

PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỘNG CƠ DU LỊCH CỦA DU KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN THÀNH PHỐ CẦN THƠ

• Võ Hồng Phượng^(*), Trương Bích Hòa^(**)

Tóm tắt

Nghiên cứu thực hiện khảo sát 108 du khách quốc tế đến thành phố Cần Thơ về động cơ lựa chọn điểm đến. Phương pháp nhân tố khám phá được sử dụng để xác định khách du lịch quốc tế đến thành phố Cần Thơ ảnh hưởng bởi 7 nhóm động cơ du lịch được chia thành 4 nhóm động cơ đẩy là Sự rời đi và khám phá; Nhu cầu cá nhân; Nghỉ ngơi, thư giãn; Tăng kiến thức và mối quan hệ; và 3 nhóm động cơ kéo là An ninh an toàn; Sự thu hút; Các hoạt động và sự kiện. Từ đó, đề xuất được 2 nhóm giải pháp tác động vào yếu tố đẩy và yếu tố kéo để thu hút du khách quốc tế đến thành phố Cần Thơ trong thời gian tới.

Từ khóa: Động cơ du lịch, du khách quốc tế, động cơ kéo, động cơ đẩy.

1. Đặt vấn đề

Động cơ du lịch đã được nghiên cứu bởi nhiều nhà nghiên cứu từ các lĩnh vực khác nhau như từ xã hội học, nhân học và tâm lý học [9]. Bên cạnh đó, việc lựa chọn một điểm du lịch của khách du lịch tác động bởi động cơ đẩy được điều khiển bởi các yếu tố bên trong và động cơ kéo được điều khiển bởi các yếu tố bên ngoài [1].

Tại hội nghị Tổng kết hoạt động du lịch thành phố Cần Thơ năm 2015 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2016, khi nói về thành công lớn của ngành du lịch năm 2015 với doanh thu hơn 1.747 tỷ đồng, tăng 49% so với năm 2014. Tuy nhiên, lượng du khách quốc tế giảm 8% so với cùng kỳ năm 2014, cụ thể là ngành du lịch Cần Thơ đón hơn 1,6 triệu lượt khách lưu trú, trong đó, chỉ có 207.000 lượt khách quốc tế. Do đó để đạt mục tiêu năm 2016, đón hơn 1,7 triệu lượt khách lưu trú, trong đó khách quốc tế 255.000 lượt, doanh thu đạt 1.800 tỷ đồng, đòi hỏi phải có các nghiên cứu để hiểu và phát hiện được động cơ du lịch của khách du lịch giúp cho các nhà kinh doanh du lịch biết được những yếu tố dẫn dắt đến việc đi du lịch của du khách để có thể đáp ứng tốt hơn những nhu cầu. Đồng thời, chúng ta cũng có thể xác định được những yếu tố kéo ảnh hưởng đến việc lựa chọn điểm đến du lịch của du khách nhằm đề xuất những biện pháp cần thiết để có thể thu hút được nhiều khách du lịch hơn, đặc biệt là khách du lịch quốc tế.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Tổng quan các nghiên cứu về động cơ du lịch

Động cơ du lịch là một yếu tố quyết định trong các tiêu chí đánh giá hành vi du lịch và là hệ quả trực tiếp về sự hài lòng của du khách khi tham quan một điểm đến. Động cơ du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc đánh giá hành vi của du khách, thực tế chỉ ra rằng khách du lịch không bao giờ hành động một cách vô cớ, mỗi hành động đều có những nguyên nhân của nó, có những yếu tố thúc đẩy họ hành động. Do đó, khi xem xét hành vi của bất cứ cá nhân nào, người ta đều quan tâm đến động cơ của hành động [10].

Việc quyết định đến thăm một địa điểm du lịch không chỉ được xây dựng dựa trên các động cơ gắn liền với khách du lịch, mà còn bởi những đặc điểm của các điểm đến được chọn lựa. Vì vậy, động cơ du lịch có sự phân chia giữa động cơ đẩy (động cơ bên trong) và động cơ kéo (động cơ bên ngoài). Để làm sâu sắc thêm những động cơ thúc đẩy việc lựa chọn một địa điểm du lịch cho một chuyến đi, nhiều nhà nghiên cứu đề cập đến yếu tố “đẩy” và “kéo” [2], [9].

Các yếu tố đẩy được xác định bởi động cơ bên trong và tâm lý tạo ra mong muốn đi du lịch [4], [6]. Bắt nguồn từ những ham muốn vô hình của khách du lịch, các yếu tố đẩy được thể hiện thông qua sự rời đi, nghỉ ngơi, thư giãn, phiêu lưu, thể chất, uy tín, tăng cường các mối quan hệ [1], [4], [7].

Các yếu tố kéo bao gồm các động cơ bên ngoài, được tạo ra bởi hình ảnh điểm đến và sự hấp dẫn của nó, khuyến khích khách du lịch đến

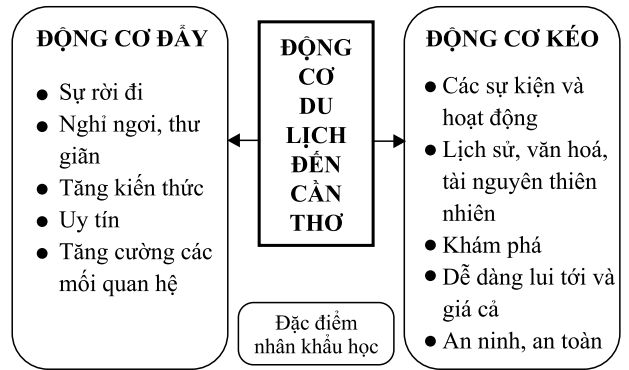
^(*) Trường Đại học Cần Thơ.

^(**) Khách sạn Victoria Cần Thơ.

tham quan [1], [8]. Những yếu tố này có liên quan đến đặc tính hữu hình và đặc điểm nhận thức hình ảnh điểm đến, chẳng hạn như nhà hàng khách sạn, phong cảnh, môi trường, nhiều điểm đến hấp dẫn, di sản văn hóa lịch sử...[1], [10].

2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Dựa trên kết quả lược khảo, nghiên cứu đề xuất 27 tiêu chí đo lường bao gồm 14 tiêu chí thuộc động cơ đẩy và 13 tiêu chí thuộc động cơ kéo. Các tiêu chí này được đưa vào bảng câu hỏi, dùng thang đo Likert 5 mức độ, để các đối tượng được phỏng vấn đánh giá theo mức độ từ rất không quan trọng đến rất quan trọng.



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu về động cơ du lịch của khách quốc tế đến thành phố Cần Thơ

Bảng 1 và 2 trình bày tổng hợp các yếu tố thuộc 2 nhóm động cơ kéo và đẩy, chi tiết các yếu tố từ mô hình nghiên cứu đề xuất:

Bảng 1. Thang đo các yếu tố thuộc động cơ đẩy và động cơ kéo

Kí hiệu	Các yếu tố thuộc động cơ đẩy	Nguồn
SỰ RỜI ĐI		
PUSH.1	Đề đi xa nhà	[1]; [4]; [7]
PUSH.2	Thoát khỏi mối quan tâm thường ngày	[1]
PUSH.3	Tránh đông và lạnh	[1]
NGHỈ NGƠI THƯ GIẢN		
PUSH.4	Thư giãn tinh thần và thể chất	[4]; [7]
PUSH.5	Dành thời gian cho người thân hoặc hoạt động với gia đình	[1]; [4]; [7]
TĂNG KIẾN THỨC		
PUSH.6	Khám phá tài nguyên văn hóa	[4]; [7]
PUSH.7	Cơ hội khám phá địa điểm mới	[1]; [4]; [7]
PUSH.8	Nâng cao kiến thức về các điểm đến	[1]; [4]; [7]
PUSH.9	Trao đổi phong tục truyền thống	[7]
UY TÍN		
PUSH.10	Đến nơi bạn bè đã đến	[7]
PUSH.11	Thể hiện bản thân	[7]
PUSH.12	Đến địa điểm sẽ gây ấn tượng cho bạn bè và gia đình	[7]
TĂNG CƯỜNG MỐI QUAN HỆ		
PUSH.13	Để tăng cường giao tiếp với cộng đồng địa phương	[1]; [4]; [7]
PUSH.14	Gặp gỡ những người mới	[1]; [7]
Kí hiệu	Các yếu tố thuộc động cơ kéo	Nguồn
CÁC SỰ KIỆN VÀ HOẠT ĐỘNG		
PULL.1	Nhiều hoạt động cho nhóm	[7]
PULL.2	Lễ hội và sự kiện	[7]
PULL.3	Giải trí, mua sắm	[7]
LỊCH SỬ, VĂN HÓA, TÀI NGUYÊN		
PULL.4	Những điểm hấp dẫn, di sản văn hóa, nghệ thuật và truyền thống	[1]; [7]; [8]

PULL.5	Nhiều phong cảnh nổi bật	[1]; [7]; [8]
PULL.6	Thời tiết, khí hậu, nhiệt độ	[1]; [7]; [8]
KHÁM PHÁ		
PULL.7	Đến thăm các làng điển hình, khám phá phong cách sống khác nhau và thưởng thức món ăn địa phương	[1]; [7]; [8]
PULL.8	Các hoạt động ngoài trời	[7]
ĐỀ DÀNG LUI TỐI VÀ GIÁ CẢ		
PULL.9	Giá cả phù hợp với chất lượng tại các điểm du lịch	[1]; [7]; [8]
PULL.10	Phương tiện vận chuyển, giao thông	[8]
AN NINH AN TOÀN		
PULL.11	Tiêu chuẩn về vệ sinh và sạch sẽ tại các điểm đến	[1]
PULL.12	Chất lượng chỗ ở, nhà hàng	[1]; [7]; [8]
PULL.13	Điểm đến an ninh, an toàn	[1]; [7]; [8]

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp.

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Mẫu khảo sát

Nghiên cứu thực hiện phỏng vấn 108 khách quốc tế theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện tại các địa điểm tập trung nhiều du khách quốc tế như bến Ninh Kiều, các khu du lịch sinh thái ở thành phố Cần Thơ. Cơ cấu mẫu gồm có 58 khách du lịch quốc tế là nữ, chiếm tỷ trọng 53,7%; về nơi cư trú của đáp viên, phần lớn đến từ Châu Âu, 55 đáp viên, chiếm tỷ trọng 50,9%, còn lại đến từ các châu lục khác như Châu Mỹ (gồm Bắc Mỹ và Nam Mỹ), Châu Úc (bao gồm cả New Zealand), Châu Phi và Châu Á. Về nhóm tuổi, đáp viên trong nhóm tuổi từ 25 đến 39 tuổi chiếm tỷ trọng cao nhất (47,2%), tuổi lớn hơn 55 chỉ chiếm tỷ trọng thấp nhất. Về tình trạng nghề nghiệp, phần lớn tuổi của các đối tượng được phỏng vấn còn khá trẻ và thuộc nhóm tuổi lao động, do vậy, số lượng đáp viên có việc làm toàn thời gian và đáp viên đang là sinh viên chiếm tỷ trọng rất cao, đạt 89,8%. Về tình trạng hôn nhân, đáp viên độc thân, chiếm tỷ trọng cao nhất 64,8%.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Các thuộc tính thuộc nhóm động cơ đẩy và kéo được xây dựng dựa trên các nghiên cứu trước đó bao gồm 27 tiêu chí được du khách đánh giá trên thang đo Likert 5 mức độ như đã trình bày ở phần cơ sở lý thuyết. Trong nghiên cứu này, các thang đo sẽ được đánh giá sơ bộ thông qua 2 công cụ chính:

(1) Hệ số Cronbach Alpha được sử dụng để loại các biến không phù hợp. Các biến có tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại và tiêu chuẩn

chọn thang đo khi nó có độ tin cậy alpha từ 0,6 trở lên [11].

(2) Phương pháp EFA (Exploratory factor analysis - phân tích nhân tố khám phá) thường được dùng trong quá trình xây dựng thang đo lường các khía cạnh khác nhau của khái niệm nghiên cứu, kiểm tra tính đơn khía cạnh của thang đo lường. Trong đó hệ số KMO (Keiser-Meyer-Olkin) nằm trong khoảng 0,5-1; hệ số tải nhân tố > 0,6; Eigenvalue có giá trị lớn hơn 1 được giữ lại trong mô hình phân tích. Ngoài ra, thang đo được chấp nhận sử dụng khi tổng phương sai trích phải lớn hơn 50%.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích các nhân tố thuộc động cơ đẩy

Ở lần kiểm định đầu tiên, hệ số Cronbach's Alpha = 0,726 và tất cả các biến đều có hệ số tương quan biến - tổng (Corrected Item-Total Correlation) > 0,3, trừ 4 biến PUSH.7: *Cơ hội khám phá địa điểm mới*, PUSH.10: *Đến nơi bạn bè đã đến*, PUSH.12: *Đến địa điểm sẽ gây ấn tượng cho bạn bè và gia đình*, PUSH.14: *Gặp gỡ những người mới*. Kết quả cũng cho thấy nếu loại biến PUSH.10 thì hệ số Cronbach's Alpha tăng lên là 0,745 nên tác giả đã loại biến này và giữ lại 3 biến PUSH.7, PUSH.12, PUSH.14 vì không có trường hợp loại bỏ biến quan sát có thể làm cho hệ số Cronbach's Alpha của thang đo này tăng lên đáng kể.

Sau ba lần thực hiện phân tích nhân tố EFA, kết quả cho thấy hệ số KMO là 0,674, thỏa điều kiện lớn hơn 0,5 và nhỏ hơn 1. Hệ số

Sig. = 0,000 < 0,05 là phù hợp và cũng đã trích được 4 nhóm nhân tố với tổng phương sai trích có giá trị là 64,003% thể hiện rằng 4 nhóm nhân tố

rút ra giải thích được 64,003% sự biến thiên của dữ liệu. Kết quả ma trận xoay nhân tố được trình bày trong bảng sau.

Bảng 2. Các yếu tố thuộc động cơ đẩy ảnh hưởng sự lựa chọn thành phố Cần Thơ là điểm đến của khách du lịch quốc tế

Ký hiệu	Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố			
		1	2	3	4
PUSH.2	Đề thoát khỏi mối quan tâm thường ngày	0,913			
PUSH.1	Đề đi xa nhà	0,806			
PUSH.6	Khám phá tài nguyên văn hóa	0,600			
PUSH.11	Thể hiện bản thân		0,797		
PUSH.12	Đến địa điểm sẽ gây ấn tượng cho bạn bè và gia đình		0,700		
PUSH.3	Tránh đông và lạnh		0,574		
PUSH.4	Thư giãn tinh thần và thể chất			0,830	
PUSH.5	Dành thời gian cho người thân hoặc hoạt động với gia đình			0,815	
PUSH.7	Cơ hội khám phá địa điểm mới				0,754
PUSH.9	Trao đổi phong tục truyền thống				0,665
PUSH.13	Đề tăng cường giao tiếp với cộng đồng địa phương				0,553
Hệ số Hệ số KMO : 0,674					
Hệ số Sig.F : 0,000					
Tổng phương sai trích: 64,003%					

Từ bảng kết quả viết 4 phương trình hệ số điểm nhân tố, qua đó dễ thấy trong mỗi nhóm nhân tố, nhân tố nào có hệ số điểm nhân tố lớn nhất sẽ có tác động mạnh nhất đối với nhóm nhân tố đó so với các nhân tố còn lại trong cùng nhóm như sau.

Nhóm đẩy 1: Sự rời đi và khám phá, bao gồm 3 yếu tố:

Nhóm đẩy 1 = 0,511 (Thoát khỏi mối quan tâm thường ngày) + 0,424 (Đi xa nhà) + 0,253 (Khám phá tài nguyên văn hóa)

Nhóm đẩy 2: Nhu cầu cá nhân, bao gồm 3 yếu tố:

Nhóm đẩy 2 = 0,519 (Thể hiện bản thân) + 0,379 (Đến địa điểm sẽ gây ấn tượng cho bạn bè và gia đình) + 0,329 (Tránh đông và lạnh)

Nhóm đẩy 3: Nghỉ ngơi, thư giãn, bao gồm 2 yếu tố:

Nhóm đẩy 3 = 0,537 (Thư giãn tinh thần và thể chất) + 0,507 (Dành thời gian cho người thân hoặc hoạt động với gia đình)

Nhóm đẩy 4: Tăng kiến thức và mối quan

Nguồn: Số liệu phân tích từ 108 khách quốc tế, năm 2016.

hệ, bao gồm 3 yếu tố:

Nhóm đẩy 4 = 0,553 (Cơ hội khám phá địa điểm mới) + 0,444 (Trao đổi phong tục truyền thống) + 0,355 (Tăng cường giao tiếp với cộng đồng địa phương)

Qua 4 phương trình hệ số điểm nhân tố bên trên có thể kết luận rằng, nhân tố PUSH.2: Thoát khỏi mối quan tâm thường ngày, nhân tố PUSH.11: Thể hiện bản thân, nhân tố PUSH.4: Thư giãn tinh thần và thể chất, nhân tố PUSH.7: Cơ hội khám phá địa điểm mới, lần lượt có tác động mạnh nhất đến các nhóm nhân tố thuộc động cơ đẩy của khách du lịch quốc tế.

4.2. Phân tích các nhân tố thuộc động cơ kéo

Kết quả kiểm định thang đo động cơ kéo với hệ số Cronbach's Alpha là 0,812, lớn hơn 0,8, trong đó không có thuộc tính nào dưới 0,3, do đó thang đo được sử dụng để phân tích nhân tố.

Kết quả phân tích nhân tố EFA cho thấy, hệ số KMO là 0,746, thỏa điều kiện lớn hơn 0,5 và nhỏ hơn 1. Hệ số Sig. = 0,000 < 0,05 là phù hợp

và cũng đã trích được 3 nhóm nhân tố với tổng phương sai trích có giá trị là 63,602% thể hiện rằng

3 nhóm nhân tố rút ra giải thích được 63,602% sự biến thiên của dữ liệu. Kết quả cụ thể:

Bảng 4. Các yếu tố thuộc động cơ kéo ảnh hưởng sự lựa chọn thành phố Cần Thơ là điểm đến của khách du lịch quốc tế

Ký hiệu	Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố		
		1	2	3
PULL.11	Tiêu chuẩn về vệ sinh và sạch sẽ tại các điểm đến	0,856		
PULL.12	Chất lượng chỗ ở, nhà hàng	0,780		
PULL.10	Phương tiện vận chuyển, giao thông	0,756		
PULL.13	Điểm đến an ninh, an toàn	0,698		
PULL.7	Đến thăm các làng điển hình, khám phá phong cách sống khác nhau và thưởng thức món ăn địa phương		0,854	
PULL.6	Thời tiết, khí hậu, nhiệt độ		0,732	
PULL.8	Các hoạt động ngoài trời		0,668	
PULL.1	Nhiều hoạt động cho nhóm			0,839
PULL.2	Lễ hội và sự kiện			0,756
Hệ số KMO: 0,746				
Hệ số Sig.F : 0,000				
Tổng phương sai trích: 63,602 %				

Từ bảng kết quả ma trận xoay 9 yếu tố thuộc động cơ kéo, viết lại 3 phương trình hệ số điểm nhân tố, qua đó dễ thấy trong mỗi nhóm nhân tố, nhân tố nào có hệ số điểm nhân tố lớn nhất sẽ có tác động mạnh nhất đối với nhóm nhân tố đó so với các nhân tố còn lại trong cùng nhóm như sau.

Nhóm kéo 1: An ninh an toàn, bao gồm 4 yếu tố:

Nhóm kéo 1 = 0,376 (Tiêu chuẩn về vệ sinh và sạch sẽ tại các điểm đến) + 0,329 (Chất lượng chỗ ở, nhà hàng) + 0,304 (Phương tiện vận chuyển, giao thông) + 0,274 (Điểm đến an ninh, an toàn)

Nhóm kéo 2: Sự thu hút, bao gồm 3 yếu tố:

Nhóm kéo 2 = 0,518 (Đến thăm các làng điển hình, khám phá phong cách sống khác nhau và thưởng thức món ăn địa phương) + 0,402 (Thời tiết, khí hậu, nhiệt độ) + 0,380 (Các hoạt động ngoài trời)

Nhóm kéo 3: Các hoạt động và sự kiện, bao gồm 2 yếu tố:

Nhóm kéo 3 = 0,666 (Nhiều hoạt động cho nhóm) + 0,555 (Lễ hội và sự kiện)

Qua 3 phương trình hệ số điểm nhân tố bên trên có thể kết luận rằng, nhân tố PULL.11: Tiêu

Nguồn: Số liệu phân tích từ 108 khách quốc tế, năm 2016.
chuẩn về vệ sinh và sạch sẽ tại các điểm đến, nhân tố PULL.7: Đến thăm các làng điển hình, khám phá phong cách sống khác nhau và thưởng thức món ăn địa phương, nhân tố PULL.1: Nhiều hoạt động cho nhóm, lần lượt có tác động mạnh nhất đến các nhóm nhân tố thuộc động cơ kéo của khách du lịch quốc tế. Đây là cơ sở để tác giả có thể đề xuất một số giải pháp nhằm thu hút khách du lịch quốc tế đến thành phố Cần Thơ nhiều hơn trong tương lai dựa vào động cơ du lịch kéo.

5. Giải pháp thu hút khách du lịch quốc tế dựa vào động cơ đẩy và động cơ kéo

5.1. Giải pháp cho nhóm động cơ đẩy

Theo kết quả phân tích hệ số điểm nhân tố, nhóm động cơ đẩy chịu tác động mạnh từ các nhân tố *PUSH.2: Thoát khỏi mối quan tâm hằng ngày; PUSH.11: Thể hiện bản thân; PUSH.4: Thư giãn tinh thần và thể chất; PUSH.7: Cơ hội khám phá địa điểm mới*. Việc đề ra những giải pháp dựa trên các nhân tố thuộc động cơ đẩy của khách du lịch, phù hợp với nhu cầu của họ có thể kích thích du khách trong việc lựa chọn thành phố Cần Thơ là điểm đến. Để có thể kích thích nhu cầu của khách và làm cho các hoạt động du lịch tại thành phố

Cần Thơ thêm đa dạng cần mở rộng thêm việc đầu tư cho các hoạt động giải trí có quy mô nhưng vẫn mang sắc thái đặc trưng của vùng sông nước miệt vườn miền Tây; tổ chức những trò chơi dành cho nhóm hoặc cá nhân hay những trò chơi bắt nguồn từ các hoạt động đặc trưng thường ngày của người dân vùng đồng bằng sông nước từ xưa. Đây là một cách giúp cho du khách hiểu được văn hóa hàng ngày của người dân nơi đây cũng như có thể có được những khám phá, trải nghiệm mới khác xa cuộc sống hằng ngày của họ.

5.2. Giải pháp cho nhóm động cơ kéo

Nhóm kéo 1: An ninh an toàn

Nhóm kéo 1 chịu tác động mạnh từ nhân tố *PULL.11: Tiêu chuẩn về vệ sinh và sạch sẽ tại các điểm đến*. Vì vậy, cần quan tâm đến các vấn đề về rác thải, vệ sinh an toàn thực phẩm và an ninh trật tự tại các điểm có nhiều khách du lịch quốc tế.

Nhóm kéo 2: Sự thu hút

Ngành du lịch thành phố Cần Thơ cần có những giải pháp cụ thể về định hướng xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng của địa phương. Tổ chức các cuộc thi sáng tạo về hàng lưu niệm, các món ăn đặc sản... để tránh trùng lặp với các tỉnh, thành trong Đồng bằng sông Cửu Long.

Nhóm kéo 3: Các hoạt động và sự kiện

Theo ý kiến của nhiều đáp viên, các hoạt động về đêm cũng như các sự kiện, lễ hội tại thành phố Cần Thơ mà khách du lịch quốc tế có thể tham gia rất ít, mặt khác, các tụ điểm sinh hoạt văn hóa địa phương chủ yếu chỉ hoạt động vào ban ngày, điều này gây nhàm chán đối với khách du lịch quốc tế. Vì vậy, ngoài những hoạt động đặc trưng của địa phương, thành phố Cần Thơ nên đầu tư thêm những tụ điểm khác có vẻ quen thuộc với khách du lịch

quốc tế như quán bar, casino, các khu ẩm thực, gian hàng quà lưu niệm đặc trưng của địa phương phục vụ ban đêm...

Ngoài ra, cần có những hoạt động, sự kiện mà khách du lịch quốc tế có thể tham gia. Chẳng hạn như có thể tổ chức hội thi nhiếp ảnh, khách du lịch có thể dự thi bằng những bức ảnh do chính họ chụp liên quan về thành phố Cần Thơ, và những tác phẩm được đánh giá cao có thể được trưng bày trong những sự kiện lớn trong ngành du lịch của thành phố Cần Thơ về sau...

6. Kết luận

Dựa vào kết quả nghiên cứu cho thấy, khách du lịch quốc tế đến thành phố Cần Thơ ảnh hưởng bởi 7 nhóm động cơ du lịch được chia thành 4 nhóm động cơ đẩy là: *Sự rời đi và khám phá; Nhu cầu cá nhân; Nghỉ ngơi; thư giãn; Tăng kiến thức và mối quan hệ* trong đó, các nhân tố *PUSH.2: Thoát khỏi môi trường thường ngày, nhân tố PUSH.11: Thể hiện bản thân, nhân tố PUSH.4: Thư giãn tinh thần và thể chất, nhân tố PUSH.7: Cơ hội khám phá địa điểm mới, lần lượt có tác động mạnh nhất đến các nhóm nhân tố thuộc động cơ đẩy của khách du lịch quốc tế. Bên cạnh đó là 3 nhóm động cơ kéo là: An ninh an toàn; Sự thu hút; Các hoạt động và sự kiện, lần lượt chịu tác động mạnh nhất của các nhân tố *PULL.11: Tiêu chuẩn về vệ sinh và sạch sẽ tại các điểm đến, nhân tố PULL.7: Đến thăm các làng điển hình, khám phá phong cách sống khác nhau và thưởng thức món ăn địa phương, nhân tố PULL.1: Nhiều hoạt động cho nhóm. Từ kết quả đó, nghiên cứu đề xuất được 2 nhóm giải pháp tác động vào yếu tố đẩy và yếu tố kéo để thu hút du khách quốc tế đến thành phố Cần Thơ trong thời gian tới./.**

Tài liệu tham khảo

- [1]. Boivin, M. & Sarrasin, B. (2015), "Motivation et satisfaction a voyager dans la Caraïbe: un profil exploratoire des touristes canadiens", *Montréal: Centre de recherche en tourisme et patrimoine*.
- [2]. Crompton et al. (1997), "Motives of visitors attending festival events", *Annals of Tourism Research*, Volume 24, pp. 425-439.
- [3]. Gnoth, J. (1997), "Tourism motivation and expectation formation", *Annals of Tourism Research*, Volume 24, pp. 283-304.
- [4]. Jönsson, C. & Devonish, D. (2008), "Does nationality, gender, and age affect travel motivation? A case of visitors to the Caribbean island of Barbados", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Volume 25, pp. 398-408.
- [5]. Lehto et al. (2002), "Do psychographics influence vacation destination choices? A comparison

of British travellers to North America, Asia and Oceania”, *Journal of Vacation Marketing*, Volume 8, pp. 109-125.

[6]. Merwe et al. (2011), “Travel motivations of tourists to selected marine destinations”, *International Journal of Tourism Research*, Volume 13, pp. 457-467.

[7]. Mohammad , B. A. M. A.-H. & Som, A. P. M. (2010), “Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan”, *International Journal of Business and Management*, Volume 5, pp. 41-55.

[8]. Dương Quế Nhu, Nguyễn Tri Nam Khang và cộng sự (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*, tr. 1-10.

[9]. Niamitché, C. (1998), “Tourisme et styles de vie familiaux: vers un modèle de la motivation et du processus de choix des destination touristique”, *Montréal: Université du Québec*.

[10]. Trần Ngọc Quyền và cộng sự (2014), “Nghiên cứu thị hiếu của khách du lịch Nga đến Khánh Hòa”, *Khánh Hòa: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Khánh Hòa*.

[11]. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Hồng Đức, Thành phố Hồ Chí Minh.

ANALYZING INTERNATIONAL TOURISTS’ MOTIVATIONAL FACTORS, VISITING CAN THO CITY

Summary

This study surveyed 108 international tourists visiting Can Tho city on their motivations of destination choice. Exploratory Factor Analysis (EFA) was used to identify factors affecting these tourists’ decision to choose Can Tho city. The major findings revealed that 7 tourism motivations fall into 4 push factors, namely Escape and adventure, Self-realisation, Rest and relaxation, Mind broadening and relations; and 3 pull factors of Safety, Attraction, Activities and events. Thereby, it suggests 2 solution groups to boost both push and pull factors for attracting more international tourists visiting Can Tho city in the coming years.

Keywords: Tourism motivation, international tourists, pull factor, push factor, EFA.

Ngày nhận bài: 1/11/2018; Ngày nhận lại: 10/12/2018; Ngày duyệt đăng: 27/12/2018.