

NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HOMESTAY TẠI HÀ NỘI

● NGUYỄN HƯƠNG LIÊN¹ - NGUYỄN THỤY PHƯƠNG¹
- LÊ KIM ANH¹ - TRẦN THỊ THU HẢO¹

¹Khoa Du lịch và Khách sạn, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

TÓM TẮT:

Nghiên cứu phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay tại Hà Nội. Trên cơ sở lý thuyết và khảo sát thực tiễn, đề tài tập trung đánh giá mức độ tác động của 6 nhóm yếu tố: (1) Tiện nghi và Không gian bản địa, (2) Sự mến khách và Tương tác, (3) Trải nghiệm văn hóa và Đời sống, (4) An toàn và Vệ sinh, (5) Giá trị cảm nhận, (6) Tiện ích số và Tính bền vững đến sự hài lòng của khách du lịch. Kết quả nghiên cứu là cơ sở để đề xuất các giải pháp thực tiễn nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ, nâng cao hiệu quả kinh doanh cho loại hình homestay và góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của du lịch Thủ đô.

Từ khóa: homestay, sự hài lòng của khách du lịch, khách du lịch quốc tế, Hà Nội, chất lượng dịch vụ.

1. Đặt vấn đề

Những năm gần đây, ngành du lịch thế giới đã có sự chuyển dịch mạnh mẽ trong xu hướng lưu trú của du khách. Thay vì lựa chọn các khách sạn truyền thống mang tính tiêu chuẩn hóa, du khách ngày càng ưu tiên các loại hình lưu trú mang tính bản địa, cá nhân hóa và bền vững. Trong đó homestay nổi lên như một lựa chọn hàng đầu. Tại Việt Nam, Hà Nội không chỉ là trung tâm chính trị, văn hóa mà còn là điểm đến hấp dẫn với sự kết hợp độc đáo giữa nét cổ kính của khu vực nội đô và cảnh quan sinh thái đặc sắc của các khu vực ngoại thành. Theo Quy hoạch phát triển du lịch đến năm 2030, Hà Nội xác định ưu tiên phát triển các cơ sở lưu trú từ 3 sao trở lên và loại hình homestay tại các

cụm du lịch trọng điểm (Sở Du lịch Hà Nội - 2024). Hiện nay, Sở Du lịch Hà Nội đang tích cực triển khai các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực, nâng cao chất lượng dịch vụ và bảo tồn văn hóa địa phương nhằm hiện thực hóa định hướng phát triển homestay theo 3 hướng chính: homestay gắn với du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng; homestay trong khu vực đô thị gắn với trải nghiệm văn hóa - lịch sử; homestay gắn với du lịch cộng đồng - làng nghề truyền thống. Đây là hướng đi chiến lược nhằm phát triển du lịch bền vững, phù hợp với xu hướng cá nhân hóa trải nghiệm và gắn kết cộng đồng của thế giới. Như vậy, homestay là loại hình lưu trú được thành phố Hà Nội đặc biệt ưu tiên phát triển trong tương lai.

Mặc dù tiềm năng và định hướng chính sách đã rõ ràng, các nghiên cứu chuyên sâu về homestay tại địa bàn Hà Nội hiện còn khá khiêm tốn, đặc biệt là các nghiên cứu tập trung vào phân khúc khách du lịch quốc tế. Vì vậy, tác giả lựa chọn nghiên cứu: “Những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay tại Hà Nội”. Trên cơ sở lý luận và thực tiễn, nghiên cứu thực hiện đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả kinh doanh cho loại hình này, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành du lịch Hà Nội trong tương lai.

2. Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở lý thuyết và các mô hình nghiên cứu liên quan, tác giả đưa ra 6 yếu tố: Tiện nghi và không gian bản địa, Sự mến khách và tương tác, Trải nghiệm văn hóa và đời sống, An toàn và vệ sinh, Giá trị cảm nhận, Tiện ích số và tính bền vững ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch quốc

tế về chất lượng dịch vụ homestay để xây dựng mô hình đề xuất.

Giả thuyết H1: Tiện nghi và không gian bản địa có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay.

- Giả thuyết H2: Sự mến khách và tương tác có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay.

- Giả thuyết H3: Trải nghiệm văn hóa và đời sống có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay.

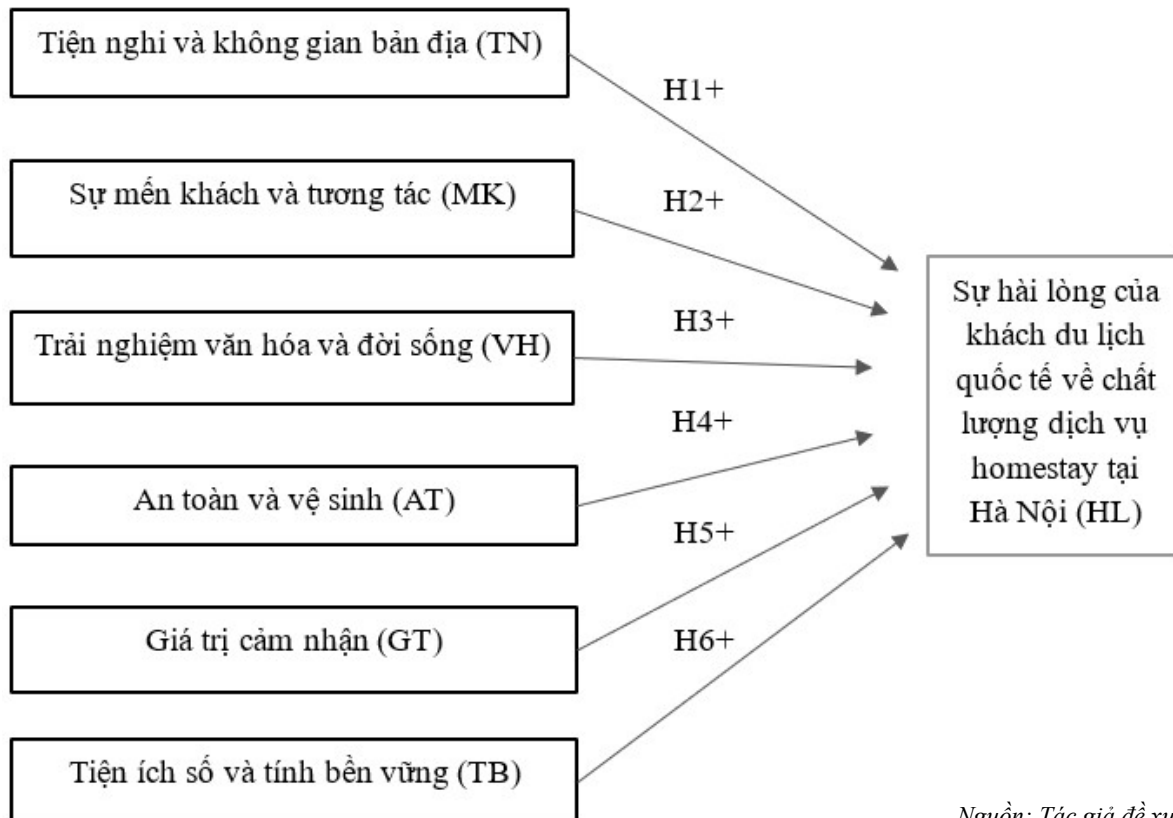
- Giả thuyết H4: An toàn và vệ sinh có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay.

- Giả thuyết H5: Giá trị cảm nhận có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay.

- Giả thuyết H6: Tiện ích số và tính bền vững có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả đề xuất

3.1. Thống kê mô tả mẫu khảo sát

Mẫu được chọn theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Kích thước mẫu: tiến hành phát 220 phiếu điều tra cho khách du lịch quốc tế sử dụng dịch vụ homestay trên địa bàn thành phố Hà Nội, kết quả thu lại được 208 phiếu. Sau khi sàng lọc số phiếu hợp lệ là 202 phiếu, tương ứng với 202 mẫu. Trong số 202 người tham gia khảo sát thì có 116 nam chiếm tỷ lệ đa số với 57,4%; có 86 nữ chiếm tỷ lệ tương ứng 42,6%. Đa số du khách có độ tuổi từ 30 - 50 tuổi, đây là độ tuổi có tiềm lực tài chính mạnh cũng như có sức khỏe tốt để tham gia trải nghiệm du lịch nhiều hơn so với các độ tuổi khác.

3.2. Phân tích độ tin cậy của thang đo

Phân tích độ tin cậy cho thấy hệ số cronbach's alpha tổng của các thang đo phần lớn đều lớn hơn 0,6 nên đạt yêu cầu độ tin cậy thang đo. Các hệ số tương quan biến tổng của thang đo > 0,3. Chỉ có 1 biến bị loại khỏi thang đo là TN3 vì các biến này không có tương quan với các biến còn lại trong thang đo.

3.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Phân tích nhân tố khám phá (EFA): từ 18 biến đại diện cho nhóm nhân tố độc lập ban đầu đã trích được 6 nhân tố đại diện với tổng phương sai trích 75,675% > 50% nên thỏa mãn. Phân tích EFA cho nhóm biến phụ thuộc trích được 1 nhân tố với tổng phương sai trích 72,062%.

3.4. Phân tích tương quan

Biến phụ thuộc có tương quan theo cặp với từng biến độc lập. Các hệ số tương quan > 0 nên mối quan hệ là tương quan thuận với các biến độc lập.

3.5. Phân tích hồi quy đa biến (Bảng 1)

Phân tích hồi quy cho biết mô hình là phù hợp và các biến độc lập giải thích được 53,1% sự thay đổi của biến phụ thuộc. Kiểm định T cho kết quả các biến độc lập có ảnh hưởng thuận chiều đến biến phụ thuộc. Phương trình hồi quy chuẩn hóa ước lượng như sau:

$$HL = 0,297 + 0,220*TN + 0,474*MK + 0,267*VH + 0,134*AT + 0,149*GT + 0,234*TB$$

Dựa vào độ lớn trị tuyệt đối của hệ số Beta chuẩn hóa, thứ tự tác động mạnh giảm dần của các yếu tố đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay tại Hà Nội là: (1) Sự mến khách (MK), (2) Trải nghiệm văn hóa và đời sống (VH), (3) Tiện ích số và tính bền vững (TB), (4) Tiện nghi và không gian bản địa (TN), (5) Giá trị cảm nhận (GT), (6) An toàn và vệ sinh (AT).

3.6. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu chỉ ra 6 yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay tại Hà Nội. Trong đó, yếu tố sự mến khách là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về chất lượng dịch vụ homestay. Điều này hoàn toàn phù hợp với

Bảng 1. Kết quả phân tích hồi quy đa biến

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê cộng thuyến	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Hằng số	0.297	0.223		1.331	0.185		
TN	0.165	0.037	0.220	4.460	0.000	0.984	1.017
MK	0.270	0.028	0.474	9.532	0.000	0.972	1.029
VH	0.148	0.027	0.267	5.400	0.000	0.980	1.020
AT	0.073	0.027	0.134	2.719	0.007	0.994	1.006
GT	0.092	0.032	0.149	2.924	0.004	0.924	1.083
TB	0.122	0.026	0.234	4.636	0.000	0.947	1.056

bản chất của dịch vụ homestay tại Hà Nội, nơi sự tương tác trực tiếp, thái độ nồng hậu và sự hỗ trợ tận tình của chủ nhà tạo nên giá trị khác biệt so với các loại hình lưu trú khác. Đáng chú ý, nhân tố tiện ích số và tính bền vững xếp thứ ba, cho thấy du khách quốc tế trong giai đoạn 2025-2026 cực kỳ quan tâm đến trách nhiệm môi trường và hạ tầng số khi lưu trú tại Thủ đô. Điều này khẳng định vai trò của tiện ích số và lối sống xanh bền vững là xu hướng lựa chọn lưu trú trong thời gian tới. Ngược lại, nhân tố an toàn và vệ sinh dù có tác động thuận chiều nhưng giữ vị trí thấp nhất, có thể lý giải rằng Hà Nội đã khẳng định được hình ảnh một điểm đến an toàn, khiến du khách mặc định đây là tiêu chuẩn sẵn có, thay vì yếu tố tạo nên sự hài lòng đột biến.

4. Kết luận và khuyến nghị

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đưa ra một số khuyến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ homestay, nâng cao sự hài lòng của du khách và tăng hiệu quả kinh doanh loại hình lưu trú này.

Đối với nhà cung ứng dịch vụ homestay (chủ homestay)

Để tối ưu hóa trải nghiệm của khách du lịch quốc tế, các cơ sở homestay tại Hà Nội cần tập trung nguồn lực vào 3 trụ cột chính dựa trên mức độ tác động của các biến số. Thứ nhất, vì sự mến khách là yếu tố quyết định nhất, các chủ nhà cần cá nhân hóa dịch vụ thông qua việc nâng cao kỹ năng giao tiếp tiếng Anh và thái độ phục vụ tận tâm, coi mình như một “đại sứ văn hóa” để kết nối cảm xúc với du khách. Thứ hai, cần thiết kế các hoạt động trải nghiệm thực thụ như tổ chức các bữa cơm gia đình truyền thống, hướng dẫn đi chợ địa phương hoặc liên kết với các làng nghề

lân cận để thỏa mãn nhu cầu khám phá đời sống bản địa. Thứ ba, trong bối cảnh du lịch hiện đại, việc đầu tư vào hạ tầng số như Wi-Fi tốc độ cao và áp dụng các tiêu chuẩn “sống xanh” không còn là tùy chọn mà là yêu cầu bắt buộc để thu hút nhóm khách quốc tế có ý thức trách nhiệm cao. Việc kết hợp hài hòa giữa “chạm” vào cảm xúc và “tiện” trong công nghệ sẽ là chìa khóa giúp homestay Hà Nội phát triển bền vững theo đúng định hướng quy hoạch đến năm 2030.

Đối với chính quyền địa phương và cơ quan quản lý nhà nước

Sở Du lịch cần ưu tiên chuẩn hóa kỹ năng giao tiếp quốc tế bằng cách tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn về tiếng Anh chuyên ngành du lịch và tâm lý khách hàng dành riêng cho chủ homestay. Không chỉ dừng lại ở ngôn ngữ, cần đào tạo về cách kể chuyện để chủ nhà có thể giới thiệu chiều sâu văn hóa Hà Nội cho khách.

Theo định hướng Quy hoạch 2030, cần đẩy mạnh liên kết giữa các homestay nội đô với các làng nghề truyền thống (Vạn Phúc, Bát Tràng) hoặc vùng sinh thái (Ba Vì). Ngoài ra, cũng phải tạo ra các gói trải nghiệm trọn gói: ở tại homestay, đi chợ địa phương và học làm sản phẩm truyền thống.

Khuyến khích các homestay xây dựng các chỉ dẫn số (Digital Guidebook) giới thiệu về những địa điểm thú vị của Hà Nội chỉ người địa phương mới biết, giúp khách quốc tế cảm thấy họ thực sự đang sống cùng Hà Nội.

Sở Du lịch có thể triển khai nhãn “Homestay Xanh Thủ đô” cho các cơ sở thực hiện tốt việc hạn chế nhựa dùng một lần, sử dụng năng lượng tiết kiệm và có hệ thống xử lý rác thải thân thiện. Đây là điểm hấp dẫn đối với du khách quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Sở Du lịch Hà Nội. (2024). Báo cáo tổng kết công tác phát triển du lịch và kế hoạch hành động đến năm 2030. Hà Nội: NXB Giao thông Vận tải.
- Thủ tướng Chính phủ. (2020). Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030. Hà Nội: Công báo Chính phủ.
- Ủy ban Nhân dân Thành phố Hà Nội. (2022). Quyết định về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2030. Hà Nội: Văn phòng UBND Thành phố.
- Cronin, J. J., Jr., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. <https://doi.org/10.2307/1252296>
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of the informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

World Tourism Organization (UNWTO). (2024). *Global Report on Sustainable Tourism Transformation*. Madrid, Spain: UNWTO Publications.

Ngày nhận bài: 15/01/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/02/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/02/2026

FACTORS AFFECTING INTERNATIONAL TOURIST SATISFACTION WITH HOMESTAY SERVICE QUALITY IN HANOI

- **NGUYEN HUONG LIEN¹**
- **NGUYEN THUY PHUONG¹**
- **LE KIM ANH¹**
- **TRAN THI THU HAO¹**

¹Faculty of Tourism and Hospitality, University of Economics
Technology for Industries

ABSTRACT:

This study examines the factors influencing international tourists' satisfaction with the quality of homestay services in Hanoi. Drawing on established theoretical frameworks and empirical survey data, the analysis evaluates the effects of six dimensions: amenities and local space, hospitality and host-guest interaction, cultural experience and daily life, safety and hygiene, perceived value, and digital utility and sustainability. The findings provide a comprehensive assessment of the determinants shaping tourist satisfaction and offer empirical insights into the experiential and service-related factors underpinning the performance of homestay accommodations in Hanoi.

Keywords: homestay, tourist satisfaction, international tourists, Hanoi, quality of service.