

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG NÊN SỞ HẠI LONG CỦA DU KHÁCH NỘI NỬA NỘI VỚI DU LỊCH CHỖ NỔI Ở THÀNH PHỐ CẦN THƠ VÀ VÙNG PHỤ CẦN

ThS. Nguyễn Trọng Nhân, TS. Nguyễn Ngọc Cảnh, Nguyễn Thị Huỳnh Phương
Khoa KHXH&NV, Trường Đại học Cần Thơ

1. NẮP VÀN NỀ

Nâng cao sở hại long của du khách không chỉ có ảnh hưởng tích cực đối với nhu cầu cấp dịch vụ du lịch và sở danh tiếng của điểm đến mà còn tăng cường lòng trung thành của du khách, hai thuộc tính đàn hồi (elasticity) của giá cả hai thuộc tính chi phí giao dịch trong tương lai và giá trị hiệu quả sản xuất (Chen et al., 2012).

Nhận thấy những tác động tích cực từ sở hại long của du khách đối với sự phát triển du lịch, vai trò của du lịch chỗ nổi, mức độ chính của bài nghiên cứu là phân tích các nhân tố ảnh hưởng nên sở hại long của du khách đối với du lịch chỗ nổi ở TP. Cần Thơ và vùng phụ cận, qua đó cung cấp cơ sở thực tiễn cho chính quyền địa phương, cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch, công ty du lịch, cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch và người dân địa phương trong việc thực hiện những giải pháp nhằm nâng cao sở hại long của du khách.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp tiếp cận

Treân cô sôitham khảo các tiêu chí nội dung sử dụng trong các công trình nghiên cứu về ảnh hưởng sở hại long của du khách và thời kỳ du lịch chỗ nổi trên địa bàn TP. Cần Thơ và vùng phụ cận, nghiên cứu sử dụng 8 tiêu chí về nội dung sở hại long của du khách: 1- môi trường tự nhiên; 2- cơ sở hạ tầng; 3- phòng tiện văn chuyê; 4- dịch vụ ăn uống, tham quan, mua sắm, giải trí; 5- cơ sở lưu trú; 6- an ninh trật tự, an toàn; 7- hướng dẫn viên; 8- giá cả. Tiêu chí môi trường tự nhiên, các dịch vụ ăn uống, tham quan, mua sắm và giải trí, cơ sở lưu trú (chỗ ở) là 3 trong 5 tiêu chí mà Tribe và Snaith (1998) dùng để đánh giá sở hại long của du khách về kỳ nghỉ ở Varadero, Cuba; cơ sở hạ tầng và phòng tiện văn chuyê là những tiêu chí nội dung sử dụng trong nghiên cứu của Song et al. (2010; trích bởi Chen et al., 2012); tiêu chí hướng dẫn viên du lịch nội của Lòu Thanh Nội Hải và Nguyễn Hoàng Giang (2011) sử dụng để đánh giá mức độ sở hại long của du khách về du lịch Kiên Giang; giá cả là một trong các tiêu chí nội của Dieke (1991), Murphy và Pritchard (1997) sử dụng để đánh giá mức độ sở hại long của du khách (trích bởi Chen et al., 2012); yếu tố an ninh trật tự và an toàn nội của Ninh Công Thành, Phạm Lê Hoàng Nhung và Trông Quốc Dũng (2011) sử dụng để đánh giá mức độ sở hại long của du khách về du lịch tỉnh Sóc Trăng.



Chỗ nổi Cai Rang

Ảnh: internet

Nghiên cứu sử dụng thang đo 5 mức độ Likert để xuất (1932) để đánh giá mức độ sở hại long của du khách về các khía cạnh của chỗ nổi: 1 = hoàn toàn không hấp dẫn, 2 = không hấp dẫn, 3 = trung bình, 4 = hấp dẫn, 5 = rất hấp dẫn; sở hại long của du khách: 1 = rất không sở hại long, 2 = không sở hại long, 3 = bình thường, 4 = sở

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

long, 5 = rất hài lòng; đời nhìn quay lại và giới thiệu du lịch nên thì trông khách tiềm năng: 1 = chắc chắn không, 2 = không, 3 = có thể có, 4 = có, 5 = chắc chắn có

2.2. Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp

Việc thu thập dữ liệu sơ cấp được tiến hành trên cơ sở phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi nói với 219 khách, cụ thể 163 khách nên du lịch ô tô chơi nói Cai Rạng, Phong Niên (thành phố Cần Thơ) và 56 khách nên du lịch ô tô chơi nói Cai Bè (tỉnh Tiền Giang) bằng phương pháp chọn mẫu phi xác suất theo kiểu thuận tiện. Thời gian lấy mẫu từ tháng 5 đến tháng 7 năm 2013.

2.3. Phương pháp phân tích số liệu

Phần mềm SPSS 16.0 for Windows là công cụ hỗ trợ cho việc xử lý và phân tích dữ liệu. Với phần mềm SPSS, các phương pháp được sử dụng trong phân tích số liệu bao gồm: thống kê mô tả (tần suất và số trung bình), phân tích độ tin cậy thang đo (Scale Reliability Analysis), phân tích tổng quan (sử dụng hệ số tổng quan Pearson) và phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis).

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Khai thác mẫu nghiên cứu

Theo giới tính và độ tuổi: số lượng nữ trong mẫu là 121 (chiếm 55,3%), và nam là 98 (chiếm 44,7%). Độ tuổi tập trung nhiều nhất là 25-34 (32,9%), tiếp theo là 25 (25,6%), từ 35-44 (23,7%), từ 45-54 (12,3%) và trên 55 (5,5%).

Phân theo trình độ học vấn: mẫu nghiên cứu có trình độ đại học chiếm 57,1%, trung học phổ thông (14,6%), cao đẳng (12,3%), trên tiểu học (7,3%), trung cấp (4,6%), trung học cơ sở (3,7%) và tiểu học (0,5%).

Phân theo nghề nghiệp: cơ cấu mẫu chủ yếu là cán bộ viên chức (49,8%), sinh viên (20,5%), kinh doanh (11,9%), buôn bán, công an (3,7%), nông dân (1,8%), công nhân (1,4%), cán bộ hưu trí (1,4%) và các ngành nghề khác (9,6%).

3.2. Thời trang hoạt động du lịch chơi nói

Du khách biết nên du lịch chơi nói chủ yếu thông qua mạng Internet (35,2%), người thân và bạn bè (34,2%), tivi (32,9%), công ty du lịch (30,6%), báo và tạp chí (19,6%), ảnh phim hướng dẫn du lịch (6,8%), radio (4,6%) và các kênh thông tin khác (4,6%).

Du khách nên chơi nói nên du lịch vì thích thú trên sông (56,6%), cách thức mua bán và sinh hoạt của cộng đồng (53,0%), khí hậu trong lành và mát mẻ (50,2%), người dân địa



Chơi nói Cai Rạng

phương thân thiện và mến khách (48,4%), phong cảnh chơi nói đẹp (42,9%), không khí mua bán nhộn nhịp (41,1%), hàng nông sản đa dạng (20,5%) và các yếu tố khác (5,9%). Do nội dung bài viết về môi trường, cảnh quan sông nước, mỹ quan chơi nói; phát huy tính hiếu khách của người dân; tạo nhiều kiến thức cho hoạt động mua bán diễn ra nhộn nhịp hơn,... thì chắc chắn chơi nói sẽ nhận được sự cảm tình của du khách.

Các hoạt động của du khách trong chuyến du lịch chơi nói bao gồm: tham quan cảnh quan

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

(71,7%), kết hợp tham quan vườn cây ăn trái (54,8%), mua hàng nông sản (43,8%), kết hợp thưởng thức nhà sản phẩm nông (39,3%), kết hợp tham quan làng nghề (33,8%), kết hợp thưởng thức nhà cá tại hồ (33,8%), nghiên cứu/tìm hiểu hoạt động mua bán, sinh hoạt của cơ dân thông minh (31,1%), và các hoạt động khác (0,5%).

Du khách nhận giá trị nội tại nên du lịch khai thác dân (năm 3,82 điểm). Với mức ý nghĩa $\alpha = 0,01$, độ tin cậy 99%, kiểm định mối quan hệ giữa hai biến sử dụng hệ số tương quan Pearson (kiểm định 2 phía: Two-tail) cho thấy, số hợp dân của nội nên du lịch có tương quan thuận với số hai long của du khách. Theo Cao Hoàng Thi, $|r| < 0,4$: tương quan yếu; $|r| = 0,4-0,8$: tương quan trung bình; $|r| > 0,8$: tương quan mạnh. Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa hai biến, $r = 0,628$, tương quan trung bình.

Nhìn chung, du khách cảm thấy khai thác hai long về chuyển du lịch chơi nội (năm 3,89 điểm). Kiểm định mối quan hệ giữa hai biến sử dụng hệ số tương quan Pearson (kiểm định 2 phía: Two-tail) cho thấy, với mức ý nghĩa $\alpha = 0,01$, độ tin cậy 99%, số hai long có tương quan thuận với độ nội quay lại du lịch ở những lần tiếp theo và độ nội giới thiệu du lịch nên người thân và bạn bè của du khách $r = 0,430$ (tương quan trung bình) và $r = 0,355$ (tương quan yếu), lần lượt.

3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến số hai long của du khách

Nếu khám phá những nhân tố ảnh hưởng đến số hai long của du khách nội với du lịch chơi nội, nghiên cứu sử dụng 8 tiêu chí: môi trường tự nhiên; cơ sở hạ tầng; phòng tiện và chuyển tham quan; dịch vụ ăn uống, tham quan, mua sắm và giải trí; cơ sở lưu trú an ninh trật tự và an toàn; hướng dẫn viên du lịch; và các loại dịch vụ.

Nhân giải 8 tiêu chí trên nên năm báo độ tin cậy của thang đo và biến đo lường. Nội với độ tin cậy thang đo, Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mạnh Ngọc (2008) cho rằng Cronbach's Alpha từ 0,7 nên gần 0,8 thì thang đo lường sử dụng tốt, Cronbach's Alpha từ 0,8 nên gần 1 thì thang đo lường tốt. Nội với biến đo lường năm báo độ tin cậy khi có hệ số tương quan biến-tổng hiệu chỉnh (corrected item-total correlation) $> 0,3$ (Nunnally và Bernstein, 1994; trích bởi Nguyễn Ninh Thái, 2011).

Bảng 1: Cronbach's Alpha

Biến đo lường Cronbach's Alpha = 0,837	Tương quan biến- tổng hiệu chỉnh	Cronbach's Alpha nếu loại biến này
Môi trường tự nhiên	0,496	0,827
Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch	0,617	0,812
Phòng tiện và chuyển	0,568	0,818
Ăn uống, tham quan, mua sắm, giải trí	0,608	0,814
Cơ sở lưu trú	0,589	0,816
An ninh trật tự và an toàn	0,592	0,815
Hướng dẫn viên du lịch	0,549	0,821
Các loại dịch vụ	0,523	0,824

Nguồn: Kết quả điều tra trực tiếp du khách năm 2013, $n = 219$

Sau khi nhân giải độ tin cậy thang đo, 8 biến có Cronbach's Alpha = 0,837 và không có biến nào có hệ số tương quan biến-tổng hiệu chỉnh $< 0,4$. Vậy thang đo lường tốt và tất cả các biến đều năm báo độ tin cậy. 8 biến này nên sử dụng nên phân tích nhân tố khám phá tiếp theo.

Dùng kiểm định KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of sampling adequacy) và Bartlett (Bartlett's Test of Sphericity) nên kiểm tra mức độ thích hợp của dữ liệu trước khi chính thức tiến hành phân tích nhân tố khám phá. Theo Kaiser (1974; trích bởi Nguyễn Ninh Thái, 2011) $KMO \geq 0,9$: rất tốt; $KMO \geq 0,8$: tốt; $KMO \geq 0,7$ nên: khá; $KMO \geq 0,6$: tạm nên; $KMO \geq 0,5$: xấu; và $KMO < 0,5$: không thể chấp nên nên. Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mạnh Ngọc (2008), nếu

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

kiểm định Bartlett có giá trị Sig. > 0,05 (không có ý nghĩa thống kê) thì không nên áp dụng phân tích nhân tố. Sau khi kiểm định, hệ số KMO của dữ liệu = 0,846 và kiểm định Bartlett có giá trị Sig. = 0,000 (< 0,05: có ý nghĩa thống kê) (bảng 2). Vậy dữ liệu thích hợp để phân tích nhân tố khám phá.

Bảng 2: Kiểm định KMO và Bartlett

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of sampling adequacy.		0,846
Bartlett' Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	537,838
	df	28
	Sig.	0,000

Nguồn: Kết quả từ nhiều tra trực tiếp du khách năm 2013, n = 219

Phương pháp trích Principle components, Eigenvalues over 1 (số lượng nhân tố có giá trị > 1) với phép quay vòng góc Varimax có sử dụng trong phân tích nhân tố. Theo tiêu chuẩn eigenvalues over 1 thì chỉ có 1 nhân tố có giá trị rút ra và có % tích lũy) cho biết 1 nhân tố giải thích được 47,053% biến thiên của dữ liệu. Dựa vào bảng ma trận nhân tố (bảng 3) ta thấy các biến có loading đều có phần chung với một và chỉ một nhân tố.

Nếu năm báo một ý nghĩa thiết thực của phân tích nhân tố khám phá cần loại những biến có loading có hệ số tải nhân tố không đạt tiêu chuẩn tổng nhân tố Theo Hair và cộng sự (1998; trích bởi Khanh Duy), hệ số tải nhân tố là chỉ tiêu để năm báo một ý nghĩa thiết thực của phân tích nhân tố khám phá 0,3 < hệ số tải nhân tố < 0,4 hoặc xem là một chỉ tiêu, 0,4 < hệ số tải nhân tố < 0,5 hoặc xem là quan trọng, hệ số tải nhân tố > 0,5 hoặc xem là có ý nghĩa thiết thực.

Cũng theo Hair và cộng sự (1998; trích bởi Khanh Duy) nếu chọn tiêu chuẩn 0,3 < hệ số tải nhân tố ≤ 0,4 thì có mẫu ít nhất phải là 350, nếu có mẫu khoảng 100 thì nên chọn tiêu chuẩn hệ số tải nhân tố > 0,55, nếu có mẫu khoảng 50 thì chọn hệ số tải nhân tố phải > 0,75.

Mẫu nghiên cứu là 219 quan sát, do đó biến có loading hoặc chọn khi có hệ số tải nhân tố > 0,55. Bảng 3 cho thấy, tất cả các biến đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,55.

Bảng 3: Ma trận nhân tố

Biến có loading	Nhân tố
	1
Có số hai tầng phục vụ du lịch	0,731
Dịch vui ăn uống, tham quan, mua sắm và giải trí	0,725
Có số lầu trui	0,710
An ninh trật tự và an toàn	0,706
Phòng tiện và chuyên tham quan	0,687
Hướng dẫn viên du lịch	0,665
Giá cả các loại dịch vụ	0,642
Môi trường tự nhiên	0,612

Nguồn: Kết quả từ nhiều tra trực tiếp du khách năm 2013, n = 219

Nhờ vậy, chỉ 1 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách với số tải nặng của 8 biến.

Bảng 4: Ma trận nhân tố

Biến có loading	Nhân tố
	1
Có số hai tầng phục vụ du lịch	0,194
Dịch vui ăn uống, tham quan, mua sắm và giải trí	0,193

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

Cô sôilôu trui	0,189
An ninh trấi tòi vạan toan	0,188
Phôngi tiẽn vẫi chuyẽn tham quan	0,182
Hồing dẫi vẫi du lịch	0,177
Giaicaicaic loaii dồch vui	0,171
Moái trồong tòi nhieĩn	0,163

Nguồn: Kết quả điều tra trực tiếp du khách năm 2013, n = 219

Nếu tính điểm số nhân tố ta có phương trình (Hoang Trong và Chu Nguyễn Minh Ngọc, 2008):

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + W_{i4}X_4 + \dots + W_{ik}X_k$$

trong đó

F_i : điểm tổng trọng số của nhân tố i

W_j : trọng số nhân tố

k : số biến

Đưa vào kết quả trong bảng ma trận điểm số nhân tố (bảng 4) ta có phương trình nhân tố như sau:

$$F = 0,194 X_1 + 0,193 X_2 + 0,189 X_3 + 0,188 X_4 + 0,182 X_5 + 0,177 X_6 + 0,171 X_7 + 0,163 X_8$$

Số hai long của du khách nói với du lịch chơi nói chủ yếu có 8 biến X_1 (cô sôilôu trui tăng phúc vui du lịch), X_2 (dồch vui ẫi uông, tham quan, mua sắm và giá trị), X_3 (cô sôilôu trui), X_4 (an ninh trấi tòi vạan toan), X_5 (phôngi tiẽn vẫi chuyẽn tham quan), X_6 (hồing dẫi vẫi du lịch), X_7 (giaicaicaic loaii dồch vui), X_8 (moái trồong tòi nhieĩn).

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Chơi nói là loại hình du lịch khai thác dân ỗi vùng nông bằng sông Cửu Long và du khách cảm thấy khai thác và chuyển du lịch ỗi chơi nói. Số hai long của du khách càng cao khả năng quay lại du lịch ỗi nông lần tiếp theo càng lớn và cũng kích thích số quảng cáo du lịch bằng hình thức truyền miệng.

Có một nhân tố là nông nên số hai long của du khách với 8 biến: cô sôilôu trui tăng phúc vui du lịch; đồch vui ẫi uông, tham quan, mua sắm và giá trị; cô sôilôu trui an ninh trấi tòi vạan toan; phôngi tiẽn vẫi chuyẽn tham quan; hồing dẫi vẫi du lịch; giaicaicaic loaii dồch vui; moái trồong tòi nhieĩn.

Nếu năng cao số hai long của du khách nói với du lịch chơi nói trên nửa bán thành phố Cần Thơ và vùng phụ cận, thiết nghĩ cần phải:

i). Nói với cô sôilôu trui tăng phúc vui du lịch:

Cần môi trường lan nông và năng cấp chất lượng mặt nông nên chơi nói (nông nông nói quốc lộ 1A với chơi nói Cai Be); quy hoạch bãi đỗ xe rộng rãi và năm bãi vệ sinh (nhất là ỗi chơi nói Cai Be).

ii). Nói với đồch vui ẫi uông, tham quan, mua sắm và giá trị:

Phát triển thêm nhà hàng (ỗi chơi nói Cai Be) để thuận tiện cho du khách nông thời nhiều tiết ỗi giá cả xây dựng các chồing trình du lịch kết nói du lịch chơi nói với các loại hình du lịch khác để đa dạng sản phẩm du lịch; hình thành các cô sôilôu trui nông ỗi chơi nói Cai Be; liên kết với các điểm du lịch miền vôn để du khách có thể thồing thồic các loại hình vui chơi giá trị.

iii). Nói với cô sôilôu trui

Phong nghi cần phải sạch sẽ thoáng mát và này nũi tiện nghi; nhân viên phúc vui cần thân thiện, lịch số và nhiệt tình hỏn; việc xây dựng cô sôilôu trui nói có vị trí thuận ỗi và cảnh quan đẹp cũng góp phần gia tăng số hai long của du khách; cải thiện "cô sôilôu trui" theo hồing tăng tốc ã

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI