

Kinh tế và Dự báo

ECONOMY AND FORECAST REVIEW

ẤN PHẨM CỦA
TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH
BỘ TÀI CHÍNH

Tổng Biên tập

TS. PHẠM THU PHONG

Phó Tổng Biên tập

TS. ĐỖ VĂN HẢI

TS. VŨ THỊ ÁNH HỒNG

ThS. ĐẶNG THỊ THANH MAI

ThS. NGUYỄN HẢI HỒNG

Hội đồng Biên tập

GS. TS. PHẠM HỒNG CHUƠNG

GS. TS. PHẠM BẢO DƯƠNG

GS. TS. TRẦN THỌ ĐẠT

PGS. TS. LÊ XUÂN ĐÌNH

TS. VƯƠNG QUÂN HOÀNG

GS. TS. NGÔ THẮNG LỢI

PGS. TS. TRẦN TRỌNG NGUYỄN

PGS. TS. BÙI HUY NHƯỢNG

TS. TRẦN HỒNG QUANG

TS. CAO VIỆT SINH

PGS. TS. NGUYỄN HỒNG SƠN

GS. TS. SỬ ĐÌNH THÀNH

Tòa soạn và trị sự

162 Nguyễn Văn Cừ, phường Bồ Đề,

quận Long Biên, TP. Hà Nội

Tel: 024. 3933.0036

Email: tctc.banbientap@gmail.com

Quảng cáo và phát hành

Tel: 024. 3933.9936

Giấy phép xuất bản: 477/GP-BTTTT

In tại: Công ty TNHH MTV in Tạp chí Cộng sản

Giá 60.000 đồng

MỤC LỤC

CHIẾN LƯỢC - CHÍNH SÁCH

Phạm Thị Xuân: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam hiện nay.....	3
Lê Hải Trung, Phạm Phương Anh: Chính sách an toàn vĩ mô góp phần đảm bảo ổn định tài chính: Thực tiễn tại Việt Nam.....	7
Lê Huy Đức: Ứng dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá ước lượng chỉ số lợi thế phát triển tổng hợp của các vùng kinh tế ở Việt Nam.....	11
Lê Thanh Hải: Dự báo xu thế phát triển ngành tài chính - ngân hàng và khuyến nghị giải pháp chuyển dịch cơ cấu cho vay vốn tại các ngân hàng thương mại Việt Nam	16

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

Nguyễn Phúc Quý Thạnh, Châu Đình Linh, Lê Đình Hạc: Các nhân tố tác động đến chuyển đổi số tại các ngân hàng thương mại Việt Nam	20
Đặng Thị Hồng Nhung: Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngân hàng thương mại trong bối cảnh chuyển đổi số.....	25
Châu Đình Linh, Nguyễn Phúc Quý Thạnh, Lê Đình Hạc, Phạm Xuân Vương: Ảnh hưởng của nợ xấu đến hiệu quả ngân hàng tại các ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam.....	28
Phạm Thị Bảo Oanh, Nguyễn Đức Anh, Trần Khánh Linh: Phân tích tác động của nợ xấu đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam	33
Nguyễn Tấn Khoa: Các yếu tố tác động đến nợ xấu tại ngân hàng thương mại Việt Nam	36
Nguyễn Thụy Bảo Khuyên: Tác động của rủi ro tín dụng đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại Việt Nam	40
Vũ Phương Anh, Lê Mai Trang: Ứng dụng mô hình SWOT phân tích ảnh hưởng của Fintech đến hoạt động của ngân hàng thương mại Việt Nam.....	46
Đỗ Thị Thanh Nhân: Chính sách kinh tế và hành vi quản trị lợi nhuận của doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam	51
Nguyễn Gia Đường: Ảnh hưởng của rủi ro thanh khoản đến tỷ lệ thu nhập lãi cận biên của các ngân hàng thương mại Việt Nam	55
Nguyễn Thế Anh, Lê Tài Thu: Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định cho vay doanh nghiệp nhỏ và vừa của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số	59
Lê Thị Khánh Ly: Thúc đẩy chuyển đổi số trong các doanh nghiệp Việt Nam.....	63
Nguyễn Thị Thơm: Mô hình nghiên cứu đề xuất đánh giá tác động của chuyển đổi số đến hiệu suất hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam.....	66
Trịnh Thị Huyền Trang: Nghiên cứu tác động của một số biến vĩ mô đến hiệu quả tài chính của Ngân hàng Vietcombank	69
Lưu Minh Huyền, Lê Thị Hồng Quỳên: Thương mại điện tử xanh và xu hướng phát triển tại Việt Nam	73
Phạm Thị Hồng Hạnh, Phan Thế Công: Phát triển thị trường tiêu thụ nội địa sản phẩm giày dép ở Việt Nam	77
Nguyễn Văn Thanh, Nguyễn Văn Tuấn: Phát triển kết cấu hạ tầng giao thông ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp	82
Nguyễn Quang Minh: Kiểm định các yếu tố kinh tế tài chính, du lịch, thương mại tác động tới số lượng doanh nghiệp đăng ký mới tại một số quốc gia châu Á.....	86
Nguyễn Anh Dũng: Động lực phân bổ viện trợ phát triển chính thức của một số quốc gia thuộc Ủy ban Hỗ trợ phát triển đối với Việt Nam	89
Trương Tiến Nhật, Bùi Nguyễn Đức Hoàng, Lương Thị Thùy, Lê Đức Minh, Đồng Thị Luyến, Mai Khánh Linh: Tác động của hệ thống truy xuất nguồn gốc dựa trên công nghệ Blockchain tới ý định mua sắm thực phẩm nông nghiệp của người tiêu dùng.....	93
Đinh Thị Thu Hiền, Hoàng Thị Phương Anh, Đinh Thị Thu Hà: Tránh thuế, cơ chế điều hành và trách nhiệm xã hội của công ty: Nghiên cứu tại Việt Nam	97
Nguyễn Hồng Quân, Hoàng Ngọc Minh, Trần Lê Minh Anh, Nguyễn Hoàng Minh Nhật, Nguyễn Ngọc Linh, Nguyễn Ngọc Anh: Sự khiêm nhả của chủ quán và sự hài lòng của khách hàng: Vai trò điều tiết của bản sắc đạo đức và tần suất ăn uống tại Việt Nam	101
Phan Minh Vương: Ảnh hưởng của AI đến niềm tin và sự trung thành của khách hàng trong tiếp thị số.....	105
Trần Việt Sung, Nguyễn Văn Đạt, Nguyễn Kim Tuyền: Thúc đẩy xuất khẩu nông sản nông nghiệp thông minh trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.....	109
Đào Thị Hồ Hương: Cơ hội và thách thức của Việt Nam trong việc áp dụng thuế tối thiểu toàn cầu	112
Lê Bảo Toàn, Trần Trung Chuyển, Trần Lợi: Phân tích tỷ lệ tăng trưởng bền vững: Trường hợp các công ty thủy sản ở Việt Nam	115
Nguyễn Thành Hưng: Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố phi tài chính đến hiệu quả tài chính các ngân hàng thương mại Việt Nam	120
Đỗ Thị Thu: Chuyển đổi công bằng và vai trò của chính sách an sinh xã hội: Quan điểm quốc tế và hàm ý chính sách cho Việt Nam.....	125

Kinh tế và Dự báo

ECONOMY AND FORECAST REVIEW

ẤN PHẨM CỦA
TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH
BỘ TÀI CHÍNH

Tổng Biên tập

TS. PHẠM THU PHONG

Phó Tổng Biên tập

TS. ĐỖ VĂN HẢI

TS. VŨ THỊ ÁNH HỒNG

ThS. ĐẶNG THỊ THANH MAI

ThS. NGUYỄN HẢI HỒNG

Hội đồng Biên tập

GS. TS. PHẠM HỒNG CHUƠNG

GS. TS. PHẠM BẢO DƯƠNG

GS. TS. TRẦN THỌ ĐẠT

PGS. TS. LÊ XUÂN ĐÌNH

TS. VƯƠNG QUÂN HOÀNG

GS. TS. NGÔ THẮNG LỢI

PGS. TS. TRẦN TRỌNG NGUYỄN

PGS. TS. BÙI HUY NHƯỢNG

TS. TRẦN HỒNG QUANG

TS. CAO VIỆT SINH

PGS. TS. NGUYỄN HỒNG SƠN

GS. TS. SỬ ĐÌNH THÀNH

Tòa soạn và trị sự

162 Nguyễn Văn Cừ, phường Bồ Đề,
quận Long Biên, TP. Hà Nội

Tel: 024. 3933.0036

Email: tctc.banbientap@gmail.com

Quảng cáo và phát hành

Tel: 024. 3933.9936

Giấy phép xuất bản: 477/GP-BTTTT

In tại: Công ty TNHH MTV in Tạp chí Cộng sản

Giá 60.000 đồng

MỤC LỤC

Nguyễn Thị Trúc Phương: Phát triển bền vững gắn với thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nhỏ và vừa.....	129
Nguyễn Kỳ, Trần Quang Hải, Nguyễn Đình Khiêm: Đề xuất thang đo cho hoạt động livestream tác động đến Ý định mua hàng tiêu dùng trực tuyến trên các nền tảng thương mại điện tử tại Việt Nam.....	132
Phạm Văn Quỳnh: Quản lý rủi ro logistics để hướng tới logistics xanh tại Việt Nam.....	135
Nguyễn Minh Đức, Nguyễn Văn Minh: Xu hướng ứng dụng công cụ cộng tác điện tử vào hoạt động chuyển giao tri thức của doanh nghiệp Việt Nam.....	139
Đỗ Thị Thu: Các nhân tố tác động đến lòng trung thành của khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử.....	143
Bùi Thị Lành, Nguyễn Đăng Khoa, Nguyễn Phương Mai, Nguyễn Trung Nguyên, Nguyễn Thị Khánh Linh, Vũ Lê Hoàng, Nguyễn Như Đức Minh: Tác động của quảng cáo sử dụng người có sức ảnh hưởng đến hành vi của Gen Z với thương hiệu: Nghiên cứu các khóa học và ứng dụng học tiếng Anh.....	147
Đinh Nguyệt Bích, Đinh Phi Hổ, Võ Thị An Nhi, Phan Ngọc Hùng, Bùi Quang Minh: Quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả hoạt động trong bệnh viện ở Việt Nam.....	151
Đào Lê Đức: Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng ví trả sau trong mua sắm trực tuyến của Gen Z.....	155
Vũ Thị Vân, Phạm Thị Ánh Nguyệt: Nâng cao chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh vùng Đồng bằng sông Hồng.....	159
Phạm Mỹ Hằng Phương: Tình hình phát triển doanh nghiệp vùng Đồng bằng sông Cửu Long.....	163
Tiêu Trúc Phong: Các yếu tố quyết định hành vi đầu tư chứng khoán: Nghiên cứu thực nghiệm tại TP. Hồ Chí Minh.....	167
Ngô Trọng Tuấn: Các nhân tố ảnh hưởng tới lòng trung thành điểm đến của khách du lịch trong bối cảnh du lịch nông nghiệp tại Hà Nội.....	171
Lê Thị Ngọc Anh: Chất lượng dịch vụ du lịch homestay: Nghiên cứu trường hợp ở thành phố Huế.....	175
Nguyễn Văn Long: Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu trong hoạt động truyền thông ở các trường đại học ngoài công lập trên địa bàn TP. Hà Nội: Thực trạng và giải pháp.....	180
Lưu Hoàng Giang, Lê Huỳnh Thanh Nhã: Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực của các doanh nghiệp may mặc tại tỉnh Bình Dương.....	183
Nguyễn Thị Việt Ngọc: Phát triển cơ sở hạ tầng logistics ở tỉnh Bình Định: Thực trạng và giải pháp.....	186
Dương Hoài Pha: Các yếu tố ảnh hưởng đến công tác quản lý quy hoạch xây dựng tại tỉnh Bình Phước.....	189
Lê Ngọc Thanh, Phước Minh Hiệp, Đào Văn Tuyết, Nguyễn Lê Hoài Vy: Phân tích nguyên nhân và định hướng các giải pháp giải quyết xung đột môi trường ở khu vực Tây Nguyên.....	192
Nguyễn Thị Minh Phương, Đỗ Nguyên Ngọc, Hoàng Trung Kiên: Tác động của đánh giá trực tuyến đến ý định đặt phòng của du khách tại các khách sạn 3 sao trên địa bàn TP. Huế.....	195
Đinh Thị Hóa, Nguyễn Thị Hồng Nhung, Hồ Thị Thùy Trang: Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm tái chế của giới trẻ tại TP. Biên Hòa.....	199
Phạm Viết Cường: Mối quan hệ giữa sự gắn kết điểm đến và đồng tạo giá trị của khách du lịch tại TP. Đà Lạt.....	202
Nguyễn Thị Xuân: Phát triển thương mại nội địa của Việt Nam: Thực trạng và giải pháp.....	206
Lê Tiến Đạt: Các nhóm năng lực quản trị cần thiết cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam trong xuất khẩu nông sản.....	210
Hà Văn Sơn, Hồ Anh Dũng: Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng ví điện tử hiện nay của người dân trên địa bàn TP. Đà Lạt.....	214

THỰC TIỄN - KINH NGHIỆM

Nguyễn Thị Hạnh: Chuyển đổi số - Kinh nghiệm thế giới và bài học rút ra cho Việt Nam.....	218
Vũ Thị Yến: Chính sách tạo sinh kế bền vững cho người dân tại các khu di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới của Trung Quốc và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.....	222
Nguyễn Ngọc Thía: Kinh nghiệm quốc tế và bài học cho chương trình dân nhân carbon tự nguyện ở Việt Nam.....	227
Vương Đức Hoàng Quân, Nguyễn Đức Chung: Bàn về nguồn nhân lực chuyển đổi số cho Chương trình OCOP của Thành phố Hồ Chí Minh.....	231
Phùng Thái Quang: Các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của cán bộ công đoàn chuyên trách tại TP. Hồ Chí Minh.....	235
Phan Thị Hồng Giang: Hoạt động liên kết trong phát triển du lịch Phú Thọ: Thực trạng và giải pháp.....	239
Võ Khắc Thường, Lê Anh Linh, Lâm Ngọc Diệp, Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ, Phạm Minh Tài, Võ Khắc Huy: Nghiên cứu lòng trung thành của khách hàng đối với dòng sản phẩm gỗ rừng trồng của Công ty TNHH MTV Lâm nghiệp Bình Thuận.....	243
Võ Thị Ngọc Hà, Nguyễn Thị Dung Nghĩa: Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên hành chính Trường Đại học Nguyễn Tất Thành.....	247

Chất lượng dịch vụ du lịch homestay: Nghiên cứu trường hợp ở thành phố Huế¹

LÊ THỊ NGỌC ANH*

Tóm tắt

Nghiên cứu thực nghiệm thu thập số liệu sơ cấp thông qua phỏng vấn trực tiếp 130 khách sử dụng dịch vụ homestay trên địa bàn TP. Huế để phân tích ước lượng các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ du lịch homestay trên địa bàn TP. Huế trong bối cảnh chuyển đổi số. Kết quả nghiên cứu cho thấy, dịch vụ du lịch homestay trên địa bàn TP. Huế được phục hồi và phát triển mạnh mẽ sau đại dịch Covid-19; chất lượng dịch vụ chưa được du khách đánh giá cao và chịu tác động bởi 5 nhân tố với mức độ ảnh hưởng giảm dần là: Mức độ đồng cảm; Khả năng đáp ứng; Mức độ tin cậy; Năng lực phục vụ; Phương tiện hữu hình. Trên cơ sở nghiên cứu đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch homestay trên địa bàn TP. Huế trong thời gian tới.

Từ khóa: Chất lượng du lịch, chuyển đổi số, dịch vụ du lịch, du lịch homestay

Summary

This empirical study collected primary data through direct interviews with 130 homestay service users in Hue City to estimate and analyze the factors affecting the quality of homestay tourism services in the context of digital transformation. The research findings indicate that homestay tourism services in Hue City have recovered and developed robustly after the Covid-19 pandemic; however, the service quality has not been highly rated by tourists and is influenced by five factors, ranked in descending order of impact: Empathy; Responsiveness; Reliability; Service Competence; Tangibles. Based on the research findings, several policy implications are proposed to improve the quality of homestay tourism services in Hue City in the coming period.

Keywords: Tourism quality, digital transformation, tourism services, homestay tourism

GIỚI THIỆU

Huế là thành phố điểm đến du lịch nổi tiếng ở Việt Nam và thế giới với hệ thống di sản và cảnh quan thiên nhiên đặc sắc. Trong đó, du lịch homestay (trải nghiệm tự do, lựa chọn nơi dừng chân tương tự nhà dân, nhưng vẫn có đầy đủ tiện nghi và dịch vụ) để tận hưởng hết nét đẹp văn hóa, con người địa phương, được sinh hoạt cùng người dân bản xứ, nhận được sự tiếp đón từ chủ nhà ở các địa điểm du lịch của Huế đang trở thành xu hướng mới.

Theo thống kê của Sở Du lịch TP. Huế, năm 2024 ngành du lịch của thành phố đã có sự phục hồi mạnh mẽ trở lại sau một thời gian dài đóng băng do đại dịch Covid-19. Tổng lượt du khách đến Huế năm 2024 đạt 3,92 triệu lượt khách, trong đó khách quốc tế đạt hơn 1,46 triệu lượt, tăng 23,3% so với năm 2023 và gấp gần 5,7 lần so với năm 2021 và 1,9 lần so với năm 2022. Doanh thu du lịch năm 2024 đạt 7,91 nghìn tỷ đồng, tăng 19,7% so với năm 2023, gấp 6,7 lần so với năm 2021 và 1,76 lần so với năm 2022 (Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, 2025). Trong đó, loại hình dịch

vụ homestay phát triển khá mạnh mẽ, theo thống kê trên trang website đặt chỗ Airbnb, năm 2024, tổng số lượng homestay trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế có đăng ký là 2.536 cơ sở, riêng TP. Huế là 1.214 cơ sở, trong đó loại homestay có số phòng ngủ dưới 4 phòng chiếm 72,1% (Airbnb.com.vn, 2025).

Mặc dù vậy, nhưng hiện nay lượng du khách lựa chọn loại hình du lịch homestay tại Huế còn khá hạn chế. Nguyên nhân chính được cho là chất lượng dịch vụ loại hình du lịch này chưa được đảm bảo. Do đó, việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ du lịch homestay ở Huế để nâng cao chất lượng dịch vụ, phát triển một hệ thống thông tin quản lý homestay cộng đồng có tính bền vững cao hơn, mang tính cấp thiết và có giá trị thực tiễn cao.

CƠ SỞ NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

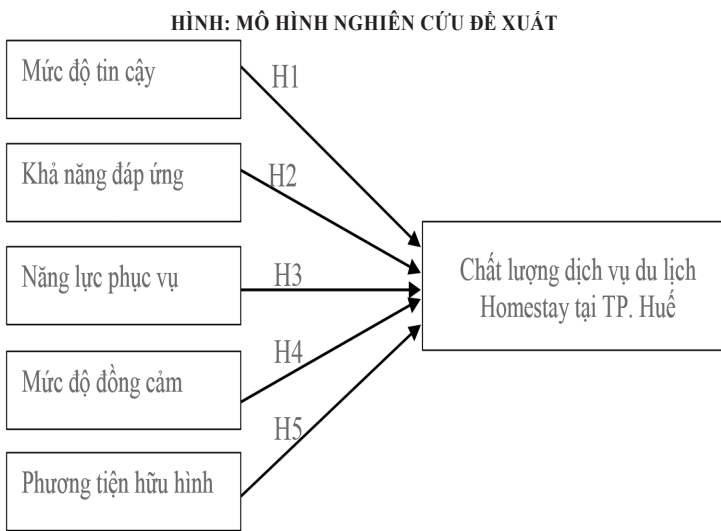
Cơ sở lý thuyết

Chất lượng dịch vụ được định nghĩa là mức độ đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và mức độ dịch vụ

*Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế | Email: ngocanhle@hce.edu.vn

Ngày nhận bài: 02/02/2025; Ngày phản biện: 23/02/2025; Ngày duyệt đăng: 04/3/2025

¹ Bài viết là một phần kết quả nghiên cứu của đề tài KHCN cấp cơ sở năm 2024: “Nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch homestay trong bối cảnh chuyển đổi số tại thành phố Huế”. Mã số: GV2024-02-09



Nguồn: Đề xuất của tác giả

đáp ứng mong đợi của họ (Kotler và cộng sự, 2014). Hơn nữa, chất lượng dịch vụ là sự đánh giá của người tiêu dùng về chất lượng cảm nhận, thay vì sự hài lòng của họ đối với một sự cố hoặc giao dịch (Oliver, 2010). Trong lĩnh vực du lịch, chất lượng dịch vụ có thể được coi là sự đánh giá của khách du lịch về sự xuất sắc hoặc ưu việt tổng thể của sản phẩm hoặc dịch vụ (Lee và cộng sự 2000). Theo quan niệm này, chất lượng dịch vụ du lịch được đánh giá thông qua thước đo sự hài lòng của khách du lịch.

Thang đo SERVQUAL trong lý thuyết về chất lượng dịch vụ của Parasuraman (1988), xác định 5 khía cạnh dùng để đo lường chất lượng dịch vụ bao gồm: phương tiện hữu hình, độ tin cậy, khả năng đáp ứng, sự đảm bảo và sự đồng cảm. Theo đó, chất lượng dịch vụ du lịch ảnh hưởng lớn đến giá trị cảm nhận của khách du lịch về điểm đến và hành vi tham gia vào chuyến thăm (Perera và Vlosky, 2013).

Đại dịch Covid-19 bùng phát trên toàn thế giới đã khiến chuyển đổi số trở thành một xu hướng mới của sản xuất - kinh doanh. Dưới tác động của chuyển đổi số, năng suất lao động tăng trưởng mạnh, tạo ra các giá trị mới ngoài các giá trị truyền thống vốn có (Sascha Kraus và cộng sự, 2021). Chuyển đổi số doanh nghiệp có thể thực hiện thông qua việc tư duy lại hướng kinh doanh, đánh giá lại chuỗi giá trị, kết nối lại với khách hàng và cấu trúc lại doanh nghiệp (Mohsin Shafi và cộng sự, 2022). Đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa, nhất là các cơ sở lưu trú loại hình du lịch homestay, chuyển đổi số mang lại cơ hội kinh doanh mới (Roshan Rassool và cộng sự, 2019). Theo đó, mỗi người dân, mỗi cơ sở homestay có thể thành một doanh nghiệp, kinh doanh dịch vụ du lịch trên các nền tảng số, mạng xã hội, các sàn thương mại điện tử (Kumah, 2024).

Mô hình nghiên cứu

Trong bối cảnh chuyển đổi số ở nhiều nước trên thế giới, khách du lịch sử dụng dịch vụ du lịch homestay thường lựa chọn và ra quyết định như đặt

phòng, du lịch... thông qua các trang web trực tuyến thay thế cho hình thức truyền thống, nên xuất hiện các mô hình đo lường chất lượng dịch vụ điện tử như ES-QUAL hoặc E-S-QUAL. Tuy nhiên, theo quan sát của tác giả, thì trên địa bàn TP. Huế hiện nay, việc ứng dụng công nghệ thông tin để đặt phòng, ra quyết định còn khá hạn chế; bởi các trang mạng chủ yếu mới dừng lại ở việc giới thiệu, quảng bá, quảng cáo thông tin... mà chưa tích hợp dịch vụ đặt phòng, du lịch homestay cho du khách lựa chọn. Do đó, để khắc phục tình trạng này, tác giả vẫn lựa chọn sử dụng mô hình SERVQUAL và bổ sung thang đo Phương tiện hữu hình để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ du lịch homestay trên địa bàn TP. Huế. Như vậy, mô hình nghiên cứu đề xuất có 5 biến độc lập như Hình.

Các giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

H1: Mức độ tin cậy tác động tích cực (+) đến Chất lượng dịch vụ du lịch homestay tại thành phố Huế trong bối cảnh chuyển đổi số.

H2: Khả năng đáp ứng tác động tích cực (+) đến Chất lượng dịch vụ du lịch homestay tại TP. Huế trong bối cảnh chuyển đổi số.

H3: Năng lực phục vụ tác động tích cực (+) đến Chất lượng dịch vụ du lịch homestay tại TP. Huế trong bối cảnh chuyển đổi số.

H4: Mức độ đồng cảm tác động tích cực (+) đến Chất lượng dịch vụ du lịch homestay tại TP. Huế trong bối cảnh chuyển đổi số.

H5: Phương tiện hữu hình tác động tích cực (+) đến Chất lượng dịch vụ du lịch homestay tại TP. Huế trong bối cảnh chuyển đổi số.

Phương pháp nghiên cứu

Các phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong nghiên cứu này gồm: phương pháp khảo cứu tài liệu, phương pháp thông kê mô tả, phương pháp phân tổ thống kê, phương pháp so sánh, phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis) và phương pháp phân tích hồi quy (Model Regression). Nguồn dữ liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo của UBND tỉnh Thừa Thiên Huế và Sở Du lịch TP. Huế; Nguồn dữ liệu sơ cấp thu thập thông qua khảo sát trực tiếp 130 du khách bằng bảng hỏi được thiết kế theo thang đo Likert với 2 ngôn ngữ tiếng Việt và tiếng Anh, trong đó 65 du khách trong nước và 65 du khách nước ngoài đang lưu trú tại 42 homestay trên địa bàn TP. Huế trong khoảng thời gian từ tháng 8-11/2024. Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS 26.0 để phân tích dữ liệu.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Tình hình phát triển du lịch homestay ở TP. Huế

Giai đoạn 2021-2024, các chỉ tiêu liên quan trong ngành du lịch tỉnh như: số cơ sở lưu trú, số phòng lưu trú, tổng lượng khách, doanh thu... có sự gia tăng đáng kể. Tốc độ tăng bình quân năm của các chỉ tiêu trên trong giai đoạn này tương ứng là 4,3% - 3,2% -

BẢNG 1: TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH THỪA THIÊN HUẾ GIAI ĐOẠN 2012-2024

Chỉ tiêu	ĐVT	2012	2015	2017	2019	2021	2022	2023	2024	So sánh 2024/2012 (+/-)	Tốc độ tăng BQ năm (%)
Số cơ sở lưu trú	Cơ sở	535	543	575	668	806	853	886	887	352	4,3
Số phòng lưu trú	Ngàn phòng	9,7	10,3	10,5	11,3	13,0	13,2	14,0	14,1	4,4	3,2
Tổng lượt khách	Triệu lượt	1,73	1,78	1,85	4,80	0,69	2,05	3,18	3,92	2,19	7,1
- Quốc tế	Triệu lượt	0,73	0,78	0,82	2,17	0,002	0,25	1,17	1,46	0,73	5,9
- Nội địa	Triệu lượt	1,00	1,00	1,03	2,63	0,69	1,80	2,01	2,46	1,46	7,8
Doanh thu	Ngàn tỷ đồng	2,41	2,99	3,52	11,30	1,18	4,50	6,61	7,91	5,7	11,2

BẢNG 2: SỐ LƯỢNG HOMESTAY TẠI THỪA THIÊN HUẾ VÀ THÀNH PHỐ HUẾ NĂM 2024

Chỉ tiêu	Tỉnh Thừa Thiên Huế	Tỷ lệ (%)	Thành phố Huế	Tỷ lệ (%)
1. Số lượng homestay có đăng ký kinh doanh*	188	100,0	152	100,0
2. Số lượng homestay đăng ký trên web Airbnb**	2.536	100,0	1.214	100,0
- Loại ≤ 3 phòng	2.263	89,2	875	72,1
- Loại từ 4 -5 < 6 phòng	211	8,3	289	23,8
- Loại ≥ 7 phòng	63	2,5	50	4,1

Ghi chú: * Thống kê đăng ký kinh doanh của Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế

** Thống kê đăng ký quảng bá trên Web đặt chỗ Airbnb

Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế

BẢNG 3: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY

Nhân tố	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa (Sig.)	Thống kê đa cộng tiến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-0,155	0,261		-0,594	0,554		
Phương tiện hữu hình	0,166	0,051	0,185	3,243	0,002	0,866	1,155
Năng lực phục vụ	0,158	0,049	0,192	3,239	0,002	0,805	1,243
Khả năng đáp ứng	0,194	0,053	0,241	3,629	0,000	0,640	1,562
Mức độ tin cậy	0,238	0,066	0,237	3,622	0,000	0,659	1,518
Mức độ đồng cảm	0,293	0,046	0,371	6,401	0,000	0,840	1,191

Nguồn: Phân tích số liệu khảo sát bằng phần mềm SPSS

7,1% và 11,2% (Bảng 1). Điều này chứng tỏ ngành du lịch Huế đang có chiều hướng phát triển mạnh mẽ cả trước lẫn sau đại dịch Covid-19.

Mặc dù, năm 2023 và năm 2024 vẫn là 2 năm khó khăn đối với ngành du lịch Việt Nam nói chung và Huế nói riêng trong việc thu hút khách du lịch, đặc biệt là khách quốc tế, tuy nhiên, dưới sự chỉ đạo quyết liệt của cả cấp chính quyền địa phương, ngành du lịch Thừa Thiên Huế có những bước tiến đáng kể trong phục hồi và phát triển du lịch. Từng bước khôi

phục các thị trường du lịch truyền thống như Hàn Quốc, Ấn Độ, Nhật Bản, Trung Quốc, Châu Âu... Nhờ đó mà tổng lượt du khách đến Huế và doanh thu du lịch năm 2024 đã tăng đáng kể so với năm 2021 và năm 2022. Tổng lượt khách đến Huế năm 2024 đạt hơn 3,9 triệu lượt, sấp xỉ bằng 81,6% năm 2019, năm đạt mức tổng lượt khách đến Huế lớn nhất trong 12 năm, giai đoạn 2012-2024 với doanh thu hơn 7,91 ngàn tỷ đồng, đạt 70% so doanh thu du lịch năm 2019.

Theo thống kê từ Sở Du lịch Thừa Thiên Huế, năm 2024, số homestay có đăng ký kinh doanh trên địa bàn tỉnh là 188 cơ sở và 152 cơ sở trên địa bàn thành phố Huế. Tuy nhiên, qua nghiên cứu trên web cho thuê phòng ở Airbnb, loại hình homestay trên địa bàn tỉnh có đăng ký cho thuê là 2.536 cơ sở, trong đó thành phố Huế là 1.214 cơ sở (Bảng 2). Mặc dù có thể có nhiều biến động, nhưng điều đó cho thấy loại hình du lịch homestay phát triển trong cộng đồng ở đây là khá lớn và dự đoán sẽ phát triển mạnh trong những năm đến. Tuy nhiên, đa số các cơ sở này mang tính tự phát trong cộng đồng, thiếu sự cam kết và quản lý của chính quyền địa phương nên cũng gây ra không ít tiêu cực và ảnh hưởng lớn đến chất lượng dịch vụ du lịch loại hình này. Đòi hỏi chính quyền địa phương cần có những biện pháp hữu hiệu để quản lý loại hình này, nâng cao chất lượng dịch vụ, đảm bảo uy tín nhằm phát triển ngành du lịch địa phương bền vững.

Đặc điểm cơ bản của du khách được điều tra

Nghiên cứu tiến hành điều tra ngẫu nhiên 130 du khách lưu trú tại các homestay trên địa bàn, trong đó có 65 khách nội địa và 65 khách quốc tế. Trong đó, về giới tính không có chênh lệch lớn, nam giới chiếm 51,5% và 48,5% nữ giới; đến Huế lần đầu (53,1%) và lần 2 (44,6%); chủ yếu đi khám phá, tự do và tham quan, nghỉ dưỡng. Các du khách là cán bộ nhà nước (50,0%), doanh nghiệp và kinh doanh tự do (31,6%); khách hàng trung thành đã từng đến ở (36,2%), khách hàng tìm kiếm từ internet, mạng xã hội (28,5%), từ web cho thuê phòng ở Airbnb (23,1%); với thời gian lưu trú từ 2 đến 3 ngày đêm, chiếm 63,8% và trên 3 ngày đêm, chiếm 32,3%.

Kiểm định độ tin cậy thang đo và phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Thang đo chất lượng dịch vụ du lịch homestay tại thành phố Huế bao gồm 5 nhân tố: (X_1) Mức độ tin cậy; (X_2) Mức độ đáp ứng; (X_3) Năng lực phục vụ; (X_4) Mức độ đồng cảm; (X_5) Phương tiện hữu hình. Biến phụ thuộc là Chất lượng dịch vụ du lịch homestay tại thành phố Huế. Mỗi tiêu chí có 5 biến đo lường. Để đo lường các tiêu chí này, tác giả sử dụng 30 biến quan sát. Kết quả Cronbach's Alpha các thành phần thang đo của từng tiêu chí bằng phần mềm SPSS 26.0 cho thấy:

Hệ số Cronbach's Alpha tổng thể (0,912) và của 5 thang đo đều có giá trị cao, cụ thể: Mức độ tin cậy (0,848); Mức độ đáp ứng (0,879); Năng lực phục vụ (0,832); Mức độ đồng cảm (0,788); Phương tiện hữu hình (0,893) và biến phụ thuộc Chất lượng dịch vụ du lịch homestay (0,777) và các hệ số tương quan biến tổng của các quan sát (Corrected Item - Total Correlation > 0,332), nên các biến đều đạt yêu cầu.

Kiểm định Barlett's có ý nghĩa thống kê và các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. Hệ số KMO = 0,767, chứng tỏ phân tích EFA cho việc nhóm các biến quan sát này lại với nhau là thích hợp. Kết quả ma trận nhân tố đã xoay trong kết quả

EFA cho thấy, có 5 nhân tố rút trích được từ 25 biến này. Các biến quan sát đều có trọng số nhân tố (hệ số tải - factor loading) > 0,573, nên đủ điều kiện thực hiện phân tích EFA. Kết quả phân tích Tổng phương sai trích 5 nhân tố này giải thích được 64,72% sự biến thiên của các biến quan sát.

Kiểm định Barlett's biến phụ thuộc có ý nghĩa thống kê và các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. Hệ số KMO = 0,794, chứng tỏ phân tích EFA cho việc nhóm các biến quan sát này lại với nhau là thích hợp. Kết quả EFA tại bảng ma trận nhân tố cho thấy 1 nhân tố rút trích được từ 5 quan sát và trọng số nhân tố > 0,627. Tổng phương sai trích = 53,469%, nên đáp ứng yêu cầu.

Giá trị R^2 hiệu chỉnh = 0,636 cho thấy, các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy ảnh hưởng 63,6% sự biến thiên của biến phụ thuộc, 36,4% còn lại được giải thích do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên.

Kết quả hồi quy bội

Kiểm định Durbin - Watson cho giá trị 1,866 nên mô hình không có tự tương quan, hay không vi phạm giả định tự tương quan chuỗi bậc nhất. Kiểm định F có giá trị Sig. < 0,05, do đó mô hình hồi quy là phù hợp. Các hệ số VIF của các biến độc lập đều < 2,000, nên không vi phạm giả định đa cộng tuyến (Bảng 3). Phương trình hồi quy chuẩn hoá có dạng:

$$Y = 0,185PTHH + 0,192NLPV + 0,241KNĐU' + 0,237MĐTC + 0,371MĐĐC + \epsilon_i$$

Qua phương trình trên có thể khẳng định, các nhân tố tác động thuận chiều đến Chất lượng dịch vụ du lịch homestay tại thành phố Huế theo thứ tự từ cao đến thấp như sau: (1) MĐĐC - Mức độ đồng cảm ($\beta_5=0,371$); (2) KNĐU' - Khả năng đáp ứng ($\beta_3=0,241$); (3) MĐTC-Mức độ tin cậy ($\beta_4=0,237$); (4) NLPV-Năng lực phục vụ ($\beta_2=0,192$) và cuối cùng (5) PTHH-Phương tiện hữu hình ($\beta_1=0,185$). Như vậy, các yếu tố ảnh hưởng đến Chất lượng dịch vụ du lịch homestay tại TP. Huế lớn nhất là Mức độ đồng cảm, đây là nhân tố được các du khách đánh giá cao nhất. Điều này cho thấy, quá trình phát triển loại hình du lịch homestay còn khá nhiều yếu tố khác biệt trong nhận thức giữa các bên liên quan. Nhất là sự khác biệt có thể kể đến ở đây như: sự đa dạng về văn hoá, sắc tộc; sự khác biệt về quan điểm và tâm lý cá nhân... nên đòi hỏi cần có sự đồng cảm, hiểu biết lẫn nhau giữa các bên mới nâng cao được chất lượng dịch vụ và làm du khách vừa lòng. Đây cũng là khuyến cáo tốt đối với cả các chủ nhà, chủ cơ sở homestay và cả du khách.

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Homestay là loại hình du lịch cộng đồng phổ biến ở nhiều quốc gia trên thế giới và địa phương trong nước. Phát triển loại hình du lịch này có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong việc phát triển du lịch bền vững trong bối cảnh chuyển đổi số toàn cầu như hiện nay,

từ đó giải quyết việc làm, tăng thu nhập, tạo sản phẩm cho xã hội và phát triển kinh tế địa phương. Kết quả nghiên cứu thực nghiệm về các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ du lịch homestay trên địa bàn TP. Huế trong bối cảnh chuyển đổi số cho thấy, 5 nhân tố với mức độ ảnh hưởng giảm dần là: Mức độ đồng cảm; Khả năng đáp ứng; Mức độ tin cậy; Năng lực phục vụ; Phương tiện hữu hình. Để nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch của loại hình homestay trên địa bàn TP. Huế trong thời gian tới, đòi hỏi các bên liên quan cần tập trung thực hiện các nhóm giải pháp sau:

Thứ nhất, cần có biện pháp tuyên truyền, vận động và quảng bá hơn nữa giúp các homestay và du khách cần có sự đồng cảm giữa các bên. Trong đó, cần nhất là những vấn đề liên quan đến văn hóa, sắc tộc, quan điểm và tâm lý cá nhân... nhằm đảm bảo sự đáp ứng yêu cầu của du khách. Bên cạnh đó, cần tăng cường uy tín cũng như sự tin cậy lẫn nhau, năng lực phục vụ và đầu tư cải thiện cơ sở vật chất, phòng ốc, máy móc thiết bị tiện nghi sạch sẽ, khang trang, hiện đại, từng bước tạo dựng thương hiệu để thu hút ngày càng nhiều khách du lịch nhằm phát triển bền vững loại hình du lịch homestay trong những năm tới.

Thứ hai, cần ban hành các chính sách cụ thể để tổ chức quản lý, xây dựng và phát triển thương hiệu, đảm bảo uy tín, tin cậy để nâng cao chất lượng dịch vụ và phát triển du lịch bền vững. Hiện nay, đa số các homestay phát triển tự phát trong cộng đồng, các dịch vụ cung cấp (phòng ở, cơ sở vật chất, trang thiết bị, văn hoá ứng xử, uy tín, giá cả...) thiếu chuẩn mực và

thiếu tính quản lý từ chính quyền địa phương. Bản thân các chủ cơ sở, nhân viên homestay cũng như du khách giao kết nhau chủ yếu qua thoả thuận giản đơn, mối quan hệ thiếu chặt chẽ, phát sinh nhiều rủi ro, giảm chất lượng dịch vụ.

Thứ ba, địa phương cần sớm thiết kế và vận hành ứng dụng (app) đối với loại hình du lịch homestay, trên cơ sở đó chính quyền quản lý các cơ sở homestay từ khâu quảng bá, giới thiệu, đến khâu đăng ký, tổ chức hoạt động, quản trị khách hàng, thủ tục, thanh toán, quản lý tiêu chuẩn, định mức, hoạt động của các homestay... Khuyến khích và vận động tất cả các homestay áp dụng chuyển đổi số, ưu tiên phát triển theo hướng quảng bá thông minh, trải nghiệm, quản lý du khách trên cơ sở tạo sự thuận tiện, gia tăng lợi ích với nâng cao chất lượng, đáp ứng yêu cầu và tăng sự hài lòng cho du khách.

Thứ tư, địa phương cần nỗ lực nhiều hơn nữa, triển khai thực hiện tốt các chính sách hỗ trợ phát triển loại hình du lịch homestay như: chính sách vốn, tín dụng, đất đai, cơ sở hạ tầng, thuế, chuyển đổi số, văn hoá ứng xử, chuyên môn quản trị du khách, khoa học công nghệ và bảo vệ môi trường... Thành lập Hiệp hội homestay Huế, tăng cường các biện pháp liên kết, liên doanh giữa các cơ sở homestay với nhau với các công ty dịch vụ lữ hành; các doanh nghiệp, cơ sở cung cấp đầu vào, các tour du lịch, Ban quản lý các điểm du lịch... tạo thành chuỗi liên kết, cung ứng dịch vụ từ khâu quảng bá, nhận khách, vận chuyển, tour, xử lý sự cố, quản trị khách hàng. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Parasuraman, A. V. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perceptions of the service quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12- 40.
2. Kotler, Keller, Ancarani, Costabile (2014), *Marketing Per Manager*, Capire il marketing made in Italy, Milano: Pearson.
3. Oliver, P. (2010). *The student's guide to research ethics*, Open University Press, Maidenhead.
4. Lee, H., Lee, Y., Yoo, D. (2000). The Determinants of Perceived Service Quality and Its Relationship with Satisfaction, *Journal of Services Marketing*, 14, 217-231.
5. Perera, P.; Vlosky, R. (2013). How previous visits shape trip quality, perceived value, satisfaction, and future behavioral intentions: The case of forest-based ecotourism in Sri Lanka, *Int. J. Sport Manag. Rec. Tour.*, 11, 1-24.
6. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2025). *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch 2024, phương hướng nhiệm vụ năm 2025*.
7. Sascha Kraus, Paul Jones, Norbert Kailer, Alexandra Weinmann, Nuria Chaparro-Banegas, and Norat Roig-Tierno (2021). Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research, *SAGE Open*, 1-15.
8. Mohsin SHAFI, Katarzyna Szopik-Depczyńska, Katarzyna Cheba, Cristina Ciliberto, Radosław Depczyński, Giuseppe Ioppolo (2022). Innovation in traditional handicraft companies towards sustainable development. A systematic literature review, *Technological and Economic Development of Economy*, 28(6), 1589-1621.
9. Roshan Rassool, Ravindra Dissanayake (2019), Digital transformation for small & medium enterprises (SMEs): With special focus on Sri Lankan context as an emerging economy, *International Journal of Business and Management Review*, 7(4), 59-76.
10. Kumah, M. K. (2024). *The role of social media as a platform for e-commerce*, Vaasan ammattikorkeakoulu, University of applied sciences.