

Tác động của CSR đến sự hài lòng của khách hàng: Nghiên cứu các khách sạn 4 & 5 sao tại TP. Hồ Chí Minh

NGUYỄN QUYẾT THẮNG *, ĐỖ THỊ NINH & HOÀNG PHÓ TRÌNH

Trường Đại học Công nghệ TP.HCM

Nhận bài: 08/11/2022 - Duyệt đăng: 15/02/2023

(*) Liên hệ: nq.thang@hutech.edu.vn - ĐT: 0903019036

Tóm tắt:

Nghiên cứu này được thực hiện với mục tiêu xác định các thành phần của trách nhiệm xã hội tác động đến sự hài lòng của khách hàng về các khách sạn 4 & 5 sao tại TP.HCM. Nghiên cứu kết hợp hai phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, thông qua việc đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy đa biến. Điểm mới của nghiên cứu là xác định được trách nhiệm về sự từ thiện tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng về các khách sạn 4 & 5 sao tại TP.HCM. Trên cơ sở nghiên cứu, tác giả đưa ra hàm ý quản trị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng và nâng cao trách nhiệm xã hội của các khách sạn 4 & 5 sao tại TP.HCM.

Từ khóa: Khách sạn, sự hài lòng, trách nhiệm xã hội CSR.

Abstract:

The objective of this study was to assess and validate the impact of the components of corporate social responsibility (CSR) on customer satisfaction at 4 & 5 star hotels in Ho Chi Minh City. The study employed both qualitative and quantitative research methods to complete a questionnaire survey and identify the relationship between the components of CSR and customer satisfaction. The major finding of the study revealed that philanthropic responsibility has a strong, positive, and significant impact on customer satisfaction. The study also suggested managerial implications for enhancing CSR and customer satisfaction at 4 & 5 star hotels in Ho Chi Minh City.

Keywords: Corporate social responsibility, hotel, satisfaction.