

Các yếu tố ảnh hưởng chất lượng dịch vụ thuộc lĩnh vực Spa tại TP. Hồ Chí Minh

LÝ ĐAN THANH¹ & LÂM TRƯƠNG HÒA TIẾN²

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP.HCM

Nhận bài: 05/01/2021 – Duyệt đăng: 26/02/2021

Tóm tắt:

Nhiều nghiên cứu về chất lượng phục vụ khách hàng đã được thực hiện trên thế giới bởi những lợi ích thiết thực mà kết quả nghiên cứu mang lại. Tuy nhiên ngành công nghiệp Spa tại Việt Nam được xem là ngành còn “khá non trẻ” và các nghiên cứu về ngành này vẫn còn hạn chế. Do đó, tác giả đã nghiên cứu đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ khách hàng thuộc lĩnh vực Spa tại TP.HCM. Nghiên cứu được thực hiện trên 151 khách hàng thông qua phỏng vấn Web-based online và phỏng vấn trực tiếp tại các “Day Spa” và “Hotel & Resort Spa” trên địa bàn TP.HCM và sau đó, phân tích dữ liệu EFA và hồi quy tuyến tính bằng phần mềm SPSS. Kết quả nghiên cứu cho thấy ba yếu tố chính: Không gian, Thái độ phục vụ và Chiêu thị và Giá cả dịch vụ có ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ khách hàng trong lĩnh vực Spa.

Từ khóa: Không gian, thái độ phục vụ, chiêu thị, giá cả.

Abstract:

There are many researches on customer service quality that have been done in the world because of the practical benefits that research brings. However, in Spa industry in Vietnam is still “relatively young” and researches in this industry remain limited. Therefore, the authors have conducted the research and suggested a model of factors affecting customer service quality in the field of Spa in Hochiminh City. The research was conducted on 151 customers through Web-based online interviews and face-to-face interviews at “Day Spas” and “Hotel & Resort Spa” in Ho Chi Minh City. Next, the authors obtain EFA analysis and regressions by SPSS software. The findings show that three main factors affecting customer service quality in the field of Spa are Space, Service attitude and promotion and Price.

Keywords: Space, service attitude, promotion, price.