

ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH TẠI ĐIỂM ĐẾN MĂNG ĐEN THE EVALUATION OF TOURISTS' SATISFACTION AT MANGDEN DESTINATION

Lê Dân

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng; Email: ledan.tkth@gmail.com

Tóm tắt - Măng Đen là vùng du lịch nằm trong quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 [2]. Măng Đen là địa điểm du lịch tiềm năng và được chính phủ đầu tư đến năm 2030 với tổng số vốn là 380 triệu USD [1]. Chính vì vậy, nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến hài lòng của du khách rất cần thiết. Bài viết này trình bày kết quả ứng dụng mô hình HOLSAT được phát triển bởi Tribe & Snaith [8] nhằm đánh giá những cảm nhận và kỳ vọng của du khách về điểm đến Măng Đen. Kỹ thuật phân tích được sử dụng chủ yếu là kiểm định t, phân tích phương sai và đồ thị. Bài viết phân tích sự khác biệt mức độ hài lòng theo từng nhóm đối tượng khác nhau, phân tích mối quan hệ giữa mức độ hài lòng và lòng trung thành. Cuối cùng bài viết đề xuất một số hàm ý cho phát triển du lịch Măng Đen.

Từ khóa - Mô hình HOLSAT; hài lòng kỳ nghỉ; điểm đến; kỳ vọng; cảm nhận.

Abstract - Mangden is one of the tourist areas in the general plan for development of Vietnam's tourism to the year 2020, with a vision to the year 2030 [2]. It is a potential tourist destination which is invested until the year 2030 by the Government with the total capital of \$ 380 million [1]. Therefore, it is very essential to study the factors affecting tourists' satisfaction about Mang Den destination. This article presents the results of the application of HOLSAT model developed by Tribe & Snaith [8] to assess the experiences and expectations of visitors for this destination. The mainly analytic techniques used in this paper are t-test, analysis of variance and charts. The paper analyzes the difference from target groups about the level of satisfaction; analyze the relationships between satisfaction level and loyalty. Finally, the article proposes an implication for the development of tourism for Mangden.

Key words - HOLSAT model; holiday satisfaction; destination; expectation; experiences.

1. Đặt vấn đề

Với cảnh quan thiên nhiên kỳ thú và khí hậu mát mẻ, Măng Đen được ví như Đà Lạt thứ hai của Việt Nam. Nơi đây rất thích hợp cho loại hình cắm trại, picnic. Cùng với các khu rừng nguyên sinh, rừng thông, dòng sông Đắk Sơ Nghé, nhiều hồ nước như hồ Toong Dăm, Toong Zơ Ri, Tông Pô đã tạo nên vẻ đẹp lãng mạn. Các thác đá trong xanh như Đắk Ke, Pa Sĩ, Lô Ba tạo thành một quần thể thác khá hấp dẫn. Có tiềm năng lớn về du lịch như vậy, chính phủ quy hoạch Măng Đen thành khu du lịch sinh thái cấp quốc gia và được chính phủ đầu tư đến năm 2030 với tổng số vốn là 380 triệu USD [1] [2]. Tuy nhiên, hoạt động kinh doanh du lịch tại đây còn gặp nhiều khó khăn, du khách còn không hài lòng nhiều mặt, thời gian lưu trú mỗi khách chỉ bình quân 1,2 ngày. Chính vì vậy, cần xác định những nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về điểm đến Măng Đen. Qua đó, tìm kiếm những giải pháp hữu hiệu nhằm nâng cao sự hài lòng, kéo dài số ngày lưu trú, lòng trung thành của du khách.

2. Cơ sở lý thuyết và thiết kế nghiên cứu

2.1. Hài lòng của du khách

Trong du lịch, Moutinho [13] lưu ý rằng sự hài lòng của du khách là hàm của sự mong đợi trước và trải nghiệm sau khi đi du lịch. Đồng quan điểm này, Pizam, Neumann, và Reichel [14] xác định sự hài lòng của du khách là kết quả của việc so sánh giữa "trải nghiệm của du khách tại các điểm đến thăm và những kỳ vọng về các điểm đến đó". Hơn nữa trong du lịch, định nghĩa đưa ra bởi Cadotte, Woodruff, và Jenkins [15], sự hài lòng của du khách liên quan đến các điểm đến chứ không chỉ về một nhà cung cấp dịch vụ riêng lẻ. Thực tế, có những hoạt động và trải nghiệm khác nhau về thuộc tính của một điểm đến cụ thể mà không liên quan tới các tổ chức cụ thể. Do đó, bất kỳ sự đo lường sự hài lòng phải bao gồm

tất cả các kỳ vọng và trải nghiệm của du khách trong toàn bộ kỳ nghỉ.

2.2. Mô hình HOLSAT (HOLIday SATisfaction)

Mô hình HOLSAT được phát triển bởi Tribe và Snaith [8] để đánh giá sự hài lòng kỳ nghỉ tại khu nghỉ mát nổi tiếng của Varadero, Cuba. Mô hình đo lường sự hài lòng của khách du lịch với trải nghiệm về kỳ nghỉ của họ tại một điểm đến. Đặc điểm quan trọng của mô hình HOLSAT là xem xét đến các thuộc tính tích cực và tiêu cực của điểm đến. Thuộc tính tích cực theo nghĩa là du khách sẽ nghĩ tốt khi nghĩ về nó và còn thuộc tính tiêu cực thì ngược lại, du khách sẽ nghĩ không tốt về nó. Nét đặc biệt của mô hình là du khách được yêu cầu đánh giá mức kỳ vọng và cảm nhận về các thuộc tính mô tả điểm đến với thang đo Likert. Điểm chênh lệch về điểm số giữa cảm nhận và kỳ vọng đối với từng thuộc tính đo lường mức độ hài lòng của du khách. Chênh lệch dương đối với thuộc tính tích cực, và chênh lệch âm với thuộc tính tiêu cực thể hiện sự hài lòng của du khách. Kết quả được trình bày trên một ma trận và đồ thị với trục X (Cảm nhận) và trục Y (Kỳ vọng). Đồ thị được chia thành 2 vùng "Được" và "Mất" bằng "Đường vẽ". Vùng "Được" mô tả những thuộc tính mà kỳ vọng của du khách được đáp ứng hoặc vượt quá, "Mất" mô tả cho trường hợp ngược lại. Mỗi thuộc tính được vẽ thành một điểm. Tùy theo tính chất tích hay tiêu cực của các thuộc tính mà các vùng "Được", "Mất" nằm ở trên bên trái hoặc ở dưới bên phải của "Đường vẽ". Đối với mỗi thuộc tính, khoảng cách giữa điểm được vẽ và "Đường vẽ" càng xa thì mức độ hài lòng hoặc không hài lòng theo cảm nhận của các du khách càng lớn. Trong trường hợp điểm nằm ngay trên "Đường vẽ", cảm nhận giống với kỳ vọng, do đó đã đạt được sự hài lòng.

Điều quan trọng, để ứng dụng mô hình HOLSAT chính là xây dựng được bộ thuộc tính phản ánh toàn diện

các nguồn tài nguyên du lịch của điểm đến, như tài nguyên thiên nhiên, cơ sở hạ tầng, môi trường, văn hóa xã hội, dịch vụ...

Mô hình Holsat được phát triển bởi Tribe và Snaith [8] nhưng cho đến nay đã được một số tác giả sử dụng để nghiên cứu hài lòng dịch vụ điểm đến. Trong đó, chú ý nhất là của nhóm tác giả Sajad Ebrahimi Meimand, Zainab Khalifah và Hadi Ganjalikhan [9], Hakemi (2013), Kozak [10], Hasegawa [11], Korzay và Alvarez [12], Truong và Foster [7]. Sau đó, nhiều tác giả khác sử dụng để nghiên cứu, như Võ Hạnh Thi [5], Dương Anh Hùng [4], Lê Dân và cộng sự [3]...

2.3. Thiết kế nghiên cứu

2.3.1. Nguồn số liệu

Nguồn số liệu của bài báo được lấy từ nghiên cứu của Dương Anh Hùng [4] và được bổ sung thêm từ đề tài nghiên cứu khoa học của Lê Dân và cộng sự [3]. Dựa trên mô hình nghiên cứu của Truong và Foster [7], của Võ Lê Hạnh Thi [3] đồng thời tham khảo ý kiến các chuyên gia, những người có chuyên môn, kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch và các tài liệu về du lịch, sách báo, các trang web... nhóm nghiên cứu lập bảng câu hỏi gồm 33 thuộc tính, với 25 thuộc tính tích cực và 8 thuộc tính tiêu cực. Các thuộc tính được đo lường bằng thang đo Likert 5 mức độ với 1 là hoàn toàn không đồng ý đến 5 là hoàn toàn đồng ý. Cấu trúc Bảng hỏi gồm 3 thành phần, phần 1 nhằm thu thập một số thông tin nhân khẩu của du khách, phần 2 thu thập thông tin về kỳ vọng và cảm nhận của du khách sau khi du lịch tại Măng Đen, và phần 3 thu thập thông tin về mức độ hài lòng chung và những góp ý.

Đối tượng điều tra là những du khách đã trải nghiệm tại khu du lịch sinh thái Măng Đen 6 tháng cuối năm 2013. Kích thước mẫu là 320 và được chọn theo phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên phân loại, và được phân phối theo giới tính, nhóm tuổi, số lần đến Măng Đen, lý do du lịch... Điều tra viên chính là nhân viên khách sạn đã được tập huấn. Du khách chỉ được điều tra ngay trước khi rời khỏi Măng Đen. Tổng số phiếu phát ra là 320 phiếu.

2.3.2. Kỹ thuật và công cụ phân tích

Phiếu điều tra sau khi được điều tra sẽ được đánh giá phân loại, làm sạch, mã hóa và nhập vào SPSS 16. Sau khi được nhập vào máy tính, dữ liệu được đánh giá lại nhằm kiểm tra tính chất đại diện, loại bỏ phần tử bất thường. Kỹ thuật được sử dụng chủ yếu bước đầu là bảng, đồ thị... Trong phân tích, kỹ thuật chủ yếu là kiểm định giả thuyết, phân tích phương sai, đồ thị... Mọi kiểm định đều chọn mức ý nghĩa 5%. Khi phân tích, nhóm nghiên cứu tiến hành nghiên cứu chung và cho từng nhóm đối tượng điều tra.

3. Kết quả nghiên cứu

Trong 320 phiếu phát ra, thu về 310 phiếu, với 300 phiếu hợp lệ và phân phối theo loại khác nhau khá hợp lý và đủ đảm bảo thực hiện các phân tích thống kê chuyên sâu.

Với mục tiêu đo lường mức độ hài lòng của du khách bằng cách so sánh mức độ cảm nhận sau khi trải nghiệm và kỳ vọng trước khi đến Măng Đen của mỗi thuộc tính. Thực hiện kiểm định sự khác biệt và kết quả như trên Bảng 1.

Bảng 1. Kết quả kiểm định sự khác biệt giữa cảm nhận và kỳ vọng

Ký hiệu cấp biến	Cảm nhận – Kỳ vọng	Chênh lệch			T	Sig. (2-tailed)
		Bình quân chênh lệch	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn		
N1	Vị trí địa lý của khu du lịch khó khăn	.267	1.186	.068	3.894	.000
P2	Khí hậu mát mẻ, dễ chịu	.163	1.020	.059	2.774	.006
P3	Phong cảnh thiên nhiên (suối, thác, hồ) đẹp	.033	.805	.046	.717	.474
P4	Rừng nguyên sinh được bảo tồn tốt	-.183	1.132	.065	-2.806	.005
N5	Thông tin tại về Măng Đen thiếu	.117	.966	.056	2.092	.037
P6	Cơ sở hạ tầng hạ tầng khu du lịch được đầu tư đồng bộ	-.020	1.085	.063	-.319	.750
N7	Vị trí khách sạn khó khăn về giao thông	-.137	1.096	.063	-2.159	.032
P8	Kiến trúc khách sạn thiết kế phù hợp với khu du lịch sinh thái	.460	1.286	.074	6.195	.000
P9	Nhân viên khách sạn thân thiện và lịch sự	.433	.994	.057	7.548	.000
P10	Phòng ngủ được trang bị tốt	.580	.987	.057	10.182	.000
N11	Sử dụng Internet, Wifi khó khăn	.140	.660	.038	3.676	.000
P12	Dịch vụ cho thuê phương tiện đi tham quan tốt	.347	1.213	.070	4.950	.000
P13	Đảm bảo an toàn khi đi tham quan	.150	1.148	.066	2.263	.024
P14	Người dân địa phương hiếu khách, thân thiện	.123	.781	.045	2.735	.007

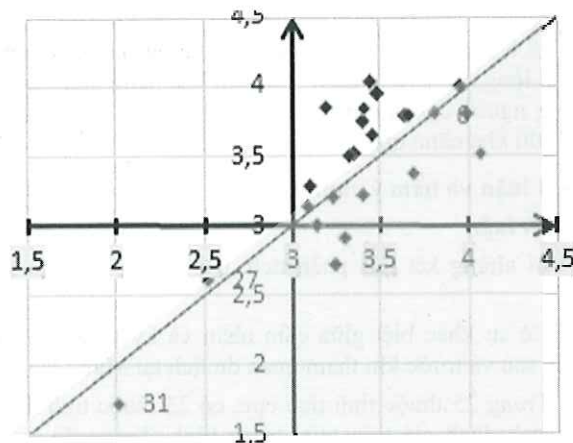
P15	Măng Đen phù hợp với du lịch tâm linh	-.540	.941	.054	-9.944	.000
P16	Có kinh nghiệm tổ chức các sự kiện, hội thảo	.057	1.057	.061	.929	.354
P17	Lễ hội mang đậm nét văn hóa các dân tộc Tây Nguyên	-.317	1.068	.062	-5.137	.000
P18	Những làng đồng bào dân tộc bản địa rất đặc trưng	-.190	.975	.056	-3.376	.001
P19	Có nhiều nơi vui chơi giải trí về ban đêm	-.390	.821	.047	-8.231	.000
P20	Hướng dẫn viên tại các điểm du lịch có chuyên môn	.190	.971	.056	3.388	.001
P21	Có nhiều món ăn đặc sản của vùng Măng đen	-.157	1.047	.060	-2.592	.010
P22	Thực phẩm và đồ uống sạch sẽ hợp vệ sinh	-.040	.998	.058	-.695	.488
P23	Thực phẩm và đồ uống giá cả hợp lý	.647	1.128	.065	9.928	.000
P24	Bữa ăn tại khách sạn sẽ có chất lượng cao	.173	.667	.039	4.502	.000
P25	Giá cả dịch vụ khách sạn đắt đỏ	.183	1.317	.076	2.410	.017
P26	Hàng thủ công mỹ nghệ đặc trưng vùng miền	-.563	1.179	.068	-8.274	.000
P27	Hàng thủ công mỹ nghệ giá cả hợp lý	.093	1.290	.074	1.253	.211
N28	Chất lượng dịch vụ y tế phục vụ du khách kém	.153	1.212	.070	2.192	.029
N29	Thiếu nhà vệ sinh công cộng tại các điểm vui chơi	.193	.937	.054	3.572	.000
N30	Sử dụng thẻ tín dụng hoặc ATM khó khăn	-.057	.892	.052	-1.100	.272
P31	Khu du lịch sinh thái sạch sẽ	-.287	.711	.041	-6.979	.000
N32	Có nhiều người ăn xin và bán hàng rong	-.463	.955	.055	-8.405	.000
P33	Kỳ nghỉ này có xứng đáng với số tiền bỏ ra	.193	.824	.048	4.066	.000

Chú ý: P* và N* tương ứng là những thuộc tính tích cực và tiêu cực; những thuộc tính in đậm đều là những thuộc tính không có sự khác biệt đáng kể giữa kỳ vọng và cảm nhận.

Theo kết quả như trên Bảng 1, với mức ý nghĩa 5% có thể kết luận rằng, trong nhóm các thuộc tính tích cực, các thuộc tính P3, P6, P16, P22, P27, và nhóm thuộc tính tiêu cực gồm N30 không có sự khác biệt đáng kể giữa cảm nhận và kỳ vọng.

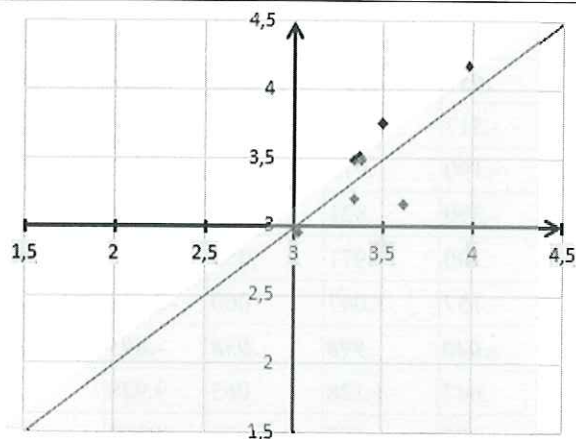
Theo Tribe và Snaith [8], đối với thuộc tính tích cực, chênh lệch dương giữa “cảm nhận” và “kỳ vọng” cho thấy hài lòng. Ngược lại, đối với thuộc tính tiêu cực, chênh lệch âm giữa “cảm nhận” và “kỳ vọng” cho thấy hài lòng - điều này có nghĩa là các thuộc tính không phải là tệ như suy nghĩ ban đầu. Nếu vẽ lên đồ thị cho từng nhóm thuộc tính tích cực và tiêu cực sẽ có sự phân phối khác nhau, kết quả như trên Hình 1 và 2.

Trong Hình 1, phần lớn các điểm nằm trong góc thứ I, chứng tỏ cả kỳ vọng và cảm nhận của du khách về từng thuộc tính đều cao hơn trung bình (mức 3). Với những điểm rơi vào nửa trên của góc thứ I, điểm cảm nhận cao hơn kỳ vọng tức du khách hài lòng về những thuộc tính tương ứng và ngược lại. Với nhiều điểm rơi vào nửa dưới của góc I chứng tỏ du khách không hài lòng về nhiều thuộc tính. Những thuộc tính tích cực P1, P15, P17, P18, P19, P21, P26, P31 có giá trị chênh lệch âm có nghĩa rằng du khách không hài lòng về những thuộc tính này. Ngoài ra một số rất ít thuộc tính mà cả cảm nhận và kỳ vọng du khách đánh giá thấp dưới mức trong bình sẽ rơi vào góc III của đồ thị.



Hình 1. Ma trận các thuộc tính tích cực
(Vùng đậm màu chính là vùng MẮT)

Trong Hình 2, phần lớn các điểm nằm trong góc thứ I, chứng tỏ cả kỳ vọng và cảm nhận của du khách về từng thuộc tính đều cao hơn trung bình. Với những điểm rơi vào nửa trên của góc thứ I, điểm cảm nhận cao hơn kỳ vọng tức du khách không hài lòng về những thuộc tính tương ứng. Những thuộc tính N5, N7, N32 có chênh lệch âm và rơi vào nửa dưới của góc I chứng tỏ du khách hài lòng về các thuộc tính này. Những thuộc tính tiêu cực N1, N11, N28, N29 có giá trị chênh lệch dương và rơi vào nửa trên của góc I có nghĩa rằng du khách không hài lòng về những thuộc tính này.



Hình 2. Ma trận các thuộc tính tiêu cực
(Vùng đậm màu chính là vùng ĐUỢC)

Nhằm làm cơ sở cho những quyết định về cung ứng dịch vụ tốt hơn cho từng đối tượng khác nhau trong du lịch, cần xem mức độ hài lòng về dịch vụ tại Măng Đen liệu có sự khác biệt theo đối tượng hay không? Nhóm nghiên cứu tiến hành kiểm định một số giả thuyết bằng kỹ thuật kiểm định mẫu độc lập (đối với đối tượng gồm 2 loại) và kỹ thuật phân tích phương sai (đối với đối tượng gồm hơn 2 loại với mức ý nghĩa 5%). Kết quả: mức độ hài lòng của Nam (3,153) và Nữ (3,147); du lịch theo dạng tự do (3,392) và du lịch theo gói (3,279); nhóm đến 1 lần (3,402), 2 lần (3,333), 3 lần (3,2778) và trên 3 lần (3,16). Vậy có thể kết luận rằng giữa các nhóm tương ứng có sự khác biệt nhưng không đáng kể.

Hơn nữa, trong phân tích, cần xem xét mức độ hài lòng liệu có ảnh hưởng đến hành vi quay lại Măng Đen không? Kết quả phân tích chứng tỏ những người có mức độ hài lòng cao (trung bình 3,50) thì khả năng quay lại và những người có mức độ hài lòng thấp hơn (trung bình 3,08) thì khả năng quay lại ít.

4. Kết luận và hàm ý chính sách

4.1. Kết luận

Với những kết quả phân tích, bài viết có một số kết luận:

- Có sự khác biệt giữa cảm nhận và kỳ vọng của du khách sau và trước khi tham quan du lịch tại Măng Đen.

- Trong 25 thuộc tính tích cực, có 23 thuộc tính được du khách đánh giá trên mức trung bình. Trong đó, có 9 thuộc tính du khách rất kỳ vọng nhưng thực tế không như mong đợi, dẫn đến không hài lòng; có 5 thuộc tính mà cảm nhận không khác biệt đáng kể với kỳ vọng. Đặc biệt có 2 thuộc tính du khách kỳ vọng và cảm nhận đều dưới mức trung bình, đó là thuộc tính 27 và 31 tương ứng liên quan đến giá cả hàng thủ công mỹ nghệ và vấn đề vệ sinh.

- Trong 8 thuộc tính tiêu cực, các trị số điểm đều ở mức cao (trên 3), điều này có nghĩa du khách nghĩ về Măng Đen không tốt. Tuy nhiên, trong đó có 3 thuộc tính mức cảm nhận thấp hơn mức kỳ vọng, tức du khách hài lòng về các thuộc tính này.

- Mức độ hài lòng chung của du khách nhìn chung không có sự khác biệt đáng kể theo giới tính, loại hình du lịch, theo số lần thăm quan. Trong đó, đáng chú ý tuy

không có khác biệt đáng kể. Tuy mức độ hài lòng đều cao (trên 3) nhưng mức độ hài lòng lại giảm một ít mỗi khi đến thăm quan. Điều này chứng tỏ chất lượng dịch vụ có cải thiện nhưng không đáng kể nên cảm thấy không mấy hài lòng.

- Mức độ hài lòng có ảnh hưởng đến hành vi quay trở lại khu du lịch sinh thái Măng Đen, tức càng hài lòng du khách càng muốn quay lại.

4.2. Hàm ý chính sách

- Lãnh đạo các cấp chính quyền địa phương, quản lý của các cơ sở khách sạn, nhà hàng... cơ quan quản lý nguồn tài nguyên du lịch cần tuyên truyền quảng cáo nhằm nâng cao hình ảnh của Măng Đen và đồng thời nỗ lực hơn nữa trong việc cải thiện nhiều mặt. Trong đó phải đầu tư cải tạo cơ sở hạ tầng giao thông, bảo tồn rừng nguyên sinh, phát huy những giá trị văn hóa mang đậm nét văn hóa Tây Nguyên, xây dựng những tụ điểm vui chơi giải trí vào ban đêm, tăng cường những món ăn đặc sản của vùng Măng Đen, sản xuất những mặt hàng thủ công mỹ nghệ đặc trưng Măng Đen, xây dựng mới và tôn tạo những công trình phục vụ du lịch tâm linh. Ngoài ra, phải quan tâm đến vấn đề dịch vụ y tế, vệ sinh công cộng. Từ đó nâng cao mức độ hài lòng của du khách góp phần thu hút khách quay lại nhiều lần.

- Tăng cường phối hợp giữa các cơ sở phục vụ dịch vụ khách sạn, nhà hàng, dịch vụ bưu chính, y tế và các cơ quan điều phối nhằm phối hợp với nhau để cùng cải thiện chất lượng dịch vụ góp phần nâng cao mức độ hài lòng của du khách từ đó kéo dài thời gian lưu trú, tăng chi tiêu và quay trở lại nhiều lần.

- Tăng cường công tác bảo vệ nguồn tài nguyên thiên nhiên, duy trì và nâng cao cảnh quan khu du lịch sinh thái Măng Đen ngày càng xanh, đẹp.

- Tăng cường công tác tuyên truyền người dân địa phương cũng như du khách trong công tác vệ sinh khu sinh thái.

Tài liệu tham khảo

- [1] Quyết định số 201/QĐ-TTg, "Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030" của Thủ tướng Chính phủ ban hành ngày 22/01/2013.
- [2] Quyết định số 298/QĐ-TTg, Quy hoạch xây dựng vùng du lịch sinh thái Măng Đen và quy hoạch chung đô thị KonPlông, huyện KonPlông, tỉnh Kon Tum đến năm 2030", ngày 05/02/2013 của Thủ tướng Chính phủ.
- [3] Lê Dân và cộng sự (2014), Nghiên cứu thực trạng và đề xuất giải pháp đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm thu hút khách du lịch tại khu du lịch sinh thái Măng Đen, *Đề tài nghiên cứu khoa học cấp tỉnh*.
- [4] Dương Anh Hùng (2013), Ứng dụng mô hình holsat để đánh giá sự hài lòng của du khách nội địa tại khu du lịch sinh thái Măng Đen, tỉnh KonTum, *Luận văn cao học*, Đại học Đà Nẵng.
- [5] Võ Lê Hạnh Thi (2010), Ứng dụng mô hình holsat để đánh giá sự hài lòng của khách du lịch quốc tế tại một điểm đến: trường hợp thành phố Đà Nẵng, *Tuyển tập Báo cáo Hội nghị Sinh viên Nghiên cứu Khoa học lần thứ 7 Đại học Đà Nẵng*, Trang 87-93.
- [6] Thuy-Huong Truong, David Foster (2006), "Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destinations: The case of Australian holidaymakers in Vietnam", *Tourism Management*.
- [7] Truong, Thuy-Huong and Gebbie, Peter John (2007), "Market Segmentation of Australian Tourists in Vietnam: An Application of the HOLSAT Model. In: tourism management in the 21st

- Century". Chang, Peter R, ed. Nova Science Publishers, Hauppauge, New York, pp. 71-124. ISBN 9781600217104.
- [8] Tribe, J., & Snaith, T. (1998), "From SERVQUAL to HOLSAT: Holiday satisfaction in Varadero, Cuba", *Tourism Management*.
- [9] Sajad Ebrahimi Meimand, Zainab Khalifah and Hadi Ganjalikhan Hakemi (2013), "Expectation and Experience Gap for Japanese Travelers Visiting Malaysian Homestay, Utilizing Holiday Satisfaction Model", *Indian Journal of Science and Technology*, Vol 6(12), 5593–5599, December 2013.
- [10] Kozak M (2001), "Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities", *Tourism Management*, vol 22(4), 391–401, DOI: 10.1016/S0261-5177(00)00064-9.
- [11] Hasegawa H (2010), "Analyzing tourists' satisfaction: a multivariate ordered probit approach", *Tourism Management*, vol 31(1), 86–97, DOI: 10.1016/j.tourman.2009.01.008.
- [12] Korzay M, and Alvarez M D (2005), "Satisfaction and dissatisfaction of Japanese tourists in Turkey", *Anatolia*, vol 16(2), 176–193, DOI: 10.1080/13032917.2005.9687176.
- [13] Moutinho, L. (1987), "Consumer behavior in tourism", *European Journal of Marketing*, 21(10), 1–44.
- [14] Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1978), "Dimensions of tourism satisfaction with a destination are", *Annals of Tourism Research*, 5, 314–322.
- [15] Cadotte, E. R., Woodruff, R. B., & Jenkins, R. L. (1982), Norm and expectations predictions: How different are the measures? In H. K. Hunt, & R. L. Day (Eds.), *Proceedings of the seventh annual conference on consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior*, Bloomington, IN: Indiana University, School of Business.

(BBT nhận bài: 27/02/2014, phản biện xong: 17/03/2014)