

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

ThS. Phạm Minh Triết - ThS. Ngô Thị Thoại An - ThS. Trần Thị Hồng Cúc
Phân hiệu Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh tại tỉnh Vĩnh Long

Tóm tắt

Việc xây dựng và quản lý hình ảnh điểm đến du lịch một cách chuyên nghiệp và hiệu quả là cơ sở rất quan trọng để thúc đẩy phát triển du lịch và tăng cường uy tín của địa điểm trong lòng du khách. Với 145 quan sát, nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả để đo lường và đánh giá tác động của các yếu tố hình ảnh thuộc tính và hình ảnh tổng thể của điểm đến trong tâm trí của du khách nội địa tại Cần Thơ. Dựa vào kết quả đo lường, nghiên cứu đưa ra các giải pháp cải thiện hình ảnh điểm đến nhằm thu hút một lượng lớn du khách đến với Cần Thơ trong tương lai.

Từ khóa: Cần Thơ; Hình ảnh điểm đến; Khách du lịch nội địa

Abstract

Building and managing the image of a tourist destination in a professional and effective manner is essential to promote tourism development and enhance the reputation of the location among tourists. With 145 observations, the study utilized descriptive statistical methods to measure and evaluate the impact of image attributes and overall destination imagery in the minds of domestic tourists in Can Tho. Based on the measurement results, the study provides solutions to improve the destination's image to attract a large number of tourists to Can Tho in the future.

Keywords: Can Tho; Destination imagery; Domestic tourists

1. Giới thiệu

Với vị trí địa lý thuận lợi, phong cảnh đẹp hữu tình văn hóa lâu đời và các điểm tham quan đặc sắc, hấp dẫn, Cần Thơ có đủ yếu tố để trở thành điểm đến hàng đầu cho du khách. Cần Thơ đã được tạp chí "Departures" của Mỹ xếp hạng là 1 trong 9 tỉnh có hệ thống kênh và sông ngòi tuyệt vời nhất cho du lịch. Điều này giúp thúc đẩy sự phát triển của ngành du lịch và định hình hình ảnh của Cần Thơ trong tương lai. Theo báo cáo từ Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Cần Thơ năm 2023, du lịch Cần Thơ đón gần 5,99 triệu lượt khách, tăng 17% so với cùng kỳ năm 2022; trong đó khách lưu trú có gần 2,98 triệu lượt. Khách lưu trú quốc tế đạt khoảng 159.000 lượt. Tổng doanh thu du lịch đạt 5.420 tỉ đồng, tăng 32% so với cùng kỳ năm 2022, mặc dù số lượng du khách đến Cần Thơ tăng, nhưng vẫn chưa tương xứng với tiềm năng du lịch của tỉnh. Để thúc đẩy phát triển mạnh mẽ cho du lịch Cần Thơ và trở thành trung tâm du lịch lớn nhất vùng đồng bằng sông Cửu Long cần nâng cao hình ảnh điểm đến, quảng bá hiệu quả, thu hút du khách và nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch.

Để đáp ứng nhu cầu của du khách và phát triển du lịch Cần Thơ, việc nghiên cứu và thu thập thông tin

đánh giá khách quan về hình ảnh điểm đến trong tâm trí du khách là cần thiết. Điều này giúp đánh giá hình ảnh điểm đến của Cần Thơ trong tâm trí du khách nội địa và đề xuất giải pháp cũng như xây dựng mục tiêu phát triển du lịch cho Cần Thơ trong tương lai.

2. Cơ sở lý thuyết và Phương pháp nghiên cứu

Cơ sở lý thuyết

Theo Gunn (1988), hình ảnh điểm đến du lịch là tổng hợp của niềm tin, ý tưởng ấn tượng về điểm đến mà mọi người có được. Crompton (1979) cũng đồng tình với quan điểm trên, cho rằng hình ảnh điểm đến là sự kết hợp của niềm tin, ý tưởng và ấn tượng mà một người có về điểm đến đó. Echtner & Ritchie (2003) cho rằng hình ảnh điểm đến là nhận thức về các thuộc tính riêng biệt của điểm đến và ấn tượng tổng thể về điểm đến đó. Trong nghiên cứu này, hình ảnh điểm đến được hiểu là những nhận thức về các thuộc tính đơn lẻ cũng như suy nghĩ, cảm nhận, ấn tượng tổng thể và toàn diện của du khách về một điểm đến cụ thể.

Đo lường hình ảnh điểm đến

Đo lường hình ảnh điểm đến bao gồm cả hai khía cạnh thuộc tính và tổng thể. Mỗi khía cạnh này cần được đo lường thông qua các đặc điểm chức năng

và tâm lý của điểm đến. Trong quá trình đo lường hình ảnh điểm đến, không chỉ cần thu thập thông tin thông thường mà còn cần nắm bắt những đặc điểm độc đáo để phân biệt giữa các điểm đến.

Mô hình IPA bao gồm 3 bước chính: Đầu tiên, các đặc tính của sản phẩm hoặc dịch vụ được xác định thông qua việc tham khảo nghiên cứu trước đó, dựa trên cơ sở lý luận, sử dụng phương pháp thảo luận nhóm hoặc phỏng vấn trực tiếp. Tiếp theo, khách hàng sẽ được hỏi về mức độ quan trọng và mức độ thể hiện của từng đặc tính. Cuối cùng, điểm số giữa mức độ quan trọng và mức độ thể hiện sẽ được tính toán cho từng đặc tính. Kết quả này sẽ được biểu thị trên sơ đồ IPA, với trục tung (Y) đại diện cho mức độ quan trọng và trục hoành (X) đại diện cho mức độ thể hiện.

Hình 1: Mô hình phân tích mức độ quan trọng và thực hiện IPA



Nguồn: Martilla và James, 1977

- Phần 1 (Phát triển tập trung): Các thuộc tính trong phần này được coi là rất quan trọng đối với khách hàng, nhưng mức độ thực hiện của nhà cung ứng dịch vụ lại rất kém.

- Phần 2 (Duy trì và tiếp tục): Các thuộc tính trong phần này được coi là rất quan trọng đối với khách hàng và nhà cung ứng dịch vụ đã có mức độ thể hiện rất tốt.

- Phần 3 (Hạn chế phát triển): Các thuộc tính trong phần này được coi là có mức độ thể hiện thấp và không quan trọng đối với khách hàng.

- Phần 4 (Giảm đầu tư): Các thuộc tính trong phần này được coi là không quan trọng đối với khách hàng, nhưng mức độ thể hiện của nhà cung ứng lại rất tốt.

Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thống kê mô tả: Đo lường và đánh giá tác động của các yếu tố hình ảnh thuộc tính

và hình ảnh tổng thể của điểm đến trong tâm trí của du khách nội địa tại Cần Thơ.

Phân tích phương sai một chiều (One-way ANOVA) và kiểm định Welch: Phân tích sự khác biệt trong đánh giá giữa các nhóm khách theo độ tuổi, trình độ học vấn và nghề nghiệp, vùng miền, số lần đến.

Kiểm định Independent-Samples T-Test: So sánh sự đánh giá của các nhóm du khách có giới tính khác nhau, bao gồm: Kiểm định sự đồng nhất phương sai

3. Kết quả

Đánh giá hình ảnh thuộc tính điểm đến Cần Thơ trong tâm trí khách du lịch nội địa

Bảng 1: Đánh giá của du khách về điểm đến Cần Thơ

Các thuộc tính	N	Xếp hạng	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
1. Hấp dẫn về du lịch sông nước	145	1	4,59	0,494
2. Nhiều khu du lịch sinh thái	145	2	4,49	0,668
3. Nhiều làng nghề truyền thống với những sản phẩm độc đáo	145	18	3,34	0,582
4. Nhiều loại hình nghệ thuật dân gian	145	20	3,12	0,692
5. Di tích lịch sử văn hóa, chùa cổ độc đáo	145	5	4,32	0,725
6. Nhiều loại trái cây đặc sản nổi tiếng của địa phương	145	12	3,93	0,788
7. Môi trường sạch sẽ, ít ô nhiễm	145	15	3,83	0,745
8. Thời tiết mát mẻ, dễ chịu	145	17	3,55	0,790
9. Cơ sở lưu trú đạt chất lượng	145	6	4,20	0,641
10. Có nhiều sự lựa chọn về nơi ăn uống	145	11	3,95	0,701
11. Có hệ thống giao thông đi lại thuận tiện	145	7	4,12	0,763
12. Điểm đến dễ tiếp cận	145	8	4,08	0,800
13. Không khí miệt vườn thu hút	145	3	4,40	0,660

Các thuộc tính	N	Xếp hạng	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
14. Môi trường an ninh và an toàn cho du khách	145	10	3,97	0,745
15. Người Cần Thơ hào sảng, hiếu khách	145	4	4,34	0,475
16. Giá cả dịch vụ mua sắm, tham quan hợp lý	145	14	3,84	0,733
17. Dịch vụ hỗ trợ thông tin du lịch sẵn có với nhiều hình thức	145	9	4,00	0,755
18. Đa dạng các địa điểm mua sắm và giải trí	145	19	3,26	0,667
19. Chất lượng dịch vụ tốt	145	16	3,73	0,784
20. Sự trải nghiệm cuộc sống bản địa tại điểm đến hấp dẫn và thu hút	145	13	3,90	0,748

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả năm 2023

Các thuộc tính như "Hấp dẫn du lịch sông nước", "Khu du lịch sinh thái", "Không khí miệt vườn", "Di tích văn hóa" và "Người Cần Thơ hiếu khách" được xếp vào nhóm có đánh giá cao nhất trong số 20 thuộc tính hình ảnh. Trong khi đó, các yếu tố như "Cơ sở lưu trú chất lượng", "Giao thông thuận tiện", "Dễ tiếp cận", "Dịch vụ hỗ trợ du lịch đa dạng", "Môi trường an toàn", "Lựa chọn ẩm thực đa dạng", "Trải nghiệm bản địa hấp dẫn", "Giá cả hợp lý", "Môi trường sạch sẽ", "Dịch vụ chất lượng", "Thời tiết dễ chịu" cũng được du khách đánh giá tích cực.

Về ẩm thực và địa điểm ăn uống, Cần Thơ được đánh giá cao vì là nơi tập trung nhiều món ăn đặc sản nổi tiếng và có đa dạng các hệ thống cơ sở ăn uống từ nhà hàng, quán ăn gia đình, đến gánh hàng rong và ăn vặt. Lễ hội Bán dân gian hàng năm tại Cần Thơ thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước đến tham dự. Ngoài ra, khách du lịch cũng đến Cần Thơ để khám phá các khu vườn trái cây đa dạng, phong phú với hương vị thơm ngon như dâu da Hạ Châu, sầu riêng, chùm ruột, vú sữa,... tại các vườn trái cây như Mỹ Khánh, Vàm Xáng, Cồn Sơn. Loại hình du lịch này đang nhận được sự quan tâm và phát triển trong tương lai.

Một trong những yếu tố mà du khách nội địa đánh giá thấp là "Môi trường sạch sẽ, ít ô nhiễm" (3,83). Cần Thơ được bao quanh bởi hệ thống sông ngòi

và kênh rạch chằng chịt, tạo ra không gian văn hóa sông nước đặc trưng. Thời tiết cũng là một yếu tố được đa số du khách đồng ý. Cần Thơ có hai mùa rõ rệt là mùa mưa và mùa khô. Mặc dù khí hậu cực đoan đang biến đổi phức tạp, dẫn đến nắng nóng kéo dài và mưa không đều, nhưng không ảnh hưởng nhiều đến các tour du lịch tham quan vườn trái cây, với hoa quả nhiệt đới chủ yếu được thu hoạch từ tháng Năm đến tháng Tám.

Thuộc tính "Dịch vụ hỗ trợ thông tin du lịch đa dạng" cũng được nhiều du khách đồng tình (4,00). Cần Thơ đã triển khai mô hình "Cổng thông tin du lịch và ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động" và tổ chức Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam - VITM Cần Thơ 2023 để quảng bá và giới thiệu sản phẩm du lịch đến doanh nghiệp và du khách trong và ngoài nước. Trong tương lai, cần có nhiều hoạt động truyền thông và hỗ trợ khách du lịch để nâng cao hình ảnh về thông tin du lịch của Cần Thơ.

Các chỉ tiêu như "Nhiều làng nghề truyền thống", "Đa dạng địa điểm mua sắm và giải trí" và "Nhiều loại hình nghệ thuật dân gian" được đánh giá ở mức thấp. Mặc dù Cần Thơ có nhiều điểm giải trí như sân băng, rạp chiếu phim, vũ trường, quán bar, nhưng vẫn thiếu quy mô, số lượng và hiệu quả hoạt động. Thành phố chưa có khu vui chơi giải trí quốc tế và thiếu các điểm mua sắm chuyên phục vụ khách du lịch, dẫn đến doanh thu chưa cao và không xứng tầm với tiềm năng của thành phố.

Nhìn chung, khách du lịch nội địa ở mọi độ tuổi có mức độ đồng ý cao với các thuộc tính hình ảnh của Cần Thơ, nhưng họ chưa có nhu cầu đánh giá cao về hình ảnh của thành phố. Họ quan tâm nhiều đến con người Cần Thơ. Các tour trải nghiệm cuộc sống bản địa tại Cần Thơ đang được phát triển, với sự quan tâm đặc biệt đến văn hóa bản địa và con người địa phương. Du khách sẽ được dẫn đi trải nghiệm sinh hoạt hàng ngày của người dân địa phương, như đạp xe xung quanh làng quê, thăm gia đình ba thế hệ, hoặc tìm hiểu phong tục tập quán của người dân địa phương...

Các thuộc tính du lịch như du lịch sông nước, khu du lịch sinh thái, làng nghề truyền thống và nghệ thuật dân gian đang thu hút sự quan tâm của du khách. Tuy nhiên, nội dung du lịch tại Cần Thơ đang gặp sự trùng lặp với các tỉnh lân cận nên giảm cạnh tranh, ảnh hưởng đến số lượng du khách lưu trú. Nghệ thuật dân gian và làng nghề tại thành phố chưa được khai thác hiệu quả, với nghệ thuật hát bội và các làng nghề không có điều kiện phát triển và kế thừa. Các hoạt động du lịch tại các làng nghề

Bảng 2: Hình ảnh tổng thể của điểm đến Cần Thơ

Loại hình ảnh	Hình ảnh cụ thể	Tỷ lệ (%)
Những đặc điểm hay ấn tượng được gọi lên khi nghĩ về Cần Thơ là một điểm đến du lịch	1. Chợ nổi độc đáo	90
	2. Du lịch miệt vườn sông nước	35
	3. Nhiều khu du lịch sinh thái	34
	4. Nhiều di tích lịch sử	25
	5. Trải nghiệm cuộc sống bản địa	21
	6. Không khí trong lành, mát mẻ	19
	7. Người dân thân thiện, hiếu khách	17
	8. Các món ăn đặc trưng miền sông nước	14
	9. Điểm đến du lịch lý tưởng	14
	10. Trái cây ngon	13
	11. Nhiều sự kiện, lễ hội đặc sắc	12
	12. Khác	5
Hình ảnh tình cảm: Tâm trạng hoặc cảm nghĩ khi đến Cần Thơ	1. Thư giãn	64
	2. Thoải mái	59
	3. Bình yên	50
	4. Hào hứng	38
	5. Vui vẻ	31
	6. Thú vị	30
	7. Tuyệt vời	23
	8. Khác	5
Hình ảnh độc đáo: Những đặc điểm nổi bật ở Cần Thơ	1. Chợ nổi Cái Răng	68
	2. Cầu Cần Thơ	45
	3. Bến Ninh Kiều	41
	4. Vườn cò Bằng Lăng	33
	5. Chùa Ông	19
	6. Nhà cổ Bình Thủy	17
	7. Cầu Tình yêu	17
	8. Khu du lịch Cồn Sơn	15
	9. Thiền viện Trúc Lâm Phương Nam	14
	10. Khu du lịch Mỹ Khánh	14
	11. Các miệt vườn trái cây	10
	12. Khác	6

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả năm 2023)

cũng chưa đa dạng, khiến du khách nội địa khó tiếp cận. Các nhóm du khách đến Cần Thơ lần đầu hoặc quay trở lại không có đánh giá khác biệt đáng kể. Thời gian lưu trú của họ không dài, do không có nhiều điểm mới để tham quan và thu hút họ ở lại.

Đánh giá hình ảnh tổng thể của điểm đến Cần Thơ trong tâm trí khách du lịch nội địa

Với 3 câu hỏi mở được thiết kế để nghiên cứu hình ảnh tổng thể của điểm đến Cần Thơ trong tâm trí khách du lịch nội địa. Kết quả Bảng 2 lần nữa thể hiện hình ảnh của Cần Thơ, với các đặc điểm như du lịch sông nước, khu du lịch sinh thái, di tích lịch sử, trái cây đặc sản, không khí miệt vườn và người dân hiếu khách.

Một hình ảnh được xem là tổng thể mạnh khi có 20% trở lên người liên tưởng đến nó (Pearce, 1988). Theo kết quả thống kê, “Văn hóa chợ nổi”, “Du lịch miệt vườn”, “Di tích lịch sử”, “Khu du lịch sinh thái”, “Người dân thân thiện” là những hình ảnh ấn tượng đối với du khách nội địa tại Cần Thơ. Thành phố có hệ thống sông ngòi phát triển, thuận lợi cho du lịch sông nước (Chợ nổi Cái Răng), cũng như nhiều di tích quốc gia (Mộ Thủ khoa Bùi Hữu Nghĩa) và du lịch cộng đồng ở Cồn Sơn. Do đó, trong tâm trí khách du lịch phần nào hiện hữu những hình ảnh bình dị của miền quê sông nước, các ghe trái cây của chợ nổi và cuộc sống bản địa hấp dẫn.

Tuy nhiên, ngoài những điểm tích cực, cũng có những vấn đề tiêu cực được du khách nhắc đến như sự thiếu “đa dạng địa điểm mua sắm và giải trí” cũng như “chất lượng dịch vụ” yếu về nguồn nhân lực và đào tạo. Sự chênh lệch trong trình độ và kỹ năng của lực lượng lao động giữa các đơn vị



dẫn đến thiếu hụt nguồn nhân lực cho ngành du lịch ở Cần Thơ. Thêm vào đó, thành phố chưa có nhiều điểm giải trí lớn và hoạt động không hiệu quả, dẫn đến doanh thu khiêm tốn và không xứng tầm với tiềm năng của vùng. Trong tương lai, cần có sự đầu tư, nâng cấp và phát triển thương hiệu du lịch của Cần Thơ.

Với câu hỏi thứ hai về tâm trạng của du khách khi nghỉ đến Cần Thơ, một số yếu tố như “Thư giãn” (64%), “Thoải mái” (59%), “Bình yên” (50%), “Hào hứng” (38%), “Vui vẻ” (31%), “Thú vị” (30%), “Tuyệt vời” (23%) được đề cập. Hình ảnh bình dị của làng quê sông nước kết hợp với nét hiện đại của đô thị giúp du khách cảm nhận được sự thư giãn, thoải mái khi nghỉ dưỡng và tham quan. Đồng thời, họ cảm thấy hào hứng để khám phá những địa điểm du lịch độc đáo, tuyệt vời của Thành phố Cần Thơ cả ngày lẫn đêm.

Cuối cùng, khi được hỏi về những nét độc đáo của điểm đến Cần Thơ, câu trả lời được lặp lại nhiều nhất là “Chợ nổi Cái Răng”, “Cầu Cần Thơ”, “Bến Ninh Kiều”, “Vườn cò Bằng Lăng”, “Chùa Ông”, “Nhà cổ Bình Thủy”, “Cầu Tình yêu”, “Khu du lịch Cồn Sơn”, “Thiền viện Trúc Lâm Phương Nam”, “Khu du lịch Mỹ Khánh” và “Các miệt vườn trái cây”. Cần Thơ thực sự xứng đáng với danh hiệu xứ Tây Đô với con người chân phương và cảnh sắc miền sông nước bình dị nhưng cuốn hút.

Đánh giá theo mô hình IPA

Theo phương pháp IPA, việc xác định gốc tọa độ trên mô hình vẫn gây tranh cãi, và nó nên được xác định dựa trên mục tiêu của nhà nghiên cứu. Do đó, trong nghiên cứu này, gốc tọa độ đã được xác định là mean = 4,00 cho cả trục X và Y.

Bảng 3: So sánh giữa mức độ quan trọng và mức độ thực hiện

TT	Các thuộc tính	Mức độ quan trọng	Mức độ thực hiện	Chênh lệch (P-I)	Giá trị P
1	Hấp dẫn về du lịch sông nước	4,21	4,59	+0,37	0,001
2	Nhiều khu du lịch sinh thái	4,23	4,49	+0,26	0,001
3	Nhiều làng nghề truyền thống với những sản phẩm độc đáo	3,37	3,34	-0,03	0,001
4	Nhiều loại hình nghệ thuật dân gian	3,39	3,12	-0,28	0,001
5	Di tích lịch sử văn hóa , chùa cổ độc đáo	3,90	4,32	+0,43	0,001
6	Nhiều loại trái cây đặc sản nổi tiếng của địa phương	3,83	3,93	+0,10	0,001
7	Môi trường sạch sẽ, ít ô nhiễm	3,78	3,83	+0,06	0,001
8	Thời tiết mát mẻ, dễ chịu	3,81	3,55	-0,26	0,001
9	Cơ sở lưu trú đạt chất lượng	4,28	4,20	-0,08	0,001
10	Có nhiều sự lựa chọn về nơi ăn uống	4,26	3,95	-0,31	0,001
11	Có hệ thống giao thông đi lại thuận tiện	4,05	4,12	+0,08	0,001
12	Điểm đến dễ tiếp cận	4,38	4,08	-0,30	0,001
13	Không khí miệt vườn thu hút	4,32	4,40	+0,08	0,001
14	Môi trường an ninh và an toàn cho du khách	4,12	3,97	-0,15	0,001
15	Người Cần Thơ hào sảng, hiếu khách	4,03	4,34	+0,30	0,001
16	Giá cả dịch vụ mua sắm, tham quan hợp lý	4,01	3,84	-0,17	0,001
17	Dịch vụ hỗ trợ thông tin du lịch sẵn có với nhiều hình thức	4,25	4,00	-0,25	0,001
18	Đa dạng các địa điểm mua sắm và giải trí	4,00	3,26	-0,74	0,001
19	Chất lượng dịch vụ tốt	4,30	3,73	-0,57	0,001
20	Sự trải nghiệm cuộc sống bản địa tại điểm đến hấp dẫn và thu hút	4,07	3,90	-0,17	0,001

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của tác giả năm 2023

Nhóm 1: Tập trung phát triển (mức độ quan trọng $\geq 4,00$; mức độ thể hiện $< 4,00$) là nhóm mà các nhà quản lý điểm đến cần xem xét và quan tâm ngay lập tức. Có 06 thuộc tính cần được cải thiện trong nhóm này, bao gồm: “Có nhiều sự lựa chọn về nơi ăn uống” (10), “Môi trường an ninh và an toàn cho du khách” (14), “Giá cả dịch vụ mua sắm, tham quan hợp lý” (16), “Đa dạng các địa điểm mua sắm và giải trí” (18), “Chất lượng dịch vụ tốt” (19), “Sự trải nghiệm du lịch tại điểm đến hấp dẫn và thu hút” (20).

Nhóm 2: Tiếp tục duy trì (mức độ quan trọng $\geq 4,00$; mức độ thể hiện $\geq 4,00$) bao gồm các thuộc tính rất quan trọng và được thực hiện tốt, như: "Hấp dẫn về du lịch sông nước" (1), "Nhiều khu du lịch sinh thái" (2), "Có nhiều sự lựa chọn về nơi lưu trú" (9), "Có hệ thống giao thông đi lại thuận tiện" (11), "Điểm đến dễ tiếp cận" (12), "Không khí miệt vườn thu hút" (13), "Người Cần Thơ hào sảng, hiếu khách" (15), "Dịch vụ hỗ trợ thông tin du lịch sẵn có với nhiều hình thức" (17).

Nhóm 3: Hạn chế phát triển (mức độ quan trọng $< 4,00$; mức độ thể hiện $\geq 4,00$) bao gồm chỉ 01 thuộc tính không quan trọng nhưng được thực hiện tốt, đó là "Di tích lịch sử văn hóa độc đáo" (5).

Nhóm 4: Giảm sự đầu tư (mức độ quan trọng $< 4,00$; mức độ thể hiện $< 4,00$) cho thấy các thuộc tính trong nhóm này không quan trọng và chưa được thực hiện tốt. Vì vậy, không cần nỗ lực cải thiện ngay lập tức các thuộc tính trong nhóm này, bao gồm: "Nhiều làng nghề truyền thống với những sản phẩm độc đáo" (3), "Nhiều loại hình nghệ thuật dân gian" (4), "Nhiều loại trái cây đặc sản nổi tiếng của địa phương" (6), "Môi trường sạch sẽ, ít ô nhiễm" (7), "Thời tiết mát mẻ, dễ chịu" (8).

4. Kết luận và giải pháp

Kết quả cho thấy hình ảnh tổng thể của điểm đến Cần Thơ trong tâm trí du khách là một điểm đến lý tưởng với vẻ đẹp bình dị của làng quê sông nước, các khu du lịch sinh thái và khu vườn trái cây phong phú, cùng với những giá trị văn hóa và lịch sử độc đáo đã tạo nên điểm nhấn cho thành phố. Các điểm đặc trưng như Chợ nổi Cái Răng, cầu Cần Thơ, bến Ninh Kiều, vườn cò Bằng Lăng, chùa Ông, nhà cổ Bình Thủy,... được nhiều du khách coi là đặc biệt nhất.

Du khách đánh giá cao các hình ảnh thuộc tính liên quan đến du lịch sông nước, du lịch sinh thái, khu vườn trái cây và di tích lịch sử, cũng như sự thuận tiện của điểm đến. Ngược lại, hình ảnh thuộc tính liên quan đến dịch vụ, điểm mua sắm, giải trí, cơ sở hạ tầng du lịch, sản phẩm làng nghề, và các loại hình nghệ thuật dân gian lại nhận được đánh giá thấp hơn. Đồng thời, các hình ảnh thuộc tính mà du khách coi là quan trọng như sự đa dạng của các địa điểm mua sắm, giải trí cũng không được đánh giá cao khi xem xét về mức độ thể hiện.

Du lịch Cần Thơ vẫn chưa có chính sách quảng bá hình ảnh điểm đến hiệu quả, dẫn đến sự mơ hồ hoặc nhầm lẫn của một số du khách. Hơn nữa, ngành du lịch cũng gặp hạn chế trong việc cung cấp dịch vụ, khiến cho Cần Thơ chưa thực sự để lại ấn tượng sâu sắc trong lòng du khách. Trong thời gian tới, ngành du lịch Cần Thơ cần tập trung vào một số giải pháp sau:

Thứ nhất, tăng cường và cải thiện chất lượng cơ sở hạ tầng du lịch bằng việc tiếp tục đầu tư và nâng cấp các phương tiện giao thông quan trọng như hàng không, đường thủy, đường bộ, đường sắt, và các tuyến kết nối giữa các điểm du lịch để tạo điều kiện thuận lợi cho du khách. Đồng thời, cần đầu tư xây dựng và hoàn thiện các hạng mục còn thiếu, nâng cấp cơ sở vật chất của phòng nghỉ và nhà hàng. Cần quy hoạch và xây dựng các cơ sở dịch vụ như nhà hàng, khu vui chơi giải trí, mua sắm, và dịch vụ văn hóa một cách hợp lý trên toàn bộ địa bàn Tỉnh.

Thứ hai, đa dạng hóa các sản phẩm du lịch bằng cách khai thác triệt để các tiềm năng có sẵn. Ngoài du lịch sinh thái, Cần Thơ

cần mở rộng ra các loại hình du lịch khác như du lịch văn hóa tâm linh, du lịch khoa học, du lịch thể thao, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng, chữa bệnh, làm đẹp, và nhiều hơn nữa.

Thứ ba, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ phục vụ du khách bằng cách liên tục đầu tư và nâng cấp cơ sở lưu trú, cải thiện trang thiết bị nội thất, và cung cấp đầy đủ dịch vụ bổ sung cho khách du lịch. Cần tập trung vào việc đào tạo kỹ năng cho nhân viên phục vụ, nâng cao chất lượng nhà hàng, đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm, và đa dạng hóa thực đơn theo đặc trưng vùng miền sông nước. Khuyến khích phát triển các loại hình phương tiện giao thông phục vụ du khách, đặc biệt là xe điện tour để giảm ô nhiễm môi trường./.

Tài liệu tham khảo

1. Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424.
2. Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (2003). The meaning and measurement of destination image: [Reprint of original article published in v. 2, no. 2, 1991: 2-12.]. *Journal of tourism studies*, 14(1), 37-48.
3. Gunn, C. A. (1988). *Vacation-scape: Designing tourist regions* (p. 208pp).
4. Kotler, P., & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of brand management*, 9, 249-261.
5. Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of marketing*, 41(1), 77-79.
6. O'Leary, S., & Deegan, J. (2005). Ireland's image as a tourism destination in France: Attribute importance and performance. *Journal of travel research*, 43(3), 247-256.

Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch Cần Thơ (2023). Báo cáo công tác văn hóa, thể thao và du lịch năm 2023 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2024.