Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển; ISSN 2588–1205
Tập 126, Số 5D, 2017, Tr. 29–39; DOI: 10.26459/hueuni-jed.v126i5D.4490

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KHẢ NĂNG THU HÚT KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA CỦA ĐIỂM ĐẾN HỘI AN

Nguyễn Thị Minh Nghĩa*, Lê Vũ Thị Thảo Nhi, Trần Hữu Tuấn

Khoa Du lịch, Đại học Huế, 22 Lâm Hoằng, Huế, Việt Nam

Tóm tắt: Các chỉ số định lượng về khả năng thu hút của điểm đến là một công cụ hữu ích đối với các nhà quản lý trong việc lập kế hoạch và hoạch định chiến lược phát triển du lịch. Nghiên cứu này sử dụng bảng hỏi phát triển từ mô hình lý thuyết về khả năng thu hút điểm đến được tổng hợp từ các nghiên cứu trong và ngoài nước, khảo sát 137 du khách nội địa đã từng đến Hội An nhằm khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút của thành phố này. Kết quả phân tích nhân tố khám phá chỉ ra rằng có 5 yếu tố đại diện cho khả năng thu hút du khách nội địa đối với Hội An. Tuy nhiên, kết quả phân tích hồi quy lại cho thấy chỉ có yếu tố 'Thiên nhiên và khí hậu' và 'Lưu trú và ẩm thực' có ảnh hưởng đến khả năng thu hút của Hội An đối với du khách nội địa. Những yếu tố còn lại vẫn chưa đủ cơ sở để kết luận có mối quan hệ tuyến tính với khả năng thu hút của điểm đến này. Từ đó, việc quản lý và phát triển du lịch Hội An nên tập trung vào nâng cao các giá trị về thiên nhiên và khí hậu của thành phố. Đồng thời, cần có các chiến lược phát triển, cải thiện dịch vụ ẩm thực và nâng cấp các phương tiện lưu trú nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của du khách đến Hội An.

Từ khóa: Điểm đến du lịch, Hội An, khả năng thu hút điểm đến, phân tích nhân tố khám phá, phân tích hồi quy

1 Đặt vấn đề

Thành phố Hội An nằm ở cửa sông, vùng ven biển thuộc hạ lưu, tả ngạn sông Thu Bồn, cách thành phố Đà Nẵng 30 km và phía nam cách thành phố Tam Kỳ khoảng 50 km. Hội An không những có vị trí thuận lợi mà còn được thừa hưởng những di tích lịch sử, văn hóa và những danh lam thắng cảnh tuyệt đẹp. Đồng thời, nơi đây có nhiều lễ hội văn hóa độc đáo còn được bảo tồn; lối sống truyền thống, tín ngưỡng, phong tục, tập quán và các món ăn xưa vẫn còn được giữ gìn. Với những giá trị đặc trưng đó, khu phố cổ Hội An được công nhận di tích quốc gia vào ngày 19/3/1985, di sản văn hóa thế giới vào 4/12/1999 và di tích cấp quốc gia đặc biệt vào 12/8/2009.

Tuy lượng khách du lịch nội địa đến Hội An trong những năm gần đây có sự gia tăng, song hiệu quả của hoạt động thu hút khách du lịch của thành phố vẫn chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có. Hội An vẫn còn hạn chế về cơ sở vật chất phục vụ du lịch, sản phẩm du lịch chưa đa dạng, các loại hình dịch vụ bổ sung còn ít. Điều này đòi hỏi chính quyền và cả cộng đồng doanh nghiệp cần chung tay góp sức để Hội An ngày càng phát triển đa dạng hơn.

** Liên hệ: minhnghia1802@gmail.com*
Nhận bài: 14–09–2017; Hoàn thành phản biện: 27–09–2017; Ngày nhận đăng: 30–10–2017

Đo lường định lượng khả năng thu hút của điểm đến là một bài toán không hề dễ đối với các nhà quản lý điểm đến trong việc xác định các thuộc tính thu hút quan trọng nhất của điểm đến, khả năng hấp dẫn của chúng và so sánh với mức độ thu hút của các điểm đến cạnh tranh khác, đặc biệt là các điểm đến di sản. Nghiên cứu này tiến hành điều tra khách du lịch nội địa đến tham quan Hội An nhằm tìm ra các yếu tố thu hút du khách của điểm đến này. Từ đó, đề xuất một số giải pháp nhằm cải thiện khả năng thu hút du khách, đặc biệt là khách du lịch nội địa; xây dựng và quảng bá hình ảnh điểm đến Hội An.

2 Phương pháp nghiên cứu và dữ liệu

2.1 Khái niệm về khả năng thu hút của điểm đến du lịch

Hu & Ritchie (1993, 26) cho rằng khả năng thu hút của điểm đến là "*phản ánh cảm nhận, niềm tin, và ý kiến mà mỗi cá nhân có được về khả năng làm hài lòng khách hàng của điểm đến trong mối liên hệ với nhu cầu chuyến đi cụ thể của họ*". Khái niệm của Mayo & Jarvis (1981) về khả năng thu hút của điểm đến liên quan đến quá trình ra quyết định của khách du lịch và những lợi ích cụ thể mà khách du lịch thu được. Cụ thể, khả năng thu hút của điểm đến như là sự kết hợp của "*sự quan trọng tương đối của các lợi ích cá nhân và khả năng của điểm đến đó mang lại các lợi ích cá nhân cho du khách*" (Mayo & Jarvis, 1981). Do đó, có thể nói một điểm đến càng có khả năng đáp ứng nhu cầu của du khách thì điểm đến đó càng có cơ hội để được du khách lựa chọn như một điểm đến du lịch tiềm năng. Các khả năng này phụ thuộc vào các thuộc tính của điểm đến và cũng là những yếu tố thúc đẩy du khách đến với điểm đến (Vengesayi, 2003; Tasci & cộng sự, 2007).

Trong khái niệm mô tả ở trên, một điểm đến du lịch là một gói các phương tiện và dịch vụ du lịch cũng như bất kỳ sản phẩm tiêu dùng hoặc dịch vụ khác, bao gồm một số thuộc tính đa chiều kết hợp với nhau xác định khả năng thu hút của điểm đến đối với một cá nhân cụ thể khi họ đưa ra lựa chọn du lịch, những thuộc tính này bao gồm tất cả những yếu tố của một địa điểm thu hút du khách. Theo Lew (1987), những thuộc tính đó "*không chỉ là các di tích lịch sử, công viên giải trí và phong cảnh mà còn là các dịch vụ và cơ sở phục vụ cho nhu cầu hàng ngày của du khách*". Gearing & cộng sự (1974) phân loại các thuộc tính này thành 5 nhóm chính sau: (1) các yếu tố tự nhiên; (2) các yếu tố xã hội; (3) các yếu tố lịch sử; (4) các cơ sở giải trí và mua sắm; và (5) cơ sở hạ tầng, thức ăn và lưu trú. Xác định mối quan hệ của từng thuộc tính du lịch ảnh hưởng đến đánh giá của du khách về khả năng thu hút của điểm đến du lịch là khía cạnh đo lường quan trọng nhất của sự thu hút du lịch bởi vì nó xác định các thuộc tính hình ảnh nổi bật của điểm đến và đó là những thuộc tính có nhiều khả năng quyết định hành vi của du khách (Crompton, 1979).

2.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất

Đã có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước xây dựng các mô hình nhằm đánh giá khả năng thu hút của một điểm đến du lịch. Các nhóm thuộc tính đã được xây dựng nhằm xác định khả năng thu hút của điểm đến Thổ Nhĩ Kỳ bao gồm các yếu tố tự nhiên; các yếu tố xã hội; các yếu tố lịch sử; các cơ sở giải trí và mua sắm; cơ sở hạ tầng, thức ăn và nơi lưu trú (Gearing & cộng sự, 1974). Hu & Ritchie (1993) cũng đã đề xuất mô hình gồm 5 nhóm nhân tố gồm các yếu tố tự nhiên; các yếu tố xã hội; các yếu tố lịch sử; các điều kiện giải trí và mua sắm; cơ sở hạ tầng; và ẩm thực và lưu trú, được đo lường bằng 16 thuộc tính để đánh giá khả năng thu hút du khách của một điểm đến. Aziz (2002) đã đề xuất mô hình gồm 5 nhóm nhân tố chính ảnh hưởng khả năng thu hút của điểm đến bao gồm yếu tố địa lý; yếu tố văn hóa – xã hội; các đặc tính bổ trợ; đặc điểm tự nhiên; đặc điểm vật chất. Tại Việt Nam, có một số nghiên cứu đánh giá toàn diện các yếu tố thu hút khách du lịch của điểm đến, nổi bật trong đó là nghiên cứu về đánh giá khả năng thu hút của điểm đến Huế của Bùi Thị Tám & Mai Lệ Quyên (2012) dựa trên cơ sở sử dụng mô hình đánh giá khả năng thu hút của điểm đến được đề xuất bởi Hu & Ritchie (1993) bổ sung thêm vào thuộc tính 'an toàn của điểm đến'. Trên cơ sở kết hợp với đặc điểm tự nhiên, kinh tế – xã hội và đặc trưng của quần thể các điểm du lịch của tỉnh Bình Định đồng thời dựa vào các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch trong các nghiên cứu trước đây và ý kiến của các chuyên gia, Đặng Thị Thanh Loan & Bùi Thị Thanh (2014) đã đề xuất các yếu tố ảnh hưởng thu hút khách du lịch gồm các thành phần: tài nguyên thiên nhiên; văn hóa, lịch sử và nghệ thuật; dịch vụ ăn uống, mua sắm và giải trí; cơ sở hạ tầng; cơ sở lưu trú; môi trường du lịch; và khả năng tiếp cận và giá cả các loại dịch vụ.

Như vậy, các mô hình nghiên cứu liên quan đến khả năng thu hút du khách của điểm đến cho thấy các thuộc tính của một điểm đến thu hút du khách được phân theo 5 nhóm nhân tố chính sau: (1) các yếu tố tự nhiên; (2) các yếu tố văn hóa – xã hội; (3) các yếu tố lịch sử; (4) các điều kiện giải trí và mua sắm (đặc điểm vật chất); và (5) cơ sở hạ tầng, ẩm thực, lưu trú (các đặc tính bổ trợ). Do đó, trong bài báo này, các tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu dựa trên 5 nhóm yếu tố đại diện cho khả năng thu hút của điểm đến Hội An bao gồm:

(1) Các yếu tố tự nhiên: Môi trường trong lành sạch sẽ; Khí hậu dễ chịu; Có nhiều điểm tham quan tự nhiên hấp dẫn (biển Cửa Đại, Cù Lao Chàm); Tài nguyên thiên nhiên phong phú.

(2) Các yếu tố văn hóa – xã hội: Các làng nghề thủ công mỹ nghệ đặc sắc; Các trò chơi dân gian thú vị (Bài chòi, đập niêu…); Các làn điệu dân ca hấp dẫn (Hò Quảng, hò khoan…); Người dân địa phương thân thiện; Nhân viên đón tiếp khách tham quan tốt (thái độ, hình thức, phong cách đón tiếp…).

(3) Các yếu tố lịch sử: Có các khu nhà cổ mang đậm tính chất lịch sử; Các di tích lịch sử là địa điểm tham quan hấp dẫn (chùa Cầu, chùa Ông,…); Có các bảo tàng văn hóa – lịch sử hấp dẫn, đa dạng.

(4) Cơ sở hạ tầng, ẩm thực, lưu trú: đường sá thuận tiện cho việc di chuyển; Mạng Internet miễn phí ổn định; Phương tiện giao thông đa dạng (taxi, xe ôm…); Các dịch vụ công cộng đáp ứng đầy đủ (vệ sinh công cộng, bãi giữ xe...); Ẩm thực địa phương đa dạng, phong phú; Giá cả ăn uống phù hợp; Khách sạn, nhà hàng đáp ứng nhu cầu khách du lịch; Hội An là điểm đến an toàn.

(5) Các điều kiện giải trí và mua sắm: nhiều hoạt động giải trí về đêm cho du khách; Các khu thể thao giải trí, vận động thu hút khách du lịch; Giá mua sắm phù hợp với khách du lịch; Các dịch vụ chăm sóc sức khỏe, thư giãn đáp ứng nhu cầu.

2.3 Phương pháp thu thập dữ liệu

Để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An, nhóm nghiên cứu đã tiến hành điều tra khách nội địa đến Hội An từ tháng 2 đến tháng 6 năm 2017. Với 24 biến quan sát, số lượng mẫu tối thiểu cần thiết là 24 × 5 + 30 % (24 × 5) = 130 mẫu (Hair & cộng sự, 1998). Phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên được tiến hành và phỏng vấn trực tiếp du khách với bảng câu hỏi được thiết kế theo 5 yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút của điểm đến du lịch và thang đo Likert từ 1 – Rất không đồng ý đến 5 – Rất đồng ý. Nhóm nghiên cứu tiến hành điều tra thử 20 mẫu, trên cơ sở đó điều chỉnh bảng hỏi cho phù hợp với thực tế. Sau đó, quá trình điều tra mở rộng được thực hiện và 98 bảng hỏi hợp lệ được thu về.

Điều tra khách du lịch khi họ đang trong hành trình tham quan điểm đến thường có một số bất lợi như phần lớn du khách chưa có trải nghiệm đầy đủ về điểm đến nên khó trả lời chính xác những câu hỏi liên quan đến yếu tố của điểm đến mà họ chưa trải nghiệm, hạn chế về thời gian trả lời… làm cho tỷ lệ bảng hỏi hoàn chỉnh thấp. Cụ thể trong nghiên cứu này tỷ lệ bảng hỏi hoàn chỉnh đạt 75 % (98/130).

Để đáp ứng đủ số mẫu nghiên cứu, nhóm nghiên cứu tiếp tục điều tra khi du khách đã hoàn thành chương trình tham quan trở về nhà. Lợi thế của điều tra theo hình thức này là người được hỏi đã có những trải nghiệm đầy đủ về điểm đến và có nhiều thời gian hơn cho việc trả lời, nên câu trả lời thường chính xác hơn, tỷ lệ hoàn chỉnh bảng hỏi cao hơn. Bất lợi là khó có thể theo sát những người vừa tham quan điểm đến để điều tra, cũng như khó để biết ai đã từng tham quan, trải nghiệm điểm đến mà người nghiên cứu muốn điều tra. Ngày nay, với sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội và thư điện tử những bất lợi này đã phần nào được khắc phục. Trong nghiên cứu này chúng tôi điều tra bằng bảng hỏi trực tuyến, bảng hỏi được xây dựng bằng mẫu của Google và phân phối ngẫu nhiên qua email và mạng xã hội Facebook cho các du khách đã từng du lịch đến Hội An. Kết quả thu về 41 phiếu, trong đó có 39 phiếu trả lời hợp lệ (đạt tỷ lệ 95 %).

Như vậy, tổng số 137 bảng hỏi được xử lý và phân tích thông qua hai bước: (1) Phân tích nhân tố khám phá (EFA): Kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các yếu tố theo đánh giá của du khách được cho là phù hợp; (2) Sử dụng mô hình phân tích hồi quy đa biến nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút của điểm đến Hội An và đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An.

3 Kết quả và thảo luận

3.1 Thông tin chung về mẫu điều tra

Nghiên cứu đã thực hiện khảo sát đối với 137 khách nội địa đã đến du lịch Hội An, trong đó có 79 du khách là nữ giới (chiếm tỷ lệ 57,7 %). Du khách đến từ khắp các vùng miền trên cả nước trong đó khách từ khu vực miền Trung chiếm tỷ lệ cao nhất (52,6 %), tiếp đến là du khách đến từ các tỉnh miền Bắc và miền Nam chiếm tỷ lệ gần tương đương nhau, tương ứng là 24,1 % và 23,4 %. Du khách nội địa đến Hội An tham gia cuộc khảo sát chủ yếu ở độ tuổi 18 đến 30 (55,5 %) với hình thức đi du lịch chủ yếu là tự do (chiếm 65,7 %).

3.2 Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Mô hình lý thuyết các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An gồm 5 thành phần và được đo lường bằng 24 biến quan sát. Sau khi kiểm tra độ tin cậy Cronbach's Alpha thì tất cả các biến có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 được đưa vào phân tích nhân tố khám phá để đánh giá lại mức độ hội tụ của các biến quan sát theo các thành phần. KMO = 0,911, thỏa mãn điều kiện 0,5 < KMO < 1, do đó phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu điều tra. Kiểm định Barlett có Sig. < 0,05; điều này cho thấy các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện. Trị số phương sai trích là 75,49 %, điều này có nghĩa là 75,49 % thay đổi của các nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát (Bảng 1).

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy có 5 yếu tố mới được thành lập và được đặt tên lại bao gồm: (1) Giải trí, (2) Thiên nhiên và khí hậu, (3) Lưu trú và ẩm thực, (4) Cơ sở hạ tầng, và (5) Lịch sử (Bảng 1); đồng thời hệ số tin cậy được tính cho các nhân tố mới này cũng thỏa mãn yêu cầu lớn hơn 0,6; do đó các yếu tố mới này sẽ được sử dụng trong các phân tích sau này.

Bảng 1. Kết quả phân tích nhân tố khám phá các yếu tố đại diện khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An

Các tiêu chí	Hệ số tải nhân tố				
	1	2	3	4	5
Hội An có các khu thể thao giải trí, vận động thu hút khách du lịch	0,854				
Các làn điệu dân ca hấp dẫn	0,852				
Các trò chơi dân gian thú vị	0,808				
Giá mua sắm ở Hội An phù hợp với du khách	0,802				
Có nhiều hoạt động giải trí về đêm cho du khách	0,751				

Các tiêu chí	Hệ số tải nhân tố				
	1	2	3	4	5
Có nhiều dịch vụ chăm sóc sức khỏe, thư giãn	0,639				
Các làng nghề thủ công mỹ nghệ đặc sắc	0,594				
Giá cả ăn uống phù hợp		0,805			
Khách sạn, nhà hàng đáp ứng nhu cầu du khách		0,757			
Ẩm thực địa phương đa dạng phong phú		0,750			
Hội An là điểm đến an toàn		0,680			
Hội An có tài nguyên thiên nhiên phong phú			0,863		
Môi trường ở Hội An trong lành sạch sẽ			0,857		
Có nhiều điểm tham quan tự nhiên hấp dẫn			0,822		
Khí hậu mát mẻ dễ chịu			0,748		
Mạng Internet miễn phí ổn định				0,780	
Phương tiện giao thông đầy đủ				0,718	
Các dịch vụ công cộng đáp ứng đầy đủ				0,703	
Đường sá thuận tiện cho việc di chuyển				0,598	
Nhân viên đón tiếp khách tham quan tốt				0,574	
Các bảo tàng văn hóa lịch sử đa dạng					0,782
Các di tích lịch sử là điểm tham quan hấp dẫn					0,763
Các khu nhà cổ mang đậm tính lịch sử					0,697
Hệ số KMO	0,5 < 0,911 < 1				
Kiểm định Bartlett	Sig. < 0,05				
Phương sai trích	75,499%				

Nguồn: số liệu điều tra năm 2016

3.3 Phân tích hồi quy về yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An

Để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An, nghiên cứu đã sử dụng mô hình hồi quy. Mô hình hồi quy tổng thể có dạng:

$$KNTT = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \beta_4 \cdot X_4 + \beta_5 \cdot X_5 + e_i$$

trong đó *KNTT* là 'Khả năng thu hút của điểm đến Hội An đối với khách du lịch nội địa', X_1 là 'Giải trí', X_2 là 'Lưu trú và ẩm thực', X_3 là 'Thiên nhiên và khí hậu', X_4 là 'Cơ sở hạ tầng', X_5 là 'Lịch sử', e_i là các yếu tố ảnh hưởng khác.

Kết quả cho thấy giá trị kiểm định F = 135,85 với mức ý nghĩa Sig. = 0,000 < 0,05. Điều này chứng tỏ rằng mô hình hồi quy xây dựng là phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được. Giá trị R^2 hiệu chỉnh của mô hình hồi quy bằng 83,2 % cho thấy các biến độc lập đưa vào mô hình giải thích được 83,2 % sự thay đổi của biến phụ thuộc là khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An, còn lại 16,8 % là ảnh hưởng các các yếu tố khác ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Kết quả phân tích cho hệ số phóng đại phương sai *VIF* của các biến độc lập đưa vào mô hình đều bé hơn 10 do đó có thể kết luận không có hiện tượng đa cộng tuyến. Như vậy, các biến độc lập không có sự tương quan với nhau. Kết quả kiểm định hệ số hồi quy cho thấy các biến độc lập X_2, X_3 có mức ý nghĩa (Sig.) bé hơn 0,05, chứng tỏ hai yếu tố này có sự tương quan với

biến phụ thuộc với độ tin cậy trên 95 %. Các biến độc lập còn lại có mức ý nghĩa (Sig.) lớn hơn 0,05, chứng tỏ các yếu tố này không có sự tương quan với biến phụ thuộc (Bảng 2).

Như vậy, thông qua các kiểm định của mô hình hồi quy, yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An là 'Thiên nhiên và khí hậu' (X_3) và 'Lưu trú và ẩm thực' (X_2). Biến X_3 có hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa là 0,728; điều này có nghĩa là khi yếu tố 'Thiên nhiên và khí hậu' của Hội An tăng thêm 1 điểm thì khả năng thu hút của điểm đến Hội An tăng thêm 0,728 điểm. Biến X_2 có hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa là 0,131 điều này có nghĩa khi yếu tố 'Lưu trú và ẩm thực' tăng thêm 1 điểm thì khả năng thu hút khách nội địa của điểm đến Hội An tăng thêm 0,131 điểm (Bảng 2).

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An

Biến phụ thuộc: Khả năng thu hút của điểm đến Hội An								
Số quan sát: 137								
Biến độc lập		**Hệ số chưa chuẩn hóa**		**Hệ số chuẩn hóa**	**Kiểm định *t***	**Mức ý nghĩa Sig.**	**Thống kê cộng tuyến**	
		B	**Std. Error**	**Beta**			**Độ chấp nhận của biến**	**Hệ số phóng đại phương sai**
	Hằng số	–0,203	0,152		–1,340	0,182		
X_1	Giải trí	–0,020	0,053	–0,017	–0,379	0,705	0,592	1,689
X_2	Lưu trú và ẩm thực	0,131	0,050	0,144	2,635	**0,009**	0,412	2,426
X_3	Thiên nhiên và khí hậu	0,728	0,046	0,735	15,989	**0,000**	0,584	1,711
X_4	Cơ sở hạ tầng	0,094	0,057	0,086	1,650	0,101	0,451	2,215
X_5	Lịch sử	0,064	0,048	0,066	1,326	0,187	0,493	2,029
R^2 hiệu chỉnh			**0,832**					
Giá trị *F*			**135,875 ($p < 0,05$)**					

Nguồn: số liệu điều tra năm 2016

Kết quả nghiên cứu cho thấy trong 5 yếu tố được đưa vào mô hình hồi quy chỉ có 2 yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An đó là 'Thiên nhiên và khí hậu' và 'Lưu trú và ẩm thực'; những yếu tố còn lại vẫn chưa có cơ sở để kết luận có mối quan hệ tuyến tính với khả năng thu hút của điểm đến này.

'Thiên nhiên và khí hậu' là yếu tố ảnh hưởng đầu tiên và nhiều nhất đến khả năng thu hút của Hội An của khách du lịch nội địa; kết quả này tương đồng với một số nghiên cứu trước đây (Mayo, 1973; Gearing & cộng sự, 1974; Ritchie & Zins, 1978; Krešić & Prebežac, 2011; Bùi Thị Tám & Mai Lệ Quyên, 2012; Hồ Kỳ Minh & cộng sự, 2011; Đặng Thị Thanh Loan & Bùi Thị Thanh, 2014). Các tác giả cho rằng 'Thiên nhiên và khí hậu' là các thuộc tính có tầm quan trọng phổ quát trong việc ảnh hưởng đến đánh giá của khách du lịch về khả năng thu hút của bất kỳ điểm đến du lịch nào. Nghiên cứu khảo sát thái độ của khách du lịch bằng ô tô ở Mỹ cho thấy cảnh quan, khí hậu là những tiêu chí quan trọng nhất được người trả lời sử dụng trong khi

đánh giá mức độ hấp dẫn của bất kỳ khu du lịch nào (Mayo, 1973). Đánh giá khả năng thu hút của một loạt các khu vực du lịch ở Thổ Nhĩ Kỳ đã phát hiện ra rằng vẻ đẹp tự nhiên và khí hậu là những yếu tố quan trọng nhất thu hút du khách của bất kỳ khu vực du lịch nào ở quốc gia này (Gearing & cộng sự, 1974). Khí hậu và cảnh quan thiên nhiên có vai trò quan trọng trong việc góp phần vào khả năng thu hút của điểm đến. Nghiên cứu của Ritchie & Zins (1978) đối với Quebec (Canada) đã phát hiện ra rằng trong số 8 yếu tố chung có thể ảnh hưởng đến đánh giá của khách du lịch về khả năng thu hút du lịch của thành phố này thì vẻ đẹp tự nhiên và khí hậu là yếu tố nổi bật quan trọng nhất. 'Đặc điểm tự nhiên' là thuộc tính thu hút cơ bản và hấp dẫn nhất có thể dẫn đến hiệu ứng truyền miệng trong du khách đối với 6 thành phố bên bờ biển Croatia và thành phố Dubrovnik–Neretva (Krešić & Prebežac, 2011). Tuy nhiên, theo Krešić & Prebežac (2011) các nhà quản lý điểm đến có rất ít khả năng hoặc không thể kiểm soát sự phát triển các đặc điểm của yếu tố thu hút này của điểm đến vì đó là kết quả của một quá trình tự nhiên đã trải qua sự phát triển hàng ngàn hàng triệu năm trước đây. Kết quả của nghiên cứu cũng tương đồng với một số nghiên cứu tại một số điểm đến ở Việt Nam. Bùi Thị Tám và cộng sự (2012) đã tìm ra thuộc tính 'Phong cảnh thiên nhiên' được du khách đánh giá có khả năng thu hút cao nhất trong các thuộc tính nghiên cứu (*mean* = 3,67) đối với điểm đến Huế. Đánh giá của khách du lịch nội địa đối với điểm đến Đà Nẵng cho thấy các thuộc tính 'Phong cảnh thiên nhiên' và 'Khí hậu thời tiết' là 2 thuộc tính được du khách quan tâm nhất khi lựa chọn điểm đến này; đồng thời những thuộc tính về môi trường và cảnh quan thiên nhiên vẫn được đánh giá cao sau khi du khách đến Đà Nẵng (Hồ Kỳ Minh & cộng sự, 2011). Kết quả nghiên cứu của Đặng Thị Thanh Loan & Bùi Thi Thanh (2014) cũng cho thấy yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch đến Bình Định chủ yếu là 'Tài nguyên thiên nhiên'.

Yếu tố thứ hai ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An là 'Lưu trú và ẩm thực' (β_2 = 0,131). Kết quả này phản ánh khá phù hợp với thực tế về các dịch vụ lưu trú và ẩm thực ở Hội An là rất đa dạng và phong phú, giá cả phải chăng, chất lượng phục vụ tốt. Trong quá trình phỏng vấn chúng tôi còn ghi nhận được một số chia sẻ của du khách về các dịch vụ lưu trú và ẩm thực ở Hội An: một vài du khách nhận định rằng chất lượng của 1 khách sạn 3 sao ở Hội An có thể tương đương với chất lượng của một khách sạn 4 sao ở các thành phố khác; nhiều du khách cho rằng giá cả dịch vụ ăn uống ở Hội An là khá thấp so với ở các thành phố khác. Kết quả nghiên cứu này cũng tương đồng với nghiên cứu của Krešić và Prebeža. Các phân tích chỉ số định lượng về khả năng thu hút của thành phố Dubrovnik–Neretva cho thấy yếu tố 'Lưu trú và ẩm thực' là nhân tố thứ hai ảnh hưởng đến khả năng thu hút du khách ở điểm đến này (*IDA* = 4,721) (Krešić & Prebežac, 2011). Tuy nhiên, các nghiên cứu về khả năng thu hút của một số điểm đến du lịch Việt Nam có sự khác biệt. Đối với điểm đến Huế, du khách đánh giá cao hơn đối với thuộc tính ẩm thực (*mean* = 3,46), trong khi đó chưa có quan điểm rõ ràng đối với thuộc tính phương tiện lưu trú (*mean* = 3,25) (Bùi Thị Tám & Mai Lệ Quyên, 2012). Tương tự đối với điểm đến Đà Nẵng, du khách đánh giá cao hơn đối với

thuộc tính 'Sự phong phú của các nhà hàng và các món ăn đặc sản' (*mean* = 3,74), trong khi đối với thuộc tính 'Các cơ sở lưu trú/nghỉ dưỡng' được đánh giá với mức đánh giá trung bình (*mean* = 3,55) (Hồ Kỳ Minh & cộng sự, 2011). Kết quả hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút của điểm đến Bình Định cho thấy 'Dịch vụ ăn uống' (β = 0,153) là yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút của điểm đến này trước hơn so với 'Cơ sở lưu trú' (β = 0,148) (Đặng Thị Thanh Loan & Bùi Thi Thanh, 2014).

4 Kết luận

Khả năng thu hút của một điểm đến được cấu thành bởi tổ hợp các yếu tố mà trong đó yếu tố 'Thiên nhiên và khí hậu' có vai trò quan trọng phổ biến được tìm thấy trong hầu hết các nghiên cứu về khả năng thu hút của bất kỳ điểm đến du lịch nào. Kết quả nghiên cứu cũng tìm thấy điều tương tự đối với điểm đến Hội An, trong đó yếu tố 'Thiên nhiên và khí hậu' có ảnh hưởng lớn nhất đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa, yếu tố ảnh hưởng thứ hai là 'Lưu trú và ẩm thực'. Từ kết quả nghiên cứu trên, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý cho các nhà quản lý điểm đến Hội An nhằm tăng cường khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến này bao gồm cần nâng cao được những giá trị thiên nhiên và khí hậu của điểm đến Hội An thông qua phát triển tập hợp các điểm thu hút khách du lịch theo quần thể, cụ thể có thể thiết kế các điểm du lịch thành quần thể theo các chủ đề như du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch văn hóa và du lịch cộng đồng... Ngoài các lợi thế về thiên nhiên và khí hậu đang được du khách nội địa đánh giá khá cao thì yếu tố 'Lưu trú và ẩm thực' cần phải được đầu tư cải thiện đúng mức, các nhà quản lý điểm đến cần đưa ra các chiến lược phát triển, cải thiện dịch vụ ẩm thực và nâng cấp các dịch vụ lưu trú giúp đáp ứng tốt hơn nhu cầu du khách, tạo sự hài lòng và quay trở lại đối với điểm đến Hội An.

Tài liệu tham khảo

1. Aziz, A. (2002), An evaluation of the attractiveness of Langkawi island as a domestic tourist destinations based on the importance and perceptions of different types of attractions, *Michigan State University*.
2. Crompton, J. L. (1979), An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destmation and the Influence of Geographical Locarion Upon that Image, *Journal of Travel Research*, 17 (Spring), 18–23.
3. Krešić D. and Prebežac D. (2011), Index of destination attractiveness as a tool for destination attractiveness assessment, *Original Scientific Paper*, 59 (4), 497–517.
4. Gearing, C. E., William W. Swart, and Turgut Var (1974), Establishing a Measure of Touristic Attractiveness, *Journal of Travel Research*, 22 (Spring), 1–8.
5. Hair, J. F. Jr. , Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998), *Multivariate Data Analysis*, (5th Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

6. Hu, Y. and Ritchie B. J. R. (1993), Measuring destination attractiveness: A contextual approach, *Journal of Travel Research*, 32(2), 25–34.
7. Lew, Allan A. (1987), A Framework of Tourist Attractions Research, *Annals of Tourism Research*, 14 (4), 553–75.
8. Đặng Thị Thanh Loan & Bùi Thi Thanh (2014), Các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch: Nghiên cứu trường hợp điểm đến Bình Định, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, Số 210 (II), 36–44.
9. Mayo, E. J. and Jarvis, L. P. (1981), *Psychology of Leisure Travel*. Boston: C.B.I. Publishing Co., 191–223.
10. Mayo, E. J. (1973), Regional Images and Regional Travel Behavior, *Proceedings of the Travel Research Association Fourth Annual Conference*, Salt Lake City, 217.
11. Hồ Kỳ Minh, Nguyễn Thị Bích Thủy, Nguyễn Việt Quốc (2010), Nghiên cứu hành vi và đánh giá của khách du lịch nội địa đối với điểm đến Đà Nẵng, *Tạp chí Phát triển Kinh Tế – Xã hội Đà Nẵng*, Số 9 + 10, 11–18.
12. Ritchie, B. J. R. and Zins, M. (1978), Culture as Determinant of the Attractiveness of a Tourism Region, *Annals of Tourism Research*, 5 (2), 252–67.
13. Bùi Thị Tám và Mai Lệ Quyên (2012), Đánh giá khả năng thu hút du khách của điểm đến Huế, *Tạp chí khoa học, Đại Học huế*, Tập 72b, Số 3, 295–305.
14. Tasci, A. D. A., Cavusgil S. T. and Gartner W. C. (2007), Conceptualization and Operationalization of Destination Image, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31, 194.
15. Vengesayi, S. (2003), Destination Attractiveness and Destination Competitiveness: A Model of Destination evaluation, *ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide 1–3 December 2003*, Monash University, 637–645.

FACTORS AFFECTING HOI AN DESTINATION ATTRACTIVENESS FOR DOMESTIC TOURISTS

Nguyen Thi Minh Nghia*, Le Vu Thi Thao Nhi, Tran Huu Tuan

HU – School of Hospitality and Tourism, 22 Lam Hoang St., Hue, Vietnam

Abstract: The quantitative indicators of destination attractiveness can be a very useful tool for managers in planning and creating development strategies for tourist destinations. This study used a questionnaire survey with 137 domestic visitors to Hoi An. The exploratory factor analysis showed that there are 5 factors representing the attractiveness of Hoi An tourist destination. However, the results of the regression analysis revealed that only the 'Nature and climate' and 'Accommodation and food' have significant impacts on the ability of Hoi An to attract domestic visitors. The remaining elements do not have sufficient evidence to indicate the linear relationship with the destination attractiveness. Therefore, the development and management should focus on enhancing the values of nature and climate of the destination. Besides, strategies for developing and improving catering services and upgrading accommodation facilities are needed to better serve the tourists' needs.

Keywords: Tourist destination, destination attractiveness, Hoi An, exploratory factor analysis, regression analysis