

Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô của du khách nội địa

TRẦN THỊ XUÂN VIÊN*

Tóm tắt

Nghiên cứu xác định các nhân tố tác động đến quyết định mua tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô của du khách nội địa. Số liệu nghiên cứu được thu thập từ 260 du khách nội địa đã sử dụng tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng, có 7 nhân tố tác động đến Quyết định mua tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô của du khách nội địa, đó là: Động cơ du lịch; Sở thích du lịch; Sản có và chất lượng tour; Giá cả sản phẩm; Quảng cáo; Địa điểm đặt tour; Nhóm tham khảo. Trong đó, nhân tố Giá cả sản phẩm có ảnh hưởng mạnh nhất; nhân tố Nhóm tham khảo có mức độ ảnh hưởng thấp nhất trong nghiên cứu.

Từ khóa: TP. Nha Trang, du lịch, xe xích lô, tour tham quan, du khách nội địa

Summary

The study aims to determine factors affecting domestic tourists' decision to buy a cyclo tour to visit Nha Trang city. Data was collected from 260 domestic tourists who have experienced this tour. Research results point out 7 determinants which are Travel motivation; Travel interests; Availability and quality of tours; Price; Advertisement; Tour booking location; Reference group. In particular, Price has the strongest influence and Reference group creates the lowest impact.

Keywords: Nha Trang city, travel, cyclo, sightseeing tour, domestic tourists

GIỚI THIỆU

Hiện nay, tưởng chừng như xích lô đang dần bị thay thế bởi những dịch vụ hiện đại khác, như: thuê xe máy, hay các hãng taxi đưa đón..., nhưng không, xích lô ở đây chẳng hề “lép vế”, nó vẫn được nhiều du khách ưa chuộng để dạo phố khi tới TP. Nha Trang.

Xích lô du lịch nhìn chung khá sạch sẽ và được trang bị mái che. Bên cạnh đó, những người đạp xích lô du lịch thường khá lịch sự và nhiệt tình. Đôi khi họ còn có cả đồng phục riêng hay một số đội xe thường trực tại những khách sạn 4, 5 sao. Họ thuộc nằm lòng địa chỉ một số điểm du lịch, cũng như nhà hàng, khách sạn và sẵn sàng giới thiệu cho khách. Chính vì vậy, nghiên cứu các nhân tố tác động đến quyết định mua tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô của du khách nội địa, từ đó, đề xuất những giải pháp để nâng cao chất lượng loại hình kinh doanh này là rất cần thiết.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết quá trình ra quyết định du lịch

Lý thuyết quá trình ra quyết định du lịch được

Patrick (2013) nghiên cứu dựa trên nền tảng lý thuyết các tác động của môi trường được xây dựng lên hoạt động du lịch. Lý thuyết này trình bày một cách thống nhất các kiến thức trong nhiều lĩnh vực học thuật khác nhau về hành vi. Cụ thể, khung lý thuyết này đã phát triển khung khái niệm hành vi ra quyết định du lịch liên quan đến các mối quan hệ phức tạp giữa nhân tố cá nhân, xã hội và môi trường.

Lý thuyết về hành vi tiêu dùng

Lý thuyết hành vi người tiêu dùng của Philip Kotler (2013) cho rằng, các yếu tố marketing gồm: sản phẩm/dịch vụ, giá cả, phân phối, cổ động và các tác nhân khác (là kinh tế, chính trị, văn hóa, công nghệ) tác động vào hộp đen của người mua, cũng có nghĩa là tác động vào những đặc điểm, như: văn hóa, xã hội, cá tính và tâm lý. cũng như quá trình quyết định của người mua, bao gồm: nhận thức vấn đề, tìm kiếm thông tin, đánh giá, quyết định, hành vi sau mua.

* Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh

Ngày nhận bài: 27/12/2021; Ngày phản biện: 10/01/2022; Ngày duyệt đăng: 18/01/2022

Sự ảnh hưởng đến quyết định mua tour tham quan bằng xe xích lô

Theo cách tiếp cận của tác giả, tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô hay còn gọi là tour xích lô Nha Trang để du khách tham quan TP. Nha Trang được tổ chức, thực hiện theo 2 phương thức:

(i) Giữa một khách du lịch và một tài xế xe xích lô. Người tài xế xích lô đóng vai như “hướng dẫn viên du lịch” sẽ giới thiệu các điểm đến tham quan, thông tin về văn hoá ẩm thực cho khách hàng của mình.

(ii) Hướng dẫn viên du lịch kiêm luôn tài xế xích lô. Họ sẽ chở du khách tham quan thành phố và thuyết minh về con người, thiên nhiên, ẩm thực... của Thành phố biển đến với du khách.

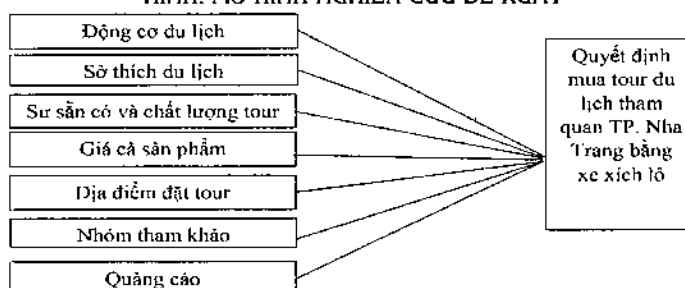
Tuy nhiên, hình thức phổ biến nhất ở Nha Trang là phương thức thứ nhất. Điểm nổi bật giữa tour xích lô Nha Trang là du khách được phục vụ một - một. Các tour xích lô Nha Trang thường dao động trong khoảng thời gian ngắn từ 2 tiếng đến 4 tiếng tùy theo tour được chọn và thời gian để bắt đầu một tour xích lô Nha Trang cũng linh hoạt theo yêu cầu của người mua tour. Những đồng sản phẩm phổ biến nhất, được rất nhiều du khách nội địa lựa chọn là Nha Trang về đêm. Với tour này, du khách sẽ được tham quan Nha Trang từ 18h45 đến 21h00 cùng ngày với các dịch vụ được cung cấp là những điểm tham quan nổi tiếng đẹp của TP. Nha Trang (đường Trần Phú, chùa Long Sơn...), hoặc dạo quanh Thành phố và thưởng thức những món ăn nổi tiếng, như: nem Đặng Văn Quyên, bánh canh cua... Bên cạnh sản phẩm du lịch Nha Trang về đêm, du khách có thể chọn mua những tour khám phá Nha Trang, như: tour một ngày ở phố biển với nhiều hoạt động khác nhau.

Trên cơ sở lý thuyết và thực tế du lịch tại TP. Nha Trang, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình.

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu đã khảo sát 300 du khách nội địa đã từng mua tour xích lô Nha Trang. Thời gian khảo sát là từ ngày 10/10-15/10/2021. Qua quá trình sàng lọc, số mẫu phù hợp đưa vào phân tích dữ liệu là 260 mẫu. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích dữ liệu, như: thống kê mô tả mẫu, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích tương quan, phân tích hồi quy, kiểm định sự khác biệt. Tác giả sử dụng phần mềm SPSS 26.0 để xử lý số liệu.

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Đề xuất của tác giả

BẢNG 1: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA

Thang đo	Biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
Động cơ du lịch	DC1	0,882	0,618	0,881
	DC2		0,697	0,864
	DC3		0,786	0,844
	DC4		0,646	0,873
	DC5		0,881	0,820
Sở thích du lịch	ST1	0,872	0,719	0,856
	ST2		0,697	0,855
	ST3		0,715	0,853
Sự sẵn có và chất lượng tour	SCCL1	0,881	0,675	0,863
	SCCL2		0,745	0,851
	SCCL3		0,659	0,865
	SCCL4		0,657	0,867
	SCCL5		0,717	0,856
	SCCL6		0,693	0,860
Giá cả sản phẩm	GC1	0,884	0,724	0,856
	GC2		0,779	0,835
	GC3		0,720	0,859
	GC4		0,758	0,844
Địa điểm đặt tour	DD01	0,806	0,645	0,746
	DD02		0,638	0,749
	DD03		0,641	0,750
	DD04		0,574	0,784
Nhóm tham khảo	NTK1	0,839	0,705	0,784
	NTK2		0,832	0,721
	NTK3		0,611	0,833
	NTK4		0,573	0,835
Quảng cáo	QC1	0,878	0,719	0,856
	QC2		0,697	0,855
	QC3		0,715	0,853
Quyết định mua tour du lịch bằng xe xích lô	QDM1	0,889	0,728	0,866
	QDM2		0,761	0,858
	QDM3		0,722	0,867
	QDM4		0,728	0,866

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Phân tích Cronbach's Alpha

Kết quả đánh giá các thang đo bằng Cronbach's Alpha ở Bảng 1 cho thấy, các thang đo đều đạt độ tin cậy Cronbach's Alpha > 0,6 và hệ số tương quan biến - tổng > 0,3, tất cả các biến quan sát của các thang đo đều thỏa mãn điều kiện để phân tích EFA.

Phân tích EFA

Qua 2 lần chạy phân tích EFA, tác giả đã loại 2 biến quan sát GC1 (Giá cả tour du lịch bằng xe xích lô hợp lý) và SCCL4 (Chất lượng tour được đảm bảo), vì có hệ số tải tải lên ở cả 2 nhân tố chênh lệch nhau không

BẢNG 2: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH EFA CÁC BIẾN ĐỘC LẬP

STT	Biến quan sát	Nhân tố						
		1	2	3	4	5	6	7
1	DC5	0,905						
2	DC3	0,828						
3	DC2	0,799						
4	DC1	0,744						
5	DC4	0,726						
6	QC1	..	0,835					
7	QC3	..	0,828					
8	QC2	..	0,799					
9	SCCL6	..		0,846				
10	SCCL2	..		0,810				
11	SCCL4	..		0,791				
12	SCCL3	..		0,774				
13	SCCL1	..		0,737				
14	NTK2	..			0,847			
15	NTK4	..			0,843			
16	NTK3	..			0,835			
17	NTK1	..			0,801			
18	GC2	..				0,873		
19	GC3	..				0,841		
20	GC4	..				0,787		
21	DD2	..					0,917	
22	DD1	..					0,835	
23	DD3	..					0,786	
24	DD4	..					0,728	
25	ST1	..						0,815
26	ST2	..						0,790
27	ST3	..						0,755

BẢNG 3: PHÂN TÍCH TƯƠNG QUAN

	QDM	DC	QC	SCCL	NTK	GC	DD	ST
QDM	1	0,497**	0,278**	0,380**	0,266**	0,356**	0,219**	0,361**
DC	0,497**	1	-0,009	0,048	0,093	0,337**	-0,040	0,281**
QC	0,278**	-0,009	1	0,093	0,132*	0,024	-0,206**	0,010
SCCL	0,380**	0,048	0,093	1	0,326**	-0,051	0,018	0,015
NTK	0,266**	0,093	0,132*	0,326**	1	0,000	-0,140*	0,029
GC	0,356**	0,337**	0,024	-0,051	0,000	1	0,070	0,167**
DD	0,219**	-0,040	-0,206**	0,018	-0,140*	0,070	1	-0,105
ST	0,361**	0,281**	0,010	0,015	0,029	0,167**	-0,105	1

BẢNG 4: KẾT QUẢ HỒI QUY

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Dung sai e	VIF
(Hằng số)	-1,418	0,167		-8,465	0,000		
DC	0,202	0,024	0,276	8,340	0,000	0,777	1,286
QC	0,227	0,022	0,315	10,283	0,000	0,929	1,076
SCCL	0,151	0,018	0,256	8,391	0,000	0,912	1,096
NTK	0,108	0,021	0,163	5,093	0,000	0,825	1,212
GC	0,158	0,013	0,372	12,137	0,000	0,904	1,106
DD	0,141	0,020	0,216	6,956	0,000	0,896	1,117
ST	0,159	0,014	0,339	10,993	0,000	0,894	1,118

a. Biến phụ thuộc: QDM

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

hiều (chênh lệch 0,012 < 0,3), không thỏa mãn việc đảm bảo giá trị phân biệt.

Phương pháp EFA được sử dụng cho 27 biến quan sát của các biến độc lập, sử dụng phương pháp

Principal Component Analysis với phép quay Varimax, không có biến quan sát bị loại, Eigenvalues 1,093 > 1. Hệ số KMO = 0,781 đạt yêu cầu > 0,5 giải thích được kích thước mẫu phù hợp cho phân tích nhân tố và hệ số Barlett có mức ý nghĩa Sig. = 0,000 < 0,5 đã khẳng định phương pháp phân tích trên là phù hợp. Tổng phương sai trích là 69,831% tức là 27 biến rút trích ra, góp phần giải thích được khoảng 69,831% sự biến thiên của các biến quan sát và hệ số tải nhân số đều > 0,5, nên đạt yêu cầu (Bảng 2).

Kết quả phân tích EFA biến phụ thuộc với 4 biến quan sát, hệ số KMO = 0,816 và hệ số Barlett có mức ý nghĩa Sig. = 0,000 < 0,5, Eigenvalue = 3,547 > 1, phương sai trích 69,273% và các biến đều có hệ số tải nhân tố > 0,5, đạt yêu cầu.

Phân tích mối tương quan và phân tích hồi quy tuyến tính

Phân tích tương quan Pearson

Kết quả phân tích tương quan cho thấy, các hệ số tương quan đều có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0,05), nên tất cả các biến sẽ được sử dụng trong phân tích hồi quy ở bước tiếp theo (Bảng 3).

Phân tích hồi quy

Qua phân tích hồi quy (Bảng 4), R² hiệu chỉnh là 0,782 các biến độc lập giải thích được 78,2% biến phụ thuộc Quyết định mua tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô. Mức ý nghĩa Sig. của 7 biến độc lập đều < 0,05, điều này khẳng định 7 biến đều có ý nghĩa thống kê. Độ chấp nhận (Tolerance) của các biến đều có giá trị > 0,5 và hệ số phóng đại (VIF) của 7 biến độc lập đạt giá trị 1 < VIF < 10, từ đó cho thấy, không có hiện tượng đa cộng tuyến. Các hệ số Beta chuẩn hóa đều cho giá trị dương.

Phương trình hồi quy chuẩn hóa từ kết quả hồi quy như sau:

$$QDM = 0,372GC + 0,339ST + 0,315QC + 0,276DC + 0,256SCCL + 0,216DD + 0,163NTK$$

Tác giả sử dụng biểu đồ tần số Histogram và biểu đồ P-P plot để khảo sát sự vi phạm về giả định phân phối chuẩn của phần dư. Biểu đồ Histogram cho thấy, một đường cong phân phối chuẩn được đặt chồng lên biểu đồ tần số. Phân phối phần dư xấp xỉ chuẩn (trung bình Mean gần bằng 0 và độ lệch chuẩn Std. Dev = 0,982 tức là gần bằng 1). Đồ thị P-P plot biểu diễn các điểm quan sát thực tế tập trung khá sát đường chéo những giá trị kỳ vọng, có nghĩa là dữ liệu

phần dư có phân phối chuẩn. Hệ số $1 < Durbin - Watson = 1,6345 < 2$ là thỏa điều kiện. Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính được xây dựng theo phương trình trên không vi phạm các giả định hồi quy và tất cả 7 giả thuyết đưa ra đều được chấp nhận.

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 7 nhân tố tác động đến Quyết định mua tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô của du khách nội địa, đó là: Động cơ du lịch; Sở thích du lịch; Sẵn có và chất lượng tour; Giá cả sản phẩm; Quảng cáo; Địa điểm đặt tour; Nhóm tham khảo. Trong đó, nhân tố Giá cả sản phẩm có ảnh hưởng mạnh nhất; nhân tố Nhóm tham khảo có mức độ ảnh hưởng thấp nhất đến Quyết định mua tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô của du khách nội địa.

Hàm ý quản trị

Đối với các sở, ban ngành du lịch tại TP. Nha Trang

Thứ nhất, cần duy trì sự liên kết với cơ quan du lịch của các tỉnh trong cả nước, chuẩn bị kỹ lưỡng để ngay khi các địa phương trong cả nước nới lỏng chính sách kiểm soát dịch Covid-19, thì TP. Nha Trang cũng có thể tái khởi động các hoạt động du lịch một cách nhanh chóng vào thị trường du lịch nội địa. Đặc biệt là hỗ trợ giá các điểm đến du lịch để cùng các doanh nghiệp lữ hành kích cầu ngành du lịch thời kỳ hậu Covid-19. Đẩy mạnh công tác đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao và lực lượng lao động trực tiếp.

Thứ hai, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác thông tin, tuyên truyền, quảng bá tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô đến du khách một cách rộng rãi. Thông tin đến du khách nội địa trước khi họ đặt chân đến Thành phố biển với các trang mạng

chính thống, như: website của Tổng cục Du lịch Việt Nam, website của Sở Du lịch Khánh Hòa, website và các trang fanpage của các công ty lữ hành, hoặc thông tin qua Tạp chí Du lịch, các chuyên mục du lịch từ ứng dụng các báo trực tuyến để du khách không hoang mang khi tiếp nhận thông tin du lịch.

Thứ ba, đẩy mạnh hỗ trợ liên kết, hợp tác phát triển du lịch của các doanh nghiệp du lịch trong và ngoài nước. Tổ chức đa dạng các lễ hội, hội chợ, triển lãm để du khách nội địa đến với TP. Nha Trang ngày càng nhiều hơn và cơ hội để quảng bá tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô sẽ thuận tiện hơn. Tăng cường công tác kiểm tra, hậu kiểm và đảm bảo môi trường du lịch thân thiện, an toàn cho du khách không chỉ dành cho du khách sử dụng tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô, mà còn các hình thức du lịch khác.

Đối với các doanh nghiệp lữ hành tại TP. Nha Trang

Một là, các doanh nghiệp du lịch cần xây dựng chương trình một cách lồng ghép hoạt động điểm đến để đảm bảo về mặt kinh tế cho doanh nghiệp, đồng thời, cũng để du khách không cảm thấy chương trình tour du lịch thiếu sự hấp dẫn. Các hoạt động đan xen trong tour du lịch, như: thưởng thức ẩm thực Nha Trang; tham quan các làng nghề thủ công mỹ nghệ: làng nghề nước mắm (đường Võ Thị Sáu, Vĩnh Trường), làng nghề dệt chiếu cói (đường Lương Định Của, Ngọc Hiệp), làng nghề của người Chăm (Champa Island), tham quan chợ Đêm, phố đi bộ... Đó là một trong những khuyến nghị để được chất lượng tour du lịch tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô được đảm bảo.

Hai là, giá cả tour tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô so với các loại phương tiện xe máy còn hơi cao, chính vì vậy các công ty lữ hành khi tham gia khai thác loại hình sản phẩm này cần tính toán lại vừa định giá phù hợp. Giá cả đi song song với chất lượng nhận được, với giá trung bình, thì dịch vụ đem lại là trung bình và giá cao thì dịch vụ đem lại dịch vụ chất lượng cao. Do đó, cần xây dựng thêm nhiều chương trình cao cấp hơn, quy mô chất lượng hơn về điểm đến, cũng như phương tiện phục vụ du khách. Đây cũng chính là hạn chế của các doanh nghiệp kinh doanh loại hình tham quan TP. Nha Trang bằng xe xích lô so với các loại hình du lịch truyền thống khác, khi các chương trình với số lượng không nhiều để mở rộng sự lựa chọn cho du khách.

Ba là, doanh nghiệp lữ hành cần liên kết, phối hợp và đẩy mạnh các hoạt động quảng cáo, địa điểm đặt tour, nhóm tham khảo để mang đến hiệu quả ở mức cao nhất. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Philip K. (2013). *Quản trị Marketing*, Nxb Lao động - Xã hội
2. Nguyễn Hồng Ngọc (2015). *Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua tour trực tuyến của du khách: Nghiên cứu trường hợp khách du lịch tại Công ty Du lịch Travel*, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
3. Patrick, G. L. (2013). *An introduction to medicinal chemistry*, Oxford University Press