

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Luu Thanh Đức Hải¹

ABSTRACT

Being rich in natural resources, Can Tho city is also well-equipped with the most modern infrastructure and technology. In addition to its economic, cultural and financial central position in the Mekong Delta. Can Tho city has full conditions for tourist development. Nevertheless, Can Tho is currently not exploiting those full tourist potentials, and tourist services do not completely meet both domestic and international tourists' satisfaction.

This study was carried out to evaluate the current tourist industry's business activities in Can Tho city, to analyze both objective and subjective factors that contributed to tourist quality. This study also aimed to determine tourist development tendency for Can Tho city based on which some measure for tourist service improvement in the city in the coming years were suggested.

In order to determine which factors had the most contribution to tourists' satisfaction, this study used factor analysis method and confirmed that there were five groups such as service provision ability, infrastructure, typical locality, safety, and labor sources being all influence tourists' satisfaction.

Keywords: *Tourist quality, Domestic and international tourists' satisfaction, Factor Analysis*

Title: *Solutions to improve the service quality of tourism in Can Tho city*

TÓM TẮT

Thành phố Cần Thơ là nơi có nhiều tài nguyên thiên nhiên kết hợp với cơ sở hạ tầng, kỹ thuật hiện đại. Ngoài ra với vị trí trung tâm kinh tế, văn hóa, tài chính của cả vùng ĐBSCL thì Thành phố Cần Thơ hoàn toàn hội đủ các điều kiện để phát triển du lịch. Tuy nhiên hiện nay Cần Thơ vẫn chưa khai thác hết những tiềm năng du lịch hiện có và các dịch vụ du lịch tại đây vẫn chưa thật sự làm hài lòng du khách trong và ngoài nước.

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh du lịch và chất lượng dịch vụ du lịch của Thành phố Cần Thơ trong thời gian qua; phân tích các yếu tố khách quan và chủ quan ảnh hưởng đến chất lượng du lịch. Nghiên cứu này cũng hướng đến xác định xu hướng phát triển du lịch tại Cần thơ qua đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch trên địa bàn trong thời gian tới.

Để xác định cụ thể các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách, nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích nhân tố. Kết quả đã xác định có 5 nhóm nhân tố bao gồm: khả năng cung cấp dịch vụ; cơ sở vật chất, đặc thù của địa phương, sự an toàn và yếu tố nhân lực ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ.

Từ khóa: *Chất lượng du lịch, Sự hài lòng của du khách trong nước và quốc tế, Phân tích nhân tố*

¹ Khoa Kinh tế - QTKD, Trường Đại học Cần Thơ

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Là thành phố trực thuộc Trung ương được thành lập vào đầu năm 2004, thành phố Cần Thơ trải dài 65km bên bờ sông Hậu hiền hòa, với diện tích 138.900 ha, dân số gần 1.200.000 người. Là thành phố trẻ, nằm ở vị trí trung tâm đồng bằng sông Cửu Long, Cần Thơ có vai trò đầu mối giao thông vận tải của vùng ĐBSCL đến thành phố Hồ Chí Minh và quốc tế. Cần Thơ trước đây là thủ phủ của miền Tây Nam Bộ nên còn có tên gọi là Tây Đô – Nơi đô hội nhất của vùng châu thổ đồng bằng – Đây là vùng đất mới giàu tiềm năng phát triển du lịch, nhất là du lịch sông nước miệt vườn, du lịch gắn với hội nghị, hội thảo, khen thưởng, triển lãm (MICE), du lịch khám phá văn hóa dân tộc và văn minh nông nghiệp...Con người Tây Đô trước đây và Cần Thơ ngày nay luôn chân chất hiền hòa, giàu lòng mến khách đang sẵn sàng chào đón và làm hài lòng du khách gần xa.

Từ khi thành lập đến nay, tình hình phát triển kinh tế - xã hội của thành phố Cần Thơ nói chung và du lịch nói riêng đã phát triển khá nhanh và đạt thành tựu quan trọng. Tuy nhiên, tốc độ phát triển trong thời gian qua chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của một đô thị vùng đồng bằng sông Cửu Long.

Sự phát triển của ngành du lịch những năm vừa qua đã tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển kinh tế - xã hội của thành phố Cần Thơ. Ngành du lịch không những mang lại những lợi ích kinh tế to lớn mà còn mang lại hiệu quả xã hội cho địa phương.

Lâu nay hiệu quả kinh doanh của ngành du lịch thường được đánh giá dựa trên lượng du khách gia tăng, mà chưa chú ý đánh giá đúng mức việc tăng chất lượng dịch vụ - yếu tố quan trọng nhất giúp ngành du lịch phát triển bền vững và đạt được doanh thu cao. Thực trạng cho thấy chất lượng dịch vụ du lịch trên địa bàn còn nhiều bất cập, dẫn đến số lượng du khách có ý định trở lại lần thứ hai rất ít, mức độ hài lòng của du khách chưa cao. Điều này ảnh hưởng không tốt đến sự phát triển ngành du lịch thành phố trong tương lai. Du lịch Cần Thơ còn nhiều mặt hạn chế và thách thức cần khắc phục, đặc biệt là vấn đề nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch để phát triển nhanh và bền vững.

Xuất phát từ lý do trên, việc tiến hành nghiên cứu chuyên đề “***Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch tại Thành phố Cần Thơ***” là hết sức cần thiết và có ý nghĩa trong thực tế.

2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU, ĐỐI TƯỢNG VÀ ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU

Chuyên đề nhằm hướng đến giải quyết một số mục tiêu cụ thể sau đây:

- (1) Đánh giá thực trạng hoạt động du lịch Thành phố Cần Thơ.
- (2) Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng du lịch tại Thành phố Cần Thơ.
- (3) Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng du lịch trong thời gian tới

Đối tượng mà chuyên đề tập trung tiếp cận để thực hiện nghiên cứu là du khách quốc tế, du khách nội địa đến tham quan du lịch và các tổ chức, đơn vị kinh doanh du lịch tại Thành phố Cần Thơ.

Chuyên đề được thực hiện trên địa bàn thành phố Cần Thơ, tại các khu vui chơi giải trí, khu du lịch, các địa điểm lưu trú. Số liệu thu thập và phân tích thuộc giai đoạn 2007 – 2011.

3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Số liệu sơ cấp thu được bằng cách phỏng vấn trực tiếp 350 du khách đến tham quan Thành phố Cần Thơ theo phương pháp ngẫu nhiên phân tầng theo địa bàn các Quận, Huyện.

Phương pháp thống kê mô, phân tích tần số, phân tích bảng chéo được sử dụng để phân tích thực trạng hoạt động du lịch Thành phố Cần Thơ.

Để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng du lịch tại Thành phố Cần Thơ thì chuyên đề sử dụng phương pháp phân tích nhân tố. Từ kết quả phân tích các đặc điểm tác động đến du khách và các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách trong và ngoài nước chuyên đề đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng du lịch.

4 THỰC TRẠNG DU LỊCH THÀNH PHỐ CẦN THƠ TRONG THỜI GIAN QUA

Trong những năm qua, hòa cùng sự phát triển chung của cả nước, du lịch của TP. Cần Thơ đã có những bước phát triển nhất định, đạt được những thành quả bước đầu đáng khích lệ. Lượng khách đến đây ngày một đông và từ nhiều quốc gia trên thế giới. Cách thức, loại hình du lịch và các hoạt động vui chơi giải trí mà du khách lựa chọn rất phong phú. Thành phố đang từng bước trở thành trung tâm của khu vực ĐBSCL và chính ngành Công nghiệp không khói này đã mang lại nguồn thu khá lớn cho ngân sách địa phương.

Kết quả ở bảng 1 cho thấy lượng khách du lịch đến Cần Thơ tăng liên tục qua các năm. Tuy nhiên, đến năm 2009 lượng du khách giảm 11% so với 2008. Thành phố Cần Thơ là chủ nhà đăng cai tổ chức năm du lịch quốc gia vào năm 2008 nên lượng khách đến Thành phố Cần Thơ khá cao, toàn ngành đã phục vụ 817.250 lượt khách, tăng 17,9% so với năm 2007. Tuy nhiên, lượng khách quốc tế đến Cần Thơ chỉ chiếm 4,13% tổng số khách quốc tế đến Việt Nam (4.235.792 lượt khách). Điều này chứng tỏ ngành du lịch TP. Cần Thơ dù đã có rất nhiều cố gắng nhưng vẫn chưa tạo được hấp lực đối với du khách, chưa có những sản phẩm du lịch độc đáo mang sắc thái riêng của địa phương.

Vào năm 2009, mặc dù TP. Cần Thơ đã được Chính phủ chọn là nơi đăng cai tổ chức nhiều sự kiện mang tầm quốc gia và quốc tế như: Bế mạc năm du lịch quốc gia 2008; Tổng kết 5 năm TP. Cần Thơ trở thành Thành phố trực thuộc Trung ương và được Chính phủ công nhận là đô thị loại 1; Hội nghị về biến đổi khí hậu; Những ngày văn hóa Mêkông – Nhật Bản..., nhưng lượng khách lưu trú giảm 11,47% so với năm 2008.

Bảng 1: Tỷ trọng khách đến Thành Phố Cần Thơ năm 2006 - 2010

Tiêu chí	ĐVT	2006	2007	2008	2009	2010
Tổng số khách	Khách	543.650	693.055	817.250	723.528	880.252
Du khách quốc tế	Khách	121.221	155.735	175.094	150.300	163.835
Tỷ trọng so với tổng	%	22,3	22,47	21,42	20,77	18,61
Du khách nội địa	Khách	422.429	537.320	642.156	573.228	716.417
Tỷ trọng so với tổng	%	77,7	77,53	78,58	79,23	81,39

Nguồn: Sở Văn hóa – Thể thao - Du lịch Thành phố Cần Thơ, 2010

Lý do là vì trong những năm qua, ngành du lịch của Việt Nam nói chung và của TP. Cần Thơ nói riêng phải đối mặt với những khó khăn, thách thức chưa từng có: Cuộc khủng hoảng tài chính dẫn đến suy thoái kinh tế xảy ra trên phạm vi toàn cầu; Nguy cơ chiến tranh và khủng bố tại một số khu vực gây nên tình trạng bất ổn và tâm lý lo ngại; Tình hình phát triển kinh tế - xã hội cũng gặp nhiều khó khăn; Thị trường tài chính, tiền tệ có nhiều biến động; Dịch bệnh lan nhanh trên diện rộng chưa được khắc phục triệt để, thiên tai xảy ra nhiều nơi ... Những diễn biến bất lợi trên đã ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động du lịch của Việt Nam nói chung và của TP. Cần Thơ nói riêng. Đến năm 2010 lượng khách tăng 22% so với năm 2009 vì thành phố có nhiều sự kiện quốc tế và quốc gia: Festival Thủy sản Việt Nam, lễ khánh thành Cầu Cần Thơ, đại hội đại biểu các dân tộc thiểu số Việt Nam cấp thành phố lần thứ I... và những diễn biến tích cực trong tình hình kinh tế - xã hội.

Nếu so với các tỉnh khác trong vùng ĐBSCL thì số lượng du khách đến du lịch tại thành phố Cần Thơ không thật sự nhiều. Cụ thể theo Bảng 2 ta thấy lượng khách du lịch từ năm 2006 – 2010 của Cần Thơ chỉ cao hơn một số tỉnh như Cà Mau và Bến Tre, còn so với Kiên Giang, An Giang thì lượng khách chênh lệch khá lớn. Từ đó cho ta thấy rằng ngành du lịch của địa phương đang chưa thật sự phát triển so với các tỉnh trong vùng ĐBSCL.

Bảng 2: Hiện trạng khách du lịch một số tỉnh ĐBSCL

Đơn vị tính: Ngàn lượt khách

Tỉnh	2006	2007	2008	2009	2010
Kiên Giang	2.561,0	3.131,2	3.308,9	3.853,7	4.335,9
An Giang	4.100,0	4.069,6	4.710,4	4.765,0	4.980,0
Cần Thơ	543,6	693,0	817,2	723,5	880,2
Cà Mau	459,5	560,0	670,5	750,0	569,0
Bến Tre	345,2	377,0	415,2	458,2	505,1

Nguồn: Sở VH, TT & DL các tỉnh ĐBSCL

Thị trường du khách quốc tế trọng điểm của du lịch TP. Cần Thơ chủ yếu là thị trường Tây Âu và các quốc gia ASEAN. Đây là những thị trường chiếm tỷ trọng cao trong số các thị trường quốc tế, nhất là đối với khách Pháp, hàng năm khách Pháp vẫn chiếm tỷ trọng cao nhất và tương đối đều qua các năm. Tuy nhiên, nếu không có sự đổi mới thì trong tương lai ngành du lịch TP. Cần Thơ sẽ không giữ chân được thị trường du khách này và hấp dẫn các thị trường khác.

Bên cạnh thị trường quốc tế, thì thị trường du khách nội địa là một bộ phận không thể không kể đến trong việc mang về một nguồn doanh thu lớn cho ngành du lịch của Thành phố. Thực trạng thị trường du khách nội địa đến TP. Cần Thơ trong những năm gần đây tăng cao, nhất là trong năm 2010 tăng 143.189 lượt (24,98%) so với 2009. Đây là điều đáng mừng cho ngành du lịch của địa phương, sở dĩ lượng khách nội địa tăng là do TP. Cần Thơ đã phát triển một số khu, điểm du lịch mới phù hợp với thị hiếu của khách nội địa và TP. Cần Thơ đã tổ chức nhiều lễ hội và thu hút đông đảo du khách từ nhiều nơi đến tham gia như: khánh thành Cầu Cần Thơ, Festival Thủy sản Việt Nam... Đó không chỉ đơn thuần là một thành công về mặt con số. Ngành du lịch đất Tây Đô đã thực sự tạo được vị thế cho địa phương.

Song song với sự gia tăng về lượng du khách thì doanh thu du lịch của TP. Cần Thơ cũng tăng qua các năm. Năm 2010, kinh tế mặc dù đang phục hồi sau khủng hoảng tài chính toàn cầu và có những chuyển biến tích cực, song nhìn chung chưa thực sự ổn định và còn nhiều tiềm ẩn nhiều yếu tố bất lợi tác động đến kinh tế nhưng TP. Cần Thơ vẫn giữ được vị thế và sự tăng trưởng mạnh, điều này chứng tỏ ngành du lịch TP. Cần Thơ đã nỗ lực rất nhiều để tạo nên một thế đứng vững vàng cho mảnh đất Tây Đô giàu tiềm năng.

Tổng doanh thu du lịch của TP. Cần Thơ tăng đều qua các năm. Năm 2010, tổng doanh thu của ngành du lịch đạt gần 650 tỷ đồng, tăng 28% (tăng hơn 140 tỷ) so với năm 2009. Nhiều doanh nghiệp du lịch kinh doanh có lãi trong tình hình có nhiều khó khăn, là một thắng lợi của ngành. Nguyên nhân chủ yếu là do các doanh nghiệp du lịch nhạy bén, có biện pháp ứng phó linh hoạt với tình hình. Bên cạnh đó năm 2010 TP. Cần Thơ khánh thành Cầu Cần Thơ – cầu dây văng dài nhất Đông Nam Á và cũng là năm thành phố được vinh dự đăng cai tổ chức Festival Thủy Sản Việt Nam.

Nhìn chung, doanh thu các loại hình dịch vụ cũng tăng đều qua các năm. Sở dĩ doanh thu du lịch TP. Cần Thơ mỗi năm đều có sự thay đổi theo hướng tăng dần là do những năm qua du lịch TP. Cần Thơ đã có những đổi mới cả về lượng và chất, đã xây dựng nhiều công trình cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, tuyên điểm du lịch để phục vụ nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách.

Bảng 3: Doanh thu hoạt động du lịch Thành phố Cần Thơ năm 2006-2010

ĐVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	2006	2007	2008	2009	2010
1. Tổng doanh thu	270.980	365.090	455.198	507.938	649.527
- Từ khách quốc tế	60.089	70.271	91.840	93.634	90.761
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>22,17</i>	<i>19,25</i>	<i>20,18</i>	<i>18,43</i>	<i>13,97</i>
- Từ khách nội địa	210.891	294.819	363.358	414.304	558.766
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>77,83</i>	<i>80,75</i>	<i>79,82</i>	<i>81,57</i>	<i>86,03</i>
2. Cơ cấu doanh thu					
Lưu trú	95.842	140.175	160.855	176.317	225.628
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>35,37</i>	<i>38,40</i>	<i>35,33</i>	<i>34,71</i>	<i>34,74</i>
Ăn uống	104.862	118.560	177.450	187.199	232.499
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>38,7</i>	<i>32,47</i>	<i>38,99</i>	<i>36,85</i>	<i>35,8</i>
Hàng hóa	16.629	27.253	8.829	32.335	46.054
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>6,14</i>	<i>7,47</i>	<i>2,00</i>	<i>6,37</i>	<i>7,1</i>
Lữ hành	23.390	42.060	51.300	74.098	96.318
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>8,63</i>	<i>11,52</i>	<i>11,27</i>	<i>14,59</i>	<i>14,83</i>
Vui chơi – giải trí	3.481	5.245	8.634	2.618	3.063
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>1,28</i>	<i>1,44</i>	<i>1,90</i>	<i>0,52</i>	<i>0,47</i>
DT khác	23.776	31.797	48.130	35.371	45.965
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>9,88</i>	<i>8,7</i>	<i>10,51</i>	<i>6,96</i>	<i>7,06</i>

Nguồn: Sở Văn hóa – Thể thao – Du lịch Thành phố Cần Thơ, 2010

Theo số liệu thống kê của Sở Văn hóa – Thể thao – Du lịch Cần Thơ thì tính đến tháng 03 năm 2011, trên địa bàn TP. Cần Thơ có 186 cơ sở lưu trú, trong đó có 176 cơ sở đã hoạt động gồm 3 khách sạn 4 sao, 7 khách sạn 3 sao, 20 khách sạn 2 sao và 16 khách sạn 1 sao, 77 khách sạn đạt tiêu chuẩn du lịch, 53 cơ sở chưa xếp hạng. Hệ thống khách sạn của thành phố Cần Thơ ngày càng gia tăng cả về số

lượng và chất lượng. Tuy nhiên, TP.Cần Thơ vẫn chưa có khách sạn đạt tiêu chuẩn 5 sao. Đó là một hạn chế so với các thành phố khác trong cả nước.

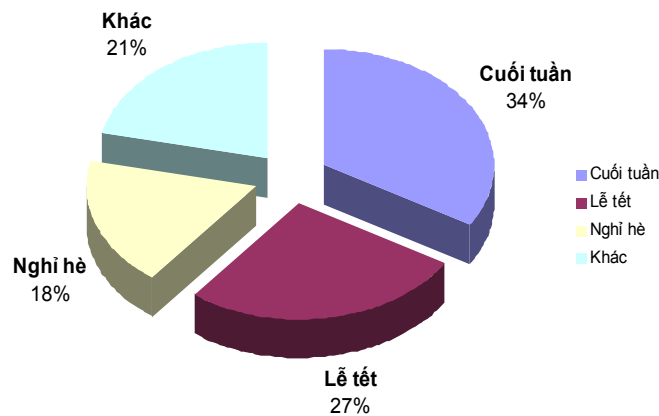
5 CÁC ĐẶC ĐIỂM TÁC ĐỘNG ĐẾN DU KHÁCH

Có những đặc điểm tác động đến việc chọn điểm du lịch hay cách đánh giá về nơi họ du lịch, đó là các đặc điểm như đối tượng đi, mục đích đi, thời điểm đi, phương thức tham quan, kênh cung cấp thông tin, số lần đến, thời gian lưu trú...

5.1 Thời điểm đi du lịch

Kết quả khảo sát 350 du khách thể hiện ở Biểu đồ 1 cho thấy du khách chọn đi du lịch vào ngày cuối tuần chiếm tỷ lệ khá cao 34%. Điều này cũng phù hợp với thực tế vì khách đến du lịch tại thành phố Cần Thơ đa phần là công nhân viên chức và là những người sống ở vùng lân cận như Đông nam bộ và Tây nam bộ. Đối với nhóm du khách này thường có thời gian rảnh rỗi vào cuối tuần nên họ muốn đi du lịch để giảm căng thẳng sau một tuần làm việc, học tập vất vả và tiếp thêm năng lượng cho một tuần làm việc mới.

Do phần lớn khách đi du lịch chủ yếu là vào ngày cuối tuần nên họ thường tự tổ chức đi chiếm phần lớn. Kết quả khảo sát cho thấy khách du lịch lẻ đến Cần Thơ chiếm tới 62% tranh thủ dịp cuối tuần tổ chức đi chơi, dã ngoại với bạn bè.

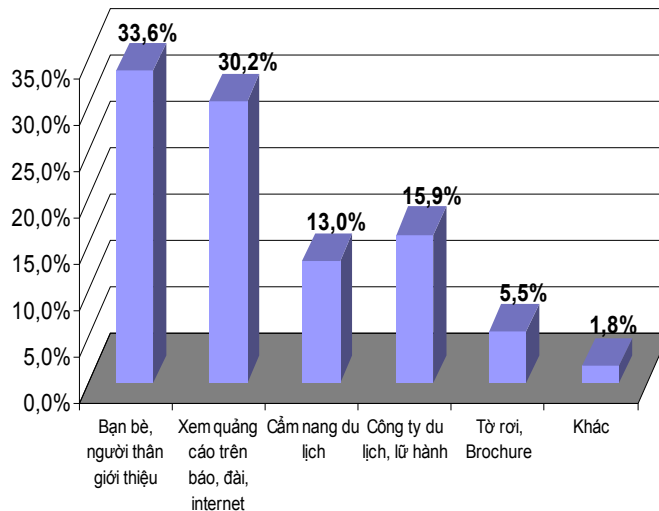


Biểu đồ 1: Thời điểm đi du lịch

Nguồn: Tổng hợp, tính toán từ 350 mẫu phỏng vấn du khách

5.2 Kênh cung cấp thông tin

Theo Biểu đồ 2 thì kênh thông tin mà khách du lịch thường sử dụng khi đi du lịch là từ người thân, bạn bè (chiếm 33,6%). Đây có thể được xem là tâm lý chung của du khách, vì đối với đối tượng người thân, bạn bè sẽ mang đến độ tin cậy cao và có thể cung cấp nhiều kinh nghiệm về những địa danh, địa điểm du lịch thú vị. Bên cạnh đó việc tìm hiểu qua internet, xem quảng cáo trên báo, đài chiếm tỷ lệ cũng khá cao tới 30,2%.

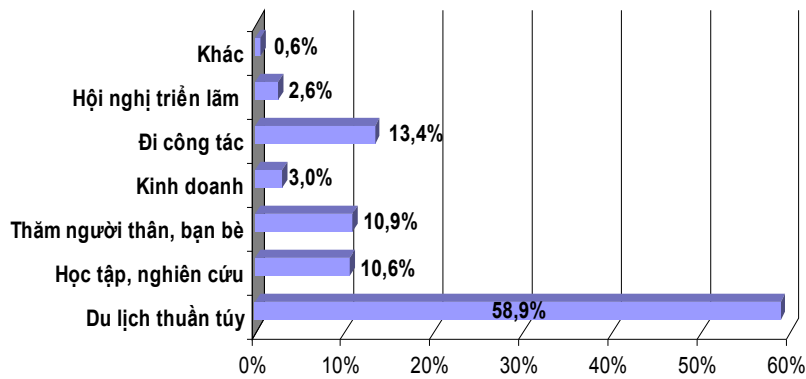


Biểu đồ 2: Kênh cung cấp thông tin

Nguồn: Tổng hợp, tính toán từ 350 mẫu phỏng vấn du khách

5.3 Mục đích đi du lịch

Biểu đồ 3 thống kê số liệu về mục đích đi du lịch của du khách đến Cần Thơ. Có thể thấy mục đích đi du lịch thuần túy vẫn là điều mà đa phần du khách mong muốn nhất (58,9%), bởi những áp lực công việc và khói bụi ồn ào của đô thị khiến họ thật sự muốn tìm cảm giác thanh bình, hòa mình vào thiên nhiên. Sau mục đích đi du lịch thuần túy, không ít du khách đến đây chủ yếu là vì mục đích đi công tác (13,4%); thăm người thân, bạn bè (10,9%) và học tập nghiên cứu (10,6%).



Biểu đồ 3: Mục đích đi du lịch của du khách đến Cần Thơ

Nguồn: Tổng hợp, tính toán từ 350 mẫu phỏng vấn du khách

Thêm nữa, lượng khách đến tham dự các buổi hội nghị, triển lãm (2,6%) tuy thấp nhưng số lượng cũng đã tăng lên đáng kể trong thời gian gần đây. Cả hai dạng

khách này sẽ là khách hàng tiềm năng cho du lịch MICE. Như vậy, với tiềm năng về cơ sở hạ tầng sẵn có của một đô thị trực thuộc trung ương loại 1, trong tương lai du lịch TP.Cần Thơ nên chú trọng đến khách đến Cần Thơ đi công tác kết hợp đi du lịch.

Để tìm hiểu sâu hơn nhu cầu của nhóm khách du lịch MICE, trong nghiên cứu này sử dụng phân tích bảng chéo (Crosstab) giữa mục đích chuyến đi và nơi cư trú hiện tại của khách du lịch nội địa. Kết quả thể hiện ở Bảng 4. Du khách đi công tác đến chủ yếu từ Miền Bắc (53,2%), du khách đến TP. Cần Thơ để dự hội nghị triển lãm đến từ Đông Nam Bộ (62,5%). Do đó khi xây dựng MICE cho nhóm khách này cần tìm hiểu thói quen và sở thích của du khách Đông Nam Bộ và Miền Bắc. Ngoài ra, đa phần du khách ở vùng Tây Nam Bộ thường xuyên đến Cần Thơ với mục đích như học tập, thăm người thân, bạn bè và kinh doanh.

Bảng 4: Mối quan hệ giữa mục đích chuyến đi và địa phương lưu trú

Khu vực		Mục đích chuyến đi					
		Du lịch thuần túy	Học tập	Thăm người thân	Kinh doanh	Đi công tác	Hội nghị triển lãm
Tây Nam Bộ	Tần số	37	16	18	5	8	1
	%	26,4	55,2	52,9	50,0	17,0	12,5
Đông Nam Bộ	Tần số	62	9	7	2	10	5
	%	44,3	31,0	20,6	20,0	21,3	62,5
Miền Trung	Tần số	16	2	6	1	4	0
	%	11,4	6,9	17,6	10,0	8,5	0
Miền Bắc	Tần số	25	2	3	2	25	2
	%	17,9	6,9	8,8	20,0	53,2	25,0

Nguồn: Tổng hợp, tính toán từ 350 mẫu phỏng vấn du khách

6 PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH

Trên cơ sở phỏng vấn 350 du khách liên quan đến 27 biến số ảnh hưởng đến sự hài lòng qua tham khảo một số nghiên cứu trước đây; sau khi dùng kiểm định hệ số Cronbach's Alpha thì có 20 yếu tố đạt yêu cầu và được sử dụng để đo lường mức độ hài lòng của du khách trong nghiên cứu này. Sử dụng phân tích nhân tố (Factor Analysis) để chỉ ra các nhóm nhân tố chủ yếu ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng về chất lượng du lịch. Kết quả phân tích nhân tố thể hiện ở Bảng 5.

Bảng 5: Ma trận nhân tố sau khi xoay

Biến	Diễn giải	Nhân tố				
		1	2	3	4	5
X1	Điều kiện an ninh, chính trị	0,022	0,111	-0,043	0,755	0,222
X2	An toàn vệ sinh thực phẩm	0,273	0,174	0,162	0,793	-0,023
X3	Vệ sinh môi trường	0,313	0,293	0,175	0,587	-0,079
X4	Hàng lưu niệm/sản vật địa phương	0,165	0,122	0,761	0,056	0,050
X5	Tính liên kết giữa các điểm du lịch	0,270	0,067	0,772	0,052	0,091
X6	Sự đa dạng của các món ăn	0,225	0,143	0,499	0,413	0,100
X7	Chi phí cho chuyến đi	0,026	0,037	0,395	0,482	0,225
X8	Mức độ chuyên nghiệp của nhân viên	0,716	0,094	0,208	0,179	0,291
X9	Ngoại ngữ của nhân viên	0,580	0,075	0,135	0,090	0,397
X10	Tính kịp thời trong phục vụ của nhân viên	0,717	0,147	0,160	0,164	0,279
X11	Kỹ năng giao tiếp của nhân viên	0,814	0,250	0,116	0,130	0,044
X12	Sự quan tâm của nhân viên	0,802	0,089	0,159	0,089	0,117
X13	Sự thân thiện của người địa phương	0,092	0,130	0,205	0,355	0,487
X14	Cảnh quan thiên nhiên	0,021	0,185	0,492	0,258	0,176
X15	Các hoạt động vui chơi, giải trí	0,196	0,532	0,491	-0,055	0,129
X16	Hệ thống giao thông	0,221	0,797	0,077	0,165	0,038
X17	Hệ thống thông tin liên lạc	0,176	0,844	0,069	0,202	0,161
X18	Hệ thống nhà hàng, khách sạn	0,029	0,682	0,231	0,195	0,196
X19	Ngoại hình của nhân viên	0,363	0,187	0,118	0,040	0,771
X20	Trang phục của nhân viên	0,323	0,137	0,115	0,074	0,761

Nguồn: Tổng hợp, tính toán từ 350 mẫu phỏng vấn du khách

Từ kết quả ở bảng số liệu này cho thấy:

Nhân tố 1 (F1): gồm các biến X8 (*Mức độ chuyên nghiệp của nhân viên*), X9 (*Ngoại ngữ của nhân viên*), X10 (*Tính kịp thời trong phục vụ của nhân viên*), X11 (*Kỹ năng giao tiếp của nhân viên*) và X12 (*Sự quan tâm của nhân viên*) có hệ số tương quan khá cao, các biến này thể hiện sự ảnh hưởng của năng lực phục vụ của nhân viên đến việc du khách có cảm nhận được sự hài lòng về chất lượng du lịch. Đây là nhóm nhân tố "**Khả năng cung cấp dịch vụ**".

Nhân tố 2 (F2): có 4 biến tương quan chặt chẽ với nhau bao gồm: X15 (*Các hoạt động vui chơi giải trí*), X16 (*Hệ thống giao thông*), X17 (*Hệ thống thông tin liên lạc*) và X18 (*Hệ thống nhà hàng, khách sạn*). Các biến này thể hiện sự quan tâm của khách hàng về cơ sở hạ tầng của du lịch. Nhân tố "**Cơ sở vật chất**".

Nhân tố 3 (F3): Tương tự, nhân tố thứ 2 liên quan đến các biến có hệ số tương quan cao như X4 (*Hàng lưu niệm/sản vật địa phương*), X5 (*tính liên kết giữa các điểm du lịch*), X6 (*Sự đa dạng của các món ăn*) và X14 (*Cảnh quan thiên nhiên*). Nhân tố **“Đặc trưng địa phương”**.

Nhân tố 4 (F4): gồm X1 (*Điều kiện an ninh, chính trị*), X2 (*An toàn vệ sinh thực phẩm*), X3 (*Vệ sinh môi trường*) và X7 (*Chi phí cho chuyến đi*) có tương quan chặt chẽ với nhau. Nhân tố **“Sự an toàn”**.

Nhân tố 5 (F5): gồm X13 (*Sự thân thiện của người dân địa phương*), X19 (*Ngoại hình của nhân viên*) và X20 (*Trang phục của nhân viên*) có hệ số tương quan khá cao. Nhân tố **“Con người”**.

Tóm lại, năm nhân tố F1, F2, F3, F4 và F5 là năm nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách về chất lượng du lịch, hay nói cách khác, chúng là các căn cứ để những người làm du lịch có thể dựa vào đó mà có giải pháp nâng cao sự hài lòng của du khách về chất lượng du lịch tại Thành phố Cần Thơ.

7 KẾT LUẬN

Cần Thơ với lợi thế là trung tâm của vùng ĐBSCL sẽ có nhiều thế mạnh để phát triển du lịch. Bên cạnh đó, Cần Thơ còn nhận được nhiều sự quan tâm của các cấp lãnh đạo từ Trung ương đến địa phương và mong muốn phát triển du lịch Cần Thơ nhanh, tương xứng với tiềm năng, nguồn lực hiện có của thành phố. Tuy nhiên muốn phát triển nhanh chóng ngành du lịch Cần Thơ thì cần phải đánh giá đầy đủ, toàn diện lợi thế, điểm yếu, cơ hội, thách thức, hướng đến xác định rõ sản phẩm du lịch mang tính đặc thù của địa phương để tập trung khai thác có hiệu quả, không ngừng mở rộng theo hướng phát triển toàn diện.

Qua nghiên cứu này, chúng ta có thể rút ra một số nhận định sau đây:

- Lượng khách du lịch đến Cần Thơ ngày một tăng cả về số lượng và số ngày lưu trú, đây là một cơ hội cũng như thách thức đối với ngành du lịch thành phố trong thời gian tới.
- Có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách du lịch đến Cần Thơ nhưng có 5 nhóm tác động chủ yếu đó là *“Khả năng cung cấp dịch vụ”*, *“Cơ sở vật chất”*, *“Đặc trưng địa phương”*, *“Sự an toàn”* và *“Con người”*.

Năm nhóm nhân tố này đều có ý nghĩa đối với mức độ hài lòng của du khách. Trong đó yếu tố đặc trưng địa phương là tác động mạnh nhất. Tức là yếu tố về hàng lưu niệm và sản vật địa phương; tính liên kết giữa các điểm du lịch; sự đa dạng của các món ăn và cảnh quan thiên nhiên... Điều này cho thấy để phát triển du lịch Cần Thơ và nâng cao chất lượng du lịch thì Cần Thơ cần giải quyết một số vấn đề trọng tâm như sau:

- Xây dựng và nâng cấp các cơ sở hạ tầng như giao thông, nhà hàng khách sạn, hệ thống thông tin liên lạc.
- Xây dựng thêm các điểm du lịch, tham quan vui chơi giải trí.
- Tăng cường sự liên kết giữa các điểm du lịch trong thành phố và giữa các tỉnh lân cận.
- Tạo những mặt hàng lưu niệm mang tính đặc trưng riêng của TP. Cần Thơ.

- Đặc biệt là tạo ra sản phẩm du lịch đặc thù của TP. Cần Thơ. Với những lợi thế sẵn có Cần Thơ đã xác định sản phẩm du lịch đặc thù trong thời gian tới của thành phố là du lịch MICE kết hợp với du lịch sinh thái và văn hóa. Tạo ra những sự liên kết chặt chẽ và mang đến sự hài lòng cho du khách.
- Đào tạo nguồn nhân lực để đáp ứng được nhu cầu của du khách.

Tóm lại, hoạt động du lịch ở Cần Thơ mặc dù chưa phát triển tương xứng với tiềm năng. Nhưng với những lợi thế vốn có hiện nay thì trong tương lai Cần Thơ sẽ khắc phục được các vấn đề còn tồn tại làm cho du khách ngày càng hài lòng hơn đối với dịch vụ du lịch tại TP. Cần Thơ. Xây dựng hình ảnh TP. Cần Thơ thật đẹp trong lòng khách du lịch và ngày càng định vị được sản phẩm du lịch đặc thù của TP. Cần Thơ trong thời gian tới. Nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch Cần Thơ và giúp du lịch Cần Thơ phát triển xứng tầm với tiềm năng hiện có.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Đào Thụy Thúy Anh (2011), *Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch Cần Thơ theo hướng khai thác tiềm lực địa phương*, Luận văn tốt nghiệp Đại học chuyên ngành Quản trị kinh doanh du lịch, Trường Đại học Cần Thơ.
- Lưu Thanh Đức Hải (2009), *Xây dựng mô hình phát triển du lịch gắn với xóa đói giảm nghèo tại Tỉnh Hậu Giang*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Tỉnh.
- Lưu Thanh Đức Hải và Võ Thị Thanh Lộc (2000), *Nghiên cứu marketing ứng dụng trong kinh doanh*, NXB Thống kê.
- Trương Hùng và Thanh Anh (2007), *Giá trị về sự hài lòng của khách hàng*, Nhà xuất bản Hà Nội
- Thị Xương Tín (2011), *Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch tại Thành Phố Cần Thơ*, Luận văn cao học chuyên ngành Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ.
- Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Thống kê.
- Sở Văn hóa – Thể thao – Du lịch Cần Thơ (2010), *Báo cáo công tác du lịch năm 2009, phương hướng nhiệm vụ năm 2010*.
- Viện Nghiên cứu phát triển du lịch (2009), *Báo cáo tổng hợp Đề án phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020*.