

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA KINH TẾ



TRẦN MẠNH KHANG

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VÀ TIẾP THỊ
GIAO THÔNG VẬN TẢI VIỆT NAM
VIETRAVEL CHI NHÁNH CẦN THƠ**

**LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Cần Thơ, tháng 10 năm 2022

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA KINH TẾ



TRẦN MẠNH KHANG

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT
LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI CÔNG TY
CỔ PHẦN DU LỊCH VÀ TIẾP THỊ GIAO
THÔNG VẬN TẢI VIỆT NAM VIETRAVEL
CHI NHÁNH CẦN THƠ**

LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã ngành: 8340101

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC
PGS.TS VÕ VĂN DỨT

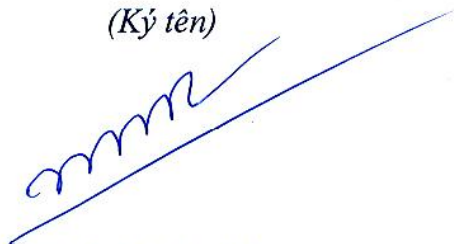
Cần Thơ, tháng 10 năm 2022

TRANG CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Luận văn/Đề án này, với đề tựa là “Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tại công ty Cổ phần du lịch và tiếp thị giao thông vận tải Việt Nam Vietravel - Chi nhánh Cần Thơ”, do học viên **Trần Mạnh Khang** thực hiện theo sự hướng dẫn của PGS-TS. **Võ Văn Dứt** Luận văn/Đề án đã báo cáo và được Hội đồng chấm luận văn/đề án thông qua ngày 15/10/2022.

Ủy viên

(Ký tên)



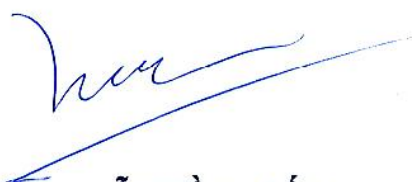
TS. Vũ Văn Đông

Phản biện 1

(Ký tên)

Thư ký

(Ký tên)



TS. Nguyễn Hồng Gám

Phản biện 2

(Ký tên)



TS. Nguyễn Minh Tiến

Cán bộ hướng dẫn

(Ký tên)



PGS-TS. Nguyễn Hải Quang

Chủ tịch Hội đồng

(Ký tên)



PGS-TS. Võ Văn Dứt



PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

Luận văn đạt yêu cầu về nội dung và hình thức theo đúng qui định luận văn thạc sĩ chuyên ngành Quản trị kinh doanh. Cán bộ hướng dẫn đồng ý cho học viên Trần Mạnh Khang báo cáo luận văn thạc sĩ.

Cần Thơ, ngày 07 tháng 11 năm 2022

Người hướng dẫn khoa học

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Vu Van DUT', is written over a horizontal line. The signature is fluid and cursive.

PGS.TS Võ Văn Dứt

LỜI CẢM TẠ

Lời đầu tiên, cho phép tôi xin được cảm ơn Quý Thầy, Cô trường Đại học Nam Cần Thơ đã truyền đạt những kiến thức cho tôi trong suốt thời gian qua. Tôi cũng gửi lời cảm ơn sâu sắc đến PGS.TS Võ Văn Dứt, người đã tận tình hướng dẫn, dìu dắt và chỉ dẫn những kiến thức quý báu giúp tôi để hoàn thiện luận văn.

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn trân thành đến Công ty Vietravel – Chi nhánh Cần Thơ đã giúp đỡ và tạo điều kiện thuận lợi cho tôi thu thập thông tin và số liệu phục vụ quá trình nghiên cứu của đề tài.

Xin gửi lời cảm ơn đến gia đình, đồng nghiệp và các bạn học viên trong lớp đã động viên, khuyến khích, giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập và hoàn thành luận văn.

Mặc dù tôi đã cố gắng để hoàn thiện đề tài, nhưng vẫn không tránh khỏi những thiếu sót. Vì vậy, tôi mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của Quý Thầy, Cô và bạn bè, đồng nghiệp.

Xin kính chúc Quý Thầy, Cô lời chúc sức khỏe và thành đạt!

Chân thành cảm ơn!

TÓM TẮT

Đề tài “*Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ du lịch tại Công ty Cổ phần Du lịch và Tiếp thị Giao thông Vận tải Việt Nam Vietravel Chi nhánh Cần Thơ*” được xây dựng dựa trên các cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ và các tiêu chí, các nhân tố phản ánh chất lượng dịch vụ của tổ chức. Để thực hiện nghiên cứu tác giả tiến hành thu thập dữ liệu sơ cấp của 195 khách hàng đã từng trải nghiệm dịch vụ du lịch do Công ty cung cấp với các phương pháp được sử dụng trong nghiên cứu như kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach’s Alpha, hệ số tương quan biến tổng, phân tích nhân tố khám phá EFA, kiểm định sự tương quan pearson và phân tích hồi quy. Theo đó, nhân tố sự đáp ứng có tác động mạnh nhất đến chất lượng dịch vụ du lịch của Công ty với hệ số beta bằng 0.349; kế đến là nhân tố phương tiện hữu hình có hệ số beta bằng 0.241; nhân tố sự tin cậy có hệ số beta bằng 0.205; nhân tố năng lực phục vụ có hệ số beta bằng 0.194 và cuối cùng là nhân tố sự đáp ứng với hệ số beta bằng 0.138.

Từ kết quả nghiên cứu đạt được tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị giúp nâng cao chất lượng dịch vụ của Công ty Vietravel trong thời gian tới nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng để từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty. Các hàm ý quản trị được tác giả đề xuất như hàm ý quản trị gia tăng phương tiện hữu hình, nâng cao chất lượng phục vụ của nhân viên... Với các hàm ý quản trị đề xuất tác giả kỳ vọng nghiên cứu sẽ giúp lãnh đạo Công ty có cơ sở khoa học để đề ra các chiến lược thu hút khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm tăng sức cạnh tranh của Công ty.

ABSTRACT

The topic "*Factors affecting the quality of tourism services at Viet Nam Vitravel Tourism Marketing and Transport Joint Stock Company Can Tho Branch*" is built on the theoretical basis of service quality and the criteria and factors that reflect the quality of tourism services Service quality of the organization. To conduct the research, the author collects primary data of 195 customers who have experienced the travel service provided by the Company with the methods used in the research such as testing the reliability of the scale Using Cronbach's Alpha coefficient, total variable correlation coefficient, exploratory factor analysis EFA, pearson correlation test and regression analysis. Accordingly, the responsiveness factor has the strongest impact on the quality of tourism services of the Company with a beta coefficient of 0.349; next is the tangible media factor with a beta coefficient of 0.241; the reliability factor has a beta coefficient of 0.205; The service capacity factor has a beta coefficient of 0.194 and the last is a response factor with a beta coefficient of 0.138.

From the research results obtained, the author proposes some managerial implications to help improve the service quality of Vitravel Company in the coming time in order to better meet the needs of customers and thereby improve competitiveness company picture. The administrative implications proposed by the author such as the management implication to increase tangible means, improve the service quality of employees... With the proposed management implications, the author expects the research will help leaders the company has a scientific basis to devise strategies to attract customers, improve service quality in order to increase the competitiveness of the Company.

TRANG CAM KẾT KẾT QUẢ

Tôi là Trần Mạnh Khang, là học viên của trường Đại học Nam Cần Thơ, là người thực hiện đề tài nghiên cứu “*Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ du lịch tại Công ty Cổ phần Du lịch và Tiếp thị Giao thông Vận tải Việt Nam Vietravel Chi nhánh Cần Thơ*”.

Tôi xin cam đoan công trình nghiên cứu khoa học này là công trình nghiên cứu độc lập của tôi, hoàn toàn không trùng lặp với các công trình nghiên cứu khoa học đã từng công bố trước đó.

Các số liệu trình bày trong luận văn là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng.

Cần Thơ, ngày 07 tháng 11 năm 2022

Tác giả luận văn



Trần Mạnh Khang

MỤC LỤC

| | |
|---|------|
| LỜI CẢM ƠN..... | i |
| TÓM TẮT | ii |
| ABSTRACT | iii |
| TRANG CAM KẾT KẾT QUẢ..... | iv |
| MỤC LỤC..... | v |
| DANH MỤC BẢNG..... | vii |
| DANH MỤC HÌNH | viii |
| DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT..... | x |
| Chương 1: GIỚI THIỆU ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU | 1 |
| 1.1 Lý do chọn đề tài..... | 1 |
| 1.2 Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu | 2 |
| 1.2.1 Mục tiêu nghiên cứu..... | 2 |
| 1.2.2 Câu hỏi nghiên cứu | 2 |
| 1.3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu..... | 2 |
| 1.3.1 Đối tượng nghiên cứu..... | 2 |
| 1.3.2 Phạm vi nghiên cứu..... | 2 |
| 1.4 Ý nghĩa của nghiên cứu..... | 3 |
| 1.5 Dự kiến kết cấu luận văn..... | 3 |
| Chương 2: TỔNG QUAN TÀI LIỆU VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU | 5 |
| 2.1 Cơ sở lý thuyết | 5 |
| 2.1.1 Tổng quan về chất lượng dịch vụ..... | 5 |
| 2.1.2 Tổng quan về chất lượng dịch vụ du lịch..... | 10 |
| 2.1.3 Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng..... | 12 |
| 2.2 Tổng quan các nghiên cứu trước..... | 13 |
| 2.2.1 Nghiên cứu nước ngoài | 13 |
| 2.2.2 Nghiên cứu trong nước..... | 15 |
| 2.2.3 Đánh giá tài liệu lược khảo | 16 |
| 2.3 Mô hình nghiên cứu đề xuất..... | 17 |
| 2.3.1 Xây dựng mô hình nghiên cứu..... | 17 |
| 2.3.2 Xây dựng giả thuyết | 18 |
| Chương 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU | 22 |
| 3.1 Quy trình nghiên cứu | 22 |
| 3.2 Xây dựng thang đo trong nghiên cứu..... | 24 |
| 3.2.1 Thang đo phương tiện hữu hình..... | 24 |
| 3.2.2 Thang đo sự tin cậy | 24 |
| 3.2.3 Thang đo khả năng đáp ứng..... | 25 |
| 3.2.4 Thang đo năng lực phục vụ..... | 26 |
| 3.2.5 Thang đo sự đồng cảm | 26 |
| 3.3 Các bước nghiên cứu định lượng | 27 |
| 3.4 Phương pháp nghiên cứu..... | 28 |
| 3.4.1 Phương pháp thu thập dữ liệu | 28 |
| 3.4.2 Phương pháp xử lý dữ liệu | 28 |
| Chương 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN | 33 |
| 4.1 Giới thiệu tổng quan về Công ty Vietravel..... | 33 |

| | |
|--|-----------|
| 4.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty | 33 |
| 4.1.2 Ngành nghề kinh doanh của Công ty | 33 |
| 4.1.3 Công ty Vietravel Chi nhánh Cần Thơ | 34 |
| 4.1.4 Tổng quan về tình hình kinh doanh của Công ty Vietravel | 35 |
| 4.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến CLDV du lịch tại Công ty Vietravel CN Cần Thơ | 36 |
| 4.2.1 Đặc điểm mẫu nghiên cứu | 36 |
| 4.2.2 Kết quả khảo sát về lý do lựa chọn dịch vụ của Công ty Vietravel Cần Thơ | 38 |
| 4.2.3 Kết quả khảo sát về kênh thông tin mà khách hàng biết đến Công ty Vietravel Chi nhánh Cần Thơ | 39 |
| 4.2.4 Đánh giá của khách hàng về CLDV du lịch của Công ty Vietravel Chi nhánh Cần Thơ qua khảo sát khách hàng | 40 |
| 4.2.5 Kiểm định độ tin cậy của thang đo | 44 |
| 4.2.6 Phân tích nhân tố khám phá EFA..... | 50 |
| 4.2.7 Phân tích tương quan Pearson..... | 56 |
| 4.2.8 Phân tích hồi quy tuyến tính bội | 58 |
| 4.3 Thảo luận kết quả nghiên cứu | 63 |
| 4.3.1 Kiểm định giả thuyết đối với hệ số hồi quy | 63 |
| 4.3.2 So sánh kết quả nghiên cứu đạt được với các nghiên cứu trước có liên quan | 65 |
| Chương 5: KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT HÀM Ý QUẢN TRỊ | 68 |
| 5.1 Kết luận | 68 |
| 5.2 Đề xuất hàm ý quản trị | 69 |
| 5.2.1 Hàm ý quản trị về gia tăng nhân tố sự đáp ứng | 69 |
| 5.2.2 Hàm ý quản trị về gia tăng nhân tố phương tiện hữu hình | 70 |
| 5.2.3 Hàm ý quản trị về gia tăng nhân tố sự tin cậy..... | 71 |
| 5.2.4 Hàm ý quản trị về gia tăng nhân tố năng lực phục vụ | 72 |
| 5.2.5 Hàm ý quản trị về gia tăng nhân tố sự đồng cảm..... | 73 |
| 5.3 Hạn chế của nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo | 74 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO..... | 75 |

DANH MỤC BẢNG

| | |
|---|----|
| Bảng 3.1 Thang đo phương tiện hữu hình | 19 |
| Bảng 3.2 Thang đo sự tin cậy..... | 20 |
| Bảng 3.3 Thang đo khả năng đáp ứng..... | 20 |
| Bảng 3.4 Thang đo năng lực phục vụ | 21 |
| Bảng 3.5 Thang đo sự đồng cảm..... | 21 |
| Bảng 3.6 Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ du lịch tại Công ty | 22 |
| Bảng 4.1 Hoạt động kinh doanh Công ty trong giai đoạn 2019-2021 | 31 |
| Bảng 4.2 Đặc điểm mẫu nghiên cứu về giới tính..... | 32 |
| Bảng 4.3 Đặc điểm mẫu nghiên cứu về độ tuổi khách hàng..... | 33 |
| Bảng 4.4 Lý do lựa chọn dịch vụ du lịch của Công ty Vietravel Cần Thơ..... | 34 |
| Bảng 4.5 Kênh thông tin mà khách hàng biết đến biết đến Công ty..... | 34 |
| Bảng 4.6 Kết quả khảo sát về mức độ tin cậy của khách hàng | 35 |
| Bảng 4.7 Kết quả khảo sát đánh giá của khách hàng về nhân tố sự tin cậy | 36 |
| Bảng 4.8 Kết quả khảo sát đánh giá của khách hàng về khả năng đáp ứng | 37 |
| Bảng 4.9 Kết quả khảo sát đánh giá của khách hàng về khả năng phục vụ..... | 38 |
| Bảng 4.10 Kết quả khảo sát đánh giá của khách hàng về sự đồng cảm..... | 38 |
| Bảng 4.11 Kết quả khảo sát đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ..... | 39 |
| Bảng 4.12 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha thang đo sự tin cậy | 40 |
| Bảng 4.13 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha thang đo sự tin cậy | 41 |
| Bảng 4.14 Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha thang đo sự đáp ứng..... | 41 |
| Bảng 4.15 Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha thang đo sự đảm bảo..... | 43 |
| Bảng 4.16 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha thang đo giá cả dịch vụ | 44 |
| Bảng 4.17 Hệ số Cronbach's Alpha thang đo sự hài lòng của khách hàng | 45 |
| Bảng 4.18 Kiểm định KMO và kiểm định Bartlett's..... | 46 |
| Bảng 4.19 Tổng phương sai trích..... | 47 |
| Bảng 4.20 Kết quả phân tích ma trận xoay các nhân tố..... | 49 |
| Bảng 4.21 Kiểm định KMO và kiểm định Bartlett's trong phân tích EFA..... | 50 |
| Bảng 4.22 Tổng phương sai trích..... | 50 |
| Bảng 4.23 Kết quả phân tích nhân tố biến phụ thuộc | 51 |
| Bảng 4.24 Ma trận hệ số tương quan giữa các biến..... | 52 |
| Bảng 4.25 Bảng Kết quả hệ số hồi quy..... | 57 |

DANH MỤC HÌNH

| | |
|--|----|
| Hình 1.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất..... | 15 |
| Hình 4.1 Biểu đồ tần số phân dư chuẩn hóa Histogram | 55 |
| Hình 4.2 Biểu đồ phân dư chuẩn hóa Normal P-P Plot | 55 |
| Hình 4.3 Biểu đồ Scatter Plot kiểm tra giả định liên hệ tuyến tính | 56 |

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

| Từ viết tắt | Nguyên nghĩa |
|--------------------|----------------------|
| CN | Chi nhánh |
| DLLV | Động lực làm việc |
| NLPV | Năng lực phục vụ |
| PTHH | Phương tiện hữu hình |
| SDC | Sự đồng cảm |
| SDU | Sự đáp ứng |
| STC | Sự tin cậy |