TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN
TẠP CHÍ KHOA HỌC
ĐẠI HỌC SÀI GÒN
ISSN 1859 - 3208
Số 90, Tập 02/2023

SAIGON UNIVERSITY
SCIENTIFIC JOURNAL
OF SAIGON UNIVERSITY
No. 90, Vol 02/2023

Email: tcdhsg@sgu.edu.vn ; Website: http://sj.sgu.edu.vn/

ĐÁNH GIÁ CỦA KHÁCH DU LỊCH ĐẾN THAM QUAN KHU VỰC 3 XÃ PHÍA NAM THÀNH PHỐ BẾN TRE

Evaluation of tourists visiting the area of 3 Southern communes in Ben Tre city

Nguyễn Thu Cúc
Trường ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn – ĐHQG TP.HCM

TÓM TẮT

Tham khảo, phân tích ý kiến phản hồi trực tiếp từ khách du lịch là kênh thông tin cần thiết, để điều chỉnh, đánh giá và xây dựng các sản phẩm du lịch ngày càng hòan thiện hơn. Với mục tiêu đó, tác giả bài viết đã sử dụng phương pháp điều tra xã hội học, bằng bảng hỏi bán cấu trúc để đo mức độ cảm nhận của khách du lịch, được ước lượng bằng thang đo 5 cấp độ của Likert. Kết quả phỏng vấn phân tích trong bài viết, được tham khảo ý kiến từ 152 khách du lịch, trong đó có 39 khách du lịch quốc tế và 113 khách du lịch nội địa đến ba xã phía Nam thành phố Bến Tre.

Từ khóa: *khách du lịch, mức độ hài lòng, phía Nam thành phố Bến Tre.*

ABSTRACT

Consult and analyze direct feedback from tourists is a necessary information channel to adjust, evaluate and build more and more perfect tourism products. With that goal, the author of the article used the method of sociological investigation, by semi-structured questionnaire to measure the perceived level of tourists, estimated by Likert's 5-level scale. Interview results analyzed in the article, consulted from 152 tourists, including 39 international – inbound tourists and 113 domestic tourists, to the 3 Southern communes of Ben Tre city.

Keywords: *tourists, satisfaction level, South of Ben Tre city.*

1. Mở đầu

Thành phố Bến Tre có 8 phường trung tâm và 6 xã xung quanh, trong đó 3 xã phía Nam thành phố có lợi thế để phát triển du lịch sinh thái cộng đồng, đó là xã: Mỹ Thạnh An, Nhơn Thạnh và Phú Nhuận. Cả 3 xã này có vị thế về địa lý là nằm liền kề bên trung tâm thành phố Bến Tre, với hệ thống sông lớn bao bọc là sông Bến Tre, cùng các phụ lưu của sông và hệ thống các kênh, rạch dày đặc. Do đó, ngoài hệ thống giao thông chính là đường bộ, khu vực phía Nam thành phố Bến Tre còn có hệ thống giao thông bằng đường thủy. Cùng với các vườn cây ăn trái như vườn dừa, vườn bưởi da xanh, vườn ổi… tất cả tạo nên cảnh quan hấp dẫn đối với những đối tượng khách du lịch thuần sống và làm việc ở đô thị, gắn liền với đời sống công nghiệp. Đây là thế mạnh giúp ba xã phía Nam thành phố Bến Tre có thể phát triển du lịch.

Tác giả liên hệ: ntcuc@hcmussh.edu.vn

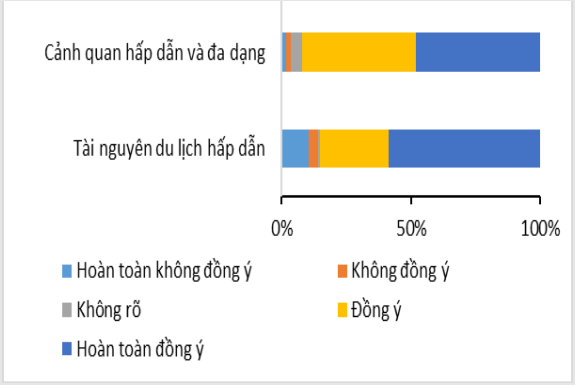
Nghiên cứu của tác giả quan tâm đến khu vực phía Nam thành phố Bến Tre, nơi hội tụ những điều kiện cần và đủ để phát huy những giá trị tinh thần và vật chất của văn hóa bản địa, được khai thác từ giá trị của những sản vật địa phương và cảnh quan thuận thiên, khí hậu trong lành, mát mẻ. Để đáp ứng các nhu cầu cần thiết từ khách du lịch, việc khảo sát, đánh giá từ khách du lịch là cần thiết, giúp các doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước về du lịch những hiểu biết về thị trường thông qua sự hài lòng của khách du lịch.

2. Mức độ hài lòng của khách du lịch

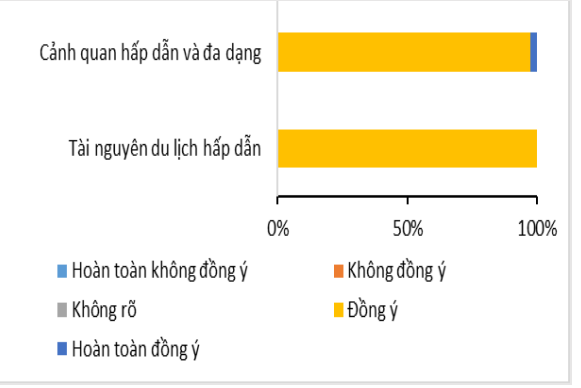
2.1. Sự hài lòng của du khách về tài nguyên du lịch và cảnh quan

Về tài nguyên du lịch, du khách trong nước đồng ý và hoàn toàn đồng ý cho rằng tài nguyên du lịch tại điểm đến có sức hấp dẫn rất lớn cho những đối tượng muốn trải nghiệm loại hình du lịch nông thôn (85,0%) (Hình 1). Riêng khách du lịch quốc tế đã nhất trí tuyệt đối 100% rằng tài nguyên du lịch tại địa phương đối với họ rất hấp dẫn (Hình 2).

Về cảnh quan, hơn 90% du khách trong nước và toàn bộ du khách quốc tế đều cho rằng cảnh quan du lịch vùng nông thôn địa bàn nghiên cứu khá hấp dẫn và đa dạng (Hình 1 và Hình 2).



Hình 1. Hài lòng của du khách trong nước về tài nguyên du lịch



Hình 2. Hài lòng của du khách quốc tế về tài nguyên du lịch

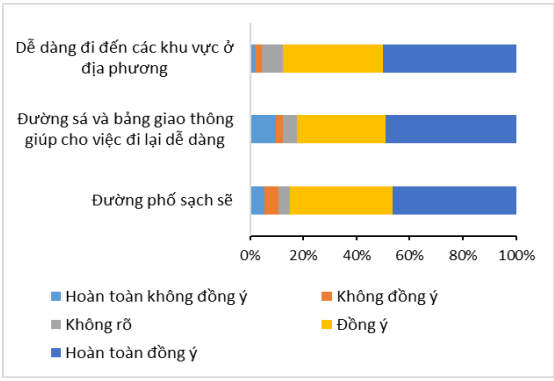
Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

2.2. Sự hài lòng của du khách về giao thông tại điểm đến

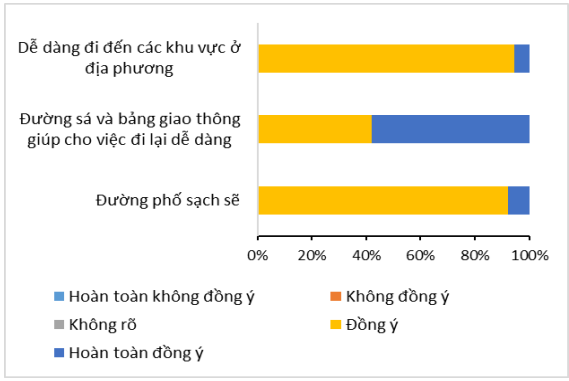
Đối với du khách trong nước, đa số họ cho rằng đường phố sạch sẽ (85,0%), đường sá và bảng giao thông giúp cho việc đi lại dễ dàng (82,0%) và dễ dàng đi đến các khu vực ở địa phương (88,0%) (Hình 3).

Đối với du khách quốc tế, họ cũng nhất trí hoàn toàn (100%) cho rằng đường phố sạch sẽ, đường sá và bảng giao thông giúp cho việc đi lại dễ dàng và dễ dàng đi đến các khu vực ở địa phương (Hình 4).

Những nhìn nhận có tính tích cực này của du khách về hệ thống và chất lượng giao thông nông thôn là nhờ vào thành tựu của chương trình xây dựng nông thôn mới ở Bến Tre.



Hình 3. Hài lòng của du khách trong nước về giao thông tại điểm đến



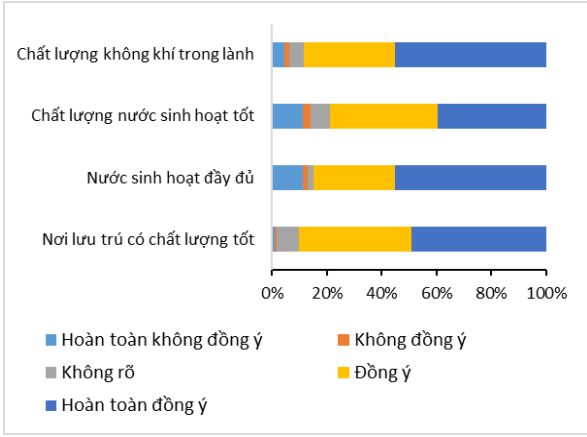
Hình 4. Hài lòng của du khách quốc tế về giao thông tại điểm đến

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

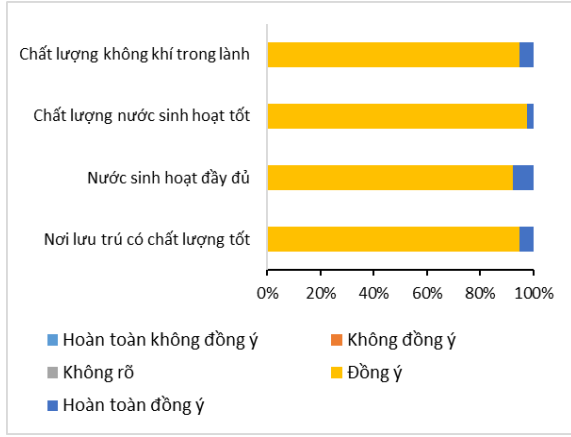
2.3. Sự hài lòng của du khách về dịch vụ lưu trú

Đối với du khách trong nước, họ khá hài lòng về dịch vụ lưu trú bởi họ cho rằng nơi lưu trú có chất lượng tốt (90,0%), nước sinh hoạt đầy đủ (85,0%), chất lượng nước sinh hoạt tốt (80,0%) và chất lượng không khí trong lành (90,0%) (Hình 5).

Đối với du khách quốc tế, cũng tương tự khách nội địa, họ cũng khá hài lòng về dịch vụ lưu trú (trên 90%), từ nơi lưu trú có chất lượng tốt đến nước sinh hoạt đầy đủ, chất lượng nước sinh hoạt tốt và chất lượng không khí trong lành (Hình 6).



Hình 5. Hài lòng của du khách trong nước về dịch vụ lưu trú



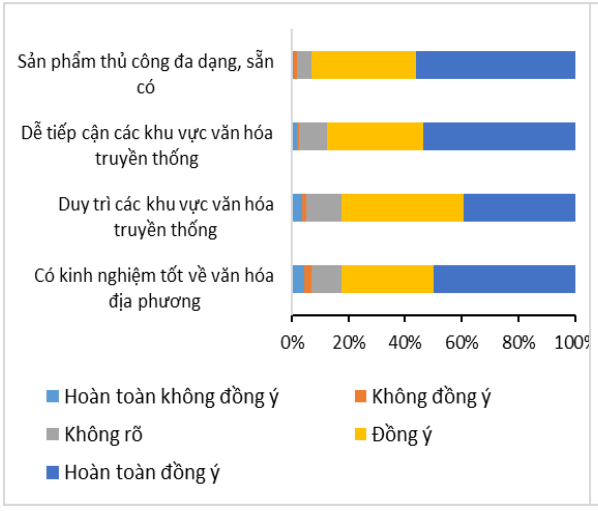
Hình 6. Hài lòng của du khách quốc tế về dịch vụ lưu trú

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

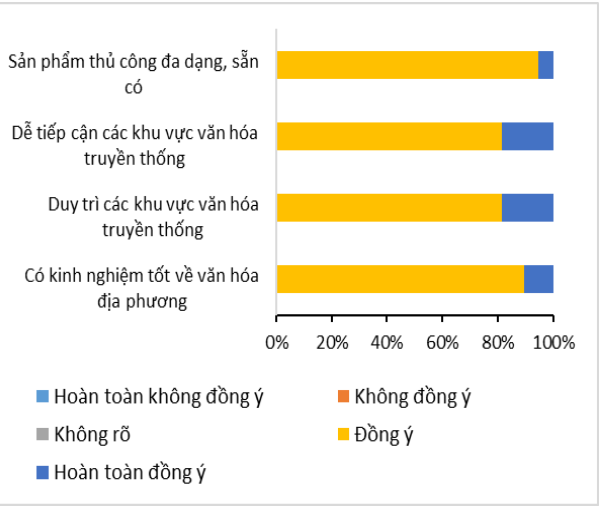
2.4. Sự hài lòng của du khách về dịch vụ trải nghiệm văn hóa và sản phẩm địa phương

Nhìn chung, kể cả du khách trong nước hay quốc tế đều khá hài lòng về dịch vụ trải nghiệm văn hóa và sản phẩm địa phương. Họ cho rằng cộng đồng dân cư tham gia kinh doanh du lịch có kinh nghiệm tốt về văn hóa địa phương nên duy trì được các khu vực văn hóa truyền thống, cho phép tiếp cận dễ dàng các khu vực này

và cũng tại những khu vực này sản phẩm thủ công đa dạng, sẵn có đã mang đến những trải nghiệm tuyệt vời (Hình 7 và Hình 8).



Hình 7. Hài lòng của du khách trong nước về trải nghiệm văn hóa và sản phẩm địa phương

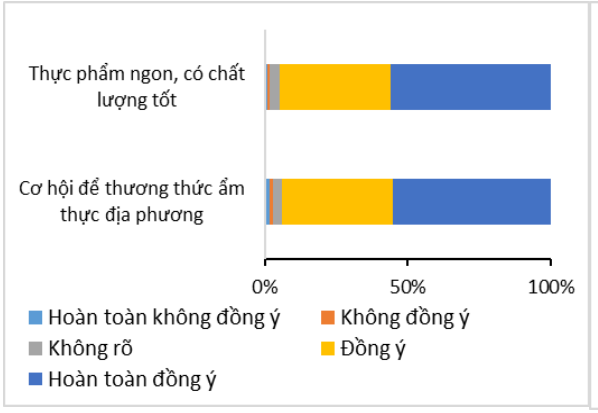


Hình 8. Hài lòng của du khách quốc tế về trải nghiệm văn hóa và sản phẩm địa phương

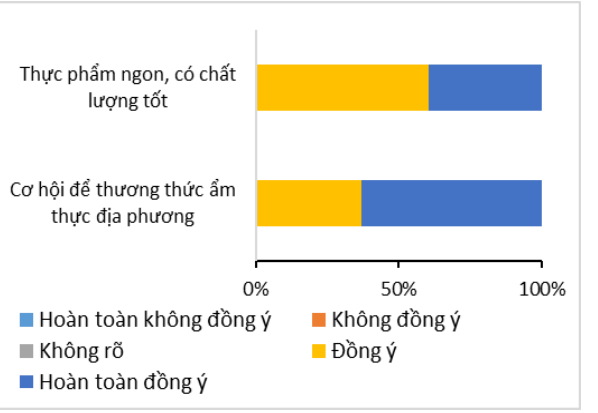
Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

2.5. Sự hài lòng của du khách về trải nghiệm ẩm thực

Trải nghiệm ẩm thực là hoạt động không thể nào thiếu được trong bất kỳ chuyến du lịch đến bất kỳ điểm đến nào. Đối với du khách trong nước và quốc tế, khi đến những điểm du lịch tại địa phương, họ khá hài lòng với việc trải nghiệm ẩm thực. Họ cho rằng thực phẩm ngon, có chất lượng tốt và điểm đến cũng tạo ra nhiều cơ hội cho họ thưởng thức ẩm thực địa phương mang tính đầy đủ và đặc trưng nhất (Hình 9 và Hình 10).



Hình 9. Hài lòng của du khách trong nước về trải nghiệm ẩm thực

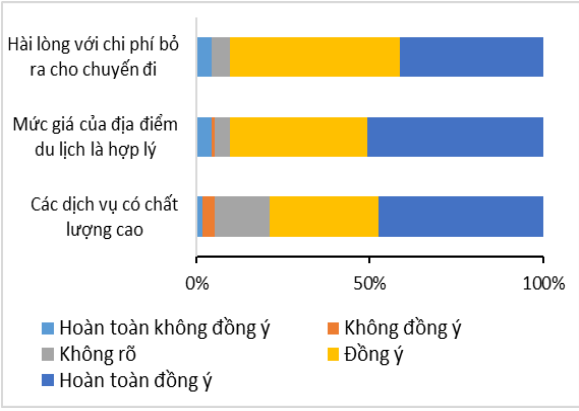


Hình 10. Hài lòng của du khách quốc tế về trải nghiệm ẩm thực

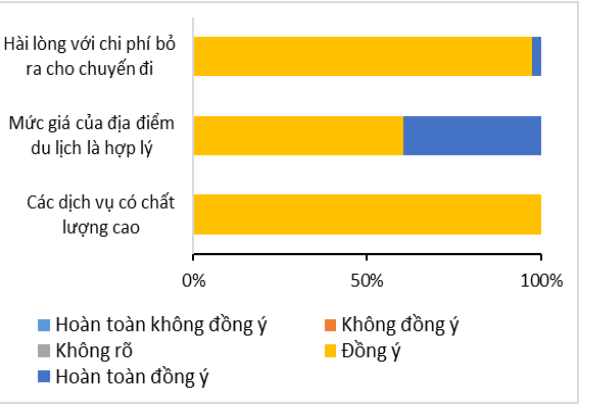
Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

2.6. Sự hài lòng của du khách về giá cả các dịch vụ của điểm đến

Đánh giá chung của du khách trong nước lẫn quốc tế về dịch vụ tại điểm đến đều cho khá hài lòng. Họ cho rằng các dịch vụ du lịch được cung ứng tại điểm đến có chất lượng cao với mức giá hợp lý và cuối cùng họ hài lòng với chi phí đã bỏ ra cho chuyến đi dù ngắn ngày hay dài ngày (Hình 11 và Hình 12).



Hình 11. Hài lòng của du khách trong nước về giá cả các dịch vụ của điểm đến

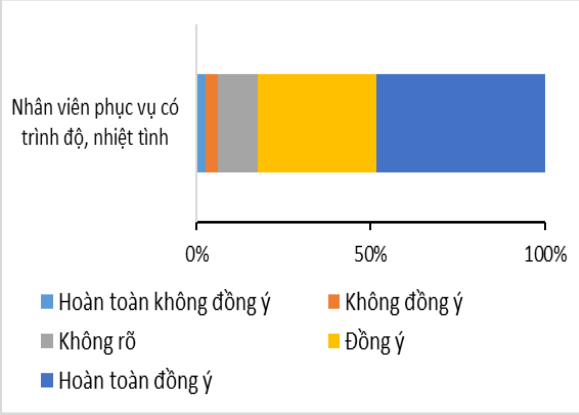


Hình 12. Hài lòng của du khách quốc tế về giá cả các dịch vụ của điểm đến

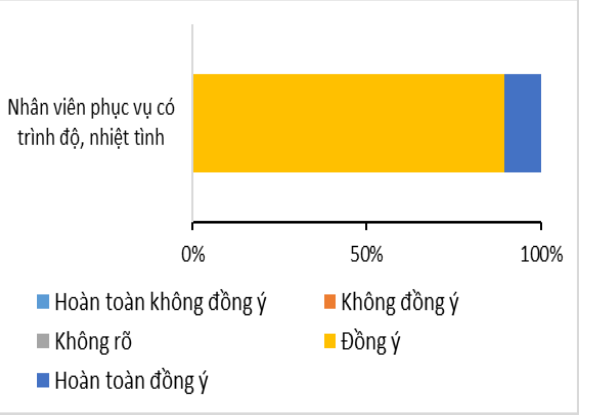
Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

2.7. Sự hài lòng của du khách về nhân viên phục vụ

Đội ngũ nhân lực du lịch là một trong những yếu tố quan trọng góp phần vào sự hài lòng và khả năng quay trở lại của du khách. Nhìn chung, dù khách trong nước hay quốc tế, đều nhìn nhận chung là nhân viên tại các điểm đến của địa bàn nghiên cứu có trình độ và rất nhiệt tình trong công tác phục vụ du khách (Hình 13 và Hình 14).



Hình 13. Hài lòng của du khách trong nước về nhân viên phục vụ

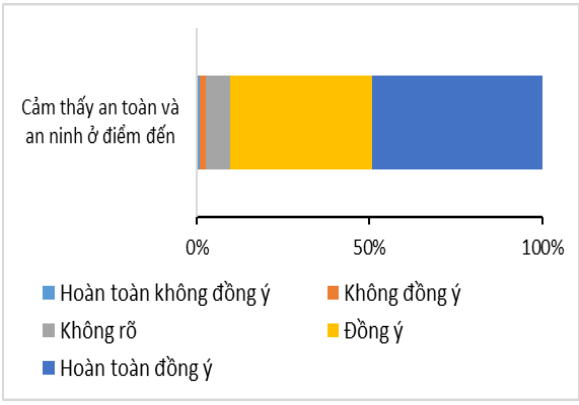


Hình 14. Hài lòng của du khách quốc tế về nhân viên phục vụ

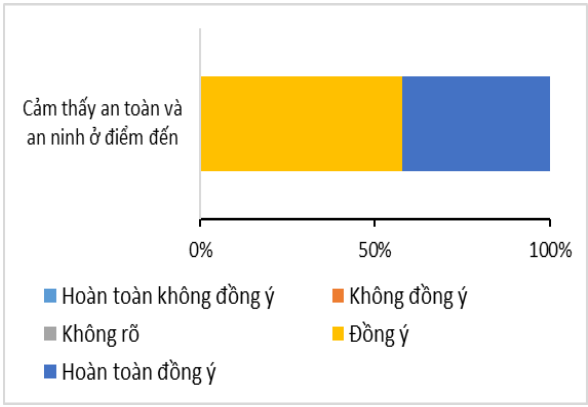
Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

2.8. Sự hài lòng của du khách về an ninh, an toàn điểm đến

Cũng giống như yếu tố nguồn nhân lực, an ninh và an toàn điểm đến cũng góp phần vào khả năng quay lại điểm đến của du khách. "Chúng tôi cảm thấy an toàn và an ninh ở điểm đến" là ý kiến được rất nhiều du khách trong nước và quốc tế đưa ra trong quá trình tham gia khảo sát (Hình 15 và Hình 16).



Hình 15. Hài lòng của du khách trong nước về an ninh, an toàn điểm đến

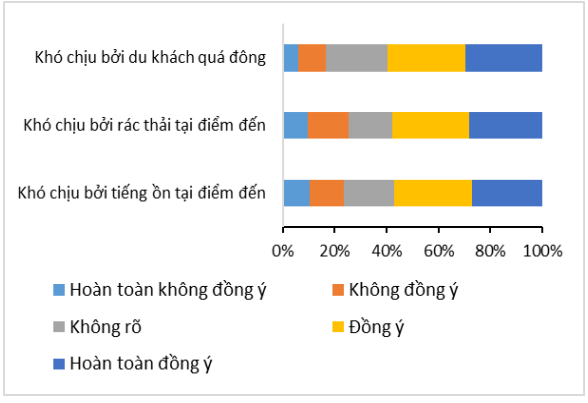


Hình 16. Hài lòng của du khách quốc tế về an ninh, an toàn điểm đến

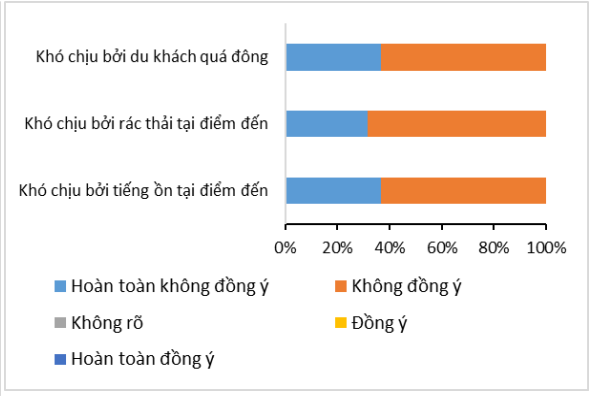
Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

3. Những vấn đề khách du lịch chưa hài lòng

Có 03 vấn đề khiến du khách trong nước không hài lòng về điểm đến là tiếng ồn (60,0%), rác thải (60,0%) và lượng khách quá đông (60,0%) (Hình 17). Tuy vậy, đối với du khách quốc tế, 03 vấn đề này dường như không phải là điều làm họ chưa hài lòng (Hình 18).



Hình 17. Những điều du khách trong nước chưa hài lòng



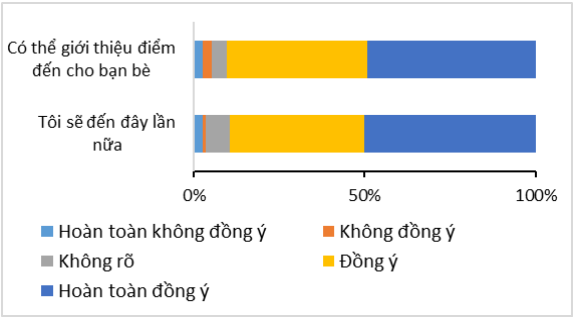
Hình 18. Những điều du khách quốc tế chưa hài lòng

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

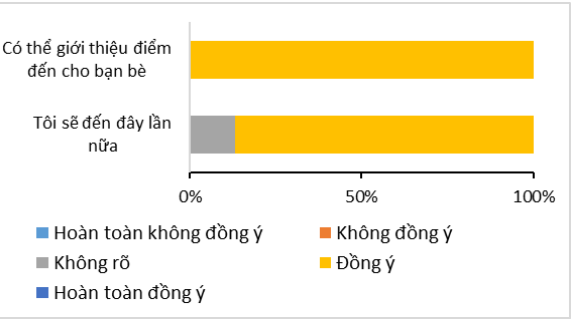
4. Khả năng quay trở lại và giới thiệu cho bạn bè của khách du lịch

Đối với du khách trong nước, việc trở lại điểm đến dường như là điều chắc chắn khi có đến hơn 90,0% đồng ý (hoàn toàn đồng ý) về ý kiến "tôi sẽ đến đây lần nữa". Bên cạnh đó, du khách trong nước cũng chắc chắn về khả năng sẽ giới thiệu điểm đến cho bạn bè khi có đến hơn 90,0% ý kiến đồng ý (hoàn toàn đồng ý) (Hình 19). Trong khảo sát về nguồn cung cấp thông tin về điểm đến, du khách trong nước cũng cho rằng kênh thông tin người thân bạn bè là kênh dễ tiếp cận và hiệu quả nhất. Do đó, chúng tôi nhận thấy sự tương hợp giữa các kết quả khảo sát.

Đối với du khách quốc tế, khoảng 90,0% đến 100,0% du khách đồng ý trở lại và giới thiệu điểm đến cho bạn bè (Hình 20). Điều này minh chứng cho thấy điểm đến đã tạo được ấn tượng tốt cho du khách về việc cung ứng dịch vụ, chất lượng dịch vụ cũng như thái độ phục vụ của nhân viên.



Hình 19. Khả năng quay trở lại và giới thiệu cho bạn bè của du khách trong nước



Hình 20. Khả năng quay trở lại và giới thiệu cho bạn bè của du khách quốc tế

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

5. Kết luận

Qua điều tra phỏng vấn 152 khách du lịch đến địa bàn 3 xã phía Nam thành phố Bến Tre. Kết quả cho thấy, đa số khách du lịch trong nước lẫn khách quốc tế (inbound) đều hài lòng với những: cảnh quan thiên nhiên, tài nguyên du lịch, đường xá giao thông tại điểm đến. Cũng như các dịch vụ lưu trú, những trải nghiệm về văn hóa, ẩm thực địa phương. Đến giá cả các dịch vụ được đanh giá là phải chăng, phù hợp. Đội ngũ nhân viên phục vụ làm hài lòng du khách. Hay về an ninh, an toàn luôn được đảm bảo.

Tuy nhiên, đối với khách du lịch nội địa, vẫn còn tồn tại 3 vấn đề sau đây làm họ chưa được hài lòng cao, đó là tiếng ồn, vấn đề về rác thải và có một vài điểm du lịch tập trung quá đông khách vào dịp cuối tuần. Nhưng tất cả 3 điều trên thì khách du lịch quốc tế inbound lại cho là không ảnh hưởng nhiều đến họ.

Ngoài ra, khi khảo sát về khả năng quay trở lại nơi đây lần sau và khả giới thiệu cho bạn bè khác đến đây du lịch, thì hơn 90% khách du lịch trong và ngoài nước đều đồng ý cho là sẽ trở lại và giới thiệu cho khách du kịch khác đến với nơi đây. Điều này cho thấy, điểm đến đã tạo được sức hút và để lại ấn tượng tốt cho khách du lịch về đa số các các dịch vụ cung ứng trong du lịch.

Lời cảm ơn: *Bài viết thuộc một phần của luận án tiến sĩ, đồng thời cũng thuộc đề tài NCKH có mã số TC2022-02 của Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc Gia TP.HCM. Tác giả trân trọng cảm ơn Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc Gia TP.HCM đã tài trợ cho đề tài.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Ban chấp hành Trung ương. Nghị quyết của bộ chính trị, số 08 –NQ/TW. (2017). *Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*. Hà Nội, ngày 16 tháng 01 năm 2017.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2010). Quyết định về việc phê duyệt: *Đề án phát triển du lịch đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020*. Số: 803/QĐ-BVHTTDL, Hà Nội, ngày 09 tháng 3 năm 2010.

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bến Tre. (2017). Kỷ yếu hội thảo: *Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù tỉnh Bến Tre*.

Tổng cục Du lịch Việt Nam. (2013). *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.

Tổng cục Du lịch Việt Nam. (2015). *Đề án phát triển du lịch biển, đảo và vùng ven biển đến năm 2020.*

Ngày nhận bài: 26/4/2022 Ngày chấp nhận đăng: 25/3/2024