

# MỨC ĐỘ HÀI LÒNG VÀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN SỬ DỤNG DỊCH VỤ DU LỊCH ĐÊM CỦA DU KHÁCH TẠI NHA TRANG, KHÁNH HÒA

NGUYỄN THỊ VÂN HẠNH, MAI THUẬN LỢI\*

**Tóm tắt:** Trong xu thế phát triển du lịch toàn cầu hiện nay, du lịch đêm đang trở thành một mô hình mới thúc đẩy và nâng cấp sự phát triển của các điểm đến. Là một điểm đến phát triển du lịch nổi tiếng của Việt Nam, Nha Trang cũng coi du lịch đêm như một phần quan trọng trong sự phát triển của toàn ngành du lịch. Thông qua phương pháp khảo sát thực địa và điều tra bằng bảng hỏi đối với 200 du khách tại các điểm hoạt động du lịch đêm ở Nha Trang, bài viết này đánh giá mức độ hài lòng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn sử dụng các sản phẩm, dịch vụ du lịch đêm của du khách tại Nha Trang, Khánh Hòa. Kết quả nghiên cứu cho thấy đa phần du khách thể hiện sự hài lòng đối với các dịch vụ, sản phẩm du lịch đêm tại Nha Trang cũng như có nhiều yếu tố tác động tới việc quyết định lựa chọn sử dụng các dịch vụ, sản phẩm du lịch đêm của du khách, đặc biệt là các yếu tố liên quan tới an ninh an toàn, chất lượng sản phẩm dịch vụ, cảnh quan và vệ sinh. Trên cơ sở các phát hiện, bài viết cũng đề xuất một số khuyến nghị nhằm góp phần phát triển và nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch đêm tại Nha Trang, Khánh Hòa.

**Từ khóa:** Du lịch đêm, mức độ hài lòng, dịch vụ du lịch, quyết định lựa chọn.

## LEVEL OF SATISFACTION AND SOME FACTORS AFFECTING THE DECISION TO CHOOSE NIGHT TOURISM SERVICES OF TOURISTS IN NHA TRANG, KHANH HOA PROVINCE

**Abstract:** In the current trend of global tourism development, night tourism is emerging as a new model that promotes and enhances the growth of destinations. As a renowned tourist destination in Vietnam, Nha Trang considers night tourism as an integral part of the overall tourism development. Through on-site surveys and questionnaires administered to 200 tourists at various nighttime tourism activities in Nha Trang, this paper assesses the satisfaction levels and factors influencing the decision-making process of tourists regarding the use of night

\* Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh  
Ngày nhận bài: 20/12/2023; Ngày phản biện: 05/01/2024; Ngày duyệt đăng: 29/02/2024

*tourism products and services in Nha Trang, Khanh Hoa. The research results indicate that the majority of tourists express satisfaction with the nighttime tourism services and products in Nha Trang. Various factors impact tourists' decisions, especially those related to safety and security, service quality, scenery, and hygiene. Based on these findings, the article also proposes recommendations to contribute to the development and improvement of the quality of night tourism products and services in Nha Trang, Khanh Hoa.*

**Keywords:** *Night tourism, satisfaction, tourist service, decision-making.*

## **1. Đặt vấn đề**

Trong xu thế phát triển du lịch toàn cầu hiện nay, du lịch đêm đang trở thành một mô hình mới thúc đẩy và nâng cấp sự phát triển của các điểm đến (Chen & Tong, 2020). Du lịch đêm có thể xem là một hoạt động kinh tế đêm quan trọng để tăng nguồn thu cho hoạt động kinh tế, tạo ra thêm nhiều việc làm theo quan điểm phát triển kinh tế đêm (Lin và cộng sự, 2021; Roberts, 2004). Du lịch đêm có thể dẫn đến phát triển kinh tế 24 giờ bằng cách tạo ra lượng tiêu dùng trong 24 giờ của khách du lịch (Guo và cộng sự, 2016), qua đó tạo ra một phổ thời gian rộng hơn để du khách có thể thỏa mãn các nhu cầu trải nghiệm đa dạng, từ đó kéo dài thời gian lưu trú và nâng mức chi tiêu, tăng doanh thu cho hoạt động du lịch tại điểm đến. Về mặt khái niệm, du lịch đêm là hình thức tham quan du lịch và sử dụng dịch vụ, sản phẩm du lịch diễn ra trong đêm, cụ thể, nó có thể được định nghĩa là bất kỳ loại hình du lịch nào hoạt động diễn ra từ 6 giờ chiều đến 6 giờ sáng hôm sau (Song và cộng sự, 2020).

Ở Việt Nam, mặc dù du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn được đặc biệt quan tâm thúc đẩy sự phát triển nhưng du lịch đêm chưa được nhắc tới nhiều trong thời gian qua. Chỉ từ khi Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 1129/QĐ-TTg ngày 27/7/2020 phê duyệt Đề án Phát triển Kinh tế Ban đêm vào năm 2020 thì du lịch đêm, theo đó, mới trở thành một mối quan tâm phổ biến, đặc biệt là của các tỉnh giàu tiềm năng phát triển du lịch.

Là một tỉnh thành phát triển du lịch nổi tiếng của Việt Nam, Khánh Hòa cũng coi du lịch đêm như một phần quan trọng trong sự phát triển của toàn ngành du lịch tỉnh. Sự phát triển của du lịch đêm đã đánh dấu một bước tiến quan trọng trong việc mở rộng cơ hội kinh doanh và tạo nguồn thu nhập cho các doanh nghiệp và người dân địa phương tại đây. Trong những năm gần đây, du lịch đêm tại Nha Trang đã phát triển nhanh chóng, với sự xuất hiện của nhiều quán bar, nhà hàng, hoạt động giải trí và dịch vụ khác phục vụ khách du lịch vào ban đêm. Tuy nhiên, để thành công trong lĩnh vực này, hiểu biết về mức độ hài lòng của du khách và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn sử dụng sản phẩm và dịch vụ du lịch đêm là vô cùng quan trọng.

Hiện nay, có nhiều nghiên cứu về du lịch và mức độ hài lòng của du khách, tuy nhiên, chúng tập trung chủ yếu vào du lịch ban ngày và ít quan tâm đến du lịch đêm, đặc biệt tại các

điểm đến biển như Nha Trang. Các nghiên cứu này cũng thường không tập trung vào các yếu tố cụ thể ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn sử dụng sản phẩm và dịch vụ du lịch đêm. Do đó, nhu cầu về nghiên cứu chuyên sâu về du lịch đêm tại Nha Trang vẫn còn rất lớn, đặc biệt từ góc độ sự hài lòng của du khách cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn các sản phẩm, dịch vụ du lịch đêm của họ.

Bài viết này nhằm mục đích đánh giá mức độ hài lòng của du khách khi sử dụng các dịch vụ du lịch đêm tại Nha Trang, cũng như xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của họ. Nghiên cứu này sẽ giúp cung cấp thông tin tham khảo cho các doanh nghiệp du lịch và các nhà quản lý điều hành ngành du lịch tại Khánh Hòa để tối ưu hóa sản phẩm và dịch vụ của họ, từ đó cải thiện trải nghiệm du lịch của du khách và thúc đẩy phát triển bền vững của du lịch đêm nói riêng và du lịch nói chung tại địa phương này.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

Ba phương pháp nghiên cứu chính được áp dụng trong nghiên cứu này bao gồm: phân tích tài liệu, khảo sát thực địa, và khảo sát bằng bảng hỏi.

Phương pháp phân tích tài liệu được sử dụng để thu thập thông tin về lịch sử và tình hình hiện tại của du lịch đêm tại Nha Trang, Khánh Hòa. Các tài liệu được tiếp cận và nghiên cứu bao gồm sách, báo cáo từ các đề tài, dự án nghiên cứu, bài báo khoa học, và văn bản và tài liệu thống kê từ các cơ quan chính quyền và du lịch địa phương. Phân tích tài liệu giúp xây dựng nền tảng thông tin để hiểu rõ hơn về bối cảnh du lịch đêm tại Nha Trang và xác định các yếu tố quan trọng cần nghiên cứu sâu hơn.

Khảo sát thực địa là một phương pháp quan trọng để thu thập dữ liệu trực tiếp từ điểm đến trong các nghiên cứu về du lịch. Các điểm đến du lịch đêm phổ biến tại Nha Trang như quảng trường biển, chợ đêm, phố đi bộ, nhà hát, công viên, các quán bar, nhà hàng, và các khu vực giải trí đã được lựa chọn để khảo sát trực tiếp. Trong quá trình này, nhóm nghiên cứu đã quan sát và ghi lại thông tin về các hoạt động du lịch đêm, cơ sở hạ tầng, các dịch vụ, và sự tham gia của du khách.

Phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi được sử dụng để thu thập dữ liệu từ du khách tham gia vào hoạt động du lịch đêm tại Nha Trang. Mẫu được chọn là mẫu thuận tiện, với sự tham gia của 200 du khách đã trải nghiệm du lịch đêm tại Nha Trang. Bảng hỏi được thiết kế để đo lường mức độ hài lòng của họ về các sản phẩm và dịch vụ du lịch đêm, cũng như để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của họ.

Nghiên cứu này có những hạn chế nhất định cần được ghi nhận bao gồm mẫu nghiên cứu (phi xác suất với dung lượng không lớn) cũng như mới chỉ là những đánh giá khái quát về mức độ hài lòng của du khách đối với một số yếu tố, hoạt động du lịch đêm và bước đầu tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn các hoạt động du lịch đêm của du khách mà chưa có những thông tin định tính sâu sắc, chi tiết hơn để làm rõ và đưa ra những lý giải cho những phát hiện định lượng.

### 3. Kết quả và bàn luận

#### 3.1. Mức độ hài lòng đối với hoạt động du lịch đêm của khách thể khảo sát

Đánh giá mức độ hài lòng của du khách đối với các điểm đến du lịch là một khía cạnh không thể bỏ qua trong lĩnh vực nghiên cứu về quản lý du lịch. Sự hài lòng của du khách đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy họ đưa ra quyết định quay trở lại điểm đến trong tương lai (Suhartanto & Triyuni, 2016). Sự hài lòng của du khách được xem xét trên nhiều góc độ khác nhau giúp hiểu rõ hơn về những khía cạnh mà du khách quan tâm và những điểm yếu cần được cải thiện để thúc đẩy lĩnh vực du lịch đêm tại Nha Trang phát triển mạnh mẽ và bền vững. Để khảo sát mức độ hài lòng của du khách đối với hoạt động du lịch đêm tại thành phố Nha Trang, dựa trên nghiên cứu của Chen & Tong (2020), nhóm tác giả đã sử dụng 7 tiêu chí đánh giá, bao gồm: chiếu sáng, ẩm thực, các hoạt động vui chơi giải trí, mua sắm, cơ sở hạ tầng, giao thông và hình ảnh tổng thể của điểm đến.

Bảng 1. Mức độ hài lòng của du khách đối với hoạt động du lịch đêm tại thành phố Nha Trang

Các yếu tố	GTNN	GTLN	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Chiếu sáng	1	5	3,92	0,837
Ẩm thực	1	5	3,93	0,839
Các hoạt động vui chơi giải trí	1	5	3,62	0,894
Mua sắm	1	5	3,51	0,796
Cơ sở hạ tầng	1	5	3,66	0,811
Giao thông	1	5	3,61	0,890
Hình ảnh tổng thể của điểm đến	1	5	3,78	0,815

Nguồn: Khảo sát năm 2023 của nhóm tác giả

Nhìn chung, kết quả nghiên cứu cho thấy du khách đều hài lòng đối với hoạt động du lịch đêm tại thành phố Nha Trang. Điểm số trung bình của các tiêu chí dao động từ 3,51 đến 3,93. Cụ thể, trong kết quả đánh giá, yếu tố “Ẩm thực” là một trong những yếu tố đạt được sự hài lòng của du khách nhất. Với điểm số trung bình đạt 3,93/5, ẩm thực tại điểm đến này đã nhận được đánh giá tích cực từ du khách. Ẩm thực đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra trải nghiệm độc đáo và gắn kết với văn hóa địa phương (Hoàng Thị Diệu Thuý, 2023). Nha Trang được biết đến với sự đa dạng trong ẩm thực địa phương, du khách có cơ hội thưởng thức nhiều món ăn như: Nem nướng, bún cá, bánh căn. Ngoài ra, Nha Trang còn nổi tiếng với các nhà hàng hải sản tập trung tại các trục đường như: đường Tháp Bà, đường Phạm Văn Đồng, phố ẩm thực Tô Hiến Thành và chợ đêm Nha Trang. Ẩm thực không chỉ bao gồm hoạt động ăn uống mà còn có các dịch vụ đi kèm. Nghiên cứu của Lê Chí Công & Đồng Xuân Đám (2016) đề cập đến 5 nhân tố tác động đến sự hài lòng của du khách đối với ẩm thực Nha Trang, bao gồm: (1) Nhân viên phục vụ ẩm thực; (2) Chất lượng ẩm thực; (3) Giá cả cảm nhận; (4) cơ sở vật chất và không gian tại quán; (5) Thông tin về ẩm thực và

nhà hàng. Có thể thấy, với bề dày phát triển du lịch, các cơ sở dịch vụ ăn uống ở Nha Trang có kinh nghiệm trong việc tiếp đón du khách trong và ngoài nước. Điều này có ý nghĩa lớn trong việc thu hút du khách, bởi ẩm thực đóng vai trò quan trọng trong việc thể hiện văn hóa và đặc trưng địa phương. Với mức độ hài lòng tương đối cao của du khách đối với yếu tố “Ẩm thực”, chính quyền địa phương và doanh nghiệp trong ngành du lịch cần tiếp tục đảm bảo chất lượng và đa dạng thực đơn, đồng thời thúc đẩy sự phát triển và quảng bá ẩm thực địa phương để thu hút cũng như duy trì sự quan tâm của du khách.

Ngược lại với “Ẩm thực”, yếu tố “Mua sắm” có điểm số trung bình thấp nhất trong kết quả khảo sát, với điểm trung bình 3,51/5, cho thấy hoạt động mua sắm đạt mức hài lòng nhưng không cao. Thấp hơn so với các yếu tố khác, yếu tố mua sắm có thể trở thành một điểm yếu cần được cải thiện để thúc đẩy sự hài lòng của du khách tại Nha Trang. Mua sắm những hàng hóa đặc trưng, đồ lưu niệm tại điểm du lịch cũng là mục đích của nhiều khách du lịch (Nguyễn Hải Quang & cộng sự, 2021). Ngoài ra, mua sắm còn giúp phát triển kinh tế địa phương và đã trở thành một trong những yếu tố quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế ở nhiều nước trên thế giới (Nguyễn Thị Ái Diễm, 2021), thúc đẩy sự phát triển bền vững của nền kinh tế đêm (Zhang & cộng sự, 2022).

Tại Nha Trang, có nhiều hệ thống siêu thị lớn đa dạng hàng hoá, trung tâm thương mại và các shophouse kinh doanh các mặt hàng đồ lưu niệm nhưng thời gian đóng cửa khá sớm, khoảng 22h. Điều này có thể là một trong những nguyên nhân làm giảm đi sự hài lòng của du khách khi tham gia vào hoạt động du lịch đêm. Bên cạnh đó, chợ đêm cũng là hình thức hoạt động du lịch đêm phổ biến và quan trọng (Lee & cộng sự, 2008), tuy nhiên chợ đêm Nha Trang có quy mô không lớn và chưa đa dạng trong sản phẩm, đặc biệt là ít sản phẩm đặc sản địa phương nên chưa đáp ứng nhu cầu đa dạng của các thị trường khách khác nhau. Mức độ hài lòng của du khách về hoạt động mua sắm có vai trò quan trọng trong việc xác định sự thành công của ngành du lịch đêm tại Nha Trang và việc tập trung vào cải thiện yếu tố này có thể góp phần tạo ra một trải nghiệm du lịch đêm thú vị và đáng nhớ cho du khách.

Yếu tố “các hoạt động vui chơi, giải trí” được đánh giá với điểm trung bình là 3,62/5, cho thấy mức độ hài lòng của du khách đối với các hoạt động giải trí về đêm tại Nha Trang đạt mức độ hài lòng nhưng chưa được đánh giá cao. Có thể thấy, hoạt động vui chơi giải trí tại Nha Trang hiện chưa đủ phong phú và hấp dẫn (Nguyễn Hữu Thái Thịnh & cộng sự, 2022).

Yếu tố “Chiếu sáng”, “Giao thông”, “Cơ sở hạ tầng” góp phần xây dựng cảnh quan và có thể tạo ra một cái nhìn tổng thể về môi trường đêm tại Nha Trang. Giao thông là một yếu tố quan trọng cơ bản trong du lịch, có thể bao gồm việc di chuyển tới điểm đến, cung cấp dịch vụ di chuyển và khả năng tiếp cận trong phạm vi điểm đến (Toth & David, 2010). Mức độ hài lòng của du khách đối với yếu tố này tại Nha Trang cho các hoạt động du lịch đêm là 3,61/5, tương đương mức hài lòng. Về cơ sở hạ tầng, do vấn đề nghiên cứu nên yếu tố chiếu sáng được tách ra hỏi riêng bởi đối với du lịch đêm thì đây là một yếu tố có tính đặc thù. Kết quả đánh giá của du khách, điểm trung bình của “Chiếu sáng” là 3,92, “Cơ sở hạ tầng” là 3,66.

Điều này cho thấy du khách khá hài lòng đối với chiếu sáng và tương đối cao hơn so với đánh giá về cơ sở hạ tầng nói chung.

Phân tích tương quan cho thấy có một số khác biệt nhất định đối với những nhóm du khách có đặc trưng nhân khẩu xã hội khác nhau, đặc biệt về độ tuổi và hình thức tổ chức chuyến đi. Cụ thể, độ tuổi càng cao càng có xu hướng giảm sự hài lòng đối với các hoạt động vui chơi, giải trí về đêm tại Nha Trang (các nhóm tuổi dưới 26; 26-45 và 45 trở lên lần lượt có điểm trung bình là 3,84; 3,55 và 3,39 với  $p=0,045$ ). Độ tuổi thường phản ánh sự khác biệt về sở thích và tiêu chí đánh giá trải nghiệm. Nhóm trẻ thường có xu hướng tìm kiếm những trải nghiệm mới mẻ, sôi động và đa dạng hơn, trong khi nhóm tuổi trung niên và người cao tuổi có thể ưu tiên những hoạt động phù hợp với sở thích và kỳ vọng riêng của họ. Đối với du lịch đêm, nhóm tuổi càng cao càng giảm nhu cầu đối với các hoạt động vui chơi giải trí vì lý do sức khỏe, sau một ngày hoạt động, điều mà nhóm khách này cần vào ban đêm thường là sự nghỉ ngơi, yên tĩnh hơn là các hoạt động sôi động. Ngoài ra, mối tương quan giữa hình thức đi du lịch và ẩm thực có sự khác biệt giữa nhóm khách đi tự túc và nhóm khách đi tour. Cụ thể, khách đi du lịch theo tour có mức độ hài lòng về ẩm thực cao hơn khách đi du lịch tự túc (4,12 so với 3,83;  $p=0,016$ ). Ngày nay, các công ty du lịch thường có kinh nghiệm và hiểu biết sâu sắc về ẩm thực địa phương. Họ thường lựa chọn các nhà hàng, quán ăn chất lượng để phục vụ khách du lịch. Do đó, khách đi du lịch theo tour có cơ hội thưởng thức các món ăn địa phương ngon miệng và an toàn. Ngược lại, nhóm khách đi du lịch tự túc có xu hướng hài lòng hơn về mua sắm so với nhóm khách theo tour (3,62 so với 3,32;  $p=0,006$ ). Khách du lịch tự túc có nhiều thời gian và có thể lựa chọn các địa điểm mua sắm phù hợp với sở thích và ngân sách của mình. Các nghiên cứu đi trước đã chỉ ra rằng giới tính và độ tuổi có ảnh hưởng đáng kể đến cảm nhận của du khách về hình ảnh điểm đến (Jönsson & Devonish, 2008). Trong nghiên cứu này, độ tuổi và hình thức tổ chức chuyến đi là hai yếu tố phản ánh sự khác biệt có ý nghĩa thống kê.

Tóm lại, kết quả nghiên cứu cho thấy khách du lịch đều tương đối hài lòng đối với các hoạt động du lịch đêm tại thành phố Nha Trang, với điểm trung bình từ 3,51 đến 3,93 trên thang điểm 5. Việc nâng cao mức độ hài lòng của khách du lịch đối với hoạt động du lịch đêm là rất quan trọng, góp phần thúc đẩy sự phát triển của du lịch đêm tại thành phố Nha Trang.

### ***3.2. Các yếu tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn sử dụng các sản phẩm, dịch vụ du lịch đêm tại Nha Trang***

Quyết định lựa chọn của người tiêu dùng nói chung là một chủ đề nghiên cứu thu hút nhiều sự quan tâm (Seyidov & Adomaitienė, 2017), lĩnh vực du lịch cũng không ngoại lệ. Có nhiều yếu tố chi phối việc lựa chọn một điểm đến nói chung và quyết định sử dụng các sản phẩm, dịch vụ du lịch đêm tại điểm đến nói riêng. Việc tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng này sẽ giúp hiểu rõ hơn về những quyết định lựa chọn của du khách, trên cơ sở đó cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch đêm, hướng tới đáp ứng các nhu cầu đa dạng và gia tăng sự hài lòng của du khách.

Bảng 2. Các yếu tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn sử dụng các sản phẩm, dịch vụ du lịch đêm tại Tp. Nha Trang.

Các yếu tố	GTNN	GTLN	Trung bình	Độ lệch chuẩn
An ninh, an toàn	1	5	4,50	0,919
Giá cả	1	5	4,28	0,896
Chất lượng	1	5	4,48	0,839
Sự thuận tiện, dễ tiếp cận	1	5	4,26	0,858
Hình thức, cảnh quan đẹp	1	5	4,36	0,832
Vệ sinh sạch sẽ	1	5	4,38	0,848
Sự phổ biến, nổi tiếng	1	5	3,87	0,991
Tính độc đáo	1	5	3,96	0,940
Tính bền vững, thân thiện môi trường	1	5	4,19	0,919
Tính địa phương, có lợi cho cộng đồng	1	5	4,09	0,886

Nguồn: Khảo sát năm 2023 của nhóm tác giả

Dựa trên nghiên cứu tài liệu và khảo sát thực tiễn, các yếu tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn sử dụng dịch vụ du lịch tại thành phố Nha Trang được xác định bao gồm: *an ninh, an toàn; giá cả; chất lượng; sự thuận tiện, dễ tiếp cận; hình thức, cảnh quan đẹp; vệ sinh sạch sẽ; sự phổ biến, nổi tiếng; tính độc đáo; tính bền vững, thân thiện môi trường; tính địa phương, có lợi cho cộng đồng.*

Kết quả khảo sát cho thấy các yếu tố có điểm số trung bình tương đối cao và có sự phân chia rõ rệt thành hai nhóm: Nhóm 1 bao gồm các yếu tố được đánh giá là “rất quan trọng” với điểm trung bình từ 4,26 đến 4,50 là *an ninh, an toàn; giá cả; chất lượng; sự thuận tiện, dễ tiếp cận; hình thức, cảnh quan đẹp; vệ sinh sạch sẽ*; Nhóm 2 chứa các yếu tố có điểm trung bình từ 3,87 đến 4,19 được coi là nhóm yếu tố “quan trọng”, bao gồm: *sự phổ biến, nổi tiếng; tính độc đáo; tính bền vững, thân thiện môi trường; tính địa phương, có lợi cho cộng đồng.* Có thể thấy, nhóm các yếu tố được đánh giá là *rất quan trọng* bao gồm những điều kiện khá cơ bản cho sự vận hành của hoạt động du lịch, tựa như những “điều kiện cần”, đồng thời theo Seyidov & Adomaitienė (2017), đây cũng chính là những yếu tố được nhiều tác giả đề cập tới khi mô tả, phân tích các đặc trưng, hợp phần của các điểm đến du lịch. Trong khi đó, nhóm các yếu tố được đánh giá là *quan trọng* lại bao gồm những yếu tố đáp ứng những nhu cầu cao hơn, tựa như “điều kiện đủ”.

Kết quả nghiên cứu thể hiện rằng yếu tố “an ninh, an toàn” đã được du khách đánh giá cao nhất trong bảng mô tả với điểm số trung bình là 4,5/5 điểm. Điều này thể hiện rõ sự ưu tiên hàng đầu của du khách đối với an ninh và an toàn cá nhân trong quá trình trải nghiệm du lịch đêm. Theo nghiên cứu của Zhang và đồng nghiệp (2022) an ninh được coi là một trong những yếu tố quan trọng đối với du khách khi họ đưa ra quyết định lựa chọn điểm đến du lịch. Đối với du lịch đêm, yếu tố này cũng được coi là quan trọng hàng đầu (Dhakad và cộng sự, 2021; Chenli, 2021).

Yếu tố “Chất lượng” và “Giá cả” cũng là những khía cạnh quan trọng hàng đầu trong số các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm du lịch đêm tại thành phố Nha Trang. Điểm số trung bình của “Chất lượng” là 4,48 và “Giá cả” là 4,28, cho thấy sự ưu tiên của du khách đối với chất lượng và giá cả trong quyết định lựa chọn sản phẩm và dịch vụ du lịch đêm. Du khách thường tìm kiếm sự cân bằng giữa việc có một trải nghiệm đêm chất lượng cao và giá cả phù hợp. Thành phố Nha Trang cần đảm bảo rằng cơ sở lưu trú, nhà hàng, và các hoạt động giải trí đêm đáp ứng tiêu chuẩn cao về chất lượng. Đồng thời, phải duy trì mức giá cạnh tranh trên thị trường. Sự kết hợp giữa “chất lượng” và “giá cả” có thể giúp thu hút và gia tăng sự hài lòng của du khách (Thái Văn Đại & Đặng Ngọc Như Quỳnh, 2019).

Ba yếu tố còn lại trong nhóm 1, gồm “sự thuận tiện, dễ tiếp cận”; “hình thức, cảnh quan đẹp” và “vệ sinh sạch sẽ” cũng đóng vai trò quan trọng trong quyết định của du khách khi lựa chọn điểm tham quan du lịch đêm. Sự thuận tiện, dễ tiếp cận đặc biệt quan trọng trong việc thu hút du khách, gắn liền với nó là yếu tố di chuyển, giao thông vốn được xem là một trong những điều kiện cơ bản cho sự tồn tại của du lịch (Toth & David, 2010). Du lịch đêm thường diễn ra trong khoảng thời gian giới hạn và “sự thuận tiện” giúp du khách tiếp cận điểm đến nhanh chóng, dễ dàng, tiết kiệm thời gian di chuyển và tăng thời gian, số lượng dịch vụ mà du khách có thể trải nghiệm. Thêm vào đó, cảnh quan đẹp là một yếu tố hấp dẫn, đặc biệt trong du lịch đêm, nơi mà du khách tìm kiếm trải nghiệm thị giác độc đáo (Adam & Andrew, 2019). Nghiên cứu của Li Qi (2021) đã chỉ ra quy hoạch cảnh quan không tốt trong lĩnh vực du lịch đêm sẽ tác động tiêu cực đến trải nghiệm của khách du lịch và gây ảnh hưởng đến sự phát triển của thị trường du lịch đêm. Do đó, cảnh quan đẹp vào ban đêm được xác định là một yếu tố quan trọng thu hút sự quan tâm của du khách.

Các yếu tố còn lại thuộc nhóm 2 như “sự phổ biến, nổi tiếng”; “tính độc đáo”; “tính bền vững, thân thiện môi trường”; “tính địa phương, có lợi cho cộng đồng” với điểm số trung bình lần lượt là 3,87 - 3,96 - 4,19 - 4,09 được coi là nhóm yếu tố quan trọng. Điểm số trung bình của mức độ phổ biến, nổi tiếng và tính độc đáo cho thấy 2 yếu tố này có sự quan trọng nhưng không nằm trong nhóm các yếu tố chi phối mạnh mẽ đến quyết định lựa chọn. Sự phổ biến và nổi tiếng có thể ảnh hưởng đến sự lựa chọn của du khách, nhưng không phải lúc nào cũng là yếu tố quyết định. Đơn cử chương trình biểu diễn nhạc nước vào ban đêm tại Vinwonder Nha Trang rất nổi tiếng, thu hút nhiều du khách. Nhưng không phải du khách nào khi đến Nha Trang cũng xem chương trình biểu diễn nhạc nước vì nhiều lý do như: chi phí vé tham quan cao, phương tiện di chuyển phức tạp ... Song song đó, điểm số trung bình của yếu tố bền vững, thân thiện với môi trường và tính địa phương, có ích cho cộng đồng lần lượt là 4,19 và 4,09. Điều này cho thấy hai yếu tố trên có tầm quan trọng cao đối với du khách. Ngày nay, du khách bắt đầu có sự quan tâm đến môi trường và chia sẻ lợi ích với người dân địa phương (Nguyễn Thị Thanh Nga, 2017). Nhận thức về bảo vệ môi trường và tương tác tích cực với cộng đồng địa phương đã trở nên ngày càng quan trọng đối với du khách. Không còn đơn thuần là việc tìm kiếm trải nghiệm du lịch cá nhân, du khách hiện đang đánh giá cao tác động của họ đến môi trường và cộng đồng địa phương. Sự quan tâm đối với môi



trường bao gồm việc tham gia vào các hoạt động du lịch bền vững, giảm thiểu tác động xấu đối với tự nhiên. Điều này thể hiện trách nhiệm xã hội của du khách và đồng thời tạo nên trải nghiệm du lịch tích cực hơn.

Phân tích tương quan giữa các yếu tố nhân khẩu xã hội không ghi nhận những khác biệt có ý nghĩa thống kê đối với các đặc điểm giới tính, nghề nghiệp, trình độ học vấn hay nơi sinh sống. Đối với yếu tố độ tuổi, kết quả nghiên cứu cho thấy có sự khác biệt nhất định giữa các nhóm tuổi khi đánh giá tầm quan trọng của yếu tố giá cả. Cụ thể, nhóm tuổi 26-45 có điểm trung bình cao nhất (4,40), trong khi nhóm dưới 26 và trên 45 có điểm trung bình lần lượt là 4,04 và 4,35 ( $p=0,034$ ). Điều này cho thấy nhóm tuổi 26-45 có sự ưu tiên cao hơn đối với yếu tố giá cả so với nhóm tuổi khác. Trong nghiên cứu của Seyidov & Adomaitienė, (2017), độ tuổi cũng là một yếu tố được nhắc tới khi bàn về các yếu tố tâm lý xã hội cá nhân ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn của du khách. Ngoài ra, hình thức tổ chức chuyến đi tạo ra sự khác biệt trong đánh giá tầm quan trọng đối với các yếu tố an ninh an toàn; giá cả; chất lượng; cách tiếp cận và hình thức, cảnh quan (với hệ số p dao động từ 0,000 đến 0,044) theo hướng du khách đi tour đánh giá tầm quan trọng của các yếu tố này cao hơn so với du khách đi tự túc.

Ra quyết định là quá trình nhận biết và lựa chọn trong số các giải pháp sẵn có cho một vấn đề tùy theo yêu cầu của hoàn cảnh. Quá trình ra quyết định của du khách chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố có thể thay đổi khác nhau, tùy thuộc vào sự ảnh hưởng của nhu cầu và thói quen du lịch cũng như ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài (Seyidov & Adomaitienė, 2017). Kết quả nghiên cứu này cung cấp cái nhìn sâu hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ du lịch đêm tại thành phố Nha Trang. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong muốn của du khách mà còn cho phép họ tối ưu hóa trải nghiệm hoạt động du lịch đêm dựa trên các yếu tố này.

#### 4. Kết luận và khuyến nghị

Bài viết này đánh giá mức độ hài lòng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn sử dụng dịch vụ du lịch đêm của du khách tại Nha Trang, Khánh Hòa. Kết quả nghiên cứu cho thấy đa phần du khách thể hiện sự hài lòng đối với các dịch vụ du lịch đêm tại Nha Trang cũng như có nhiều yếu tố tác động tới việc quyết định lựa chọn sử dụng các dịch vụ du lịch đêm của du khách, đặc biệt là các yếu tố liên quan tới an ninh an toàn, chất lượng sản phẩm dịch vụ, cảnh quan và vệ sinh. Một số khác biệt liên quan đến độ tuổi và hình thức tổ chức chuyến đi đã được ghi nhận.

Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số đề xuất dưới đây được đưa ra nhằm hướng tới việc phát triển du lịch đêm tại Nha Trang theo hướng bền vững, đáp ứng nhu cầu của du khách và tạo lợi ích cho các bên liên quan:

- Luôn chú trọng và tăng cường yếu tố an ninh, an toàn để tạo ra môi trường thuận lợi cho du khách. Việc này sẽ tăng cường lòng tin và sự hài lòng của du khách, đặc biệt là tại các khu vực du lịch đêm.

- Cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch đêm để đáp ứng mong đợi của du khách. Điều này bao gồm việc đào tạo nhân viên, cải thiện tiêu chuẩn về vệ sinh và cung cấp trải nghiệm du lịch đêm độc đáo và chất lượng.

- Đầu tư thiết kế và phát triển cảnh quan cũng như chăm lo yếu tố vệ sinh tại các điểm du lịch đêm. Môi trường sạch sẽ và hấp dẫn có thể tạo ra ấn tượng tích cực và kích thích sự quay trở lại của du khách.

- Phân loại và tùy chọn dịch vụ trên cơ sở hiểu rõ sự khác biệt trong nhu cầu của các đối tượng khách hàng khác nhau. Cung cấp các lựa chọn dịch vụ đa dạng để đáp ứng nhu cầu đặc biệt của từng nhóm khách.

- Tăng cường tiếp thị và quảng bá để tăng cường nhận thức và thu hút du khách đến với du lịch đêm ở Nha Trang. Sử dụng các phương tiện truyền thông và kênh truyền thông hiệu quả để quảng bá những trải nghiệm độc đáo mà thành phố cung cấp vào buổi tối.

- Nghiên cứu, nắm bắt và đáp ứng xu hướng thị trường, điều chỉnh sản phẩm và dịch vụ dựa trên những thay đổi và nhu cầu đa dạng. Điều này có thể bao gồm cả việc tích hợp công nghệ mới và các trải nghiệm du lịch độc đáo.

## Tài liệu tham khảo

Adam Eldridge & cộng sự (2019). Tourism and the night: towards a broader understanding of nocturnal city destinations. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*.

Chen, G. & Tong, B. (2020). Research on Perceived Image of Beijing Night Tourism Based on Fuzzy Comprehensive Evaluation, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 517, Proceedings of the 6th Annual International Conference on Social Science and Contemporary Humanity Development (SSCHD 2020), Atlantis Press, pp. 748-752

Chenli (2021). Research on Promoting Night Tourism and Night Economic Development in Guilin City. *E3S Web of Conferences*.

Dhakad, S., Maheshwari, R., Bindal, A. & Goya, A. (2019). Night tourism. Available from: <https://www.academia.edu/36911163/NightTourism>

Guo, Q., Lin, M., Meng, J. H., & Zhao, J. L. (2016). A Study of Night Tourism Based on the Tourist Perceived Value: Focused on Zigong Lantern Festival. *Journal of Product Research*, 34(6), 105–113. <https://doi.org/10.36345/KACST.2016.34.6.012>

Hoàng Thị Diệu Thuý (2023). Tác động của các yếu tố kéo và đẩy đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa về ẩm thực Huế. *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, 59(2), tr. 253-262.

Jönsson C. & Devonish D. (2008) Does Nationality, Gender, and Age Affect Travel Motivation? a Case of Visitors to The Caribbean Island of Barbados, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25:3-4, 398-408, DOI: 10.1080/10548400802508499

Lê Chí Công & Đồng Xuân Đám (2016). Nghiên cứu ảnh hưởng của ẩm thực địa phương đến sự hài lòng của du khách: Trường hợp khách du lịch quốc tế đến du lịch biển tại Nha Trang. *Tạp chí kinh tế và phát triển*, 224(2), tr. 88-99.

- Lee, et al. (2008). Night market experience and image of temporary residents and foreign visitors, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* Vol. 2 No. 3, 2008 pp. 217-233
- Li Qi (2021). Research on the Innovation Strategy of Beijing Night Culture Tourist Area Based on Tourist Survey. *E3S Web of Conferences* 253, 01014.
- Lin, V. S., Qin, Y., Ying, T., Shen, S., & Lyu, G. (2021). Night-time economy vitality index: Framework and evidence: <https://doi.org/10.1177/13548166211042970>, 0(0), 1–27. <https://doi.org/10.1177/13548166211042970>
- Nguyễn Hải Quang, Lê Thi Hà My & Lê Hữu (2021). Tác động của chuỗi cung ứng du lịch đến chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành và sự hài lòng của khách du lịch: bằng chứng từ đánh giá của khách du lịch nội địa ở Việt Nam. *Tạp chí kinh tế và phát triển*, 297(3), tr. 31-40.
- Nguyễn Hữu Thái Thịnh & Nguyễn Thị Hồng Gám (2022). Phát triển kinh tế đêm tại Thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa. *Tạp chí Công thương điện tử*. Lấy tại: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/phan-tien-kinh-te-dem-tai-thanh-pho-nha-trang-tinh-khanh-hoa-99696.htm>
- Nguyễn Thị Ái Diễm và Huỳnh Lý Thùy Linh (2021). Phát triển du lịch mua sắm tại thành phố Đà Nẵng. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Duy Tân*, 46(5), tr.24-33.
- Nguyễn Thị Thanh Nga (2017). Nghiên cứu nhận thức của khách du lịch về du lịch có trách nhiệm tại Thành phố Huế. *Kỷ yếu Hội thảo quốc tế “Phát triển Du lịch bền vững ở miền Trung Việt Nam và Asean”*.
- Roberts, M. (2004). Good practice in managing the evening and late night economy: a literature review from an environmental perspective. [www.odpm.gov.uk](http://www.odpm.gov.uk)
- Seyidov, J. & Adomaitienė, R. (trans.) (2017). Factors influencing local tourists’ decision-making on choosing a destination: a case of Azerbaijan, *Ekonomika*, 95(3), pp. 112–127. doi:10.15388/Ekon.2016.3.10332.
- Song, H., Kim, M., & Park, C. (2020). Temporal Distribution as a Solution for Over-Tourism in Night Tourism: The Case of Suwon Hwaseong in South Korea. *Sustainability*, 12(6), 2182. <https://doi.org/10.3390/SU12062182>
- Suhartanto, D & Triyuni (2016). Tourist loyalty toward shopping destination: the role of shopping satisfaction and destination image. *European Journal of Tourism Research*.
- Thái Văn Đại và Đặng Ngọc Như Quỳnh (2019). Nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại khu du lịch sinh thái Xẻo Quýt, tỉnh Đồng Tháp. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Đồng Tháp*, 41(12), tr. 33-41.
- Thủ tướng Chính phủ (2020). Quyết định số 1129/QĐ-TTg Phê duyệt Đề án Phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam.
- Toth & David (2010). Tourism and accessibility: An integrated approach. *Applied Geography* (2010), doi:10.1016/j.apgeog.2010.01.008.
- Zhang, R. et al. (2022). Research on the Sustainable Development of Urban Night Tourism Economy: A Case Study of Shenzhen City, *Frontiers in sustainable cities*, Vol 4, April 2022.