

ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH CHÂU ÂU ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TẠI VIỆT NAM

● **NGUYỄN XUÂN NHĨ - TRẦN HOÀNG NGUYỄN VŨ**

TÓM TẮT:

Sự thành công của một chương trình du lịch luôn có sự đóng góp quan trọng của đội ngũ hướng dẫn viên. Kết quả nghiên cứu đã tìm ra 6 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch châu Âu được sắp xếp theo mức độ từ tác động mạnh nhất gồm: kỹ năng tổ chức, khả năng giải quyết vấn đề, năng lực chuyên môn, thái độ hướng dẫn, khả năng ngoại ngữ và phong thái bề ngoài của hướng dẫn viên. Từ đó, nhóm nghiên cứu đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hướng dẫn viên để đáp ứng và thu hút du khách châu Âu đến Việt Nam nhiều hơn.

Từ khóa: hướng dẫn viên, sự hài lòng, khách châu Âu, du lịch.

1. Đặt vấn đề

Trong thời gian gần đây, tốc độ tăng trưởng của ngành Du lịch Việt Nam tăng trưởng tốt. Năm 2019, Việt Nam đón lượng khách quốc tế kỷ lục 18 triệu lượt, tăng 16,2% so với năm 2018. Tổng thu từ du lịch là 755.000 tỷ đồng (tương đương 32,8 tỷ USD), tỷ lệ đóng góp trực tiếp của du lịch vào GDP là 9,2%. Trong đó tổng thu từ khách du lịch quốc tế đạt 421.000 tỷ đồng (18,3 tỷ USD), tổng thu từ khách du lịch nội địa đạt 334.000 tỷ đồng (14,5 tỷ USD) cũng ngày càng tăng. Khách châu Âu đến từ các quốc gia như Nga, Anh, Pháp, Đức đứng trong top 15 các nước có lượt khách đến Việt Nam nhiều nhất năm 2019. Số lượng du khách nhiều nhưng đội ngũ hướng dẫn viên vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển chung của ngành Du lịch về cả số lượng lẫn chất lượng.

Tính đến tháng 1/2023, theo thống kê từ cơ sở

dữ liệu trực tuyến hướng dẫn viên du lịch, cả nước có khoảng 34,035 hướng dẫn viên được cấp thẻ, trong đó có khoảng 20,094 hướng dẫn viên có thẻ quốc tế, 12,545 hướng dẫn viên nội địa và khoảng 1,396 hướng dẫn viên tại điểm. Với số lượng hướng dẫn viên như trên nhưng phải phục vụ cho hơn 3,4 triệu lượt khách quốc tế đến Việt Nam trong năm 2022 (năm 2019 là hơn 18 triệu lượt khách). Điều này cho thấy chất lượng hướng dẫn viên chưa theo kịp sự phát triển du lịch. Nhiều hướng dẫn viên quốc tế chưa đủ tâm huyết với nghề, chưa ý thức được vai trò, trách nhiệm quảng bá du lịch, quảng bá hình ảnh, văn hóa Việt Nam cho du khách nước ngoài. Nghiên cứu này nhằm tìm ra các yếu tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách châu Âu và tìm ra giải pháp nâng cao chất lượng hướng dẫn viên nhằm đáp ứng nhu cầu của khách châu Âu.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Sự hài lòng và sự hài lòng của du khách

Hiện nay, có nhiều định nghĩa về sự hài lòng của khách hàng. Sự hài lòng của khách hàng là phản ứng của họ về sự khác biệt cảm nhận giữa trải nghiệm đã biết và sự mong đợi (Parasuraman và cộng sự, 1988). Theo Kotler và Keller (2006), sự hài lòng là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh nhận thức về một sản phẩm so với mong đợi của người đó. Theo đó, sự hài lòng có 3 cấp độ: (1) Nếu nhận thức của khách hàng nhỏ hơn kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận không hài lòng; (2) Nếu nhận thức bằng kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận hài lòng; (3) Nếu nhận thức lớn hơn kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận là hài lòng hoặc thích thú.

Trong ngành Du lịch, du khách có sự kỳ vọng của riêng họ trước khi đi đến điểm du lịch đã được chọn, có thể là hình ảnh về điểm đến, giá cả hoặc chất lượng của dịch vụ hay sản phẩm (Zhu, 2010). Du khách cảm nhận được chất lượng của điểm đến trong chuyến đi du lịch của họ. Sự cảm nhận về chuyến đi cho phép du khách đánh giá kỳ vọng trước đó của họ để thấy được chuyến đi có làm họ hài lòng hay không. Khi du khách đạt được cảm nhận nhiều hơn những gì họ mong đợi, họ hoàn toàn hài lòng với chuyến đi. Ngược lại, nếu trải nghiệm ở điểm đến làm du khách không thoải mái, họ sẽ không hài lòng.

2.2. Tiêu chuẩn và tiêu chí chất lượng hướng dẫn viên du lịch

Bộ Tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia của nghề Hướng dẫn du lịch do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức xây dựng, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội công bố theo Quyết định số 1167/QĐ-LĐTBXH ngày 20/08/2019 xác định rõ những gì người lao động cần biết và làm được cũng như cách thức thực hiện công việc của họ để có thể hoàn thành chức năng của nghề trong bối cảnh môi trường làm việc. Đối với hướng dẫn viên du lịch quốc tế bậc trình độ kỹ năng nghề 4 cần đảm bảo 5 năng lực cơ bản; 7 năng lực chung; 27 năng lực chuyên môn.

Ngoài ra, năm 2018, Hội Hướng dẫn viên du lịch Việt Nam đã đưa ra một số tiêu chí về kiến

thức nhằm phân loại, xếp hạng hướng dẫn viên du lịch bao gồm: Kiến thức về địa lý; Kiến thức về lịch sử; Kiến thức về văn hóa; Kiến thức về hệ thống chính trị và các văn bản pháp luật du lịch; Kiến thức về tổng quan du lịch; Kiến thức về khu du lịch, tuyến điểm du lịch; Kiến thức về tâm lý khách du lịch; Kiến thức về giao lưu văn hóa; Kiến thức về nghệ thuật giao tiếp ứng xử; Kiến thức về xuất nhập cảnh, hàng không, lưu trú; Kiến thức về lễ tân ngoại giao; Kiến thức về nghiệp vụ hướng dẫn; Kiến thức về y tế du lịch. Các kỹ năng của HDVDL bao gồm: Kỹ năng giao tiếp; Kỹ năng thuyết minh, thuyết trình; Kỹ năng xử lý tình huống; Kỹ năng thuyết phục; Kỹ năng lãnh đạo; Kỹ năng phối hợp, chủ động làm việc nhóm; Kỹ năng văn nghệ, hoạt náo.

Như vậy, các bộ tiêu chuẩn quy định về nghề hướng dẫn viên du lịch tại Việt Nam hiện nay đều xác định để hành nghề người lao động phải đáp ứng các yêu cầu về sức khỏe, có ngoại hình phù hợp, đủ kiến thức và hiểu biết chuyên môn, có khả năng giao tiếp ứng xử trong quá trình phục vụ, có đạo đức nghề nghiệp, có khả năng tổ chức và thực hiện các nhiệm vụ của nghề hướng dẫn du lịch. Bộ tiêu chuẩn phù hợp với các nghiên cứu của tác giả như Zhang and Chow (2004), Huang và cộng sự (2010), Chang (2014)... Các tiêu chí đánh giá chất lượng hướng dẫn viên du lịch có thể tổng hợp cụ thể như sau:

- Kiến thức chung và chuyên môn nghề nghiệp: Zhang và Chow (2004); Heung (2008); Huang và cộng sự (2010); Chang (2014); Hội HDVDL Việt Nam (2018).

- Kỹ năng giao tiếp, thuyết minh, thuyết trình, giới thiệu: Zhang và Chow (2004); Heung (2008); Huang (2010); Chang (2014); Hội HDVDL Việt Nam (2018).

- Kỹ năng giải quyết vấn đề: Huang và cộng sự (2010); Hội HDVDL Việt Nam (2018).

- Kỹ năng lãnh đạo, tổ chức, phối hợp: Zhang và Chow (2004); Huang và cộng sự (2010); Hội HDVDL Việt Nam (2018).

- Kỹ năng khác (sử dụng công nghệ thông tin, làm việc nhóm,...): Huang (2010); Hội HDVDL Việt Nam (2018).

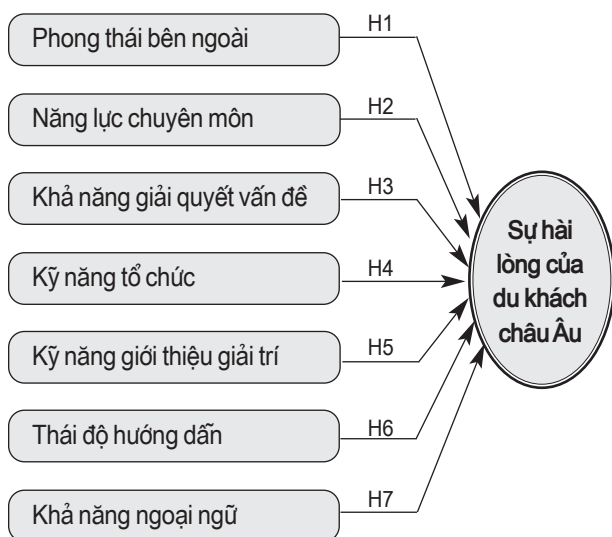
- Phẩm chất, thái độ, đạo đức nghề nghiệp: Zhang và Chow (2004); Wang và cộng sự (2007); Heung (2008); Huang và cộng sự (2010); Chang (2014); Nguyễn Lê Hoàng (2015).

3. Mô hình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên các nghiên cứu trước đây và kết quả phỏng vấn sâu kết hợp cơ sở lý thuyết, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Các giả thuyết đề xuất:

H1: Phong thái bề ngoài của hướng dẫn viên liên quan tích cực đến sự hài lòng của du khách châu Âu.

H2: Năng lực chuyên môn của hướng dẫn viên liên quan tích cực đến sự hài lòng của du khách châu Âu.

H3: Khả năng giải quyết vấn đề của hướng dẫn viên liên quan tích cực đến sự hài lòng của du khách châu Âu.

H4: Kỹ năng tổ chức của hướng dẫn viên liên quan tích cực đến sự hài lòng của du khách Châu Âu.

H5: Kỹ năng giới thiệu giải trí của HDV liên quan tích cực đến sự hài lòng của du khách châu Âu.

H6: Thái độ của hướng dẫn viên liên quan tích cực đến sự hài lòng của du khách châu Âu.

H7: Khả năng ngoại ngữ của hướng dẫn viên liên quan tích cực đến sự hài lòng của du khách châu Âu.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Kết quả dựa trên việc tiến hành khảo sát ngẫu nhiên khách du lịch châu Âu từ tháng 8/2022 đến tháng 12/2022 và phân tích số liệu dựa trên 306 mẫu hợp lệ. Tất cả các biến được đo lường trên thang đo Likert 1-5 tương ứng với hoàn toàn không đồng ý đến hoàn toàn đồng ý.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích độ tin cậy của thang đo

Các biến quan sát đều thỏa mãn các điều kiện trong phân tích độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Alpha > 0.6 và tương quan biến tổng > 0.3. Vì vậy, các biến đo lường đều được chấp nhận và được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá EFA tiếp theo.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả EFA cho thấy, Hệ số KMO đều đạt yêu cầu (> 0.7). Kết quả phân tích EFA lần 1 có một biến quan sát bị loại. (Bảng 1)

Bảng 1. Tóm tắt thông tin qua các lần phân tích nhân tố cho các biến độc lập

Các thông số	EFA lần 1	EFA lần 2
Chỉ số KMO	0.768	0.770
Hệ số Eigenvalues	1.587	1.568
Giá trị sig kiểm định Bartlett	0.000	0.000
Tổng phương sai trích	63.238%	64.547%
Số biến loại	1 biến quan sát	0 biến quan sát
Số nhân tố rút trích	7 nhân tố	7 nhân tố

Nguồn: Kết quả nghiên cứu tác giả

Phân tích EFA lần 2 cho thấy, kết quả về chỉ số KMO là 0.77 > 0.5, giá trị kiểm định Bartlett's test = 0.00 < 0.05 và hệ số Eigenvalues = 1.568 > 1 và tổng phương sai trích là 64.547%. Điều này cho thấy dữ liệu thích hợp để phân tích EFA. Kết quả

thông qua phân tích EFA cho các biến độc lập ta rút trích được 7 nhân tố tương ứng với 7 khái niệm mà các biến quan sát này đo lường.

Như vậy, kết quả phân tích EFA cho các biến độc lập ta kiểm định được giá trị nội dung và giá trị hội tụ của thang đo cho các biến độc lập. Kết quả kiểm định này có 1 biến quan sát bị loại (PTBN3). Sau kết quả phân tích EFA các biến quan sát hội tụ vào những nhân tố mà nó đo lường tương ứng với các khái niệm đã xác định trong mô hình ứng dụng.

4.3. Phân tích hồi quy

Quá trình phân tích hồi quy được thực hiện qua các bước: kiểm định mối quan hệ giữa các khái niệm, xây dựng và kiểm định mô hình hồi quy. Kết quả cho thấy, các yếu tố thuộc các biến độc lập có mối quan hệ với sự hài lòng. Kết quả phân tích hồi quy cho thấy 6 nhân tố có mối tương quan với sự hài lòng du khách, giá trị Sig ở các cặp quan hệ = 0.00 < 0.05. Riêng nhân tố kỹ năng giới thiệu (KNGT) có giá trị Sig là 0.519 (> 0.05), do đó nhóm nghiên cứu quyết định loại bỏ nhân tố này ra khỏi mô hình hồi quy. Do vậy, giả thuyết H5 cũng không được chấp nhận trong mô hình. Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình: Với giá trị R^2 hiệu chỉnh = 0.645, chứng tỏ mô hình hồi quy được xây dựng gồm các biến độc lập: PTBN, NLCM, KNGQ, KNTC, KNNN, TDHD giải thích được 64,547% (> 50%) sự biến thiên của

bộ dữ liệu. Thực hiện phân tích hồi quy nhằm xem xét mối quan hệ giữa các yếu tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách. (Bảng 2)

Phương trình hồi quy đa biến thể hiện các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng du khách như sau:

$$\text{Sự hài lòng} = -0.531 + 0.112 \text{ phong thái bề ngoài} + 0.138 \text{ năng lực chuyên môn} + 0.160 \text{ khả năng giải quyết vấn đề} + 0.511 \text{ kỹ năng tổ chức} + 0.122 \text{ khả năng ngoại ngữ} + 0.130 \text{ thái độ hướng dẫn}$$

5. Thảo luận kết quả và đề xuất giải pháp

Dựa trên hệ số hồi quy chuẩn hóa ở Bảng 2, nhóm nghiên cứu có ý kiến như sau:

Kỹ năng tổ chức của hướng dẫn viên có hệ số Beta = 0.504, cao nhất trong các yếu tố tác động đến sự hài lòng của du khách. Việc hướng dẫn viên phải luôn bám sát với hành trình, quản lý thời gian tại từng điểm tham quan cũng như phối hợp với tài xế, các nhà cung ứng dịch vụ đóng vai trò quyết định tới sự thành công của chuyến đi.

Khả năng giải quyết vấn đề với hệ số Beta = 0.175 cũng cho thấy sự linh động trong việc giải quyết các khiếu nại của khách hàng, xử lý các vấn đề cấp thiết cũng đóng vai trò quan trọng tới sự hài lòng của du khách.

Năng lực chuyên môn của các hướng dẫn viên đạt có hệ số Beta = 0.128 cho thấy, việc kiến thức về lịch sử, địa lý văn hóa luôn là vấn đề quan tâm

Bảng 2. Bảng kết quả hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Hằng số	-.531	.299		-1.774	.077		
PTBN	.112	.048	.095	2.348	.020	.978	1.022
NLCM	.138	.046	.128	3.015	.003	.889	1.125
KNGQ	.160	.039	.175	4.089	.000	.883	1.132
KNTC	.511	.044	.504	11.488	.000	.836	1.196
KNGT	.024	.037	.026	.646	.519	.980	1.020
KNNN	.122	.045	.131	2.725	.007	.694	1.441
TDHD	.130	.039	.142	3.352	.001	.893	1.119

Nguồn: Kết quả nghiên cứu tác giả

của khách châu Âu. Việc tiếp nhận những kiến thức mới khiến cho du khách hài lòng về dịch vụ, điểm đến.

Thái độ hướng dẫn viên đạt hệ số Beta = 0.142 cho thấy, cách ứng xử của hướng dẫn viên cũng góp phần làm nên sự hài lòng của du khách. Thái độ nhã nhặn, nhiệt tình, sẵn sàng lắng nghe và giúp đỡ khách hàng luôn được đánh giá cao.

Khả năng ngoại ngữ có hệ số Beta = 0.131 cho thấy, khả năng ngoại ngữ ít có ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách châu Âu. Sở dĩ các hướng dẫn viên quốc tế luôn đòi hỏi sự thông thạo về ngoại ngữ của ngôn ngữ mà họ được cấp phép hoạt động. Điều đó không có nghĩa là hướng dẫn viên ngừng học tập, bởi lẽ ngôn ngữ là vô tận và những kiến thức chuyên ngành, tiếng lóng, tiếng địa phương cũng sẽ gây trở ngại cho hướng dẫn viên trong việc giao tiếp với khách hàng.

Phong thái bề ngoài có hệ số Beta = 0.095 cho thấy, vẻ dáng bên ngoài của hướng dẫn viên ít ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách châu Âu. Phong thái bề ngoài chỉ thu hút sự chú ý ban đầu, sau chương trình trải nghiệm du lịch thì những năng lực và tố chất khác bên trong của người hướng dẫn quan trọng hơn.

Nắm được các yếu tố và mức độ ảnh hưởng của

các yếu tố đến sự hài lòng của khách du lịch châu Âu, hướng dẫn viên cần tự trau dồi những kiến thức chuyên môn, ngoại ngữ, không ngừng phát triển bản thân; rèn luyện các kỹ năng mềm, khéo léo và linh động trong xử lý công việc; nắm rõ sản phẩm dịch vụ cũng như có thái độ hòa nhã, tận tâm trong công việc và luôn biết kiềm chế những cảm xúc cá nhân để phối hợp với các bộ phận liên quan. Điều này nhằm đáp ứng nhu cầu chung làm tăng sự hài lòng đến với du khách, đó là tiền đề cho sự quay trở lại, cũng như giới thiệu nguồn khách mới cho du lịch Việt Nam.

6. Kết luận

Bài viết chỉ ra các yếu tố của hướng dẫn viên ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch châu Âu. Kết quả phân tích đã tìm ra các nguyên nhân dẫn đến sự chưa hài lòng của khách châu Âu do số lượng và chất lượng hướng dẫn viên chưa đạt được những tiêu chí mà khách hàng mong đợi. Những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hướng dẫn viên được đưa ra như nâng cao chất lượng đào tạo từ khi còn sinh viên, định hướng nghề nghiệp rõ ràng, chế độ đãi ngộ phù hợp, chính sách hỗ trợ của Nhà nước, các hiệp hội cũng góp phần tạo nên đội ngũ hướng dẫn viên chất lượng nhằm đáp ứng nhu cầu hiện nay ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hoàng Lê Nguyên (2015). *Ảnh hưởng của chất lượng hướng dẫn viên du lịch đến sự hài lòng khách du lịch quốc tế và sự trung thành về điểm đến Việt Nam*, Luận án Tiến Sĩ, Trường Đại học Western Sydney, Australia.
2. Băltescu, C. A. (2019). Tourist Guide Role and Performance—Element of Visiting Experience at a Tourism Destination. *Ovidius University Annals, Series Economic Sciences*, 19(2), 421-425.
3. Huang, S., Cathy, H. C. and Chan, A. (2010). Tour Guide Performance And Tourist Satisfaction: A Study Of The Package Tours In Shang Hai. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34, 3-33.
4. Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., & Chang, R. C. Y. (2010). Factors Affecting The Service Quality Of The Tour Guiding Profession In Macau. *International Journal of Tourism Research*, 12, 205-218.
5. Ozlem Guzel, Eren Nacak, Evrim Bilgi, Volkan Kalin (2021). Sustainable Tourism and The Roles of Tour Guides in Destinations: A Qualitative Case Study in Turkey. *Journal of Economy Culture and Society*, 63, 149-163.
6. Veloso, A. S., & dos Santos Queirós, A. (2019). The role of the tourist guide in the context of the conservation and valuation of the tangible and intangible heritage. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2(4), 308-326.

7. Vij, M., & Upadhy, A. (2021). Systems approach to design and development of a tourist guide training program: a case study of Sharjah tourism. *Tourism Recreation Research*, 46(3), 373-389.
8. Weiler, B., & Ham, S. H. (2002). Tour guide training: A model for sustainable capacity building in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), 52-69.
9. Zhang, H. Q. and Chow, I. (2004). Application Of Importance-Performance Model In Tour Guides Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors In Hong Kong. *Tourism Management*, 25, 81-91.
10. Website: <http://csdl.vietnamtourism.gov.vn/hdv/>

Ngày nhận bài: 25/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/1/2023

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN XUÂN NHĨ

2. TRẦN HOÀNG NGUYỄN VŨ

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

ASSESSING THE SATISFACTION OF EUROPEAN TOURISTS WITH THE QUALITY OF TOURIST GUIDES IN VIETNAM

● Ph.D **NGUYEN XUAN NHI**¹

● **TRAN HOANG NGUYEN VU**¹

¹Nguyen Tat Thanh University

ABSTRACT:

Tourist guides always play a key role in the success of tourism programs. This study identifies that there are six factors affecting the satisfaction of European tourists with the quality of tourist guides in Vietnam. These factors, listed in the descending order of impacting level, are the organizational skill, problem-solving skill, professional competence, guiding attitude, foreign language skill, and tourist guide's appearance. Based on the study's findings, some solutions are proposed to improve the quality of tourist guides in order to enhance the satisfaction of European tourists when they travel to Vietnam.

Keywords: tour guide, satisfaction, European tourists, tourism.