

# MỐI QUAN HỆ GIỮA HÌNH ẢNH QUỐC GIA, HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN, ĐỘNG CƠ DU LỊCH, THÁI ĐỘ ĐỐI VỚI ĐIỂM ĐẾN VÀ RỦI RO CẢM NHẬN TRONG LỰA CHỌN ĐIỂM ĐẾN CỦA DU KHÁCH QUỐC TẾ TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

**Relationship between country image, destination image, travel motivation, attitude toward the destination, and perceived risk in international tourists' destination choice in the Mekong Delta, Vietnam**

NGUYỄN ANH LỢI  
NGUYỄN QUỐC NGHI  
NGUYỄN THỊ LỆ HƯƠNG

**N**ghiên cứu này phân tích mối quan hệ giữa hình ảnh quốc gia, hình ảnh điểm đến, động cơ du lịch, thái độ và rủi ro cảm nhận trong lựa chọn điểm đến của du khách quốc tế tại đồng bằng sông Cửu Long. Sử dụng lý thuyết Đẩy - Kéo, lý thuyết hành vi có kế hoạch và lý thuyết nhận thức rủi ro, nghiên cứu kiểm định mô hình bằng PLS-SEM với 696 du khách quốc tế. Kết quả cho thấy, hình ảnh quốc gia có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh điểm đến, động cơ du lịch và quyết định du lịch. Hình ảnh điểm đến và động cơ du lịch tác động mạnh mẽ đến thái độ và quyết định du lịch, trong khi thái độ tích cực thúc đẩy hành vi lựa chọn điểm đến. Đặc biệt, rủi ro cảm nhận có tác động tiêu cực và điều tiết suy giảm các mối quan hệ này. Nghiên cứu đóng góp lý thuyết về hành vi du lịch, đồng thời đề xuất hàm ý chính sách nhằm thu hút du khách quốc tế.

**Từ khóa:** hình ảnh quốc gia, hình ảnh điểm đến, động cơ du lịch, thái độ đối với điểm đến, rủi ro cảm nhận, sự lựa chọn điểm đến, đồng bằng sông Cửu Long.

**T**his study analyzes the relationship between country image, destination image, travel motivation, attitude, and perceived risk in international tourists' destination choice in the Mekong Delta, Vietnam. Using the Push-Pull Theory, the Theory of Planned Behavior, and the Perceived Risk Theory, the study tests the model through PLS-SEM with data from 696 international tourists. The results indicate that country image positively influences destination image, travel motivation, and travel decisions. Destination image and travel motivation strongly impact attitude and destination choice, while a positive attitude enhances travel decisions. Notably, perceived risk has a negative effect and moderates these relationships by weakening their impact. This study contributes to tourism behavior theory and offers policy implications for attracting international tourists.

**Keywords:** country image, destination image, travel motivation, tourist attitude towards destination, perceived risk, destination choice decision, Mekong Delta.

Nguyễn Anh Lợi, ThS., Trường Du lịch, Đại học Huế; Nguyễn Quốc Nghi, TS., Trường Kinh tế, Trường đại học Cần Thơ; Nguyễn Thị Lệ Hương, TS., Trường đại học Kinh tế, Đại học Huế.