafiah, M. H., Amirah, W. N., Asyraff, M. A., Zain, N. A. M., & Hussein, A. S. (2025). Glamping tourism: unpacking ecotourists' experiential quality, perceived value and behavioural intention. *Journal of Ecotourism*, 24(4), 401-423. <https://doi.org/10.1080/14724049.2024.2447953>
- Luong, T.-B. (2025). Adventure tourism experiences of young Vietnamese travelers: perspectives on social media, safety, tour preferences or do-it-yourself. *Journal of Sport & Tourism*, 29(1), 21-40. <https://doi.org/10.1080/14775085.2025.2484175>

Luong, T.-B., & Long, D. H. (2026). Camping Motivation, Benefit Perception, Camping Intention: The Roles of Camping Tourism Image. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2026.2634770>

Lyu, S. O., Kim, J.-W., & Bae, S. W. (2020). Family vacationers' willingness to pay for glamping travel sites: A family functioning segmentation. *International Journal of Tourism Research*, 22(2), 155-167. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/jtr.2325>

Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Del Chiappa, G. (2017). Understanding the Relationships between Tourists' Emotional Experiences, Perceived Overall Image, Satisfaction, and Intention to Recommend. *Journal of Travel Research*, 56(1), 41-54. <https://doi.org/10.1177/0047287515620567>

Vy, N. D. H. (2023). Factors influencing reservations for the glamping business in Vietnam. *Cent. Eur. Manag. J*, 31, 130-135.

Wu, H.-C., Cheng, C.-C., & Ai, C.-H. (2018a). A study of experiential quality, experiential value, trust, corporate reputation, experiential satisfaction and behavioral intentions for cruise tourists: The case of Hong Kong. *Tourism Management*, 66, 200-220. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.12.011>

Wu, H.-C., Li, M.-Y., & Li, T. (2018b). A Study of Experiential Quality, Experiential Value, Experiential Satisfaction, Theme Park Image, and Revisit Intention. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(1), 26-73. <https://doi.org/10.1177/1096348014563396>

Ngày nhận bài: 23/02/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/3/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/3/2026

IMPACT OF EXPERIENCE QUALITY ON TOURIST SATISFACTION WITH CAMPING TOURISM IN THE TRI AN LAKE AREA, DONG NAI PROVINCE

● HUYNH DIEP TRAM ANH¹

● NGUYEN DUC HUY²

¹Vietnam Aviation Academy

²Eastin Grand Hotel Saigon

ABSTRACT:

This study assesses the impact of experience quality on tourist satisfaction with camping tourism in the Tri An Lake area of Dong Nai province. The research model is grounded in established theories of customer experience and perceived service value. A mixed-methods approach is employed, combining expert consultations to refine measurement scales with on-site surveys of tourists at campsites surrounding Tri An Lake to validate the proposed model. Data analysis conducted using SPSS reveals that experience quality exerts a strong and statistically significant positive effect on tourist satisfaction. The findings provide empirical evidence on the determinants of satisfaction in nature-based tourism contexts and offer insights into the experiential dimensions shaping visitor perceptions and overall evaluations of camping tourism.

Keywords: camping tourism, quality of experience, visitor satisfaction, Tri An Lake, Dong Nai.