

## MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ ĐẾN THAM QUAN TẠI LÀNG CHĂM ĐA PHƯỚC, HUYỆN AN PHÚ, TỈNH AN GIANG

Lê Thị Tố Quyên<sup>1</sup>, Nguyễn Thị Mỹ Duyên<sup>2\*</sup> và Trịnh Xuân Giang<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Cần Thơ

<sup>2</sup>Khoa Du lịch và Văn hóa Nghệ thuật, Trường Đại học An Giang,  
Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

\*Tác giả liên hệ: ntmyduyen@agu.edu.vn

### Lịch sử bài báo

Ngày nhận: 02/3/2020; Ngày nhận chỉnh sửa: 27/4/2020; Ngày duyệt đăng: 22/6/2020

### Tóm tắt

Nghiên cứu sử dụng mô hình SERVPERF với 5 tiêu chí đánh giá: Môi trường và tài nguyên du lịch; Cơ sở vật chất - kỹ thuật và cơ sở hạ tầng; Giá cả dịch vụ; Sản phẩm du lịch; Nhân viên phục vụ để đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước dựa theo thang đo Likert 5. Kết quả phân tích cho thấy có 2 nhóm tiêu chí chỉ được đánh giá ở mức độ trung lập bao gồm: Cơ sở vật chất và kỹ thuật; Sản phẩm du lịch, có 3 nhóm tiêu chí được đánh giá ở mức độ hài lòng là: Môi trường và tài nguyên du lịch; Giá cả dịch vụ; Nhân viên phục vụ. Ngoài ra, thông qua khảo sát thực tế tác giả phân tích những khó khăn trong việc phát triển du lịch và những nguyên nhân dẫn đến khách không hài lòng, từ đó đề xuất những giải pháp để nâng cao sự hài lòng khách du lịch và phát triển du lịch tại làng Chăm Đa Phước một cách bền vững trong tương lai.

**Từ khóa:** Du khách quốc tế, du lịch An Giang, làng Chăm Đa Phước, mức độ hài lòng.

---

## SATISFACTION LEVEL OF INTERNATIONAL TOURISTS TO CHAM DA PHUOC VILLAGE, AN PHU DISTRICT, AN GIANG PROVINCE

Le Thi To Quyen<sup>1</sup>, Nguyen Thi My Duyen<sup>2\*</sup> and Trinh Xuan Giang<sup>1</sup>

<sup>1</sup>School of Social Sciences and Humanities, Can Tho University

<sup>2</sup>School of Tourism and Culture Arts, An Giang University,  
Viet Nam National University, Ho Chi Minh City

\*Corresponding author: ntmyduyen@agu.edu.vn

### Article history

Received: 02/3/2020; Received in revised form: 27/4/2020; Accepted: 22/6/2020

### Abstract

A 5-Likert scale was used to study the satisfaction level of international tourists to Cham Da Phuoc village, applying SEVERPERF of five criteria: Environment and tourism resources; Facilities - infrastructure; Service prices; Tourism products; and Service staff. The results show two criteria of Facilities - infrastructure and Tourism products were at the neutral level, while the other three criteria gained the satisfactory level. In addition, this paper analyzes difficulties in tourism development and causes of dissatisfaction among tourists; thereby proposing solutions for sustainable developments in Da Phuoc Cham village.

**Keywords:** An Giang tourism, Da Phuoc Cham village, international tourist, satisfaction.

## 1. Đặt vấn đề

Ngày nay, du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần chuyển đổi nền kinh tế cho đất nước, thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển và mở ra thị trường tiêu thụ hàng hóa rộng lớn (Hawkin, D.E, 2005). Trong ngành du lịch, khách du lịch đóng vai trò quan trọng nhất, đứng ở vị trí trung tâm chi phối đến các hoạt động du lịch. Để nâng cao chất lượng du lịch, chất lượng sản phẩm du lịch hoạt động kinh doanh du lịch cần phải làm cho du khách cảm thấy hài lòng và xứng đáng với số tiền đã chi tiêu. Một trong những việc cần làm chính là biết được cảm nghĩ của du khách hay khách hài lòng như thế nào về sản phẩm du lịch.

Làng Chăm Đa Phước ở tỉnh An Giang, tập trung khoảng 3000 đồng bào Chăm sinh sống, là một trong những điểm du lịch đang thu hút du khách quốc tế (Chi cục thống kê huyện An Phú, 2017). Phát triển du lịch đã góp phần bảo tồn bản sắc văn hoá dân tộc Chăm và cải thiện đời sống của người dân (Ủy ban Nhân dân tỉnh An Giang, 2017). Tuy nhiên, phát triển du lịch ở địa phương vẫn còn gặp phải một số khó khăn như lượng khách còn ít, thời gian lưu trú ngắn, công tác quảng bá và giới thiệu sản phẩm du lịch còn hạn chế. Do đó, rất cần nghiên cứu “Mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước, huyện An Phú, tỉnh An Giang” nhằm đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế và đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của du khách quốc tế đối với điểm đến này.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

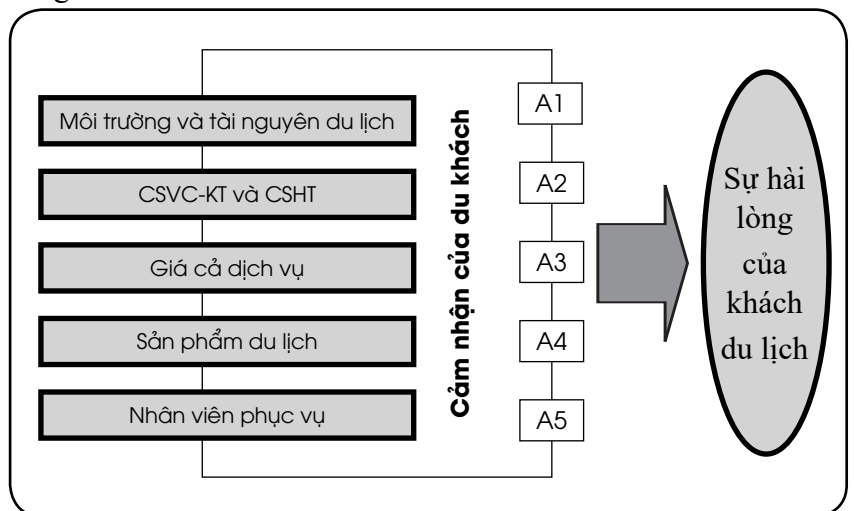
### 2.1 Phương pháp thu thập dữ liệu

- Phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu thứ cấp: các nguồn dữ liệu thứ cấp như báo cáo thống kê, bài viết trên báo chí, thông tin trên mạng Internet, bản đồ, hình ảnh... được thu thập, tổng hợp, hệ

thống hóa và phân tích nhằm phục vụ cho đề tài nghiên cứu. Trên cơ sở các tài liệu thu thập được từ Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch tỉnh An Giang, Ủy ban Nhân dân xã Đa Phước về các vấn đề liên quan đến du lịch tại làng Chăm Đa Phước tác giả tiến hành phân tích, đánh giá, tổng hợp khai thác những thông tin và tài liệu ở dạng thứ cấp phục vụ cho bài nghiên cứu (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp 120 khách du khách quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước huyện An Phú, tỉnh An Giang. Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng cách khảo sát trực tiếp khách du lịch quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước thông qua bảng câu hỏi khảo sát. Cách thức chọn mẫu phi xác suất theo kiểu thuận tiện.

Trên cơ sở tham khảo mô hình nghiên cứu và các tiêu chí được sử dụng để đo lường sự hài lòng của du khách đối với hoạt động du lịch, cùng với kết quả của việc quan sát thực tế điểm đến. Tác giả đề xuất các tiêu chí để đánh giá mức độ hài lòng của du khách quốc tế cho nghiên cứu “Mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế đến tham quan tại Làng Chăm Đa Phước, huyện An Phú, tỉnh An Giang”: (1) Môi trường và tài nguyên du lịch; (2) Cơ sở vật chất - kỹ thuật và cơ sở hạ tầng (CSVC-KT và CSHT); (3) Giá cả dịch vụ; (4) Sản phẩm du lịch; (5) Nhân viên phục vụ.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Tác giả, 2018.

Giả thiết H1: Tồn tại mối quan hệ cùng chiều giữa A1 với sự hài lòng của du khách.

Giả thiết H2: Tồn tại mối quan hệ cùng chiều giữa A2 với sự hài lòng của du khách.

Giả thiết H3: Tồn tại mối quan hệ cùng chiều

giữa A3 với sự hài lòng của du khách.

Giả thiết H4: Tồn tại mối quan hệ cùng chiều giữa A4 với sự hài lòng của du khách.

Giả thiết H5: Tồn tại mối quan hệ cùng chiều giữa A5 với sự hài lòng của du khách.

**Bảng 1. Thang đo và biến quan sát của mô hình nghiên cứu**

STT	Thang đo		Biến đánh giá	Nguồn
1	Môi trường và tài nguyên du lịch	X1	Đường làng sạch	Corte et al (2014)
		X2	Rác được bỏ vào thùng	Alegre & Garau (2010), Corte et al (2014)
		X3	Có nhiều cảnh quan đẹp	Alegre & Garau (2010) Đinh Công Thành và cộng sự (2011)
		X4	Có nhiều lễ hội	Corte et al (2014)
		X5	Có nhiều phong tục và hoạt động đặc biệt	Corte et al (2014) Lê Thị Tuyết và cộng sự (2014)
2	CSVC-KT và CSHT	X6	Đường rộng	Masarrat (2012)
		X7	Bãi đỗ xe rộng	Ababneh (2013)
		X8	Nhà vệ sinh rộng rãi và sạch sẽ	Ababneh (2013) Alegre & Garau (2010) Masarrat (2012)
		X9	Cơ sở lưu trú trang bị đầy đủ trang thiết bị	Alegre & Garau (2010)
		X10	Nhà hàng sạch sẽ và hợp vệ sinh	Corte et al (2014) Masarrat (2012)
		X11	Có nhiều sản phẩm tốt để mua	Đinh Công Thành và cộng sự (2011) Masarrat (2012)
		X12	Có nhiều hoạt động giải trí	Đinh Công Thành và cộng sự (2011)
		X13	Phà có nhiều dụng cụ	Corte et al (2014)
3	Giá cả dịch vụ	X14	Giá tại nơi tham quan hợp lý	Lê Thị Tuyết và cộng sự (2014)
		X15	Giá cơ sở lưu trú	Lê Thị Tuyết và cộng sự (2014)
		X16	Giá sản phẩm lưu niệm	Lê Thị Tuyết và cộng sự (2014)
		X17	Giá thức ăn	Lê Thị Tuyết và cộng sự (2014)
4	Sản phẩm du lịch	X18	Có nhiều hoạt động du lịch	Tác giả (2018)
		X19	Có nhiều điểm tham qua	Lê Thị Tuyết và cộng sự (2014)

	X20	Tham gia dệt thổ cẩm	Lê Thị Tuyết và cộng sự (2014)	
	X21	Học cách làm bánh	Tác giả (2018)	
	X22	Trải nghiệm cuộc sống của người dân	Tác giả (2018)	
	X23	Tìm hiểu lịch sử văn hóa	Tác giả (2018)	
	X24	Tham gia lễ hội truyền thống	Corte et al (2014)	
5	Nhân viên phục vụ	X25	Hướng dẫn viên nhiệt tình, tận tụy với công việc	Nguyễn Trọng Nhân và cộng sự (2014)
		X26	Hướng dẫn viên giỏi về kiến thức và ngoại ngữ	Lê Thị Tuyết và cộng sự (2014)
		X27	Kỹ năng giao tiếp tốt	Nguyễn Trọng Nhân và cộng sự (2014)
		X28	Người dân rất thân thiện, hiếu khách và lịch sự	Đinh Công Thành và cộng sự (2011) Hoàng Trọng Tuấn (2015)

*Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2018.*

## 2.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

Sau khi thu thập đầy đủ 125 bảng câu hỏi được khảo sát từ khách du lịch quốc tế, tác giả tiến hành lọc và nhập dữ liệu trên phần mềm SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) phiên bản 20.0. Dữ liệu được phân tích bằng phương pháp thống kê mô tả (Frequencies Statistics), phương pháp kiểm định trung bình hai tổng thể (Independent Samples T-Test), phương pháp kiểm định phương sai (One way ANOVA), đánh giá độ tin cậy thang đo (Scale Reliability Analysis), phân tích nhân tố khám phá (Exploatory Factor Analysis).

## 3. Kết quả nghiên cứu và bàn luận

### 3.1. Khái quát mẫu nghiên cứu

Kết quả khảo sát 120 khách du lịch quốc tế đến tham quan tại làng Chấm Đa Phước thì những thị trường khách chiếm tỷ trọng cao nhất đó là khách có quốc tịch Mỹ với 18,4% (22 lượt khách) sau đó là các quốc gia như Tây Ban Nha, Pháp, Anh, Đức, Đan Mạch lần lượt chiếm tỷ trọng là 16,7% (20 lượt khách), 13,3% (16 lượt khách), 10% (12 lượt khách), 6,7% (8 lượt khách), 4,2% (5 lượt khách), còn lại là khách du lịch mang quốc tịch khác.

Khách du lịch quốc tế đến tham quan làng Chấm Đa Phước chủ yếu thông qua đại lý du lịch, hướng dẫn viên du lịch và internet. Bên cạnh đó một lượng đáng kể du khách còn biết đến Làng (làng Chấm Đa Phước) thông qua người thân, bạn bè, tivi, tạp chí. Tỷ lệ nguồn thông tin biết đến làng Chấm Đa Phước của du khách thông qua radio và các nguồn khác chiếm tỷ trọng rất nhỏ. Qua đó có thể thấy vai trò của công ty du lịch (đại lý du lịch và hướng dẫn viên) và internet rất quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh điểm đến.

Khách du lịch quốc tế đến với làng Chấm Đa Phước nhằm mục đích tham quan chiếm tới 74,2% (89 người). Bên cạnh đó du khách đến để tìm hiểu văn hóa, trải nghiệm, học tập nghiên cứu với tỷ lệ lần lượt là 55% (66 người), 40% (48 người), 14,2% (17 người). Khách đến du lịch với mục đích kinh doanh, hội họp và mục đích khác chiếm tỷ lệ không cao. Qua đó, có thể thấy du khách quốc tế đến đây phần lớn muốn thưởng ngoạn cảnh đẹp nơi đây.

### 3.2. Đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế đến với làng Chấm Đa Phước

#### 3.2.1. Đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế về môi trường và tài nguyên du lịch

Nhóm này gồm 5 biến đo lường được đánh

giá về môi trường và tài nguyên du lịch trong đó: Có nhiều cảnh quan đẹp được du khách đánh giá là hài lòng. Các biến được đánh giá là trung lập gồm: Đường làng sạch; Rác được bỏ vào thùng; Có nhiều lễ hội; Có nhiều phong tục và hoạt động đặc biệt. Mức độ hài lòng chung của du khách quốc tế về môi trường và tài nguyên du lịch đạt mức độ hài lòng là 3,06 (tức du khách chỉ cảm thấy trung

lập). Qua quan sát thực tế tác giả cũng có thể lý giải được tại sao có nhiều lễ hội chỉ đạt được 2,77 (số điểm trung lập nhưng cũng rất thấp so với các biến cùng nhóm), đó chính là người Chăm An Giang có nhiều lễ hội nhưng thật sự thời điểm du khách đến tham quan thường lưu lại khoảng 15 phút và không thể trải nghiệm hết được cũng như tham gia vào lễ hội của người Chăm.

**Bảng 1. Mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế về môi trường và tài nguyên du lịch**

Biến quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn (%)	Kết luận
Đường làng sạch	2,86	±0,91	Trung lập
Rác được bỏ vào thùng	3,07	±0,79	Trung lập
Có nhiều cảnh quan đẹp	3,48	±0,84	Hài lòng
Có nhiều lễ hội	2,77	±0,82	Trung lập
Có nhiều phong tục và hoạt động đặc biệt	3,13	±0,98	Trung lập

*Nguồn: Kết quả điều tra trực tiếp du khách năm 2018, n=120.*

### 3.2.2. Đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế về CSVC-KT và CSHT

Nhóm này gồm 8 biến đo lường được đánh giá về CSVC- KT và CSHT. Trong đó du khách quốc tế cảm thấy hài lòng về việc có nhiều sản phẩm để mua. Điều này cũng khá dễ hiểu bởi vì tại làng Chăm Đa Phước đồng bào Chăm tự dệt vải, tự gia công để tạo ra sản phẩm thổ cẩm, hàng mỹ nghệ để bày bán tại điểm đến cho du khách. Bên cạnh đó, du khách quốc tế cảm thấy bình thường đối với nhà vệ sinh rộng rãi và sạch sẽ; cơ sở vật chất kỹ thuật trang bị đầy đủ trang thiết bị; nhà hàng sạch sẽ và hợp vệ sinh; có nhiều hoạt động

giải trí; Phà có nhiều dụng cụ. Ngoài ra các biến như: đường rộng và bãi đỗ xe rộng được du khách quốc tế đánh giá là không hài lòng. Sở dĩ như vậy là vì thời điểm tác giả đến làng Chăm Đa Phước để phỏng vấn trùng với thời điểm mùa nước nổi ở Đồng bằng sông Cửu Long. Tại làng Chăm Đa Phước bị ngập và những gian hàng thủ công đều bị di dời lên cao để bày bán. Du khách đến đây chủ yếu bằng đường sông, rất ít khách đến bằng đường bộ, cho nên ở đây không có bãi đỗ xe máy và xe hơi. Mức độ hài lòng chung của du khách đối với CSVC- KT và CSHT đạt điểm trung bình là 2,98 (tức là du khách cảm thấy trung lập).

**Bảng 2. Mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế về CSVC-KT và CSHT**

Biến quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn (%)	Kết luận
Đường rộng	2,47	±0,73	Không hài lòng
Bãi đỗ xe rộng	2,50	±0,78	Không hài lòng
Nhà vệ sinh rộng rãi và sạch sẽ	2,68	±0,84	Trung lập
CSVC- KT trang bị đầy đủ trang thiết bị	3,17	±0,87	Trung lập
Nhà hàng sạch sẽ và hợp vệ sinh	3,13	±0,76	Trung lập
Có nhiều sản phẩm tốt để mua (quà lưu niệm, thổ cẩm...)	3,43	±0,83	Hài lòng
Có nhiều hoạt động giải trí	3,03	±0,96	Trung lập
Phà có nhiều dụng cụ	3,32	±0,96	Trung lập

*Nguồn: Kết quả điều tra trực tiếp du khách năm 2018, n=120.*

Thông qua khảo sát thực tế tại làng Chấm Đa Phước, cho thấy các chủ hộ kinh doanh là chủ yếu nhà nhỏ bằng bê tông, những hộ này bày bán những sản phẩm thổ cẩm, hàng thủ công và không dùng để ở. Chủ hộ sẽ ở trong một ngôi nhà sàn khác của mình. Những sản phẩm thổ cẩm tại làng Chấm người dân vẫn còn tự dệt tay, tuy nhiên chỉ là số lượng ít, phần lớn họ vẫn nhập hàng từ nhiều nơi khác về để bày bán. Bên cạnh đó, nếu du khách muốn ở lại qua đêm thì cơ sở lưu trú tại điểm không đáp ứng được nhu cầu và dịch vụ ăn uống tại đây cũng không phát triển. Gần khu vực làng Chấm Đa Phước là khu đô thị Cồn Tiên chỉ cách khoảng 1km. Nơi đó hiện nay có rất nhiều điểm lưu trú đang kinh doanh và hiện có rất nhiều du khách quốc tế lưu trú qua đêm. Hạ tầng khu đô thị phát triển đồng bộ và đến nay có rất nhiều cơ sở ăn uống phục vụ người dân và du khách đặc biệt là buổi tối nếu du khách lưu trú lại. Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm vẫn không đảm bảo, những hàng quán ăn uống đều nằm ven đường có nhiều bụi bẩn. Mặt bằng của những hàng quán này rất hạn chế, nếu có đoàn khách khoảng 20 người đến ăn cùng lúc thì những quán này sẽ không thể phục vụ kịp nhu cầu của du khách.

Du khách đến làng Chấm Đa Phước bằng 2 cách: đường bộ và đường thủy. Tuy nhiên, hiện nay các công ty du lịch chỉ khai thác đường thủy. Du khách đến đây chủ yếu là mua tour, hoặc thuê tàu bè để đến tham quan làng Chấm kết hợp với tham quan làng bè cá. Hiện nay những chiếc tàu bè vận chuyển du khách đi tham quan thuộc loại nhỏ, trung bình chỉ vận chuyển khoảng 10 khách. Những chiếc tàu bè này chỉ trang bị áo phao cho

du khách ngoài ra không có trang bị những thiết bị về y tế. Ngoài ra, khi di chuyển trên sông mà tàu bè nhỏ nếu gặp sóng lớn rất dễ bị đắm dẫn đến nguy hiểm cho du khách. Vì thế, về phương tiện vận chuyển đường thủy tại đây vẫn chưa đảm bảo an toàn cao cho du khách. Giao thông đường bộ tại làng Chấm Đa Phước đảm bảo được việc đi lại cho du khách vì xe 4 bánh có thể lưu thông trong toàn xã và đặc biệt xe du lịch 45 chỗ có thể dễ dàng tiếp cận đến làng Chấm. Tuy nhiên, diện tích mặt đường vẫn khá nhỏ chỉ đáp ứng số lượng xe ít, nếu lượng khách đông hơn thì dễ xảy ra tình trạng kẹt xe.

### 3.2.3. Đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế về giá cả dịch vụ

Nhóm này gồm có 4 biến đo lường được đánh giá về giá cả dịch vụ. Trong số đó du khách quốc tế cảm thấy hài lòng về giá tại nơi tham quan hợp lý và giá sản phẩm lưu niệm. Bên cạnh đó du khách quốc tế đánh giá về giá cơ sở lưu trú và giá thức ăn ở mức độ trung lập. Trong thực tế tác giả quan sát thấy rằng, phần đông du khách ở tại những khách sạn lớn (điển hình là khách sạn Victoria Châu Đốc) họ đến làng Chấm bằng cách mua tour tại khách sạn, do đó có thể giá lưu trú và giá thức ăn tại đó không thực sự làm du khách hài lòng. Tại đây, có bán một số món ăn đặc trưng của người Chấm như Tung Lò Mò, Bún, Cà ri... Mặc dù có bán nhưng do thời gian lưu lại khá ít của du khách nên điều đó cũng có thể là nguyên nhân làm cho du khách cảm thấy giá thức ăn chỉ ở mức bình thường. Mức độ hài lòng chung của du khách quốc tế và giá cả dịch vụ chỉ đạt điểm trung bình là 3,33 (tức là du khách quốc tế cảm thấy hài lòng).

**Bảng 3. Mức độ hài lòng của du khách quốc tế về giá cả dịch vụ**

Biến quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn (%)	Kết luận
Giá tại nơi tham quan hợp lý	3,47	±0,75	Hài lòng
Giá cơ sở lưu trú	3,31	±0,74	Trung lập
Giá sản phẩm lưu niệm	3,43	±0,76	Hài lòng
Giá thức ăn	3,33	±0,79	Trung lập

Nguồn: Kết quả điều tra trực tiếp du khách năm 2018, n=120.

**3.2.4. Đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế về sản phẩm du lịch**

Nhóm này gồm 7 biến đo lường về chỉ tiêu môi trường được đánh giá về sản phẩm du lịch. Có 6 trong 7 biến quan sát du khách cảm thấy trung lập bao gồm: Có nhiều hoạt động du lịch; Có nhiều điểm tham quan; Tham gia dệt thổ cẩm; Học cách làm bánh; Trải nghiệm cuộc sống của người dân; Tham gia lễ hội truyền thống. Điều đó có thể dễ dàng nhận thấy trong thực tế, tại làng Chăm Đa Phước có nhiều tiềm năng du lịch để khai thác nhưng do chưa được qui hoạch hợp lý

nên du lịch làng Chăm Đa Phước chưa phát huy hết được tiềm năng của mình. Bên cạnh đó, du khách cảm thấy hài lòng đối với biến tìm hiểu lịch sử văn hóa. Mức độ hài lòng chung của du khách đối với sản phẩm du lịch đạt điểm trung bình là 3,05 (tức là du khách cảm thấy trung lập). Nhìn chung du khách đánh giá ở mức độ trung lập, do đó các sản phẩm du lịch ở đây chưa thật sự hài lòng khách du lịch vì du khách chưa thực sự được trải nghiệm vào các hoạt động với người dân, chỉ tham quan là chủ yếu, các sản phẩm còn đơn điệu chưa thật sự thu hút.

**Bảng 4. Mức độ hài lòng của du khách quốc tế về sản phẩm du lịch**

Biến quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn (%)	Kết luận
Có nhiều hoạt động du lịch	2,71	±0,94	Trung lập
Có nhiều điểm tham quan	3,02	±1	Trung lập
Tham gia dệt thổ cẩm	3,17	±0,83	Trung lập
Học cách làm bánh	2,79	±0,82	Trung lập
Trải nghiệm cuộc sống của người dân	3,4	±0,8	Trung lập
Tìm hiểu lịch sử văn hóa	3,52	±0,78	Hài lòng
Tham gia lễ hội truyền thống	3,21	±0,94	Trung lập

*Nguồn: Kết quả điều tra trực tiếp du khách năm 2018, n=120.*

**3.2.5. Đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế về nhân viên phục vụ**

Nhóm này gồm 4 biến đo lường được đánh giá ở mức hài lòng về chỉ tiêu nhân viên phục vụ bao gồm: hướng dẫn viên du lịch nhiệt tình, tận tụy với công việc; hướng dẫn viên giỏi về kiến thức và ngoại ngữ; kỹ năng giao tiếp tốt; người dân rất thân thiện, hiếu khách và lịch sự. Mức độ hài lòng chung của du khách quốc tế nhân viên phục vụ đạt điểm tốt là 3,73 (tức là du khách cảm thấy hài lòng).

Thông qua khảo sát thực tế tại đây, du lịch tại làng Chăm Đa Phước chưa được qui hoạch bài bản, còn nhỏ lẻ và kinh doanh du lịch chỉ có một hộ buôn bán sản phẩm thổ cẩm và hàng thủ công nên chưa thực sự cần nhiều nguồn nhân lực phục vụ du lịch. Ở tại làng Chăm, hiện nay không có hướng dẫn viên tại điểm và hoạt động du lịch tại đây chủ yếu giao tiếp với

khách du lịch thông qua hướng dẫn viên của các công ty dẫn khách đến. Lực lượng hướng dẫn viên này giỏi tiếng ngoại ngữ và kỹ năng giao tiếp tốt. Qua quan sát thực tế, tác giả thấy khi dẫn khách quốc tế đến đây các hướng dẫn viên thường chỉ giới thiệu một số thông tin cơ bản cho du khách biết và khoảng thời gian còn lại du khách tự do khám phá. Bên cạnh đó, do thời lượng tham quan có hạn chế nên một số hướng dẫn viên cũng không có nhiều thời gian để truyền đạt hết thông tin cho du khách. Như vậy, vấn đề thỏa mãn nhu cầu tìm hiểu lịch sử, văn hóa bản địa của du khách sẽ không được đảm bảo. Từ đó, du khách có thể sẽ không cảm thấy hài lòng về chuyến đi đến làng Chăm Đa Phước của họ. Du khách đánh giá rất hài lòng vì sự thân thiện và mến khách của người dân. Sự mến khách là yếu tố thu hút khách quay trở lại và gia tăng sự hài lòng.

**Bảng 5. Mức độ hài lòng của du khách quốc tế về nhân viên phục vụ**

Biến quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn (%)	Kết luận
Hướng dẫn viên nhiệt tình, tận tụy với công việc	3,78	±0,77	Hài lòng
Hướng dẫn viên giỏi về kiến thức và ngoại ngữ	3,51	±0,94	Hài lòng
Kỹ năng giao tiếp tốt	3,68	±0,79	Hài lòng
Người dân rất thân thiện, hiếu khách và lịch sự	3,93	±0,72	Hài lòng

*Nguồn: Kết quả điều tra trực tiếp du khách năm 2018, n=120.*

### 3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách quốc tế đến với làng Chăm Đa Phước

Để xác định những nhân tố nào ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế đối với làng Chăm Đa Phước, huyện An Phú, tỉnh An Giang, tác giả tiến hành phân tích nhân tố khám phá với 5 tiêu chí với 28 biến đo lường. Trong đó bao gồm:

- (1) Môi trường và tài nguyên du lịch (5 biến đo lường);
- (2) CSVC-KT và CSHT (8 biến đo lường);
- (3) Giá cả dịch vụ (4 biến đo lường);
- (4) Sản phẩm du lịch (7 biến đo lường);
- (5) Nhân viên phục vụ (4 biến đo lường);

Để đảm bảo độ tin cậy thang đo và biến quan sát, tác giả sử dụng phương pháp đánh giá độ tin cậy thang đo. Các thang đo được đánh giá độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha được dùng để loại các biến "rác". Các biến có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại (Nunnally, 1978; Peterson, 1994; Slater, 1995). Thang đo sẽ đạt độ tin cậy khi hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6. Kết quả phân tích cho thấy có 1 biến quan sát bị loại ra khỏi mô hình vì hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh nhỏ hơn 0,3.

(1) Thang đo "chỉ tiêu môi trường và tài nguyên du lịch" có hệ số  $\alpha$  của Cronbach bằng 0,617 và 5 biến có hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh giao động từ 0,35 đến 0,40. Do đó, không có biến nào bị loại ra khỏi mô hình.

(2) Thang đo "chỉ tiêu CSVC-KT và CSHT" có hệ số  $\alpha$  của Cronbach bằng 0,746 và có 7 biến. Qua 2 lần kiểm định có 7 biến có hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh giao động từ 0,351 đến 0,61. Các biến có hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh nhỏ hơn 0,3 bị loại bỏ là: "Có nhiều sản phẩm tốt để mua" (0,261 < 0,3).

(3) Thang đo "chỉ tiêu giá cả dịch vụ" có hệ số  $\alpha$  của Cronbach bằng 0,699 và có 4 biến. Qua kiểm định có hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh dao động từ 0,377 đến 0,583. Không có biến nào bị loại khỏi mô hình.

(4) Thang đo "chỉ tiêu sản phẩm du lịch" có hệ số  $\alpha$  của Cronbach bằng 0,754 và có 7 biến. Qua lần kiểm định hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh giao động từ 0,393 đến 0,519 và không có biến nào bị loại khỏi mô hình.

(5) Thang đo "Chỉ tiêu về nhân viên phục vụ" có hệ số  $\alpha$  của Cronbach bằng 0,694 và có 4 biến quan sát. Qua kiểm định các biến có hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh giao động từ 0,347 đến 0,583. Không có biến nào bị loại khỏi mô hình.

Như vậy, sau khi đánh giá độ tin cậy thang đo, có 5 thang đo của nhân tố độc lập với 27 biến quan sát đủ điều kiện tiến hành phân tích nhân tố khám phá.

Kết quả từ kiểm định dữ liệu cho ta thấy  $KMO = 0,680$ ,  $Sig = 0,000$ , tổng phương sai giải thích = 65,046% thỏa mãn điều kiện để phân tích nhân tố khám phá.



**Bảng 6. Kiểm định KMO và Bartlett**

KMO and Bartlett's Test		
KMO		0,680
Bartlett's Test	Approx. Chi-Square	699,044
	df	190
	Sig.	0,000

*Nguồn: Kết quả điều tra trực tiếp du khách năm 2018, n=120.*

Bảng ma trận nhân tố xoay cho biết có 7 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước.

**Nhân tố 1:** Bãi đỗ xe rộng (X7); Đường rộng (X6); Nhà vệ sinh lớn và sạch sẽ (X8); Đường làng sạch sẽ (X1). Nhân tố này có thể được đặt tên “CSVC-KT và CSHT”.

**Nhân tố 2:** Giá dịch vụ lưu niệm (X16); Giá thức ăn (X17); Giá tại nơi tham quan hợp lý (X14); Giá cơ sở lưu trữ (X15). Nhân tố này có thể được đặt tên “giá cả dịch vụ”.

**Nhân tố 3:** Tham gia dệt thổ cẩm (X20); Tìm hiểu lịch sử văn hóa (X23); Trải nghiệm cuộc sống người dân (X22). Nhân tố này có thể được đặt tên “sản phẩm du lịch”.

**Nhân tố 4:** hướng dẫn viên giỏi về kiến thức và ngoại ngữ (X26); Kỹ năng giao tiếp tốt (X27); Hướng dẫn viên nhiệt tình và tận tụy với công việc (X25). Nhân tố này có thể được đặt tên “nhân viên phục vụ”.

**Nhân tố 5:** Có nhiều hoạt động du lịch (X18); Có nhiều điểm tham quan (X19); Có nhiều hoạt động giải trí (X12). Nhân tố này có thể được đặt tên “hoạt động du lịch”.

**Nhân tố 6:** Nhân tố 6 gồm các biến: Có nhiều cảnh quan đẹp (X3); Có nhiều phong tục và hoạt động đặc biệt (X5); Phà có đủ dụng cụ (X13). Nhân tố này có thể được đặt tên “tài nguyên du lịch”.

**Nhân tố 7:** Rác được bỏ vào thùng (X2). Nhân tố này có thể được đặt tên “bảo vệ môi trường”.

**Bảng 7. Ma trận nhân tố xoay**

Biến quan sát	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
X7	0,827						
X6	0,816						
X8	0,715						
X16		0,737					
X17		0,702					
X14		0,691					
X15		0,638					
X20			0,827				
X23			0,620				
X22			0,580				
X26				0,772			
X27				0,753			
X25				0,706			
X18					0,740		
X19					0,722		

X12	0,673
X3	0,744
X13	0,653
X5	0,594
X2	0,757

Nguồn: Kết quả điều tra trực tiếp du khách năm 2018, n=120.

Như vậy, qua các phương pháp đánh giá độ tin cậy thang đo và phân tích nhân tố khám phá, ta thu được 7 thang đo đại diện cho các nhân tố tạo nên sự hài lòng của khách du lịch quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước. Tổng hợp kết quả:

**Bảng 8. Bảng tổng liệt kê nhân tố**

STT	Thang đo	Biến đặc trưng	Giải thích thang đo
1	F1	X7, X6, X8	CSVC-KT và CSHT
2	F2	X16, X17, X14, X15	Giá cả dịch vụ
3	F3	X20, X23, X22	Sản phẩm du lịch
4	F4	X26, X27, X25	Nhân viên phục vụ
5	F5	X18, X19, X12	Hoạt động du lịch
6	F6	X3, X13, X5	Tài nguyên du lịch
7	F7	X2	Bảo vệ môi trường

Nguồn: Kết quả điều tra trực tiếp du khách năm 2018, n=120.

Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008 để tính điểm số nhân tố cho từng trường hợp biến quan sát theo phương trình như sau:

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

Trong đó:

- $F_i$ : ước lượng trị số của nhân tố thứ  $i$
- $W_i$ : trọng số nhân tố
- $k$ : số biến

Dựa vào bảng ma trận nhân tố xoay ta có các phương trình điểm số nhân tố sau:

$$F_1 = 0,380X_7 + 0,385X_6 + 0,349X_8$$

Nhân tố 1, nhân tố “CSVC-KT và CSHT” chịu sự tác động của 3 biến:  $X_7$  (bãi đỗ xe rộng),  $X_6$  (đường rộng),  $X_8$  (nhà vệ sinh lớn và sạch sẽ). Trong đó, biến  $X_7$  và  $X_6$  tác động mạnh nhất do có điểm số nhân tố lớn. Chính vì thế, để tăng mức độ hài lòng của du khách thì trong đó cần

phải tập trung hai yếu tố này hơn yếu tố còn lại trong nhóm.

$$F_2 = 0,382X_{16} + 0,307X_{17} + 0,352X_{14} + 0,333X_{15}$$

Nhân tố 2, nhân tố “giá cả dịch vụ” chịu sự tác động của 4 biến:  $X_{16}$  (giá sản phẩm lưu niệm),  $X_{17}$  (giá thức ăn),  $X_{14}$  (giá tại nơi tham quan hợp lý),  $X_{15}$  (giá CSLT). Trong đó, biến  $X_{16}$  và  $X_{14}$  tác động mạnh nhất đến nhân tố giá cả dịch vụ. Điều này cho thấy rằng, các yếu tố giá sản phẩm lưu niệm và giá tại nơi tham quan hợp lý có tầm quan trọng trong việc ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách. Vì thế, nếu muốn tăng mức độ hài lòng của du khách quốc tế về giá cả dịch vụ tại làng Chăm Đa Phước thì cần tập trung tác động lên 02 yếu tố tác động nhiều nhất trong nhóm.

$$F_3 = 0,445X_{20} + 0,282X_{23} + 0,235X_{22}$$

Nhân tố 3, nhân tố “sản phẩm du lịch” chịu sự tác động của 3 biến:  $X_{20}$  (tham gia dệt thổ

cắm),  $X_{23}$  (tìm hiểu lịch sử văn hóa),  $X_{22}$  (trải nghiệm cuộc sống của người dân). Trong đó, biến  $X_{20}$  tác động mạnh nhất nên yếu tố tham gia dệt thô cầm có tầm quan trọng trong việc ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách quốc tế. Do đó, nếu muốn tăng mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế tham quan tại làng Chăm Đa Phước về sản phẩm du lịch thì cần tác động lên yếu tố tác động mạnh nhất trong nhóm.

$$F_4 = 0,399X_{26} + 0,407X_{27} + 0,347X_{25}$$

Nhân tố 4, nhân tố “nhân viên phục vụ” chịu sự tác động của 3 biến:  $X_{26}$  (hướng dẫn viên giỏi về kiến thức và ngoại ngữ),  $X_{27}$  (kỹ năng giao tiếp tốt),  $X_{25}$  (hướng dẫn viên nhiệt tình và tận tụy với công việc). Trong đó, biến  $X_{27}$  và  $X_{26}$  tác động mạnh nhất nên có tầm quan trọng trong việc ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách quốc tế. Bởi thế, nếu muốn tăng mức độ hài lòng của du khách quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước thì cần tập trung tác động lên các yếu tố tác động mạnh nhất trong nhóm.

$$F_5 = 0,393X_{18} + 0,414X_{19} + 0,352X_{12}$$

Nhân tố 5, nhân tố “hoạt động du lịch” chịu sự tác động của 3 biến:  $X_{18}$  (có nhiều hoạt động du lịch),  $X_{19}$  (có nhiều điểm tham quan),  $X_{12}$  (có nhiều hoạt động giải trí). Trong đó, biến  $X_{19}$  và  $X_{18}$  tác động mạnh nhất và có tầm quan trọng trong việc ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế. Do đó, để tăng mức độ hài lòng của du khách quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước nên tập trung tác động lên 02 yếu tố tác động mạnh nhất trong nhóm.

$$F_6 = 0,509X_3 + 0,441X_{13} + 0,398X_5$$

Nhân tố 6, nhân tố “tài nguyên du lịch” chịu sự tác động của 3 biến:  $X_3$  (có nhiều cảnh quan đẹp),  $X_{13}$  (phà có đầy đủ trang thiết bị),  $X_5$  (có nhiều phong tục và hoạt động đặc biệt). Trong đó, biến  $X_3$  tác động mạnh nhất do có điểm số nhân tố lớn nhất. Vì vậy, để nâng cao sự hài lòng của khách du lịch quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước nên tập trung tác động lên yếu tố tác động mạnh nhất trong nhóm.

$$F_7 = 0,601X_2$$

Nhân tố 7, nhân tố “bảo vệ môi trường” chịu sự tác động của biến  $X_2$  (rác được bỏ vào thùng). Nên biến  $X_2$  có tầm quan trọng trong việc ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách quốc tế. Vì vậy, để nâng cao sự hài lòng của khách du lịch quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước cần tập trung tác động vào yếu tố tác động duy nhất trong nhóm.

### 3.4. Nguyên nhân dẫn đến sự không hài lòng của du khách

Qua quá trình phỏng vấn bằng câu hỏi và xử lý dữ liệu, nghiên cứu đã xác định được mức độ hài lòng của du khách quốc tế đối với làng Chăm Đa Phước. Mặc dù, du khách đánh giá về làng Chăm Đa Phước ở mức độ trung lập. Nhưng trong số đó, một số du khách vẫn cảm thấy không hài lòng về du lịch tại làng Chăm Đa Phước với số lượng là 21 khách đánh giá không hài lòng. Sau khi lấy thông tin từ bảng câu hỏi, tác giả đã tìm được một số lý do khiến du khách không hài lòng như:

+ Không nhiều hoạt động du lịch: Có 6 du khách cho biết nguyên nhân không hài lòng của họ liên quan đến việc ít hoạt động du lịch. Khi du khách đến đây thời gian tham quan rất ngắn, hoạt động chủ yếu chỉ là ngắm sản phẩm thổ cẩm, xem phụ nữ Chăm dệt vải, tham quan thánh đường Hồi giáo.

+ Ô nhiễm môi trường: Theo khảo sát có 11 du khách cho biết nguyên nhân dẫn đến sự không hài lòng liên quan đến vấn đề môi trường và rác thải trên sông được nhắc đến nhiều.

+ Nhàm chán, không vui: Có 6 du khách đưa ra lý do không hài lòng của họ liên quan đến sự nhàm chán, không vui. Có lẽ làng Chăm Đa Phước không nhộn nhịp, đông vui như trung tâm du lịch thành phố Châu Đốc hay những nơi khác nên đã khiến du khách quốc tế không hài lòng về du lịch tại đây. Cũng có thể, khi đến đây du khách không được trải nghiệm thực tế, tương tác với người dân địa phương hay du khách quốc tế gặp một chuyện gì đó không vui trong chuyến đi của họ, ... chính là những nguyên nhân khiến họ cảm thấy không hài lòng về làng Chăm Đa Phước.

Nhìn chung, sau khi tìm hiểu về nguyên nhân dẫn đến sự không hài lòng của khách ta có thể thấy những nguyên nhân đó hoàn toàn giống với tình hình thực tế. Nó phản ánh những mặt yếu kém nhất mà hoạt động du lịch tại làng Chấm Đa Phước đang mắc phải chính là ít hoạt động du lịch, thiếu sự đa dạng về sản phẩm du lịch và vấn đề môi trường. Hiện nay, địa phương có rất nhiều tài nguyên du lịch văn hóa có thể khai thác được nhưng do chưa có định hướng, chiến lược phát triển du lịch một cách bài bản nên việc khai thác những tài nguyên du lịch ấy chưa thực sự tương xứng với tiềm năng vốn có của làng Chấm Đa Phước; điều này dẫn đến việc thiếu sự đa dạng trong sản phẩm, du khách đến ngoài việc đứng một chỗ quan sát, nghe thuyết minh và chụp ảnh thì không còn những hoạt động nào để hấp dẫn và giữ chân du khách lâu hơn. Bên cạnh đó, vấn đề môi trường tại đây vẫn được địa phương quan tâm như có xe lại thu gom rác tại nhà từng hộ. Tuy nhiên, việc xuất hiện nhiều rác thải trên sông đã khiến một số du khách không hài lòng về việc xuất hiện rác thải trên sông.

### **3.5. Giải pháp nâng cao mức độ hài lòng của khách du lịch quốc tế**

#### *3.5.1. Bảo vệ môi trường cảnh quan*

Là một điểm du lịch văn hóa và gắn liền với môi trường thiên nhiên có đồng lúa bát ngát và dòng sông tươi mát. Cho nên môi trường trong lành cũng là một trong những yếu tố hấp dẫn của điểm đến này. Vì thế khai thác du lịch ở làng Chấm Đa Phước cần phải có biện pháp bảo vệ tốt môi trường và cảnh quan. Rác thải cần phải bỏ đúng nơi quy định, dọn dẹp vệ sinh môi trường xung quanh, trồng thêm nhiều cây xanh để tạo bóng mát, hạn chế ít nhất có thể sự bê tông hóa tại làng Chấm Đa Phước.

#### *3.5.2. Phát triển đồng bộ CSVC-KT và CSHT*

Đối với các cơ sở ăn uống phục vụ tại làng Chấm Đa Phước cần phải đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và tạo ra những món ăn đặc trưng trong văn hóa Chấm. Để thuận tiện cho việc đón khách với số lượng lớn qua đường bộ, địa phương

cần mở rộng, nâng cấp tuyến đường từ cầu Cồn Tiên đến làng Chấm Đa Phước để đảm bảo xe du lịch lớn có thể tiếp cận. Ngoài ra khu vực bến tàu, bè cần được xây dựng khang trang để có thể tiếp nhận những tàu, thuyền cỡ lớn đến với làng Chấm. Qua đó, để hòa hợp với thiên nhiên tác giả đề xuất việc hạn chế sự bê tông hóa tại làng Chấm. Ngay khu bến sông, địa phương có thể hỗ trợ người dân lát sàn gỗ tạo không gian đi bộ cho du khách, bên cạnh đó có thể kinh doanh cơ sở ăn uống bên bờ sông cũng có thể là nơi để cho du khách nghỉ mát, ngắm cảnh. Xây dựng cơ sở lưu trú để phục vụ khách du lịch có nhu cầu nghỉ ngơi qua đêm cũng rất cần thiết trong việc phát triển loại hình du lịch văn hóa.

#### *3.5.3. Quy định về giá cả*

Chính quyền địa phương nên có biện pháp quản lý tình hình kinh doanh của các hộ gia đình kinh doanh du lịch. Qua đó kiểm soát về giá cả tại cơ sở kinh doanh, có thể quy định về giá tối thiểu và giá trần cho một sản phẩm hay thuê một phòng lưu trú. Những sản phẩm bày bán, thức ăn, đồ cắm, hàng thủ công, quà lưu niệm cần phải niêm yết giá và nên để giá VNĐ và cả giá USD để du khách có thể quy đổi thuận tiện và hạn chế những tình huống không đáng có xảy ra.

#### *3.5.4. Phát triển sản phẩm du lịch*

Cần xây dựng 5 khu nhà phân bố rải đều khắp ngôi làng để khi tham quan theo mô hình này du khách sẽ có cảm giác chân thật nhất về trải nghiệm không gian văn hóa Chấm. Việc phân bố đều cũng sẽ có thể hạn chế tình trạng lượng khách đến quá đông gây ùn tắc vào mùa cao điểm. Khu đầu tiên là khu trưng bày các giá trị văn hóa Chấm, nơi để xem phim tư liệu về người Chấm và nơi để trình diễn lại một chủ đề nào đó như lễ hội, lễ cưới hay trình diễn trống nghệ thuật. Khu thứ 2 là khu các nghệ nhân trở tài làm bánh, tại đây du khách có thể làm bánh và thực hành tại chỗ (cooking tour), sau đó du khách sẽ được thưởng thức những món bánh thơm ngon do chính tay mình góp sức tạo nên. Khu thứ 3 là nơi dệt thổ cẩm, khu vực này tụ họp những người phụ nữ Chấm lành nghề dệt thổ cẩm, với đôi bàn tay khéo

léo họ sẽ trình diễn cho du khách xem, nếu du khách có nhu cầu vẫn có thể trực tiếp tham gia. Khu thứ 4 là khu vực bán hàng lưu niệm, hàng thủ công với rất nhiều mẫu mã và chủng loại. Khu thứ 5 chính là khu vực ăn uống, nơi đây du khách sẽ được thưởng thức những món ăn thơm ngon nổi tiếng của đồng bào Chăm.

Bên cạnh việc phát triển các hoạt động, các sản phẩm du lịch thì đồng bào Chăm tại làng Chăm Đa Phước nên kế thừa và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc. Đừng để những văn hóa xấu du nhập vào làm mất đi vẻ đẹp vốn có của mình; cần phải tạo ra những sản phẩm thổ cẩm, quà lưu niệm một cách thủ công; hạn chế hoặc không sử dụng máy móc trong khâu sản xuất ra những sản phẩm quà lưu niệm; sử dụng nguồn nguyên liệu tự địa phương tạo ra giống như trước đây; những ngôi nhà sàn gỗ truyền thống chính là một nét đặc biệt khi đến đây, cho nên cần hạn chế việc xây dựng những ngôi nhà xây bằng bê tông.

### 3.5.5. Đào tạo nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực tại địa phương hoàn toàn có khả năng cung cấp cho hoạt động du lịch. Tuy nhiên, chỉ đáp ứng về số lượng nhưng chưa đáp ứng về chất lượng. Để giải quyết vấn đề này, chính quyền địa phương nên tuyên truyền vận động cho đồng bào Chăm hiểu hơn về lợi ích của việc tham gia phục vụ du lịch. Qua đó cần phải đào tạo nguồn nhân lực về nghiệp vụ du lịch, khả năng giao tiếp ngoại ngữ, ứng dụng công nghệ thông tin trong du lịch, khả năng dệt thổ cẩm, phương pháp chế biến món ăn, tập huấn về kinh doanh du lịch... để có thể đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách quốc tế.

## 4. Kết luận

Làng Chăm Đa Phước không chỉ hấp dẫn du khách bởi các giá trị văn hóa đặc sắc mà còn bởi con người thân thiện, hiếu khách của mình. Du khách quốc tế đến tham quan làng Chăm Đa Phước chủ yếu đến từ các quốc gia ở Châu Âu, Châu Mỹ, Châu Á, Châu Úc. Đối tượng đến tham quan chủ yếu là những người đang hoạt động kinh doanh hoặc là công nhân đang

có thu nhập ổn định. Và họ biết đến làng Chăm Đa Phước chủ yếu thông qua các công ty du lịch, hướng dẫn viên và internet; một phần trong số họ biết đến thông qua người thân bạn bè. Đặc biệt, điều thu hút du khách quốc tế nhất chính là văn hóa Chăm, thổ cẩm và trang phục. Kết quả phân tích cho thấy có 2 nhóm tiêu chí chỉ được đánh giá ở mức độ trung lập: CSVC-KT và CSHT; Sản phẩm du lịch. Có 3 nhóm tiêu chí được đánh giá ở mức độ hài lòng: Môi trường và tài nguyên du lịch; Giá cả dịch vụ; Nhân viên phục vụ. Qua phân tích có 7 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch quốc tế đến tham quan tại làng Chăm Đa Phước, bao gồm: (1) Môi trường, CSVC-KT và CSHT; (2) Giá cả dịch vụ; (3) Sản phẩm du lịch; (4) Nhân viên phục vụ; (5) Hoạt động du lịch; (6) Tài nguyên du lịch và CSVC-KT; (7) Bảo vệ môi trường. Nhìn chung du khách hài lòng với hoạt động du lịch tại đây, tuy nhiên một số du khách không hài lòng bởi vì không nhiều hoạt động du lịch; ô nhiễm môi trường; nhàm chán, không vui.

Nghiên cứu đã tìm ra được những nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng, nguyên nhân dẫn đến sự không hài lòng để tìm ra được những giải pháp để nâng cao sự hài lòng của khách du lịch quốc tế như: phát triển đồng bộ CSVC-KT và CSHT; quy định về giá cả; phát triển sản phẩm du lịch; đào tạo nguồn nhân lực; bảo vệ môi trường và cảnh quan. Từ đó có những ý kiến đề xuất cho việc nâng cao sự hài lòng của khách du lịch và phát triển du lịch tại làng Chăm Đa Phước một cách bền vững trong tương lai./.

### Tài liệu tham khảo

- Ababneh, M. A. (1995). Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*, 4(12).
- Alegre, J. & Garau, J. (2010). Tourist satisfaction and dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37(1), pp. 52-73.
- Chi cục thống kê huyện An Phú. (2017). *Niên giám thống kê năm 2017*.

- Corte sdsf V. D., Sciarelli, M., Cascella, C., Gaudio, G. D. (2015). Customer Satisfaction in Tourist Destination: The Case of Tourism Offer in the City of Naples. *Journal of Investment and Management*, Special Issue: Attractiveness and Governance of Tourist Destinations, 4(1), pp. 39-50. doi: 10.11648/j.jim.s.2015040101.16.
- Đinh Công Thành, Phạm Lê Hồng Nhung và Trương Quốc Dũng. (2011). Đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch nội địa đối với du lịch tỉnh Sóc Trăng. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 20a, 199-209.
- Hawkin, D.E. (2005). *Ecotourism: Opportunities for development countries, in Theobald and Global tourism: the next decade: Butterworth - Heinemann*, Oxford.
- Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc. (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS tập 2*. Thành phố Hồ Chí Minh: NXB Hồng Đức.
- Masarrat, G. (2012). Tourist's Satisfaction towards Tourism Products and Market: A Case Study of Uttaranchal. *International Journal of Business & Information Technology*, 2(1).
- Nguyễn Trọng Nhân, Đào Ngọc Cảnh và Nguyễn Thị Huỳnh Phương. (2014). Đánh giá mức độ hài lòng của du khách quốc tế đối với du lịch chợ nổi ở thành phố Cần Thơ và vùng phụ cận. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 31 (2014): 31-38.
- Hoàng Trọng Tuân. (2015a). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch tại các điểm du lịch ở thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh*, 10(76), 87-97.
- Lê Thị Tuyết, Nguyễn Anh Trụ, Vũ Thị Hằng Nga, Trần Thị Thương, Trần Hữu Cường. (2014). Nghiên cứu sự hài lòng của du khách nội địa về chất lượng dịch vụ du lịch tại làng cổ Đường Lâm. *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, 12(4): 620-634.
- Ủy ban Nhân dân tỉnh An Giang. (2017). *Chương trình hành động về phát triển hạ tầng du lịch tỉnh An Giang giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2025*. Số 59/CTr-UBND ngày 13/02/2017.