Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển; ISSN 2588–1205
Tập 126, Số 5D, 2017, Tr. 5–14; DOI: 10.26459/hueuni-jed.v126i5D.4495

ĐÁNH GIÁ CỦA DU KHÁCH ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG DU LỊCH LỄ HỘI TẠI TRUNG TÂM VĂN HÓA HUYỀN TRÂN THÀNH PHỐ HUẾ

Trương Thị Thu Hà*, Bạch Thị Thu Hà, Lê Thị Hà Quyên

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

Tóm tắt: Du lịch lễ hội hiện đang là một trong những loại hình du lịch rất phát triển trên toàn thế giới. Trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế hiện nay có rất nhiều lễ hội được tổ chức hằng năm. Trong đó, lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân đã và đang nhận được sự quan tâm của du khách và người dân địa phương, nhưng lễ hội này được tổ chức chưa thật sự hiệu quả. Mục đích của nghiên cứu này là đánh giá sự hài lòng của du khách và người dân địa phương khi tham dự lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân, làm cơ sở cho các cấp quản lý đưa ra các giải pháp và chiến lược phát triển đem lại lợi ích cho chính quyền và cộng đồng, mang lại trải nghiệm tốt cho khách tham dự. Phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA), tương quan và hồi quy được sử dụng để xác định các nhân tố tác động đến sự hài lòng của du khách và người dân khi đến lễ hội. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự hài lòng của du khách và người dân chịu sự tác động cùng chiều của ba yếu tố: (1) chương trình lễ hội, (2) thông tin và (3) trải nghiệm. Từ đó, những hàm ý được đề xuất nhằm giúp các bên liên quan có thể nâng cao chất lượng tổ chức lễ hội.

Từ khóa: sự hài lòng, du lịch lễ hội, trung tâm văn hóa Huyền Trân, thành phố Huế

1 Đặt vấn đề

Việt Nam được đánh giá là nước có tiềm năng về du lịch, trong đó lễ hội được xem như một bộ phận cấu thành tiềm năng ấy. Từ bao đời nay, lễ hội luôn giữ vai trò như sợi dây gắn kết cộng đồng, tạo dựng không gian văn hóa vừa trang trọng, linh thiêng, vừa tưng bừng, náo nức. Lễ hội trở thành nơi công chúng đến với lịch sử cha ông trở về với cội nguồn dân tộc, tưởng nhớ công ơn người đi trước, cầu mong những điều tốt lành. Đồng thời, đó là nơi người dân được vui chơi, giải tỏa, bù đắp về tinh thần. Du lịch lễ hội hiện nay đã và đang được phát triển trong những thập kỷ qua với hàng nghìn lễ hội diễn ra trên toàn thế giới mỗi năm.

Thừa Thiên Huế – vùng đất có truyền thống văn hóa lâu đời hơn 700 năm lịch sử – hiện đang là một trong những khu vực có cơ hội phát triển loại hình du lịch lễ hội. Trong đó, lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân đã thu hút đông đảo các tầng lớp nhân dân, tăng ni phật tử, các chức sắc tôn giáo, du khách và người dân Huế. Tuy nhiên, sự phát triển du lịch lễ hội ở trung tâm văn hóa Huyền Trân trong thời gian qua vẫn ở mức độ thấp, tồn tại nhiều bất cập. Chính vì vậy, cần có một nghiên cứu về những đánh giá của du khách và người dân địa

** Liên hệ: thuhatruong1991@gmail.com*
Nhận bài: 18–09–2017; Hoàn thành phản biện: 05–10–2017; Ngày nhận đăng: 30–10–2017

phương khi tham dự lễ hội nhằm giúp các cấp quản lý có cơ sở để tìm ra phương hướng phát triển du lịch lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân.

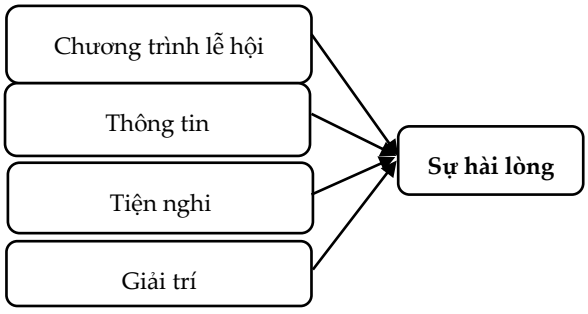
Nghiên cứu này hướng đến các mục tiêu cơ bản sau: (1) đánh giá mức độ hài lòng của du khách và người dân địa phương khi tham dự lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân; (2) nghiên cứu mức độ ảnh hưởng của các yếu tố tác động đến sự hài lòng của du khách và người dân đến tham dự lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân; và (3) đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của du khách và người dân địa phương khi tham dự lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân.

2 Phương pháp nghiên cứu

2.1 Mô hình nghiên cứu

Để đánh giá sự hài lòng của du khách khi tham gia lễ hội, đã có rất nhiều nghiên cứu đánh giá sự hài lòng được đưa ra trên thế giới. Cole và Illum (2006) phát triển bốn phương diện với 16 thuộc tính đo lường sự hài lòng tổng thể đối với lễ hội bao gồm các hoạt động, tiện nghi và giải trí; Yoon và cs. (2010) đã đưa ra 5 phương diện: thông tin dịch vụ, chương trình lễ hội, hàng lưu niệm, ẩm thực, cơ sở hạ tầng và trang thiết bị.

Trên cơ sở kế thừa thang đo về sự hài lòng của du khách của Yoon và cs. (2010), Cole và Illum (2006), các tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu ở sơ đồ 1.



Sơ đồ 1. Mô hình nghiên cứu

2.2 Phương pháp chọn mẫu và quy mô mẫu

Việc chọn mẫu được tiến hành ngẫu nhiên với các du khách đến tham gia lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân vào 2 ngày diễn ra chương trình chính của lễ hội là ngày 15/2 và 16/2/2016. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy bội. Theo Hair và cs. (1998), để có thể phân tích nhân tố khám phá cần thu thập dữ liệu với kích thước mẫu là 5 mẫu trên 1 biến quan sát. Trong khi Hoàng Trọng và Chu Nguyễn

Mộng Ngọc (2005) cho rằng tỷ lệ đó là 4 hay 5. Do đó, với số lượng 18 phát biểu trong bảng hỏi thì cần ít nhất 18 × 5 = 90 phiếu điều tra được điền đầy đủ từ những du khách được phỏng vấn. Số phiếu phát ra là 110 phiếu, thu lại 92 phiếu hợp lệ và có thể đưa vào phân tích.

2.3 Phương pháp phân tích, xử lý số liệu

Các số liệu sau khi đã thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS 16.0 để xác định các vấn đề liên quan đến sự hài lòng của du khách khi tham gia lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân – thành phố Huế. Trước khi đưa vào phân tích hay kiểm định thì tiến hành kiểm tra độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha cho biết mức độ tương quan giữa các biến. Tiếp theo, tiến hành phân tích EFA nhằm tạo một hình ảnh rõ ràng và đơn giản hơn về mối quan hệ giữa các biến quan sát và nhân tố được rút trích. Kết quả là các biến quan sát sẽ phân nhóm rõ ràng, mỗi nhóm sẽ có những hệ số tải cao lên một nhân tố và những hệ số tải thấp lên những nhân tố còn lại. Cuối cùng, tiến hành phân tích hồi quy từng bước để xác định mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập đối với biến phụ thuộc là "Sự hài lòng".

3 Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1 Thống kê mô tả đối tượng điều tra

Trong 92 mẫu quan sát thì phần lớn du khách đến từ các tỉnh miền Trung (chiếm 48,9 %), trong đó có các tỉnh như Thừa Thiên Huế, Quảng Nam, Đà Nẵng, Quảng Trị, Quảng Bình. Cơ cấu du khách phân bố theo độ tuổi khá đồng đều, nhóm du khách có độ tuổi trên 55 chiếm tỷ lệ cao nhất 33,7%, và theo giới tính thì có đến 63,1 % du khách là nữ. Điều này cho thấy khách đến tham dự lễ hội này chủ yếu là phụ nữ và ở lứa tuổi đã nghỉ hưu. Đa số người dân và khách du lịch biết đến và tìm hiểu về trung tâm văn hóa Huyền Trân thông qua bạn bè, người thân giới thiệu với 68,5 % khách đến tham dự lựa chọn. Điều này cho thấy hình thức truyền miệng rất có hiệu quả. Tiếp theo là hình thức truyền thông qua internet với 59,8 % người trả lời. Văn phòng du lịch là kênh thông tin được lựa chọn ít nhất.

Về cơ cấu du khách phân theo thu nhập thì đa số du khách có mức thu nhập từ 5 đến 9 triệu đồng chiếm 42,4 %, mức thu nhập dưới 3 triệu đồng có tỷ lệ thấp nhất chiếm 15,2 %; điều này là phù hợp với cơ cấu nghề nghiệp với 13 % là đối tượng học sinh, sinh viên và 35,9 % du khách có nghề nghiệp là kinh doanh buôn bán, 25 % là cán bộ công nhân viên. Đối với tình trạng hôn nhân thì đa số khách đến tham dự là những người đã có gia đình với 71,7 %.

Theo kết quả mẫu điều tra thì phần lớn người dân và khách du lịch đến tham gia lễ hội đều là những người đã đến trung tâm văn hóa Huyền Trân từ hai lần trở lên và có đến 73 % du khách lựa chọn "cầu xin may mắn trong những ngày đầu năm mới" khi đến tham dự lễ hội; tiếp theo là đến để tạ lễ Vua Trần Nhân Tông và công chúa Huyền Trân chiếm 66 %. Mục đích đến hoàn toàn để vui chơi, trải nghiệm chiếm tỷ lệ thấp nhất với 2,2 %.

3.2 Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Kết quả cho thấy tất cả các thành phần đều có hệ số tin cậy Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng của các biến đều lớn hơn 0,3. Theo Nunnally và Burnstein (1994), tiêu chuẩn lựa chọn Cronbach's Alpha là từ 0,6 trở lên và hệ số tương quan biến tổng từ 0,3 trở lên. Do đó, với kết quả trên có thể kết luận thông tin do du khách và người dân đánh giá là khá đầy đủ, đáng tin cậy để sử dụng cho phân tích EFA (Bảng 1).

Bảng 1. Hệ số tin cậy Cronbach's alpha của các thành phần thang đo

Thành phần	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng thấp nhất
1. Thông tin	0,820	0,636
2. Chương trình lễ hội	0,844	0,647
3. Tiện nghi	0,941	0,721
4. Trải nghiệm	0,802	0,581
5. Sự hài lòng	0,793	0,613

Nguồn: số liệu điều tra 2016

3.3 Phân tích nhân tố khám phá

Kết quả phân tích nhân tố được thể hiện ở Bảng 2. Theo đó, giá trị KMO = 0,898 thỏa mãn điều kiện lớn hơn 0,5 nên việc phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu của mẫu. Đồng thời, kết quả cũng cho thấy có 4 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách và người dân khi tham dự lễ hội, với giá trị Eigen đều lớn hơn 1.

Sau khi tiến hành thực hiện xoay nhân tố, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 nên đều được giữ lại và được chia thành 4 nhóm nhân tố.

Bốn nhân tố có thể được mô tả như sau:

Nhân tố thứ 1 có giá trị Eigen bằng 9,107 với hệ số Cronbach's alpha là 0,820. Nhân tố này bao gồm các biến: "Bãi đỗ xe được bố trí hợp lý, rộng rãi", "Giá cả các món ăn và đồ uống là phải chăng", "Các cửa hàng ăn uống được bố trí hợp lý", "Thời gian diễn ra lễ hội trong thực tế là đúng với lịch trình", "Nhà vệ sinh công cộng sạch sẽ", "Có nhiều chỗ ngồi để nghỉ ngơi cho khách" và "Lễ hội có sự sắp xếp tốt cho các du khách có nhu cầu đặc biệt như người khuyết tật, trẻ em, người già" nên được đặt tên là **"**Tiện nghi**".**

Nhân tố thứ 2 có giá trị Eigen bằng 1,638 với hệ số Cronbach's alpha là 0,844. Nhân tố này bao gồm các biến: "Đại lễ cầu nguyện diễn ra trang trọng", "Chương trình biểu diễn nghệ thuật đặc sắc", "Được tham gia nhiều hoạt động hấp dẫn ngoài chương trình chính", "Công tác tổ chức, quản lý được thực hiện tốt" nên được đặt tên là **"**Chương trình lễ hội**".**

Nhân tố thứ 3 có giá trị Eigen bằng 1,249 với hệ số Cronbach's alpha là 0,941. Nhân tố này bao gồm các biến: "Dịch vụ cung cấp thông tin trước chuyến đi", "Hệ thống biển chỉ dẫn cung cấp thông tin chính xác và hữu ích", "Sách hướng dẫn, tờ rơi được chuẩn bị kỹ lưỡng, chi tiết", "Nhân viên hướng dẫn tận tình" nên được đặt tên là **"**Thông tin**".**

Nhân tố thứ 4 có giá trị Eigenvalue bằng 1,231 với hệ số Cronbach's alpha là 0,802. Nhân tố này bao gồm các biến: "Hệ thống âm thanh cho chương trình biểu diễn tốt", "Tôi đã được giới thiệu sâu về ý nghĩa của lễ hội", "Chương trình biểu diễn hấp dẫn, lôi cuốn" nên được đặt tên là **"**Trải nghiệm**".**

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố EFA

Các thuộc tính về sự hài lòng của du khách và người dân	**Nhân tố**			
	1	**2**	**3**	**4**
Lễ hội có sự sắp xếp tốt cho các du khách có nhu cầu đặc biệt như người khuyết tật, trẻ em, người già	0,815			
Thời gian diễn ra lễ hội trong thực tế là đúng với lịch trình	0,813			
Bãi đỗ xe được bố trí hợp lý, rộng rãi	0,812			
Nhà vệ sinh công cộng sạch sẽ	0,797			
Các cửa hàng ăn uống được bố trí hợp lý	0,741			
Có nhiều chỗ ngồi để nghỉ ngơi cho khách	0,701			
Giá cả các món ăn và đồ uống là phải chăng	0,663			
Đại lễ cầu nguyện diễn ra trang trọng		0,783		
Được tham gia nhiều hoạt động hấp dẫn ngoài chương trình chính		0,782		
Chương trình biểu diễn nghệ thuật đặc sắc		0,774		
Công tác tổ chức, quản lý được thực hiện tốt		0,594		
Dịch vụ cung cấp thông tin trước chuyến đi giúp tôi nắm rõ thông tin về chương trình lễ hội			0,830	
Tài liệu hướng dẫn, tờ rơi được chuẩn bị kỹ lưỡng, chi tiết			0,778	
Hệ thống biển chỉ dẫn cung cấp thông tin chính xác và hữu ích			0,713	
Nhân viên hướng dẫn tận tình			0,634	
Hệ thống âm thanh cho chương trình biểu diễn tốt				0,833
Chương trình biểu diễn hấp dẫn, lôi cuốn				0,735
Tôi đã được giới thiệu sâu về ý nghĩa của lễ hội và địa điểm tham quan				0,696
Giá trị Eigen	**9,107**	**1,638**	**1,249**	**1,231**
Phương sai trích		**73,468 %**		
Cronbach's alpha	**0,820**	**0,844**	**0,941**	**0,802**

Nguồn: số liệu điều tra 2016

3.4 Phân tích mức độ hài lòng của du khách và người dân khi tham dự lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân – thành phố Huế

Nhìn chung, đa số du khách đều hài lòng khi tham dự lễ hội. Trong đó, mức độ hài lòng cao nhất thuộc về yếu tố thông tin (M = 3,71), kế đến là sự hài lòng về các phương tiện âm thanh (M = 3,68). Tuy nhiên, 43,4 % số người được phỏng vấn cho rằng họ chưa được giới thiệu sâu về ý nghĩa của lễ hội. Theo phỏng vấn nhân viên hướng dẫn tại đây thì được biết rằng đa số

du khách đến tham dự lễ hội đều tập trung vào phần đại lễ và thưởng thức chương trình lễ hội chứ chưa quan tâm nhiều đến việc tìm hiểu ý nghĩa của lễ hội và địa điểm tham quan.

Chương trình lễ hội có mức độ hài lòng ở mức trung bình (M = 3,08). Trên 60 % số người trả lời cho rằng đại lễ cầu nguyện diễn ra trang trọng và công tác tổ chức, quản lý được thực hiện tốt. Tuy nhiên, có đến 63,3 % người dân và khách du lịch cho rằng chương trình biểu diễn nghệ thuật chưa đặc sắc. Ban tổ chức lễ hội lý giải điều này là do trong những năm gần đây chỉ tổ chức phần nghi lễ đơn giản chứ không sân khấu hóa. Bên cạnh đó, 67,1 % du khách và người dân không hài lòng với các hoạt động ngoài chương trình chính của lễ hội. Thật vậy, trong quá trình khảo sát thực tế tại trung tâm văn hóa Huyền Trân vào thời điểm diễn ra lễ hội, tác giả nhận thấy rằng các chương trình, hoạt động ngoài chương trình đại lễ chính đều không tạo sự hứng thú cho du khách. Ngoài ra, các sản phẩm hàng lưu niệm được bày bán ở đây cũng rất nghèo nàn, rất nhiều sản phẩm có xuất xứ Trung Quốc được bán tràn lan, cửa hàng trưng bày không được sắp xếp gọn gàng.

3.5 Ảnh hưởng của các yếu tố thuộc mô hình sự hài lòng của du khách và người dân khi tham dự lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân – thành phố Huế

Hồi quy tuyến tính giúp xác định mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập lên biến phụ thuộc. Với bốn nhân tố xác định được, tiến hành hồi quy đa biến cùng với biến phụ thuộc là "sự hài lòng". Mô hình hồi quy có dạng:

$$\text{Sự hài lòng} = \beta_0 + \beta_1 \cdot TN + \beta_2 \cdot CT + \beta_3 \cdot TT + \beta_4 \cdot TrN$$

trong đó β_i là hệ số hồi quy riêng phần tương ứng với các biến độc lập; TN là giá trị của biến "Tiện nghi"; CT là giá trị của biến "Chương trình lễ hội"; TT là giá trị của biến "Thông tin"; TrN là giá trị của biến "Trải nghiệm".

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích đa biến để xác định đánh giá của khách tham quan, do đó kiểm định phân bố chuẩn là một điều kiện đầu tiên cần thực hiện để xem xét khả năng thoả mãn. Hai đại lượng đo lường đặc tính phân bố của dữ liệu đó là độ nghiêng Skewness và hệ số tập trung Kurtosis. Một phân bố Skewness hay phân bố Kurtosis chỉ được xem là phân bố chuẩn khi giá trị sai số chuẩn của nó nằm trong khoảng từ -2 đến 2.

Bên cạnh đó, hệ số tương quan Pearson giữa các biến độc lập với các biến phụ thuộc đều lớn hơn 0,5. Giá trị này cho thấy giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc tương ứng có mối liên hệ tỉ lệ thuận khá chặt chẽ.

Một biến phụ thuộc thông thường chịu ảnh hưởng của nhiều biến độc lập khác nhau, nhưng không phải khi nào phương trình càng nhiều biến thì càng phù hợp với dữ liệu. Mô hình càng nhiều biến độc lập thì càng khó giải thích và đánh giá ảnh hưởng của mỗi biến độc lập đến

biến phụ thuộc. Việc sử dụng phương pháp hồi quy từng bước trong thiết lập mô hình sẽ giúp nhận ra các biến độc lập có khả năng dự đoán tốt cho biến phụ thuộc. Sau khi thử dần mô hình phù hợp, kết quả cho thấy mô hình thứ ba là phù hợp nhất.

Kết quả ở Bảng 3 cho thấy, mô hình 3 biến độc lập có giá trị R^2 điều chỉnh cao nhất là 0,563. Như vậy, độ phù hợp của mô hình là 56,3 %. Nói cách khác, 56,3 % biến thiên của biến "Sự hài lòng" được giải thích bởi 3 biến quan sát trên, còn lại là do tác động của các yếu tố khác ngoài mô hình.

Bảng 3. Đánh giá độ phù hợp của mô hình theo phương pháp từng bước

Mô hình	R	R^2	R^2 hiệu chỉnh	Ước lượng độ lệch chuẩn	Durbin-Watson
3	0,759	0,576	0,563	0,68747	1,495

Nguồn: số liệu điều tra 2016

Kiểm định độ phù hợp của mô hình "Sự hài lòng"

Bước tiếp theo trong phân tích hồi quy đó là thực hiện kiểm định F về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể, xem biến phụ thuộc có liên hệ tuyến tính với toàn bộ biến độc lập hay không.

Giả thiết H_0 đặt ra là: $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$.

H_1: Có ít nhất một hệ số $\beta \neq 0$

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy giá trị Sig. = 0,000 rất nhỏ và cho phép bác bỏ giả thiết H_0. Như vậy, mô hình hồi quy thu được rất tốt vì tổng cộng bình phương sai số ước lượng rất nhỏ so với tổng cộng độ biến động của số liệu. Sự kết hợp các biến độc lập giải thích tốt các thay đổi của biến phụ thuộc là "Sự hài lòng".

Dò tìm các vi phạm giả định cần thiết

Việc dò tìm các vi phạm giả định cần thiết (phương sai sai số thay đổi, phân bố chuẩn của phần dư, tự tương quan, đa cộng tuyến) đã được tiến hành. Kết quả cho thấy mô hình đưa vào phân tích là phù hợp và có ý nghĩa thống kê với hệ số Durbin-Watson và hệ số phóng đại VIF đều đảm bảo đạt tiêu chuẩn; đồng thời, mức ý nghĩa của phép kiểm định đối với các hệ số hồi quy ở các biến độc lập đều nhỏ hơn 0,05.

Có thể kết luận 3 biến độc lập này có khả năng sử dụng các hệ số hồi quy để giải thích, lượng hóa mối liên hệ giữa biến phụ thuộc và biến độc lập.

Phương trình hồi quy tổng quát của mô hình được viết lại như sau

$$\text{Sự hài lòng} = 0{,}721 + 0{,}362 \cdot \text{CT} + 0{,}291 \cdot \text{TT} + 0{,}191 \cdot \text{TrN}$$

Giải thích mô hình hồi quy

Hệ số β chuẩn hóa càng lớn thể hiện sự ảnh hưởng của biến giải thích đối với biến phụ thuộc càng lớn. Kết quả cho thấy mức độ ảnh hưởng của các nhân tố theo thứ tự hệ số β giảm dần như sau: (1) Chương trình lễ hội, (2) Thông tin, (3) Trải nghiệm. Kết quả này sẽ là cơ sở để đề xuất các hàm ý đối với các cấp quản lý trong việc nâng cao sự hài lòng của du khách và người dân địa phương khi tham dự lễ hội.

Có thể thấy rằng kết quả chạy phân tích EFA cho ra 4 biến độc lập như đã trình bày ở phần kết quả phân tích nhân tố, nhưng khi đưa vào hồi quy thì chỉ còn 3 biến xuất hiện trong phương trình hồi quy có tác động tới biến phụ thuộc "Sự hài lòng" và biến đã bị loại đi là "Tiện nghi". Trong quá trình phỏng vấn, đa số người dân và khách du lịch đều bộc lộ mục đích chủ yếu của việc đến tham dự lễ hội là tạ lễ nhà Vua Trần Nhân Tông và công chúa Huyền Trân, cầu xin những điều may mắn chứ không phải là vui chơi trải nghiệm đơn thuần, do đó du khách ít quan tâm đến yếu tố tiện nghi.

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy đa biến

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hoá		Hệ số hồi quy chuẩn hoá	*t*	Sig.
	β	Độ lệch chuẩn	β		
(Hằng số)	0,721	0,330		2,186	0,031
Chương trình	0,362	0,102	0,341	3,555	0,001
Thông tin	0,291	0,087	0,305	3,362	0,001
Trải nghiệm	0,191	0,091	0,201	2,088	0,040

Nguồn: số liệu điều tra 2016

3.6 Thảo luận

Tác giả đã phân tích đánh giá, đưa ra được các nhân tố tác động đến sự hài lòng chung của người dân và du khách khi đến tham gia lễ hội và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đó.

Theo đó, chương trình lễ hội, thông tin, và trải nghiệm là 3 nhân tố tác động đến sự hài lòng, trong đó chương trình lễ hội là nhân tố có sự tác động lớn nhất. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, lễ hội không còn được tổ chức dưới dạng sân khấu hóa như trước đây, mà chỉ tổ chức phần nghi lễ một cách đơn giản, dẫn đến các hoạt động thuộc chương trình còn khá đơn điệu, chưa hấp dẫn khách tham dự. Vì vậy, trong những lần tổ chức tới, ban tổ chức có thể kết hợp thêm các chương trình biểu diễn nghệ thuật để làm phong phú chương trình tổ chức của lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân – thành phố Huế. Bên cạnh đó, cần tăng cường và cải thiện các hoạt động như việc trưng bày các sản phẩm thủ công mỹ nghệ cần được đầu tư hơn

nữa, một mặt có thể tạo ấn tượng với du khách về các sản phẩm của Huế nhằm giúp du khách cảm thấy hứng thú hơn khi tham quan.

Đối với yếu tố thông tin, Trung tâm văn hóa thông tin Tỉnh Thừa Thiên Huế – đơn vị tổ chức lễ hội bắt đầu từ năm 2017 – cần tăng cường tuyên truyền quảng bá du lịch lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân nói riêng bằng những hình thức hiệu quả như xây dựng các loại sản phẩm quảng bá du lịch, các ấn phẩm đa dạng như tờ rơi, các tập gấp, tạp chí, cuốn sách nhỏ, phim, ảnh, sản phẩm lưu niệm và những sản phẩm du lịch đặc hiệu theo hướng chất lượng và hấp dẫn.

Đối với yếu tố trải nghiệm, mặc dù du khách chưa thực sự hình thành nhu cầu muốn được giới thiệu về lịch sử, nhưng ban tổ chức cần chủ động để cung cấp thông tin bằng cách xây dựng trung tâm thông tin để du khách tham quan ngay khi đến lễ hội, tổ chức các hoạt động để du khách tham gia tìm hiểu về Vua Trần Nhân Tông, công chúa Huyền Trân và ý nghĩa của lễ hội.

4 Kết luận

Kết quả nghiên cứu một lần nữa khẳng định thang đo lường sự hài lòng của khách tham dự đối với lễ hội. Sự hài lòng của khách du lịch và người dân khi tham dự lễ hội tại trung tâm văn hóa Huyền Trân phụ thuộc vào các nhân tố: (1) Chương trình lễ hội, (2) Thông tin, (3) Trải nghiệm. Từ kết quả đánh giá sự hài lòng đối với lễ hội, nghiên cứu đã đề xuất 4 nhóm giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng bao gồm (1) giải pháp về chương trình lễ hội, (2) giải pháp về công tác quảng bá, xúc tiến du lịch, (3) giải pháp về trải nghiệm, (4) giải pháp đối với liên kết phát triển du lịch, (5) giải pháp về nguồn nhân lực.

Tài liệu tham khảo

1. Lê Thị Kim Liên, Trần Thị Thu Thuỷ, Quản Bá Chính, Trần Ngọc Quyền (2015), Đánh giá của du khách về du lịch lễ hội tổ chức tại chùa ở Thừa Thiên Huế, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế*, Tập 109(10), 191–202.
2. Cole S. T., Illum S. F. (2006), Examining the mediating role of festival visitors' satisfaction in the relationship between service quality and behavioral intentions, *J. Vacation Mark.*, 160–173.
3. Getz, D. (2010), The nature and scope of festival studies, *International Journal of Event Management Research, 5(1)*, 1–47.
4. Hair, J.F. Jr. , Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998), *Multivariate Data Analysis*, Upper Saddle River, Prentice-Hall International, Inc.
5. Hoàng Trọng – Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu với SPSS - Tập 2*, Nxb. Hồng Đức, TP. HCM.

6. Yoon Y. K., Lee J. S., Lee C. K. (2010), Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty. *Int. J. Hospitality Management*, 29(2), 335–342.
7. Chen W. C., Lee C. F., Lin L. Z. (2012), *Investigating factors affecting festival quality: A case study of Neimen Song Jiang Jhen Battle Array, Taiwan*, African Journal of Marketing Management, 4(2), 43–54.

VISITORS' EVALUATION ON FESTIVAL TOURISM ACTIVITIES AT HUYEN TRAN CULTURAL CENTRE, HUE CITY

Trương Thị Thu Hà*, Bach Thi Thu Ha, Le Thi Ha Quyen

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

Abstracts: Festival tourism is becoming one of the most popular types of tourism in the world. In Thua Thien Hue province, there are many festivals held every year. In particular, the festival at Huyen Tran Cultural Centre has been receiving the attention of tourists and local people. However, the organization lacks professionalism. This study aims to assess the satisfaction of visitors and local residents attending the festival at Huyen Tran Cultural Centre. The methods of Exploratory Factor Analysis and multiple regression analysis were used to determine the factors affecting the festival attendants' satisfaction. The results revealed that visitors' satisfaction is influenced by three factors: (1) program, (2) information and (3) experience. The results could assist and guide festival organizers to map out the directions for improvement and the implementation strategies to ensure that every visitor receives an exceptional festival experience.

Keywords: Satisfaction, festival tourism, Huyen Tran cultural centre, Hue city