

# Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với chợ nổi Cái Răng

TS. NGUYỄN GIÁC TRÍ\*

CHỢ NỔI CÁI RĂNG LÀ MỘT TRONG NHỮNG ĐIỂM THAM QUAN ĐẶC SẮC NHẤT Ở CẦN THƠ. ĐIỂM ĐẾN NÀY MANG NÉT ĐẸP VĂN HÓA GIAO THƯƠNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG NƯỚC CỬU LONG, THU HÚT RẤT NHIỀU DU KHÁCH TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ. ĐỂ GIỮ GÌN NÉT ĐẸP VĂN HÓA NÀY, CŨNG NHƯ TẠO ĐIỂM NHẤN THU HÚT DU KHÁCH ĐẾN VỚI CẦN THƠ, NGHIÊN CỨU ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH KHI ĐẾN CHỢ NỔI CÁI RĂNG, TỪ ĐÓ ĐỀ XUẤT NHỮNG CHÍNH SÁCH QUẢN LÝ PHÙ HỢP NHẪM NÂNG CAO HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN CHỢ NỔI CÁI RĂNG.

## Mô hình nghiên cứu đề xuất và thang đo

Sự hài lòng đóng vai trò then chốt trong việc thu hút du khách đến với điểm đến. Khi nghiên cứu sự hài lòng của du khách đối với một địa điểm du lịch, đa số các nghiên cứu đều nhận định sự hài lòng chịu ảnh hưởng sâu sắc bởi các yếu tố như: cảnh quan môi trường; yếu tố con người; cơ sở vật chất; chất lượng dịch vụ; giá cả... như các nghiên cứu của tác giả Mai Văn Nam và Võ Hồng Phương (2008); Lưu Thanh Đức Hải và Nguyễn Hồng Giang (2010); Chen và cộng sự (2016). Tác giả kế thừa những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với điểm đến mà các nghiên cứu trước đó đã phát hiện. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Chew và Jahari (2014) đã đưa ra 3 yếu tố rủi ro ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách tại một điểm đến là rủi ro tài chính, rủi ro tâm lý xã hội và rủi ro vật lý. Trong nghiên cứu này, tác giả bổ sung thêm yếu tố "rủi ro tài chính" nhằm xem xét mức độ ảnh hưởng của yếu tố này đến sự hài lòng của du khách.

Trên cơ sở kế thừa những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với điểm đến trong các nghiên cứu trước đó kết hợp với thực tế tại điểm đến chợ nổi Cái Răng, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 5 yếu tố tác động đến sự hài lòng của du khách khi du lịch tại chợ nổi Cái Răng: Cảnh quan môi trường (CQMT) đo lường bằng 6

biến quan sát; Yếu tố con người (CN) đo lường bằng 6 biến quan sát; Cơ sở vật chất (CSVCh) đo lường bằng 6 biến quan sát; Mức giá phù hợp (GPH) đo lường bằng 3 biến quan sát; Rủi ro (RR) đo lường bằng 2 biến quan sát; Sự hài lòng du khách (HL) đo lường bằng 4 biến quan sát. Các tập biến quan sát (27 phát biểu) cụ thể đo lường trên thang đo Likert 5 điểm thay đổi từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (hoàn toàn đồng ý).

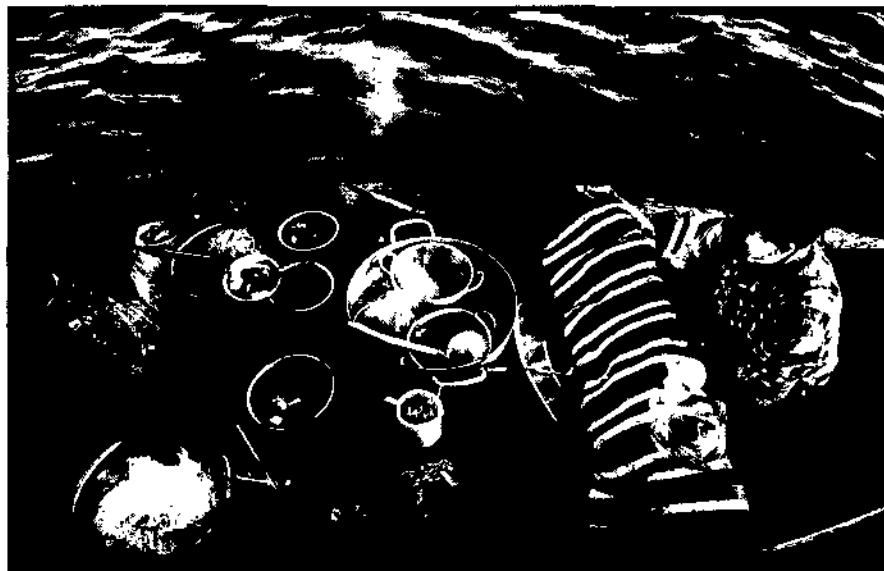
Nghiên cứu được thực hiện thông qua 2 giai đoạn sơ bộ và chính thức. Nghiên cứu sơ bộ sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính với kỹ thuật thảo luận nhóm mục tiêu. Giai đoạn nghiên cứu này nhằm điều chỉnh và bổ sung biến quan sát cho thang đo đối với các khái niệm trong mô hình nghiên cứu. Nghiên cứu chính thức sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng. Trong giai đoạn này, tác giả dựa theo Henseler và Chin (2010), tiến hành đánh giá mô hình nghiên cứu qua hai

bước là đánh giá mô hình đo lường và mô hình cấu trúc.

## Kết quả nghiên cứu

Để đảm bảo cho mô hình đo lường, tác giả đã sử dụng phương pháp PLS để đánh giá các đặc tính của tất cả những thang đo. Mỗi chỉ số đều được kiểm tra xem có phù hợp để đo lường cho ý định mục tiêu hay không. Hệ số tải nhân tố của các biến quan sát đều lớn hơn 0,7, cho thấy thỏa mãn điều kiện hội tụ (Hair & cộng sự, 2014). Ngoài ra, độ tin cậy tổng hợp (CR) của các thang đo dao động ở mức từ 0,825 đến 0,962, mức trung bình phương sai rút trích (AVE) của các thang đo đều đạt điểm cắt, cho thấy độ tin cậy thỏa đáng với khoảng từ 0,603 đến 0,927.

Để tiếp tục phân tích độ phân biệt, nghiên cứu tiến hành so sánh mối quan hệ giữa các nhân tố với phương sai trích trung bình (AVE). Kết quả phân tích cho thấy căn bậc hai AVE của mỗi nhân tố đều lớn hơn



Thưởng thức món bún riêu chợ nổi Cái Răng. Ảnh: Lâm Chiêu

\*Khoa Kinh tế - Đại học Đồng Tháp



Nhộn nhíp chợ nổi Cái Răng. Ảnh: Lê Trọng Nghĩa

hệ số liên hệ giữa nhân tố đó với các nhân tố khác. Hay nói cách khác, hệ số tải nhân tố của từng chỉ báo đều lớn nhất trong ma trận hệ số tương quan chéo và có ý nghĩa thống kê với  $p$ -value = 0,000. Như vậy, mẫu nghiên cứu đảm bảo độ phân biệt của các nhân tố đo lường. Ngoài ra, kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến đều cho giá trị VIF 3 (Hair & cộng sự, 2014) với giá trị lớn nhất là 2,285 nên mô hình không vi phạm.

Chương trình PLS có thể tạo số liệu thống kê T để kiểm tra mức độ quan trọng của cá mô hình bên trong và bên ngoài, sử dụng một thủ tục gọi là "bootstrapping". Kết quả Bootstrap xấp xỉ mức bình thường của dữ liệu. Sau khi hoàn tất thủ tục bootstrapping, kết quả như được trình bày ở Bảng 1.

Bảng 1. Phân tích mô hình cấu trúc

Thang đo phụ thuộc	Thang đo độc lập	Mức độ tác động	Kiểm định T	Mức ý nghĩa thống kê	Giải thuyết	Kiểm định giả thuyết
Hài lòng du khách (HL) R <sup>2</sup> = 0,510	β_CQMT	0,256	4,625	0,000	H1	Chấp nhận
	β_CN	0,003	0,040	0,968	H2	Bác bỏ
	β_CSVC	0,363	4,471	0,000	H3	Chấp nhận
	β_GPH	0,203	4,054	0,000	H4	Chấp nhận
	β_RR	-0,234	5,999	0,000	H5	Chấp nhận

(Nguồn: Tổng hợp từ phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính, dữ liệu năm 2022)

thống hạ tầng du lịch trên sông xứng với tiềm năng của Thành phố nhằm phục vụ khách du lịch tốt nhất.

**Đối với yếu tố Giá cả:** chủ động kiểm soát giá bán thức ăn, đồ uống tại chợ nổi dưới sự giám sát của đội quản lý thị trường; yêu cầu các tiểu thương cung cấp và niêm yết giá bán sản phẩm để du khách dễ quan sát nhằm hạn chế tình trạng "chặt chém". Thực tế cho thấy, do việc quản lý giá chưa chặt chẽ nên vẫn còn hiện tượng một số người dân bán hàng cho khách du lịch với mức giá "trên trời" gây mất cảm tình của khách đối với điểm đến.

**Đối với yếu tố Cảnh quan môi trường:** Tình trạng ô nhiễm môi trường nước ở chợ nổi Cái Răng càng trở nên trầm trọng mà nguyên nhân chủ yếu là do sự thiếu ý thức của người dân địa phương. Đây là một trong những nguyên nhân làm giảm đi sự hấp dẫn của điểm du lịch. Để giải quyết vấn đề ô nhiễm môi trường và đảm bảo chất lượng môi trường chợ nổi, Thành phố cần có những biện pháp tuyên truyền, giáo dục ý thức cho người dân địa phương, thương hồ về việc bảo vệ môi trường trên sông; thiết lập hệ thống thu gom và xử lý rác thải; giám sát chặt chẽ quy định các ghe, tàu, xuồng buôn bán trên sông, các phương tiện chuyên chở khách tham quan phải có thùng đựng rác; thường xuyên kiểm tra và đưa ra khung xử phạt hợp lý cho hành vi gây ô nhiễm môi trường trên sông; xây dựng khu vệ sinh phục vụ nhu cầu của dân thương hồ và du khách tại chợ. Ngoài ra, quan tâm đầu tư những phương tiện sử dụng nhiên liệu thân thiện với môi trường.

**Đối với yếu tố Rủi ro:** Để giải quyết tình trạng tranh giành, chèo kéo du khách, Thành phố cần thành lập đội thanh niên xung kích để kịp thời ngăn chặn các tình huống chèo kéo du khách; có giải pháp kiên quyết dẹp bỏ tình trạng ăn xin làm phiền khách du lịch.

**Thống nhất quy hoạch, sắp xếp thuyền bè.** Để đảm bảo cảnh quan môi trường, cần tiến hành quy hoạch hai bên bờ sông, tránh tình trạng xây dựng bờ bãi gây mất cảnh quan vùng sông nước. Đối với hệ thống thuyền du lịch nên áp dụng quy định cụ thể về kích thước, hình thức, màu mã... mang tính đặc trưng của khu vực chợ sông nước Cần Thơ, tạo sự bắt mắt và hấp dẫn với khách du lịch. ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Lê Chí Công. (2016). "Một mô hình hình thành các mối quan hệ giữa chất lượng điểm đến, sự hài lòng của du khách và lòng trung thành cổ ý: Một bài kiểm tra thực nghiệm ở Việt Nam". *Tourism Management, Việt Nam*.
- Cronin, J.J., Taylor, S.A. (1992). "Measuring service quality: A re-examination and extension". *Journal of Marketing*, Vol 56 (July), pp. 55 - 68.
- Fornell, C., Larcker, D.F., 1981. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research* 18 (1), 39-50.
- Huỳnh Quốc Tuấn. (2017). "Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách khi tham gia tuần lễ du lịch Đồng Tháp 2017". *Tạp chí Kinh tế - Dự Báo* (33), 11/2017.