

# ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH ĐỐI VỚI ẨM THỰC ĐƯỜNG PHỐ TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ

PHẠM ĐỖ VĂN TRUNG,  
LAI HUỠNH BẢO HUY, NGUYỄN THỊ HOÀI THƯƠNG,  
ĐẶNG TIỂU LONG, NGUYỄN HÀ QUỲNH GIAO

**Tóm tắt:** Thành phố Cần Thơ có tài nguyên du lịch ẩm thực đa dạng, là trung tâm du lịch của vùng đồng bằng sông Cửu Long. Bài báo sử dụng dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng phương pháp điều tra bảng hỏi 200 du khách nội địa đến Cần Thơ. Kết quả cho thấy, đa số du khách hài lòng với ẩm thực đường phố và sẵn sàng giới thiệu ẩm thực Cần Thơ cho bạn bè, người thân. Trong mô hình nghiên cứu, du khách được khảo sát hài lòng nhiều nhất về chất lượng món ăn - thức uống, đồng thời, nhiều du khách phàn nàn về chất lượng phục vụ, cơ sở vật chất, an toàn, vệ sinh thực phẩm. Sự hài lòng của du khách có sự khác biệt giữa các nhóm tuổi nhưng không khác biệt theo giới tính và trình độ học vấn. Từ kết quả nghiên cứu, bài báo đề xuất một số giải pháp để nâng cao hiệu quả khai thác ẩm thực như một tài nguyên du lịch quan trọng của Cần Thơ trong tương lai.

**Từ khóa:** du lịch, du lịch ẩm thực, ẩm thực đường phố

## ASSESSING THE SATISFACTION OF DOMESTIC TOURISTS WITH STREET FOOD IN CAN THO CITY

**Abstract:** Can Tho city has diverse culinary tourism resources and is the tourist center of the Mekong Delta region. This article uses primary data that were collected by the questionnaire survey method of 200 domestic tourists to Can Tho. The findings show that the majority of tourists were satisfied with street food and willing to introduce Can Tho cuisine to their friends and relatives. In the research model, surveyed tourists were most satisfied with the quality of food and drinks, and at the same time, many tourists complained about service quality, facilities, safety, and food hygiene. Tourist satisfaction differs between age groups but does not differ by gender or education level. From the research results, this article proposes some solutions to improve the efficiency of exploiting cuisine as an important tourism resource of Can Tho in the future.

**Key words:** tourism, culinary tourism, street food.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thành phố Cần Thơ là trung tâm du lịch của vùng đồng bằng sông Cửu Long với doanh thu từ du lịch đạt hơn 5,4 nghìn tỉ đồng và đón gần 6 triệu lượt khách năm 2023 [8]. Bên cạnh nghệ thuật đờn ca tài tử Nam Bộ, các di tích văn hóa - lịch sử, làng nghề... du khách còn bị thu hút bởi ẩm thực - một nét độc đáo của văn hóa sông nước miền Tây, đặc biệt là ẩm thực đường phố.

Ẩm thực đường phố tại Cần Thơ có sự giao lưu văn hoá đặc sắc giữa các tộc người Chăm,

Hoa, Khmer... cùng với sự sáng tạo của nghệ nhân, đã tạo nên những món ăn độc đáo. Ẩm thực nói chung và ẩm thực đường phố nói riêng được xem là một nguồn tài nguyên du lịch quan trọng, đóng góp vào sự phát triển du lịch của thành phố Cần Thơ.

Hiện nay, thành phố Cần Thơ chưa xác định đúng tầm quan trọng của ẩm thực đường phố như là một sản phẩm du lịch chính, cũng như thiếu những nghiên cứu về lĩnh vực này. Vì vậy, để tăng sức hút du khách và thúc đẩy

những sản phẩm du lịch đặc sắc cho thành phố Cần Thơ, bài báo tiến hành nghiên cứu, đánh giá sự hài lòng của du khách đối với ẩm thực đường phố, đề xuất một số giải pháp để nâng cao hiệu quả khai thác ẩm thực như một tài nguyên du lịch quan trọng của thành phố Cần Thơ trong tương lai.

## 2. CƠ SỞ DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Cơ sở dữ liệu

Dữ liệu sơ cấp là những thông tin thu thập được từ du khách về hoạt động du lịch, ẩm thực đường phố ở thành phố Cần Thơ... thông qua phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi.

Dữ liệu thứ cấp là những tài liệu về lí luận và thực tiễn phát triển du lịch ẩm thực nói chung, ẩm thực đường phố nói riêng được nhóm tác giả thu thập, phân tích, tổng hợp.

### 2.2. Phương pháp nghiên cứu

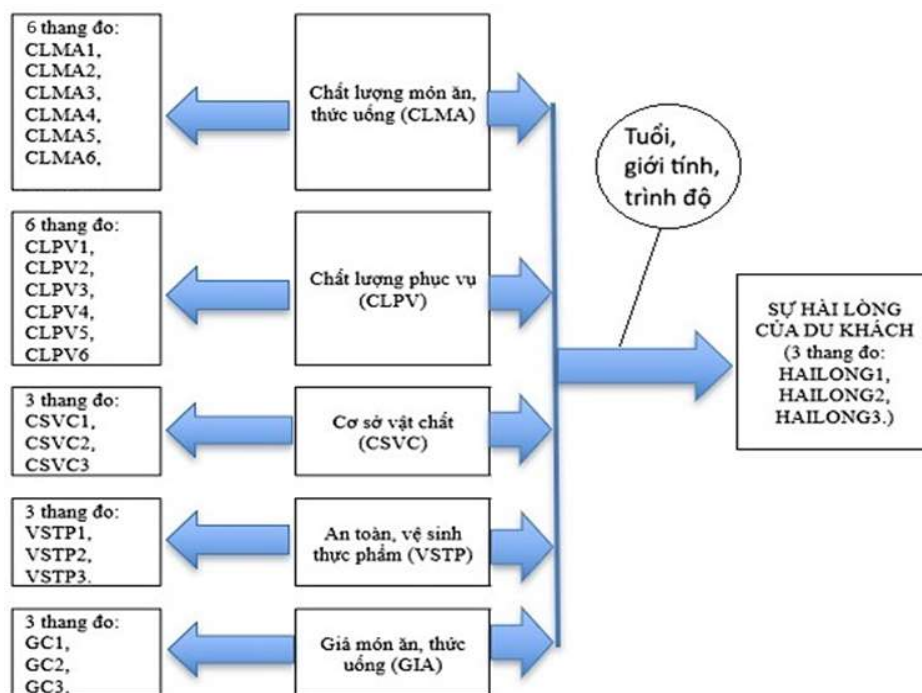
Mô tả các mẫu khảo sát: thời gian khảo sát: 11 - 12/2023; địa điểm: khu vực bên Ninh Kiều,

nơi tập trung đông du khách và hoạt động ẩm thực đường phố ở thành phố Cần Thơ.

Số phiếu khảo sát phát ra là 200 phiếu, trong đó 192 phiếu thu về hợp lệ. Tỷ lệ du khách nữ chiếm 52,4% và nam chiếm 47,6%. Về trình độ học vấn, bậc phổ thông có 49 du khách (25,7%); trung cấp, cao đẳng có 24 du khách (12,6%), đại học có 107 du khách (56%), sau đại học có 11 du khách (5,7%). Theo độ tuổi, có 28 du khách (14,7%) từ 16 - 18 tuổi, 113 du khách (59,2%) từ 18-30 tuổi, 26 du khách (13,6%) từ 30 - 45 tuổi, 24 du khách (12,5%) từ 45 tuổi trở lên.

Kỹ thuật lấy mẫu thuận tiện được sử dụng nhưng có lưu tâm đến các yếu tố nhân khẩu học của du khách. Bảng hỏi sử dụng thang đo Likert (5 mức độ) để đo sự hài lòng của du khách khi đến trải nghiệm ẩm thực đường phố tại thành phố Cần Thơ.

Thông tin thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS 26 với các kỹ thuật thống kê mô tả, kiểm định giả thuyết.



**Hình 1. Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng với ẩm thực đường phố**

Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước [2, 3, 4, 5, 6,7] và đặc điểm của ẩm thực đường phố, nhóm tác giả đề xuất các nhân tố ảnh hưởng đến

sự hài lòng của du khách gồm: chất lượng món ăn, chất lượng dịch vụ, cơ sở vật chất, an toàn, vệ sinh thực phẩm, giá cả. Ngoài ra, 3 biến về

đặc điểm du khách là giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn được xem như những biến kiểm soát của mô hình. (Hình 1)

### **3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN**

#### **3.1. Khái quát du lịch ẩm thực đường phố tại Cần Thơ**

Ẩm thực Cần Thơ được đánh giá có nhiều tiềm năng để xây dựng thành sản phẩm du lịch thu hút du khách. Nhiều món ăn, thức uống ở Cần Thơ được vinh danh là ẩm thực tiêu biểu của Việt Nam nói chung và đồng bằng sông Cửu Long nói riêng. Các món ăn đường phố được truyền miệng từ người địa phương và du khách, như: bánh xèo Bảy Tới, pizza hủ tiếu Sáu Hoài, bánh cống cô Út, nem nướng Cái Răng, bánh hỏi mặt võng Út Dzách, lẩu cua đồng Ven sông... cùng nhiều món ăn đặc sản đậm chất miệt vườn, như: gỏi măng cụt, gà nấu ấu, bánh hỏi mặt võng, cá lóc quay lu, ốc nướng tiêu, cù lao...

Tại Cần Thơ, nhiều sự kiện du lịch đã được tổ chức để quảng bá ẩm thực địa phương và thu hút du khách. Trong đó, Lễ hội Bánh dân gian Nam Bộ lần đầu tiên được tổ chức tại thành phố Cần Thơ vào năm 2012, sau đó đã trở thành hoạt động văn hóa ẩm thực dân gian thường niên của Thành phố. Năm 2015, Lễ hội đã thu hút khoảng 160.000 lượt khách tham quan; đến năm 2024, Lễ hội thu hút đông đảo du khách tham dự, với khoảng 870.000 lượt tham quan, trải nghiệm.

Ngoài ra, Thành phố còn đầu tư và phát triển các sản phẩm du lịch ẩm thực như foodtour, workshop về ẩm thực...

Ngoài những điểm quen thuộc ở khu ẩm thực bến Ninh Kiều, đường Trần Phú, đường Lê Lai thì những khu mới nổi ở đường Huỳnh Cương, đường Mạc Thiên Tích, khu vực hồ và công viên Búng Xáng... cũng trở thành điểm đến của nhiều du khách trẻ. Ẩm thực đường phố thu hút du khách, đặc biệt du khách trẻ với hàng chục quán nổi bật có nhiều món ăn lạ,

hấp dẫn: nước mía Mỹ Tho MT68, Pancake Samsam, chè Cô Chu, cơm cháy Dì Ba, Delio House, quán 3CE...

#### **3.2. Đánh giá chất lượng ẩm thực đường phố tại Cần Thơ**

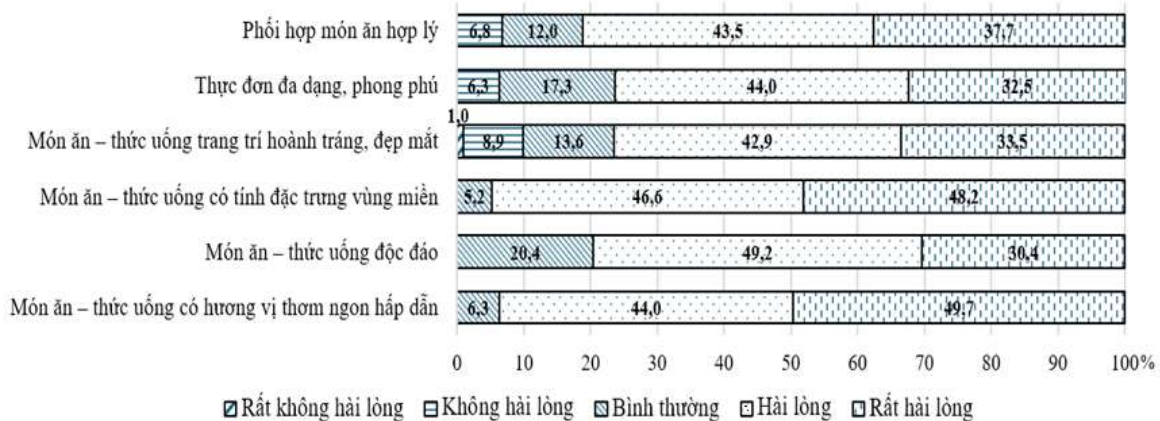
##### **3.2.1. Chất lượng món ăn - thức uống**

Thành phố Cần Thơ là nơi tập hợp nhiều món ăn đặc sản nổi tiếng và đa dạng của vùng đồng bằng sông Cửu Long. Do đó, chất lượng món ăn - thức uống được du khách quan tâm và kì vọng cao khi trải nghiệm ẩm thực đường phố.

Tất cả du khách được khảo sát đều đánh giá “Chất lượng món ăn - thức uống” ở thành phố Cần Thơ từ mức trung bình trở lên. Đồng thời, mức độ “hài lòng” và “rất hài lòng” chiếm hơn 4/5 phần hồi của du khách. Nhìn chung, du khách cảm thấy “hài lòng” với “chất lượng món ăn - thức uống” tại thành phố Cần Thơ, điểm trung bình là 4,2/5.

So với mức độ trung bình của nhân tố, giá trị của từng biến trong nhân tố “Chất lượng món ăn - thức uống” không có sự chênh lệch quá lớn (3,99 - 4,43). Trong đó, yếu tố “Món ăn - thức uống có tính đặc trưng vùng miền” và yếu tố “Món ăn - thức uống có hương vị thơm ngon hấp dẫn” được du khách đánh giá cao nhất (4,43/5). Điều này phù hợp với đặc điểm tài nguyên ẩm thực của Cần Thơ với nhiều món ăn đặc sắc như: các loại chè, bánh dân gian; bún mắm, bánh xèo... Yếu tố có đánh giá thấp nhất là “Món ăn - thức uống trang trí hoành tráng, đẹp mắt” (3,99/5) bởi ẩm thực đường phố không được ưu tiên về cách bày trí mà cần phải làm nhanh, gọn để phục vụ khách hàng.

Phân tích chi tiết cho thấy, tỉ lệ nhỏ du khách còn chưa hài lòng khi trải nghiệm ẩm thực đường phố ở Cần Thơ, đặc biệt là các yếu tố đa dạng, bài trí món ăn chưa được đầu tư. Đồng thời, mức độ “rất hài lòng” của du khách đối với các yếu tố này không cao. Đối với yếu tố “Đặc trưng vùng miền”, “Độc đáo”, đại bộ phận du khách được khảo sát đồng thuận cao về mức độ hài lòng.



Hình 2. Phân tích cảm nhận các biến về “Chất lượng món ăn - thức uống”

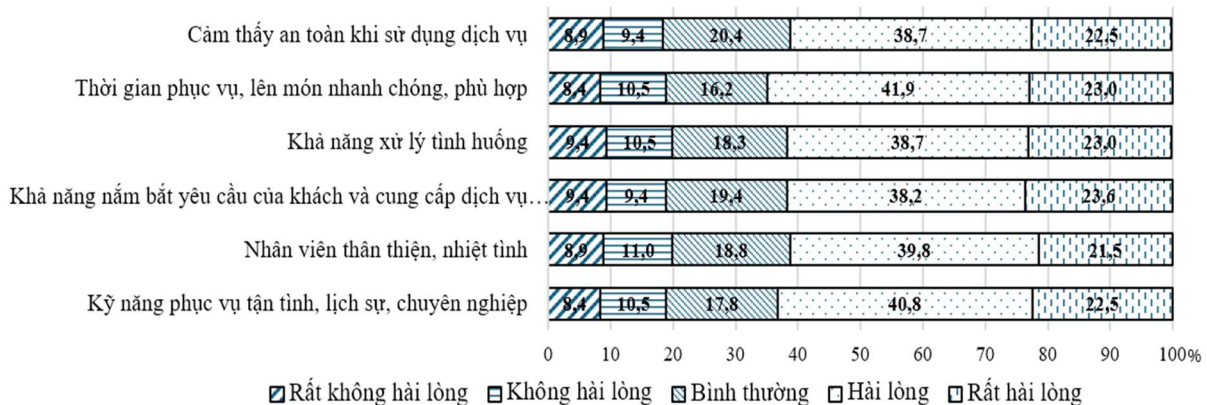
### 3.2.2. Chất lượng phục vụ

Đối với ngành dịch vụ, chất lượng phục vụ có vai trò rất quan trọng, tác động đến giá trị cảm nhận, sự hài lòng của khách hàng. Trong trải nghiệm ẩm thực đường phố tại Cần Thơ, có tới 65,4% số người được hỏi phản hồi “hài lòng” và “rất hài lòng” về chất lượng phục vụ; tuy nhiên vẫn có 16,8% số người được hỏi phản hồi “không hài lòng” và “rất không hài lòng”.

Khoảng 65% du khách hài lòng về chất lượng phục vụ khi trải nghiệm du lịch ẩm thực tại Cần Thơ, nhưng vẫn còn khoảng 1/3 số du khách

được hỏi đánh giá nhân tố này ở mức trung bình hoặc thấp hơn. Đồng thời, còn một tỉ lệ khá cao chưa hài lòng về chất lượng phục vụ.

Điểm trung bình của nhân tố “Chất lượng phục vụ” đạt 3,57/5, chứng tỏ du khách đánh giá không cao nhân tố này khi trải nghiệm ẩm thực tại đây. Giữa các biến trong nhân tố, sự chênh lệch không quá lớn (dao động trong khoảng giá trị 3,54 - 3,61). Tiêu chí có mức đánh giá thấp nhất là kỹ năng phục vụ tận tình, lịch sự, chuyên nghiệp (3,54) và tiêu chí được đánh giá cao nhất là thời gian phục vụ, lên món nhanh chóng, phù hợp.



Hình 3. Phân tích cảm nhận các biến về “Chất lượng phục vụ”

Du khách khá đồng thuận trong việc đánh giá chất lượng phục vụ khi trải nghiệm ẩm thực đường phố. Ở tất cả các biến, tỉ lệ du khách chưa hài lòng đều ở mức khá cao, dao động khoảng 20%, trong đó, kỹ năng xử lý tình huống và sự thân thiện, nhiệt tình của nhân viên phục vụ có

mức độ chưa hài lòng cao hơn các tiêu chí khác. Điều này có thể do nhân lực phục vụ chưa qua đào tạo. Vì vậy, chất lượng phục vụ du khách cần được cải thiện, để nâng cao mức độ hài lòng khi trải nghiệm ẩm thực đường phố.

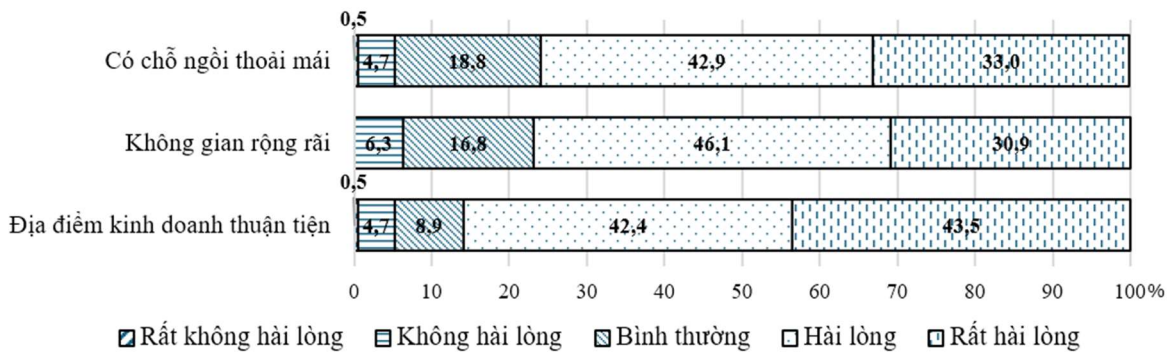
### 3.2.3. Cơ sở vật chất

Hiện nay, cơ sở vật chất của ẩm thực đường phố ở Cần Thơ đang được cải thiện nhằm phục vụ, đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Đối tượng khách hàng ngày càng trở nên “khó tính” trong việc lựa chọn các hàng quán ẩm thực, điều này thúc đẩy các hàng quán ẩm thực đường phố đầu tư nhiều hơn vào cơ sở vật chất quầy hàng, góp phần cải thiện cơ sở vật chất du lịch tại thành phố Cần Thơ ngày càng tốt hơn.

Kết quả khảo sát cho thấy, mức độ hài lòng và rất hài lòng chiếm 82,2%, cho thấy cơ sở vật chất của ẩm thực đường phố xứ “Tây Đô” đang

dần được cải thiện và làm hài lòng đa số du khách. Tuy nhiên, tỉ lệ không hài lòng và rất không hài lòng chiếm 6,3% và vẫn còn nhiều du khách cảm thấy cơ sở vật chất bình thường (chiếm 11,5%).

Điểm trung bình của nhân tố “Cơ sở vật chất” khá cao, đạt giá trị 4,1/5. Giữa các biến có sự chênh lệch (giá trị dao động 4,02 - 4,24), trong đó, biến “Địa điểm kinh doanh thuận tiện” là cao nhất (4,24), biến “Không gian rộng rãi” là thấp nhất (4,02) và biến “Có chỗ ngồi thoải mái” đạt 4,03.



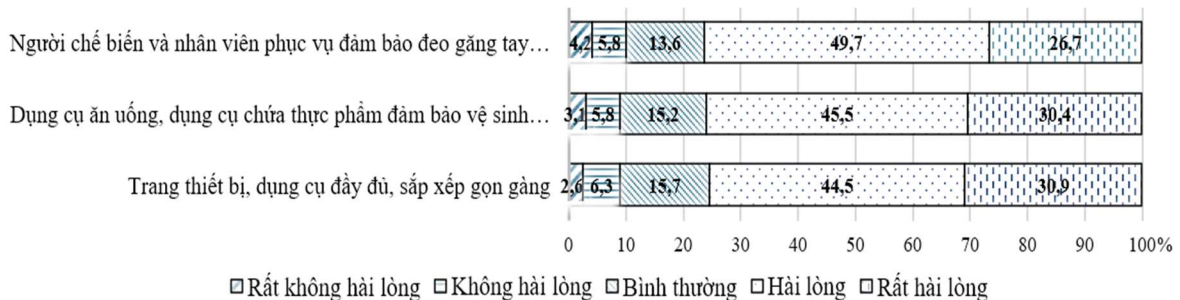
Hình 4. Phân tích cảm nhận các biến về “Cơ sở vật chất”

Nhìn chung, du khách có cảm nhận tích cực về cơ sở vật chất của các cửa hàng ẩm thực đường phố tại Cần Thơ. Phần lớn các cơ sở kinh doanh có vị trí thuận tiện, đặc biệt là các “chợ đêm” được quy hoạch ở các trung tâm du lịch, nơi tập trung đông du khách trải nghiệm. Không gian và chỗ ngồi của cơ sở kinh doanh ẩm thực đường phố không theo tiêu chuẩn của “nhà hàng” nhưng có ưu điểm là thoải mái và thoáng mát. Đặc điểm này phù hợp với tâm lý của nhóm khách trẻ và điều kiện khí hậu của Cần Thơ.

### 3.2.4. Vệ sinh, an toàn thực phẩm

Đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm là một yêu cầu tiên quyết trong kinh doanh ẩm thực nói chung. Đối với ẩm thực đường phố, đây là yếu tố được du khách rất quan tâm và chi phối đến cảm nhận trải nghiệm dịch vụ của khách hàng.

Kết quả phân tích thống kê mô tả của nhân tố “Vệ sinh, an toàn thực phẩm” cho thấy, ẩm thực đường phố ở Cần Thơ được du khách đánh giá khá cao, mức độ từ hài lòng đến rất hài lòng chiếm tỉ lệ 77%. Tuy nhiên, tỉ lệ khách không và rất không hài lòng còn tương đối nhiều (8,9%), do đó vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm cần cải tiến hơn nữa để đảm bảo an toàn cho du khách khi trải nghiệm.



Hình 5. Phân tích cảm nhận các biến về “Vệ sinh, an toàn thực phẩm”

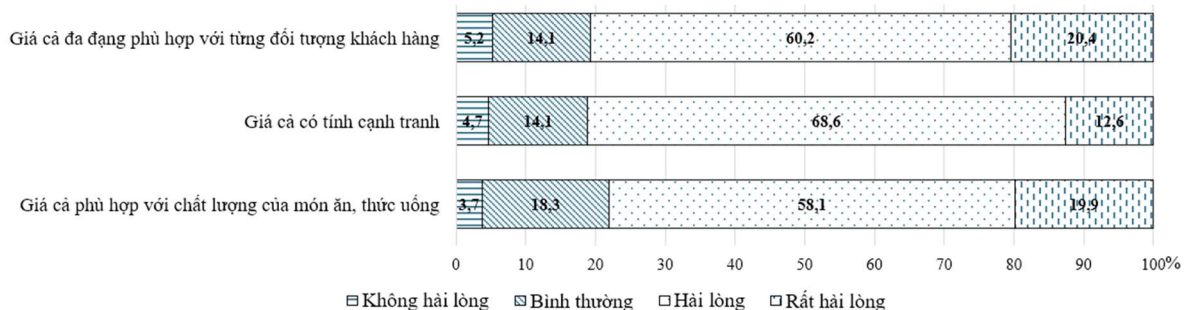
Du khách “hài lòng” về nhân tố “Vệ sinh, an toàn thực phẩm” với điểm đánh giá trung bình đạt 3,93/5 nhưng mức độ hài lòng không đều giữa các biến: yếu tố “Trang thiết bị, dụng cụ sắp xếp gọn gàng” đạt mức cao nhất; yếu tố “Người chế biến và nhân viên phục vụ đảm bảo đeo găng tay, trang phục phù hợp, đầu tóc gọn gàng” có điểm thấp nhất.

Nhân tố “Vệ sinh, an toàn thực phẩm” được khảo sát tập trung về trang thiết bị, dụng cụ chế biến và trang phục... của người lao động. Nhìn chung, các cơ sở kinh doanh ẩm thực đường phố ở Cần Thơ chuẩn bị dụng cụ, thiết bị đảm bảo vệ sinh, an toàn nên nhận được phản hồi khá tốt từ du khách. Tuy nhiên, còn một tỉ lệ khách không hài lòng về các yếu tố này. Mặc dù ẩm thực đường phố có tiêu chuẩn không cao về nhân tố “Vệ sinh, an toàn thực phẩm” nhưng đây là yếu tố liên quan đến sức khỏe con người và tác động mạnh đến hình ảnh điểm đến. Vì vậy, Cần Thơ liên tục và kiên quyết cải thiện chất lượng vệ sinh, an toàn thực phẩm trong kinh doanh du lịch ẩm thực.

### 3.2.5. Giá cả

Giá hàng hóa, dịch vụ là một yếu tố quan trọng đối với quyết định lựa chọn mua sắm của du khách. Ẩm thực đường phố dù kinh doanh kiểu tự phát hay có tổ chức thì suất đầu tư không cao và phí vận hành thấp. Vì vậy, giá bán của ẩm thực đường phố có tính cạnh tranh cao so với các sản phẩm cùng loại. Trong kết quả khảo sát, hơn 80% du khách hài lòng về nhân tố này. Đồng thời, không có du khách “Rất không hài lòng” và tỉ lệ du khách “Không hài lòng” cũng rất thấp (5,2%).

Thực tế, giá bán của nhiều món ăn, thức uống đường phố ở Cần Thơ phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng, đặc biệt du khách trẻ. Các món bánh, chè dân gian có giá trung bình 10 - 15 nghìn đồng; các món ăn mặn có giá trung bình 30 nghìn đồng. Vì vậy, du khách hài lòng với giá bán của món ăn, thức uống đường phố ở Cần Thơ, với điểm đánh giá trung bình của nhân tố “Giá cả” là 3,93/5. Sự chênh lệch giá trị của các biến trong nhân tố không quá lớn (3,89 - 3,96).



Hình 6. Phân tích cảm nhận các biến trong nhân tố “Giá cả”

Phân tích chi tiết các biến trong nhân tố “Giá cả” cho thấy du khách chủ yếu đánh giá ở mức “hài lòng”. Khi phỏng vấn, nhiều du khách cho rằng giá món ăn, thức uống còn đắt, chưa phù hợp với ẩm thực đường phố. Vì vậy, tỉ lệ du khách “rất hài lòng” không cao và còn một nhóm khách đánh giá “không hài lòng” về giá bán hàng.

### 3.2.6. Sự hài lòng của du khách

Nhìn chung, du khách hài lòng khi trải nghiệm du lịch ẩm thực tại thành phố Cần Thơ, điểm đánh giá trung bình đạt 4,07/5. Đặc biệt, tỉ

lệ du khách “rất hài lòng” rất cao, chiếm hơn 44% số du khách được khảo sát. Tuy nhiên, còn 2,6% du khách chọn “rất không hài lòng” về trải nghiệm ẩm thực đường phố ở Cần Thơ.

Ngoài cảm nhận hài lòng về chất lượng dịch vụ và sản phẩm, sự hài lòng của du khách còn được thể hiện qua lòng trung thành và thiện cảm đối với sản phẩm và dịch vụ. Trong đó, du khách sẵn lòng giới thiệu ẩm thực đường phố Cần thơ với bạn bè người thân là tiêu chí có điểm đánh giá cao nhất (4,20/5).

### 3.3. Kiểm định giả thuyết

Nghiên cứu giả sử mức độ hài lòng của du khách đối với ẩm thực đường phố tại thành phố

Cần Thơ không có sự khác biệt giữa các nhóm khách theo giới tính, độ tuổi và trình độ học vấn. Kiểm định One-way ANOVA cho kết quả như Bảng 1.

**Bảng 1. Kết quả kiểm định khác biệt phương sai**

		Giới tính	Tuổi	Trình độ học vấn
		Sig.	Sig.	Sig.
CLMA	Based on Mean	.594	.110	.962
CLPV	Based on Mean	.369	.257	.007
CSVC	Based on Mean	.307	.043	.214
VSTP	Based on Mean	.313	.000	.013
GIA	Based on Mean	.982	.000	.038
HAILONG	Based on Mean	.347	.000	.016
<b>Chú thích</b>		CLMA: Chất lượng món ăn thức uống CSVC: Cơ sở vật chất GIA: Giá cả	CLPV: Chất lượng phục vụ VSTP: Vệ sinh thực phẩm HAILONG: Sự hài lòng	

Kết quả từ Bảng 1 cho thấy, sự hài lòng đối với ẩm thực đường phố tại Cần Thơ không khác nhau giữa du khách nam và du khách nữ. Tuy nhiên, có sự khác biệt phương sai có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm du khách theo trình độ học vấn khi đánh giá chất lượng phục vụ. Tương tự với trường hợp du khách ở các nhóm tuổi khác nhau khi đánh giá các nhân tố: An toàn, vệ sinh thực phẩm; Giá món ăn, thức uống; Hài lòng chung.

**Bảng 2. Kết quả kiểm định khác biệt trung bình**

		Tuổi	Trình độ học vấn
		Sig.	Sig.
CLPV	Welch	.000	.189
VSTP	Welch	.000	.066
GIA	Welch	.000	.547
HAILONG	Welch	.000	.060

Kết quả kiểm định Welch ở Bảng 2 chấp nhận giả thuyết Ho đối với biến “Trình độ học vấn”. Tuy nhiên, kết quả bác bỏ giả thuyết Ho đối với biến “Tuổi”, có sự khác biệt trung bình có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm du khách phân theo tuổi khi đánh giá mức độ hài lòng đối với các nhân tố: An toàn, vệ sinh thực phẩm; Giá món ăn, thức uống; Hài lòng chung.

Nhìn chung, du khách lớn tuổi có xu hướng hài lòng ít hơn, có thể do đặc trưng tâm lý tuổi trẻ dễ chấp nhận hơn và người lớn tuổi có yêu

*Nguồn: Tác giả xử lý từ kết quả khảo sát (2023)*

cầu cao hơn trong trải nghiệm du lịch nói chung, du lịch ẩm thực nói riêng.

### 3.4. Giải pháp

#### (1) Đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm

Các cơ quan quản lý nhà nước cần ban hành và tăng cường kiểm soát, quản lý các tiêu chuẩn vệ sinh, an toàn thực phẩm đối với ẩm thực đường phố. Các cơ sở kinh doanh cần nâng cao tiêu chuẩn vệ sinh thông qua việc kiểm soát nguyên liệu, quá trình chế biến, bảo quản thực phẩm cũng như giữ vệ sinh nơi kinh doanh. Đặc biệt, đối với những người tham gia phục vụ, tác phong, trang phục là những đặc điểm dễ dàng nhận xét, đánh giá và ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách rất rõ, đồng thời thể hiện được sự "sạch sẽ" của người phục vụ tới món ăn. Vì vậy, người lao động cần có hình thức, trang phục và tác phong phù hợp, đảm bảo sự chuyên nghiệp và sạch sẽ trong phục vụ.

#### (2) Xây dựng và quảng bá ẩm thực

Các cơ quan quản lý nhà nước tăng cường chiến lược phát triển ẩm thực đường phố, xây dựng và quảng bá sản phẩm du lịch ẩm thực đường phố, hướng dẫn các hộ kinh doanh khai thác hiệu quả bản sắc ẩm thực đường phố tại Cần Thơ. Các cơ sở kinh doanh cần đa dạng hơn thực đơn, sáng tạo trên cơ sở giá trị ẩm thực, văn hóa truyền thống của địa phương, dần đưa Cần Thơ

trở thành “điểm đến” cho ẩm thực đường phố vùng đồng bằng sông Cửu Long.

### (3) Chất lượng phục vụ

Cơ quan quản lý nhà nước có chiến lược giúp du khách tiếp cận thông tin về ẩm thực đường phố tại Cần Thơ một cách đầy đủ, cập nhật và thuận tiện. Đồng thời, địa phương đẩy mạnh các hoạt động tập huấn và hỗ trợ kỹ năng phục vụ du khách cho người lao động. Các cơ sở kinh doanh cần không ngừng cải thiện chất lượng phục vụ, quan tâm hơn nữa đến trải nghiệm của du khách. Cần đào tạo cho người lao động các kỹ năng về thái độ, phong cách khi phục vụ khách hàng, đảm bảo sự tận tình, niềm nở và chuyên nghiệp. Đây là yếu tố quan trọng đối với sự hài lòng của du khách, nhất là những khách du lịch ở vùng có sự khác biệt lớn về văn hóa.

### 4. Kết luận

Cần Thơ có tiềm năng và đang triển khai các hoạt động ẩm thực thu hút khách du lịch. Nghiên cứu này cho thấy du khách nội địa khá hài lòng khi trải nghiệm ẩm thực đường phố

tại Cần Thơ. Chất lượng món ăn, thức uống là nhân tố được đánh giá cao nhất. Chất lượng phục vụ là nhân tố nhận được sự hài lòng thấp nhất. Ngoài ra, một số du khách còn chưa hài lòng về vấn đề vệ sinh, an toàn thực phẩm; giá cả món ăn, thức uống...

Thông qua các kỹ thuật kiểm định, sự hài lòng của du khách không khác biệt theo các biến Giới tính và Trình độ học vấn. Tuy nhiên, nhóm du khách lớn tuổi có mức độ hài lòng ít hơn nhóm du khách trẻ tuổi ở các nhân tố: An toàn, vệ sinh thực phẩm; Giá món ăn, thức uống; Hài lòng chung.

Vì vậy, thành phố Cần Thơ cần thúc đẩy nhiều giải pháp nâng cao chất lượng hoạt động du lịch ẩm thực nói chung, ẩm thực đường phố nói riêng, trong đó tập trung vào các yêu cầu tăng cường an toàn, vệ sinh thực phẩm; nâng cao chất lượng ẩm thực và năng lực phục vụ du khách. Các giải pháp cần triển khai đồng bộ với nhiều bên liên quan: các cơ quan quản lý nhà nước, các cơ sở kinh doanh ẩm thực đường phố...

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Thống kê.
2. Lê Chí Công, Đồng Xuân Đàm (2016). Nghiên cứu ảnh hưởng của ẩm thực địa phương đến sự hài lòng của du khách: Trường hợp khách du lịch quốc tế đến du lịch biển tại Nha Trang. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, số 224, tháng 02/2016, tr.88 - 99.
3. Phạm Xuân Hậu, Bùi Xuân Thắng (2019). Phát triển ẩm thực đường phố ở thành phố Hồ Chí Minh để thu hút khách du lịch quốc tế. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Sư phạm TP Hồ Chí Minh*, Tập 16, Số 2 (2019), trang 123 - 137.
4. Hoang, N.V., Ninh, D.T.T., Trung, P.D.V. (2023). Examining Satisfaction Factors among Young Vietnamese Tourists: A Study of Traditional Cuisine in Hue City, Vietnam. *South Asian Journal of Tourism and Hospitality*, 3(2), p.1 - 34.
5. Ngô Thị Ngọc Thảo và nnk (2019). Đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với ẩm thực đường phố Đà Lạt. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô*, số 6/2019, tr.80 - 93.
6. Thúy, H. T. D. (2023). Tác động của các yếu tố kéo và đẩy đến sự hài lòng của khách du lịch nội địa về ẩm thực Huế. *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, số 59(2), tr.253 - 262.
7. Lê Văn Vũ (2015). *Nghiên cứu văn hóa ẩm thực đồng bằng sông Cửu Long trong phát triển du lịch*. Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQGHN.
8. Cổng thông tin điện tử thành phố Cần Thơ (1/2/2024). *Cần Thơ dự kiến đón 6,1 triệu lượt khách trong năm 2024*; <https://www.cantho.gov.vn/wps/portal/home/du-khach/chi-tiet/tin-tuc-du-lich/can+tho+du+kien+don+6+1+trieu+luot+khach+trong+nam+2024>, truy cập ngày 05/6/2024.

### Thông tin tác giả:

Phạm Đỗ Văn Trung, Lai Huỳnh Bảo Huy, Nguyễn Thị Hoài Thương,  
Đặng Tiểu Long - Trường Đại học Sư phạm TP.HCM  
Nguyễn Hà Quỳnh Giao - Trường Đại học Sài Gòn  
Địa chỉ: 280 An Dương Vương, P.4, Q.5, TP. HCM  
Email: trungpdv@hcmue.edu.vn; Điện thoại: 098 8858 098

### Nhật ký tòa soạn

Ngày nhận bài: 07/05/2024  
Biên tập: 6/2024