

# ĐO LƯỜNG HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN CẦN THƠ TRONG TÂM TRÍ DU KHÁCH NỘI ĐỊA

THS. PHẠM QUANG TRIỀU\*

**NGHIÊN CỨU NHẪM ĐÁNH GIÁ VÀ ĐO LƯỜNG HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN CẦN THƠ TRONG NHẬN THỨC CỦA KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA, TỪ ĐÓ ĐỀ XUẤT NHỮNG GIẢI PHÁP XÂY DỰNG, ĐỊNH VỊ VÀ PHÁT TRIỂN HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN, GÓP PHẦN GIA TĂNG Ý ĐỊNH VÀ LỰA CHỌN ĐI DU LỊCH CỦA DU KHÁCH ĐỐI VỚI ĐIỂM ĐẾN CẦN THƠ.**

## Phương pháp đánh giá hình ảnh điểm đến

Trong nghiên cứu này, hình ảnh điểm đến Cần Thơ được đo lường bằng phương pháp cấu trúc và phi cấu trúc. Nghiên cứu kế thừa các thuộc tính từ các nghiên cứu khác nhau, đồng thời tiếp thu ý kiến của nhóm chuyên gia về du lịch ở TP. Cần Thơ, tác giả đã hiệu chỉnh, bổ sung và đề xuất ra bộ thang đo phù hợp để đánh giá hình ảnh thuộc tính của điểm đến Cần Thơ.

Trên cơ sở kế thừa 3 câu hỏi mở trong các nghiên cứu, tác giả sử dụng, đưa vào việc xác định hình ảnh tổng thể nhằm tiến hành đánh giá hình ảnh điểm đến Cần Thơ bằng phương pháp phi cấu trúc: Đặc điểm/ấn tượng gọi lên đầu tiên trong tâm trí anh/chị khi nghĩ Cần Thơ là một điểm đến du lịch? Cảm nghĩ hay tâm trạng của anh/chị khi nghĩ đến Cần Thơ? Những đặc điểm nổi bật mà anh/chị cho là chỉ có ở Cần Thơ?

Bảng hỏi được xây dựng nhằm thu thập đánh giá ý kiến của du khách về các nhận định thuộc tính điểm đến Cần Thơ theo thang đo Likert từ 1 đến 5. Trong đề tài này thang đo Likert 5 điểm được dùng để đánh giá mức độ quan trọng của các thuộc tính điểm đến từ (1) - Hoàn toàn không quan trọng tới (5) - Hoàn toàn quan trọng; đánh giá mức độ đồng ý của người trả lời đối với

các thuộc tính điểm đến từ (1) - Hoàn toàn không đồng ý tới (5) - Hoàn toàn đồng ý; đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nguồn thông tin lên hình ảnh điểm đến từ (1) - Rất không ảnh hưởng đến (5) - Rất ảnh hưởng.

Mẫu được lấy bằng phương pháp của Yamane (1967) với số lượng bảng hỏi được phát ra là 160 bảng và tiến hành điều tra thời gian từ tháng 5 - 6/2020. Sau khi làm sạch dữ liệu, số lượng bảng hỏi hợp lệ tiến hành xử lý thống kê là 145 bảng. Dữ liệu được tổng hợp và xử lý trên các phần mềm thống kê SPSS 22 và Excel.

## Kết quả nghiên cứu và thảo luận

### Thông tin chung của mẫu

Trong 145 mẫu khảo sát, đối tượng du khách là nam chiếm 48,3% và du khách nữ chiếm 51,7%. Du khách có độ tuổi từ 18 - 30 tuổi chiếm tỷ trọng lớn nhất (38,6%), các nhóm có độ tuổi từ 31 - 45 tuổi, từ 46 - 60 tuổi và từ 60 tuổi trở lên chiếm tỷ trọng lần lượt là 34,5%; 19,3% và 7,6%. Trình độ của khách du lịch nội địa ở mức đại học/cao đẳng chiếm tỷ trọng cao nhất là 62,1%; kế tiếp là sau đại học, trung cấp và trình độ trung học phổ thông với tỷ trọng lần lượt là 15,2%, 11,7% và 11,0%. Du khách ở Nam Bộ chiếm tỷ trọng cao nhất với 57,2%, tiếp theo là du khách ở Bắc Bộ và Trung Bộ (24,1% và 18,6%). Đối tượng là

nhân viên văn phòng hay công chức nhà nước chiếm tỉ lệ cao nhất (41,4%); kế đến là nhóm sinh viên (22,8%).

### Đánh giá hình ảnh điểm đến của Cần Thơ đối với khách du lịch nội địa

Các thuộc tính "Hấp dẫn về du lịch sông nước", "Nhiều khu du lịch sinh thái", "Không khí miệt vườn thu hút", "Người Cần Thơ hào sảng, hiếu khách" và "Di tích văn hóa, chùa cổ độc đáo" là 5 thuộc tính được đánh giá đồng ý cao nhất trong số 20 thuộc tính hình ảnh (mean  $\geq$  4,21).

Trong khi đó, các thuộc tính như "Cơ sở lưu trú đạt chất lượng", "Có hệ thống giao thông đi lại thuận tiện", "Điểm đến dễ tiếp cận", "Dịch vụ hỗ trợ thông tin du lịch sẵn có với nhiều hình thức", "Môi trường an ninh và an toàn cho du khách", "Có nhiều sự lựa chọn về nơi ăn uống", "Nhiều loại trái cây đặc sản nổi tiếng của địa phương", "Sự trải nghiệm cuộc sống bản địa tại điểm đến hấp dẫn và thu hút", "Giá cả dịch vụ mua sắm, tham quan hợp lý", "Môi trường sạch sẽ, ít ô nhiễm", "Chất lượng dịch vụ tốt", "Thời tiết mát mẻ, dễ chịu" được nhiều du khách tỏ ra đồng tình (4,20  $\geq$  mean  $>$  3,41).

Một thuộc tính được khách du lịch nội địa đánh giá khá thấp là "Môi trường sạch sẽ, ít ô nhiễm" (3,83). Thuộc tính "Dịch vụ hỗ trợ thông tin du lịch sẵn có với nhiều hình thức" cũng được nhiều du khách đồng tình (4,00).

Các chỉ tiêu còn lại "Nhiều làng nghề truyền thống với những sản phẩm độc đáo", "Đa dạng các địa điểm mua sắm và giải trí" và "Nhiều loại hình nghệ thuật dân gian" chỉ được đánh giá ở mức thấp (3,40  $\geq$  mean  $>$  2,61).

Kết quả nghiên cứu cho thấy, chỉ có thuộc tính "Hấp dẫn về du lịch sông nước" có sự đánh giá khác biệt trong mức độ đồng ý giữa hai nhóm nam và nữ. Nhìn chung, khoảng cách giữa đánh giá của hai nhóm nam và nữ không đáng kể và nhóm nam thường có mức độ đồng ý với các thuộc tính nhiều hơn nhóm nữ.

Các thuộc tính có sự khác biệt trong đánh giá mức độ thể hiện giữa các nhóm du khách khác nhau là những thuộc tính liên quan đến khu du lịch sinh thái, người dân Cần Thơ, các làng nghề truyền thống, nghệ thuật dân gian và cơ sở lưu trú.

\*Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch HT TRAVEL



Khám phá văn hóa chợ nổi. Ảnh: Nguyễn Thị Bích Liễu

Nhìn chung, khách du lịch nội địa có mức độ đồng ý cao đối với các thuộc tính hình ảnh, du khách chưa có nhu cầu đòi hỏi cao trong đánh giá hình ảnh thuộc tính của Cần Thơ.

Các thuộc tính về du lịch sông nước, khu du lịch sinh thái, làng nghề truyền thống và nghệ thuật dân gian đang được du khách quan tâm nhất. Tuy nhiên, các loại hình nghệ thuật dân gian chưa được du khách tiếp cận nhiều.

Các nhóm du khách đến Cần Thơ lần đầu cũng như các lần quay trở lại sau đó đều đưa ra các đánh giá không có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê. Thời gian lưu trú của các nhóm khách này không nhiều, đa phần họ không thấy có nhiều điểm mới để tham quan, thu hút họ ở lại.

#### **Đánh giá về mức độ quan trọng của các thuộc tính hình ảnh điểm đến Cần Thơ**

Ở mức độ Hoàn toàn quan trọng, các thuộc tính "Điểm đến dễ tiếp cận", "Không khí miệt vườn thu hút", "Chất lượng dịch vụ tốt", "Cơ sở lưu trú đạt chất lượng", "Có nhiều sự lựa chọn về nơi ăn uống", "Dịch vụ hỗ trợ thông tin du lịch sẵn có với nhiều hình thức", "Nhiều khu du lịch sinh thái" và "Hấp dẫn về du lịch sông nước" được đánh giá là quan trọng nhất. Mặt khác, thuộc tính "Nhiều loại hình nghệ thuật dân gian" và "Nhiều làng nghề truyền thống với những sản phẩm độc đáo" chỉ

được du khách đánh giá ở mức độ bình thường, còn các thuộc tính còn lại đều ở mức quan trọng.

Đối với các thuộc tính liên quan đến giá trị văn hóa - lịch sử như các di tích lịch sử, danh nhân, các sự kiện văn hóa..., nhóm khách có độ tuổi trên 60 có bề dày kiến thức hơn nên có nhu cầu muốn tìm hiểu, khám phá cao hơn các nhóm còn lại.

Nhóm du khách có nghề nghiệp khác nhau đều quan tâm đến các thuộc tính môi trường điểm đến, chất lượng chỗ ở, nơi ăn uống hay người dân tại điểm đến.

Nhóm du khách ở Bắc Bộ và Trung Bộ khá quan tâm đến không khí miệt vườn bình dị tại đô thị miền sông nước Cần Thơ cùng với thuộc tính giá cả và người dân nơi đây. Nhóm du khách này thích được trải nghiệm, ngắm nhìn và hòa mình vào không gian bình dị mà sống động của người dân bản địa gắn với ruộng vườn trên các cù lao và vùng đất ven sông.

Từ các thuộc tính hình ảnh có mức đánh giá khác biệt trên có thể thấy, đa số khách đến Cần Thơ trong thời gian ngắn sẽ có xu hướng khám phá Thành phố cùng với tham quan các khu du lịch sinh thái và thưởng thức những món ăn đặc trưng của miền Tây hơn là tham quan tại các làng nghề hay các di tích lịch sử - văn hóa...

Theo kết quả nghiên cứu cho thấy, có bốn khu vực được hình thành, cụ thể như sau:

Nhóm **Tập trung phát triển** (mức độ quan trọng  $\geq 4,00$ ; mức độ thể hiện  $< 4,00$ ): đây là nhóm nên được các nhà quản lý điểm đến xem xét và quan tâm ngay lập tức. Có 6 thuộc tính cần được cải thiện bao gồm: "Có nhiều sự lựa chọn về nơi ăn uống", "Môi trường an ninh và an toàn cho du khách", "Giá cả dịch vụ mua sắm, tham quan hợp lý", "Đa dạng các địa điểm mua sắm và giải trí", "Chất lượng dịch vụ tốt", "Sự trải nghiệm du lịch tại điểm đến hấp dẫn và thu hút".

Nhóm **Tiếp tục duy trì** (mức độ quan trọng  $\geq 4,00$ ; mức độ thể hiện  $\geq 4,00$ ): với các thuộc tính rất quan trọng đối với khách du lịch và là nhóm có mức độ thực hiện tốt bao gồm: "Hấp dẫn về du lịch sông nước", "Nhiều khu du lịch sinh thái", "Có nhiều sự lựa chọn về nơi lưu trú", "Có hệ thống giao thông đi lại thuận tiện", "Điểm đến dễ tiếp cận", "Không khí miệt vườn thu hút", "Người Cần Thơ hào sảng, hiếu khách", "Dịch vụ hỗ trợ thông tin du lịch sẵn có với nhiều hình thức".

Nhóm **Hạn chế phát triển** (mức độ quan trọng  $< 4,00$ ; mức độ thể hiện  $\geq 4,00$ ) cho thấy dù mức độ thể hiện được đánh giá cao nhưng chưa phải là thuộc tính quan trọng đối với du khách. Do đó, điểm đến nên hạn chế phát triển các thuộc tính này. Chỉ có 1 thuộc tính thuộc nhóm này là "Di tích lịch sử văn hóa độc đáo".

Nhóm **Giảm sự đầu tư** (mức độ quan trọng  $< 4,00$ ; mức độ thể hiện  $< 4,00$ ) cho thấy mức độ thực hiện của các thuộc tính ở nhóm này chưa được đánh giá cao và cũng không được xem là các thuộc tính quan trọng đối với du khách. Vì vậy, không đòi hỏi nỗ lực cải thiện ngay các thuộc tính trong nhóm này, bao gồm: "Nhiều làng nghề truyền thống với những sản phẩm độc đáo", "Nhiều loại hình nghệ thuật dân gian", "Nhiều loại trái cây đặc sản nổi tiếng của địa phương", "Môi trường sạch sẽ, ít ô nhiễm", "Thời tiết mát mẻ, dễ chịu".

Từ kết quả trên đã chỉ ra rằng, có 14/20 thuộc tính thuộc vùng **tập trung phát triển** và vùng **tiếp tục duy trì** nghĩa là các thuộc tính này quan trọng đối với du khách trong việc lựa chọn điểm đến cũng như nằm trong khả năng cung ứng của điểm đến Cần Thơ... ■

#### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Beerli, A., & Martin, J. (2004), Factors influencing destination image, *Annals of Tourism Research*, 31(3), pp. 657-681.
2. Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991), The meaning and measurement of destination image, *Journal of Travel Studies*, 2(2), pp. 2-12.
3. Nhu, D. Q., Khang, N. T. N. và Nhu, L. Q. (2013), Tác động của hình ảnh điểm đến Việt Nam đến dự định quay trở lại của Du khách Quốc tế, *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 10/2013...