

# Các nhân tố ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến du lịch Phú Quốc

PHAN VĂN PHÙNG\*  
LÊ NGUYỄN ĐOAN KHÔI\*\*

## Tóm tắt

Ứng dụng các phương pháp kiểm định, phân tích nhân tố khám phá (EFA), tác giả xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến hình ảnh điểm đến du lịch Phú Quốc. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra những điểm tích cực cần phát huy và điểm tiêu cực cần hạn chế đối với ngành du lịch Phú Quốc. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các hàm ý quản trị đối với hình ảnh điểm đến du lịch Phú Quốc trong thời gian tới.

**Từ khóa:** hình ảnh điểm đến, du lịch, Phú Quốc

## Summary

Employing method for testing reliability and exploratory factor analysis (EFA), the authors determine the influence of factors on the image of Phu Quoc tourism destination. Results reveal some positive aspects of Phu Quoc's tourism to be promoted and some negative aspects to be minimized. Finally, governance implications are proposed to improve the image of Phu Quoc tourism destination in the coming time.

**Keywords:** destination image, tourism, Phu Quoc

## GIỚI THIỆU

Trong sự phát triển của ngành du lịch, không thể không nhắc đến điểm sáng “Du lịch biển Phú Quốc”, hòn đảo được xem là đẹp nhất và lớn nhất tại Việt Nam hiện nay. Phú Quốc còn gọi là Hòn Đảo Ngọc đã được nhiều người trong và ngoài nước biết đến.

Theo các chuyên gia du lịch thế giới đánh giá, không hòn đảo nào trong khu vực châu Á nói chung, ở Việt Nam nói riêng, có điều kiện tốt hơn Phú Quốc để phát triển du lịch sinh thái chất lượng cao. Nếu so với Phuket (Thái Lan) - được xem là hòn đảo thuộc khu vực châu Á nổi tiếng trên thế giới - thì điều kiện tự nhiên của Phú Quốc thậm chí còn được đánh giá cao hơn.

Điều kiện tự nhiên, tiềm năng du lịch lớn như vậy, nhưng câu hỏi đặt ra là phải làm thế nào để trong tương lai không xa, Phú Quốc có thể đuổi kịp Phuket nói riêng, các khu du lịch đảo trên thế giới nói chung? Đây là mục tiêu lớn, đòi hỏi các nhà quản trị phải xác định được những nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch Phú Quốc.

## CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Theo Beerli và Martin (2004), hình ảnh điểm đến du lịch bao gồm 3 thành phần đó là: Nguồn thông tin (Information Sources) bao gồm thông tin thứ cấp và thông tin sơ cấp; Nhân tố cá nhân (Personal Factors) bao gồm: động lực, kinh nghiệm đi du lịch, đặc điểm nhân khẩu học; Nhận thức về hình ảnh điểm đến (Perceive destination image) bao gồm: nhận thức hình ảnh, cảm tình về hình ảnh, tổng thể hình ảnh.

Baloglu và McCleary (1999), đã chỉ rõ, hình ảnh điểm đến du lịch bao gồm: Nhận thức hình ảnh điểm đến du lịch; Tình cảm đối với điểm đến du lịch; Nguồn thông tin; Đặc điểm nhân khẩu.

Sonmez và Sriakaya (2002) đã nghiên cứu tiến hành đo lường hình ảnh điểm đến du lịch bao gồm các nhân tố: Phong cách kiến trúc; Lễ hội địa phương; Danh lam thắng cảnh thiên nhiên; Bảo tàng và phòng trưng bày nghệ thuật; Di sản văn hóa; Sự thân thiện của người dân địa phương; Nhà hàng chất lượng tốt, khách sạn dễ tìm; Thực phẩm sạch sẽ; Phong tục và lối sống; Tiêu chuẩn sống; Cơ sở hạ tầng; An toàn và an ninh; Văn hóa; Trung tâm mua sắm; Khu bảo tồn thiên nhiên; Thông tin du lịch; Giá cả và giá trị so với số tiền đã bỏ ra.

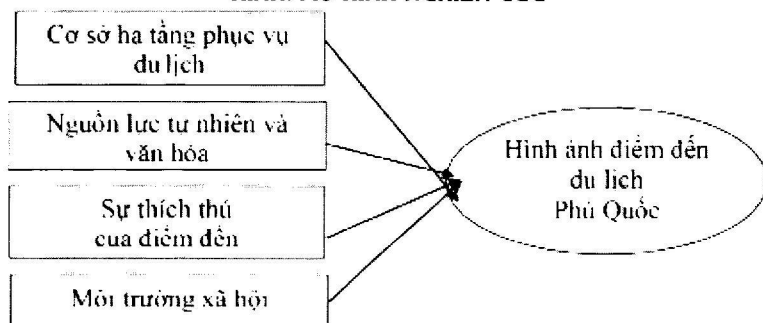
Thông qua việc tổng hợp các lý thuyết và nghiên cứu thực nghiệm trước đó về các nhân tố ảnh hưởng

\* ThS., Trường Đại học Cửu Long

\*\* PGS, TS., Trường Đại học Cần Thơ

Ngày nhận bài: 23/11/2020; Ngày phản biện: 18/12/2020; Ngày duyệt đăng: 12/01/2021

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU



BẢNG 1: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY THANG ĐO “CƠ SỞ HẠ TẦNG PHỤC VỤ DU LỊCH”

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Trung bình phương sai nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
Hệ số Cronbach's Alpha = 0,760				
CSHT1	10,75	4,817	,531	,718
CSHT2	10,85	4,678	,552	,707
CSHT3	10,88	4,572	,595	,684
CSHT4	10,81	4,644	,554	,706

BẢNG 2: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY THANG ĐO “NGUỒN LỰC TỰ NHIÊN VÀ VĂN HÓA”

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Trung bình phương sai nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
Hệ số Cronbach's Alpha lần 1 = 0,782				
NGUONLUC1	10,62	5,639	,762	,652
NGUONLUC2	11,53	5,922	,293	,940
NGUONLUC3	10,64	5,658	,767	,650
NGUONLUC4	10,62	5,788	,741	,665
Hệ số Cronbach's Alpha lần 2 = 0,940				
NGUONLUC1	7,68	2,622	,906	,888
NGUONLUC3	7,70	2,658	,902	,891
NGUONLUC4	7,68	2,853	,819	,955

đến sự phát triển du lịch, mô hình nghiên cứu được đề xuất gồm có 4 nhân tố: Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, Nguồn lực tự nhiên và văn hóa, Sự thích thú của điểm đến, Môi trường xã hội (Hình).

#### Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp thống kê mô tả để phân tích thực trạng hoạt động của ngành du lịch Phú Quốc.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập từ 2 nhóm khách là khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế, tỷ lệ quan sát được lựa chọn dựa trên số liệu về lượt khách du lịch đến Phú Quốc trong năm 2018 và 2019, bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Cỡ mẫu nghiên cứu là 478 quan sát, cỡ mẫu này phù hợp cho mô hình SEM về mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến hình ảnh điểm đến. Nghiên cứu được thực hiện vào năm 2019.

### KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

#### Kiểm định độ tin cậy thang đo

##### Thang đo “Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch”

Thang đo “Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch” được xây dựng với 4 biến quan sát, bao gồm: CSHT1, CSHT2,

CSHT3, CSHT4. Bảng 1 thể hiện kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo “Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch”.

Kết quả cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha của thang đo “Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch” có giá trị là 0,760 > 0,6, cho nên thang đo đạt độ tin cậy và sử dụng được. Bên cạnh đó, hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều có giá trị lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến của từng biến quan sát đều có giá trị thấp hơn giá trị hệ số Cronbach's Alpha của thang đo “Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch” (0,760), nên cả 4 biến quan sát đều được giữ lại để đo lường cho thang đo “Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch”.

##### Thang đo “Nguồn lực tự nhiên và văn hóa”

Thang đo “Nguồn lực tự nhiên và văn hóa” được đo lường thông qua 4 biến quan sát, gồm: NGUONLUC1, NGUONLUC2, NGUONLUC3, NGUONLUC4.

Bảng 2 cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha lần 1 của thang đo “Nguồn lực tự nhiên và văn hóa” có giá trị là 0,782 > 0,6, nên thang đo đạt độ tin cậy và sử dụng được. Tuy nhiên, biến NGUONLUC2 có hệ số tương quan biến tổng là 0,293 < 0,3 nên biến này sẽ bị loại để tiếp tục tiến hành phân tích hệ số Cronbach's Alpha lần 2. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha lần 2 có giá trị là 0,940 > 0,6, nên thang đo đạt độ tin cậy và sử dụng được. Bên cạnh đó, hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều có giá trị lớn hơn 0,3, vì vậy cả 3 biến quan sát đều được giữ lại để đo lường cho thang đo “Nguồn lực tự nhiên và văn hóa”.

##### Thang đo “Sự thích thú của điểm đến”

Thang đo “Sự thích thú của điểm đến” được đo lường thông qua 4 biến quan sát, bao gồm: THICHTHU1, THICHTHU2, THICHTHU3, THICHTHU4.

Theo Bảng 3, hệ số Cronbach's Alpha của thang đo “Sự thích thú của điểm đến” có giá trị là 0,867 > 0,6, nên thang đo đạt độ tin cậy và sử dụng được. Bên cạnh đó, hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều có giá trị lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến của từng biến quan sát đều có giá trị thấp hơn giá trị hệ số Cronbach's Alpha của thang đo “Sự thích thú của điểm đến” (0,867), nên cả 4 biến quan sát đều được giữ lại để đo lường.

##### Thang đo “Môi trường xã hội”

Thang đo “Môi trường xã hội” được đo lường thông qua 4 biến quan sát,

bao gồm: MTXH1, MTXH2, MTXH3, MTXH4.

Bảng 4 cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha của thang đo có giá trị là 0,863 > 0,6, nên thang đo "Môi trường xã hội" đạt độ tin cậy và có thể sử dụng đo lường. Bên cạnh đó, hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều có giá trị > 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến đều bé hơn hệ số Cronbach's Alpha của thang đo "Môi trường xã hội" (0,863). Do đó, thang đo "Môi trường xã hội" được đo lường với 4 biến quan sát: MTXH1, MTXH2, MTXH3, MTXH4.

**Thang đo "Hình ảnh điểm đến"**

Bảng 5 cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha của thang đo "Hình ảnh điểm đến" có giá trị là 0,899 > 0,6, nên thang đo đạt độ tin cậy và sử dụng được. Bên cạnh đó, hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều có giá trị lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến của từng biến quan sát đều có giá trị thấp hơn giá trị hệ số Cronbach's Alpha của thang đo "Hình ảnh điểm đến" (0,899), nên cả 4 biến quan sát đều được giữ lại để đo lường cho thang đo "Hình ảnh điểm đến".

**Phân tích nhân tố khám phá (EFA)**

Nhóm thang đo hình ảnh điểm đến bao gồm 15 biến quan sát được đưa vào thực hiện phân tích EFA, với phương pháp Principal Axis Factoring và phép xoay Promax.

Kết quả thực hiện phân tích EFA (Bảng 6) cho thấy, kiểm định KMO = 0,811 thuộc khoảng 0,5-1, nên phân tích là phù hợp. Giá trị kiểm định Bartlett's test là 0,000 < 0,05, do đó nghiên cứu có thể suy rộng cho tổng thể. Tổng phương sai trích có giá trị là 62,960% cho thấy, 15 biến quan sát còn lại giải thích cho sự biến thiên của mô hình nghiên cứu là 62,960% và giá trị này lớn hơn 50% thỏa mãn điều kiện phù hợp.

**Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)**

Bảng 7 cho thấy, tất cả các biến đều có trọng số chuẩn hóa cao > 0,5. Mô hình tối hạn có 80 bậc tự do, giá trị P của phép kiểm định Chi-square = 0,000; Chi-square/df = 3,663 (< 4); TLI = 0,923; CFI = 0,917; GFI = 0,941 (đều lớn hơn 0,9) và RMSEA = 0,08 (< 0,08), tất cả đều đáp ứng tốt yêu cầu đề ra chứng tỏ các thành phần trong thang đo phù hợp với dữ liệu thị trường. Kết quả CFA cho thấy, không có tương quan giữa các sai số đo lường (hệ số tương quan giữa các biến quan sát đều nhỏ hơn 1), nên đạt tính đơn hướng.

**BẢNG 3: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY THANG ĐO "SỰ THÍCH THÚ CỦA ĐIỂM ĐẾN"**

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Trung bình phương sai nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
Hệ số Cronbach's Alpha = 0,867				
THICHTHU1	11,33	5,780	,668	,831
THICHTHU2	11,41	5,013	,762	,791
THICHTHU3	11,58	5,444	,673	,829
THICHTHU4	11,51	5,359	,702	,817

**BẢNG 4: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY THANG ĐO "MÔI TRƯỜNG XÃ HỘI"**

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Trung bình phương sai nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
Hệ số Cronbach's Alpha = 0,863				
MTXH1	11,00	4,352	,774	,798
MTXH2	10,81	4,956	,660	,845
MTXH3	10,91	4,584	,818	,781
MTXH4	11,02	5,178	,602	,867

**BẢNG 5: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY THANG ĐO "HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN"**

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu xóa biến	Trung bình phương sai nếu xóa biến	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
Hệ số Cronbach's Alpha = 0,899				
HADD1	11,41	5,028	,784	,866
HADD2	11,26	5,025	,771	,871
HADD3	11,42	4,871	,813	,855
HADD4	11,34	4,968	,732	,886

**BẢNG 7: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH CFA**

		Trọng số chưa chuẩn hóa				Trọng số chuẩn hóa
		Hệ số	S.E.	C.R.	P	Hệ số
MTXH3	<--- MTXH	1,000				,931
MTXH1	<--- MTXH	,955	,050	19,262	***	,799
MTXH2	<--- MTXH	,845	,046	18,432	***	,768
MTXH4	<--- MTXH	,659	,050	13,184	***	,609
NGUONLUC1	<--- NGUONLUC	1,000				,957
NGUONLUC3	<--- NGUONLUC	,988	,025	39,915	***	,950
NGUONLUC4	<--- NGUONLUC	,867	,031	27,862	***	,845
THICHTHU2	<--- THICHTHU	1,000				,888
THICHTHU1	<--- THICHTHU	,737	,044	16,693	***	,760
THICHTHU4	<--- THICHTHU	,760	,051	14,899	***	,703
THICHTHU3	<--- THICHTHU	,736	,052	14,228	***	,678
CSHT2	<--- CSHT	1,000				,654
CSHT3	<--- CSHT	1,157	,103	11,192	***	,754
CSHT4	<--- CSHT	,978	,097	10,109	***	,634
CSHT1	<--- CSHT	,971	,094	10,321	***	,644

\*\*\*Giới hạn ý nghĩa 0,001

Bên cạnh đó, kết quả phân tích CFA cũng cho biết, tất cả các khái niệm nghiên cứu đều đạt giá trị phân biệt (mức ý nghĩa đều < 0,05) và tất cả các hệ số tương quan của từng cặp khái niệm khác biệt so với 1 ở độ tin cậy 95%.

**KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH**

Kết quả cho thấy, có 4 nhân tố ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến du lịch Phú Quốc, gồm: Môi trường xã hội; Nguồn lực tự nhiên và văn hóa; Sự thích thú của điểm đến; Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch.

Trên cơ sở nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị để nâng cao hình ảnh điểm đến

nhằm phát triển du lịch Phú Quốc trong thời gian tới, như sau:

### **Thứ nhất, cần phát triển nguồn lực tự nhiên và văn hóa**

- Đưa ra chính sách bảo tồn, phát triển các phong cảnh biển, đảo Phú Quốc chú trọng vào cảnh quan tự nhiên vốn có của phong cảnh.

- Đẩy mạnh công tác đảm bảo an toàn cho khách du lịch khi tham gia các hoạt động trên biển, đặc biệt là đảm bảo an toàn khi tắm biển. Bên cạnh đó, cần nghiên cứu đưa ra chính sách bảo tồn cảnh quan xung quanh bãi biển nhằm đảm bảo bãi biển vẫn giữ được nét đẹp riêng vốn có của Phú Quốc.

- Bảo vệ các cảnh quan thiên nhiên để khai thác phục vụ du lịch, ngăn cấm mọi hành vi chặt phá rừng săn bắn thú rừng trái phép của người dân. Bảo vệ môi trường biển các bãi đá ngầm, các rạn san hô để bảo tồn các loài cá, các loài hải sản quý hiếm. Trồng thêm rừng ở các nơi đất trống, đồi trọc để mở rộng môi trường sống cho các loài động thực vật.

- Các cơ quan chức năng cần phải có những biện pháp xử phạt mạnh tay đối với các loại phương tiện đánh bắt thủy hải sản theo cách tận diệt, như: dùng các loại ghe cào điện và ghe cào banh lông để đánh bắt hải sản, vì những hành vi này đang phá hoại môi trường biển những công cụ khai thác này sẽ cày xuống đáy biển làm xáo trộn môi trường sống của các loài hải sản.

- Cần có thêm nhiều nhân viên cứu hộ tại các bãi tắm du lịch, các nhân viên này phải được đào tạo về các kỹ năng về sơ cứu cơ bản, kỹ năng bơi..., để có thể xử lý được các tình huống khẩn cấp khi xảy ra đối với du khách.

### **Thứ hai, nâng cao sự thích thú của điểm đến**

Để nâng cao được sự thích thú của điểm đến đối với du khách, cơ quan quản lý nhà nước cần đẩy mạnh các giải pháp, chính sách liên tục đổi mới, học hỏi tiếp thu về những dịch vụ mới nhằm đảm bảo mang lại

cho du khách nhiều niềm vui, thích thú, hứng thú đối với các dịch vụ du lịch tại Phú Quốc. Một số kiến nghị nâng cao sự thích thú của điểm đến du lịch Phú Quốc như sau:

- Xây dựng thêm các khu vui chơi giải trí, như: quán bar, phòng karaoke, casino, thể dục thẩm mỹ, công viên, sân đá bóng, sân tennis, hồ bơi để du khách có thêm nhiều điểm vui chơi vào ban đêm.

- Đầu tư xây dựng thêm các khu vui chơi thể thao trên các bãi biển, như: sân bóng chuyền, bóng đá. Các trò chơi dưới nước, như: chèo thuyền, lướt sóng... để tăng sức hấp dẫn, thu hút thêm nhiều du khách đến đây du lịch.

### **Thứ ba, cải thiện môi trường xã hội**

- Tăng cường hoạt động trùng tu di tích, nhưng phải đảm bảo điều kiện là vẫn giữ được nét đặc trưng, hoang sơ của di tích trước đó.

- Thực hiện công tác tu sửa, tôn tạo một số điểm di tích và lễ hội thành điểm và sự kiện du lịch nổi tiếng quốc gia.

- Phát triển các lễ hội, các làng nghề truyền thống trên đảo, khai thác các đặc trưng văn hóa của dân cư sống trên đảo.

- Kết hợp du lịch văn hóa lịch sử với các loại hình khác trên đảo góp phần phát triển du lịch huyện đảo, đồng thời bảo tồn truyền thống văn hóa đặc sắc và các di tích lịch sử của Phú Quốc.

- Thực hiện Đề án nâng cao hơn khả năng chuyển tải thông điệp của di tích Nhà tù Phú Quốc thông qua việc hoàn thiện hệ thống trưng bày, công tác sưu tầm thông tin, tài liệu, tăng cường đội ngũ thuyết minh viên tại điểm du lịch này. □

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nxb Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
2. Ayyagari, Meghana, Demircuc-Kunt, Asli and Maksimovic Vojislav (2006). *How important are financing constraints? The Role of Finance in the Business Environment*, World Bank Policy Research Working Paper No.3820
3. Baloglu, S., and McCleary, K. (1999). I shape for the formation of the image of a destiny, *Journal of Tourism Research in Spanish*, 1(2), 325-355
4. Beerli, A., and Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image, *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681
5. Beh Yean Shan and Joel Tham Kah Marn (2013). Perceived critical success factors (CSFS) for the tourism industry of Penang island: A supply perspective, *Interdisciplinary Journal of contemporary Research in Business*, 4(9), 495-510
6. Cheng-Lung Wu and Hsiao-Ming Chang (2013). Island Marine Tourism Development Critical Success Factors - Case by Wangan in Taiwan, *The Journal of Global Business Management*, 9(3), 126-135
7. Sonmez, S., and Sriakaya, E. (2002). A distorted destination image? The case of Turkey, *Journal of Travel Research*, 41, 185-196