

## ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CỦA MÔ HÌNH CHỢ ĐÊM TRÊN ĐỊA BÀN QUẬN NINH KIỀU, THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Nguyễn Thị Phú Thịnh<sup>1</sup> và Huỳnh Trường Huy<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Sinh viên Khóa 33, Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ

<sup>2</sup> Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ

### Thông tin chung:

Ngày nhận: 27/03/2014

Ngày chấp nhận: 27/06/2014

### Title:

Assessment of the night market business model in Ninh Kieu, Can Tho city

### Từ khóa:

Chợ đêm, phân tích nhân tố, mức độ đánh giá

### Keywords:

Night market, factor analysis, assessment scales

### ABSTRACT

The objective of this study is to assess the performance of the “night market” business model in Ninh Kieu, Can Tho city through a survey of 147 respondents who are consumers and travelers visting at night markets. With these regards, 26 variables used for the assessment are introduced and tested using analytical tools, namely the Cronbath’s alpha and the factor analysis. In doing so, 22 out of 26 variables have been selected for the next steps in the analytical process due to their significant correlations. The result finds that the assessment by the respondents has likely focused on 8 factor groups regarding with various levels (ranging from the worst to the best). Among those, the best levels are for the factors including saler’s attitudes, product showing, and product diversity; the average saler are for the factors consisting of shopping area and space, trading convenience, and security related issues; and the worse ones are for the factors such as public toilets, local specialities, parking, and quality related issues.

### TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm đánh giá hoạt động của mô hình chợ đêm trên địa bàn quận Ninh Kiều, thành phố Cần Thơ qua khảo sát 147 đáp viên – người tham quan và mua sắm – tại khu vực chợ đêm. 26 tiêu chí đánh giá hoạt động chợ đêm được giới thiệu và sử dụng trong phân tích thông qua công cụ phân tích kiểm định Cronbath’s alpha và phân tích nhân tố; trong số đó, 22 tiêu chí thể hiện mối tương quan chặt chẽ và được sử dụng trong phân tích nhân tố. Kết quả phân tích cho thấy sự đánh giá của đáp viên về hoạt động chợ đêm tập trung vào 8 nhóm nhân tố với các mức độ khác nhau, trong đó nhóm nhân tố được đánh giá tốt (cách phục vụ bán hàng, trưng bày sản phẩm và hàng hóa đa dạng); đánh giá trung bình (không gian mua sắm thoải mái, thuận tiện, trật tự an ninh), đánh giá không tốt (vệ sinh, đặc sản địa phương, chất lượng hàng hóa, khoảng cách bãi xe và khu vực chợ).

## 1 GIỚI THIỆU

Trong suốt 10 năm kể từ khi trở thành thành phố trực thuộc Trung ương vào năm 2004, Thành phố Cần Thơ đã và đang tập trung khai thác mọi

nguồn lực nhằm đẩy mạnh phát triển kinh tế-xã hội và từng bước nâng cao đời sống của người dân. Cùng với xu thế đó, Quận Ninh Kiều được xác định là đô thị trung tâm của Thành phố với định

hướng phát triển tập trung thương mại dịch vụ và du lịch và được xem là cửa ngõ của vùng Đồng bằng sông Cửu Long đối với du khách trong và ngoài nước.

Hoạt động chợ đêm là một trong những mô hình kinh doanh bán lẻ của các tiểu thương được phát triển rộng khắp ở các địa phương trong vùng, tại Cần Thơ cũng không ngoại lệ. Mục đích của mô hình hoạt động chợ đêm một mặt nhằm tạo không gian, điều kiện về thời gian mua sắm hàng hóa tiêu dùng, thời trang; mặt khác tạo điểm nhấn thu hút du khách và người dân địa phương tham quan, thư giãn vào buổi tối. Trong thời gian trên địa bàn Quận Ninh Kiều, một số mô hình chợ đêm được hình thành như chợ đêm trên đường Võ Văn Tần-Nguyễn Thái Học, chợ đêm Cái Khế (Công viên nước cũ), chợ đêm Hưng Phú, chợ đêm Tây Đô...

Tuy nhiên, để tìm những nét riêng của chợ đêm này thì thật khó. Thực trạng cho thấy mô hình hoạt động chợ đêm trên địa bàn Quận Ninh Kiều có tính tương đồng về hình thức tổ chức, sản phẩm kinh doanh... Thực trạng này thật sự chưa để lại ấn tượng sâu lắng đối với du khách cũng như người dân đến tham quan và mua sắm. Trong khi đó, những nghiên cứu khảo sát đánh giá thực trạng hoạt động của mô hình dường như còn thiếu vắng. Có chăng cũng chỉ là những báo cáo hoạt động về chợ đêm với góc độ của các cơ quan quản lý. Vì vậy, mục tiêu trọng tâm của bài viết là tập trung phân tích thực trạng của mô hình này qua cuộc khảo sát đánh giá của người tham quan, mua sắm – dưới góc độ nhu cầu. Kỳ vọng rằng kết quả phân tích sẽ đưa ra một bức tranh đánh giá đầy đủ hơn về thực trạng của mô hình chợ đêm trên địa bàn Quận, đây là tiền đề cần thiết để các cơ quan quản lý địa phương có kế hoạch, phương án điều chỉnh và phát triển mô hình này hiệu quả hơn nhằm góp phần xây dựng mô hình chợ đêm thật sự là điểm nhấn và điểm đến không những đối với du khách, mà còn đối với người dân địa phương.

## **2 MÔ HÌNH HOẠT ĐỘNG CHỢ ĐÊM: CÁCH TIẾP CẬN**

Cho đến nay, dường như chưa có bất kỳ một văn bản pháp lý hay một nghiên cứu chính thức nào đưa ra khái niệm hoặc định nghĩa về mô hình chợ đêm. Theo Thông tư số 15/TM-CSTTTN ngày 16/10/1996 của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công thương) hướng dẫn tổ chức và quản lý chợ có đề cập: “Chợ là mạng lưới thương nghiệp được hình thành và phát triển cùng với sự phát triển của nền kinh tế xã hội”.

Cho đến năm 2009, Chính phủ ban hành Nghị định số 114/2009/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP, ngày 14/01/2003 về phát triển và quản lý chợ. Nghị định làm rõ hơn về chức năng của chợ, cụ thể là: “Chợ là loại hình kinh doanh thương mại được hình thành và phát triển mang tính truyền thống, được tổ chức tại một địa điểm theo quy hoạch, đáp ứng nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hoá và nhu cầu tiêu dùng của khu vực dân cư”. Từ những thông tin trên, có thể nhận biết rằng chợ đêm là một hình thức của chợ truyền thống văn hóa về mặt không gian cũng như hình thức tổ chức. Hiện nay, một số đặc điểm của các chợ đêm nổi tiếng đã được nói đến rất nhiều ở Việt Nam như: chợ đêm Đà Lạt (Lâm Đồng), chợ đêm Đồng Xuân (TP. Hà Nội), chợ đêm Bến Thành (TP. HCM), chợ đêm Kỳ Hoa (TP. HCM).

Xuất phát từ thực tiễn của mô hình hoạt động chợ đêm trong cả nước, một số đặc điểm chính về mô hình chợ đêm được tổng hợp như sau:

- Chợ đêm là một hình thức họp chợ được tổ chức tại khu chợ truyền thống hoặc tại khu phố nào đó và hoạt động vào buổi tối (chủ yếu từ 18 g đến 23 g).
- Chợ có thể được xây dựng kiên cố hoặc tạm (di chuyển được).
- Chợ mang tính chất truyền thống văn hóa được xây dựng nhằm giới thiệu và kinh doanh các sản phẩm hoặc dịch vụ mang tính đặc trưng của địa phương, đồng thời đáp ứng nhu cầu tham quan, mua sắm của du khách và người dân.
- Ngoài ra, chợ còn có các hoạt động văn hoá khác với mục đích quảng bá các giá trị văn hoá truyền thống địa phương và thu hút du khách.

### ***Tiêu chí đánh giá hoạt động chợ***

Cho đến nay chưa có một văn bản pháp luật nào quy định cũng như chưa có nghiên cứu nào giới thiệu về hệ thống các tiêu chí đánh giá hoạt động của mô hình chợ đêm. Tuy nhiên, thực tế tại một số địa phương đã xây dựng các tiêu chí để đánh giá chợ văn minh thương mại, điển hình như trường hợp của Quận Long Biên (TP. Hà Nội). Nội dung đánh giá gồm các tiêu chí chính như sau:

- Đảm bảo an toàn, an ninh và vệ sinh.
- Hàng hóa có nguồn gốc và thông tin rõ ràng.
- Đảm bảo cân đúng, cân đủ, niêm yết giá cả.
- Thực hiện giao tiếp, ứng xử có văn hóa giữa người bán và người mua.

– Thuận tiện cho người đi mua sắm như bãi xe, giá giữ xe theo quy định của Nhà nước.

– Hàng hoá kinh doanh trong chợ được trưng bày gọn gàng đẹp mắt, sắp xếp theo ngành hàng, nhóm hàng.

Gần đây, trong một vài nghiên cứu, các tác giả khi đánh giá chất lượng hoạt động của hệ thống chợ và siêu thị cũng đã đưa ra một số tiêu chí. Điển hình như nghiên cứu của Nguyễn Thị Phương Dung và Bùi Thị Kim Thanh (2011) về so sánh hành vi lựa chọn nơi mua sắm của người tiêu dùng đối với loại hình siêu thị và chợ truyền thống qua khảo sát 150 người tiêu dùng tại TP. Cần Thơ. Họ đề xuất một số tiêu chí để đánh giá: (i) chất lượng hàng hóa, (ii) mặt bằng rộng rãi, (iii) giá cả, chi phí đi lại, (iv) trưng bày hàng hóa, và (v) thái độ của người bán hàng hoặc nhân viên. Trong nghiên cứu, họ sử dụng phương pháp thống kê mô tả để đánh giá thực trạng hoạt động. Kết quả cho thấy rằng khách hàng đến với chợ truyền thống xuất phát từ các nguyên nhân: (1) sản phẩm được làm tại chỗ, (2) được mua thiếu, (3) giá cả có thể thương lượng... Trong khi đó, đối tượng khách hàng đến siêu thị chủ yếu quan tâm đến các yếu tố: (1) sản

phẩm được giao hàng tận nơi, (2) niềm yên giá. Nhìn chung, có thể thấy rằng khách hàng mua sắm tại chợ truyền thống hoặc siêu thị có đặc điểm chung là thường quan tâm đến các yếu tố: giá cả, chất lượng hàng hóa và chi phí đi lại.

Ngoài ra, một số nghiên cứu khác (điển hình như Lâm Phước Thuận, 2011; Nguyễn Thị Mai Trang, 2006; Parasuraman và ctv, 1988; Zeithaml và Bitner, 2000) chủ yếu tập trung phân tích đánh giá của người tiêu dùng khi mua sắm tại hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại. Hay nói cách khác, hệ thống các tiêu chí được sử dụng để nghiên cứu đánh giá về hoạt động của mô hình chợ đêm hầu như còn thiếu vắng. Tuy nhiên, có thể thấy rằng hành vi mua sắm của người tiêu dùng nói chung và du khách nói riêng tại siêu thị, chợ truyền thống hoặc chợ đêm ít có sự khác biệt về các tiêu chí đánh giá. Đây được xem là giả thuyết của bài viết này và kiểm định giả thuyết được thực hiện qua khảo sát từ 150 đáp viên tham quan và mua sắm tại các chợ đêm trên địa bàn Quận. Xuất phát từ những nghiên cứu có liên quan và giả thuyết trên, nghiên cứu đánh giá về hoạt động của mô hình chợ đêm – theo nhu cầu – đề xuất một số tiêu chí sau đây.

**Bảng 1: Giới thiệu các tiêu chí đánh giá hoạt động của mô hình chợ đêm**

Tiêu chí	Kí hiệu	Diễn giải
Giá cả	G11	- Có niêm yết giá
	G12	- Giá cả tương đồng với siêu thị, chợ
	G13	- Giá cả phù hợp với chất lượng
	G14	- Giá cả ở chợ đêm rẻ hơn so với các loại chợ khác
Chất lượng	CL1	- Có thông tin rõ ràng
	CL2	- Đa dạng chủng loại, mẫu mã
	CL3	- Tập trung hàng hóa có chất lượng tốt
	CL4	- Có nhiều hàng hóa mới
Đặc sản địa phương	ĐS1	- Có đặc sản địa phương
	ĐS2	- Có đặc sản mới, lạ
Trưng bày	TB1	- Dễ tìm kiếm và lựa chọn
	TB2	- Có dụng cụ hỗ trợ trưng bày
Thái độ, giao tiếp	NV1	- Nhiệt tình, vui vẻ
	NV2	- Linh hoạt, nhanh nhẹn
	NV3	- Trang phục thanh lịch
	NV4	- Có khả năng sử dụng ngoại ngữ giao tiếp
Vị trí thuận tiện	VT1	- Vị trí thuận tiện đi lại
	VT2	- Lối đi tham quan, mua sắm phù hợp
Cơ sở hạ tầng	HT1	- Có bãi giữ xe
	HT2	- Có khu vực nhà vệ sinh
	HT3	- Có hệ thống chiếu sáng
	HT4	- Khu vực chợ rộng, thoáng
An toàn, an ninh, vệ sinh	AN1	- Có lực lượng trật tự kiểm tra thường xuyên
	AN2	- Không bị trộm cắp, móc túi
	AN3	- Giao thông đi lại trong khu vực chợ được an toàn
	AN4	- Chợ sạch sẽ, có thùng rác công cộng

### 3 THU THẬP DỮ LIỆU VÀ MÔ TẢ

Dựa vào mục tiêu của nghiên cứu là phân tích đánh giá của người tham quan, mua sắm tại các chợ đêm trên địa bàn Quận Ninh Kiều, cho nên địa bàn được chọn để thực hiện khảo sát bao gồm các chợ đêm trên địa bàn Quận như chợ đêm trên đường Võ Văn Tần-Nguyễn Thái Học, chợ đêm Tây Đô, chợ đêm Hưng Phú và chợ đêm Cái Khế.

Hơn nữa, việc xác định cỡ mẫu và chọn đáp viên để khảo sát là khâu quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả nghiên cứu. Do không có số liệu thống kê về số lượng người tham quan và mua sắm (gọi là tổng thể) tại các chợ đêm, nên cỡ mẫu khảo sát được xác định bằng phương pháp tỷ lệ xác suất với độ tin cậy 95% ( $\alpha = 5\%$  hay  $Z = 1,96$ ). Cụ thể, mỗi đáp viên là đối tượng điều tra thì có 2 trường hợp xảy ra: (i) một là đánh giá về tình hình hoạt động của chợ đêm Ninh Kiều là tốt với xác suất  $p$ , và (ii) hai là đánh giá về tình hình hoạt động của chợ đêm Ninh Kiều là không tốt với xác suất  $q=1-p$ . Khi đó  $p+q=1$  và  $p.q=0,025$ , vậy  $p$  và  $q$  đạt lớn nhất khi  $p=q=0,5$ .

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 p(1-p)}{e^2}$$

Với những thông tin trên, việc xác định cỡ mẫu chỉ còn phụ thuộc vào việc chọn mức sai số kỳ vọng ( $e$ ), thông thường dao động từ 1% đến 10%. Trong nghiên cứu này, tác giả quyết định chọn sai số  $e = 8\%$ , bởi vì với mức sai số này thì cỡ mẫu tính được là xấp xỉ 150 – cỡ mẫu đủ lớn để phân tích và suy luận.

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 p(1-p)}{e^2} = \frac{1.96^2 \times 0.5(1-0.5)}{0.08^2} \approx 150$$

Trong số 150 phiếu khảo sát được hỏi tại địa bàn nghiên cứu, có 147 phiếu khảo sát với thông tin đầy đủ, chỉ có 3 trường hợp sai sót do thông tin trả lời không đầy đủ. Vì vậy, nội dung chỉ thể hiện kết quả phân tích từ 147 phiếu khảo sát.

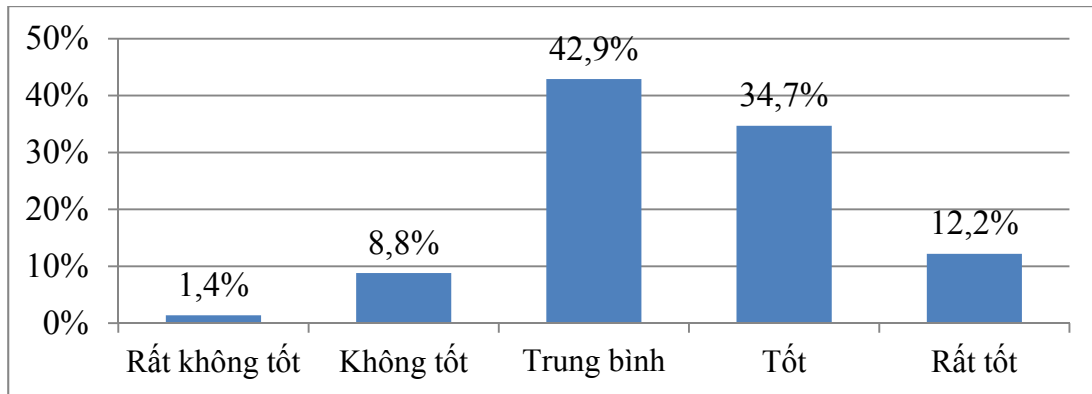
Kết quả phân tích từ cuộc khảo sát cho thấy rằng tỷ lệ nữ tham gia khảo sát chiếm 58,5% trong số 147 đáp viên. Đa số đáp viên có độ tuổi dưới 35 chiếm hơn 70% tổng quan sát, trong đó có đến 49% đáp viên có độ tuổi từ 18-25. Hơn nữa, kết quả thống kê cũng cho thấy khoảng 1/3 đáp viên là học sinh sinh viên đang theo học các cơ sở đào tạo trên địa bàn Thành phố Cần Thơ, 1/3 đáp viên là công nhân, nhân viên, viên chức đang làm việc tại Thành phố Cần Thơ, và số đáp viên còn lại là

người dân với các nghề nghiệp khác nhau. Khi được hỏi về mức độ thường xuyên đi tham quan, mua sắm tại các chợ đêm, có đến 38% đáp viên trả lời mỗi tháng/lần (tỷ lệ chiếm cao nhất), kế tiếp là nhóm đáp viên đi thường xuyên nhất (2 lần/tuần) chiếm đến 23% tổng đáp viên, số đáp viên còn lại đến chợ đêm 1-2 tuần/lần. Kết quả này cho thấy rằng khách hàng của chợ đêm được phân thành 2 nhóm chính: thường xuyên (2 lần/tuần) và thỉnh thoảng (1 lần/tháng). Đáng chú ý, gần 50% đáp viên cho rằng họ đến chợ đêm vào những ngày cuối tuần, có 31% đến vào những ngày trong tuần, và số còn lại chỉ đến chợ đêm trong dịp đi chơi lễ tết.

Mục đích đến chợ đêm chủ yếu là tham quan (chiếm 44%), kế đến là mua sắm (chiếm 35%) và ăn uống (chiếm 21%). Do hầu hết các chợ đêm trên địa bàn Quận được bố trí ở vị trí thuận lợi về giao thông và trung tâm của Quận cho nên thu hút người dân đến tham quan vào thời gian cuối ngày. Đây được xem là đặc điểm khác biệt quan trọng so với mục đích đến các chợ truyền thống hoặc siêu thị (chủ yếu mua sắm). Tuy nhiên, những đáp viên có nhu cầu mua sắm tại chợ đêm lại có đặc điểm tương đồng như mua sắm tại chợ truyền thống; đó là họ quan tâm đến yếu tố giá cả (chiếm 36% đáp viên được khảo sát), kế đến là chất lượng hàng hóa (33%), tính thuận tiện mua sắm (12%), thái độ giao tiếp (11%), vấn đề an ninh, an toàn ít được quan tâm (chỉ chiếm 7%). Hơn nữa, một vấn đề khá quan trọng đối với những người kinh doanh tại các chợ đêm đó là mức chi tiêu bình quân của khách hàng cho một lần mua sắm tại đó, kết quả phân tích chỉ ra rằng chỉ có 17% đáp viên chi tiêu dưới 100.000 đồng/lần mua sắm; đặc biệt có đến 44% đáp viên chi tiêu từ 100.000 – 400.000 đồng/lần mua sắm, và 39% đáp viên chi tiêu trên mức 400.000 đồng/lần mua sắm.

### 4 KẾT QUẢ PHÂN TÍCH: ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG CHỢ ĐÊM - CÁCH TIẾP CẬN NHU CẦU

Kết quả phân tích mô tả chỉ ra rằng gần 50% đáp viên đánh giá tốt và rất tốt về tình hình chung liên quan đến các khía cạnh của hoạt động chợ đêm trên địa bàn quận, nhưng cũng đáng lưu ý tỷ lệ khá cao (hơn 40%) đáp viên đánh giá hoạt động chợ đêm ở mức trung bình. Để có cái nhìn chi tiết hơn về kết quả đánh giá trên, kế tiếp kết quả thu được qua sử dụng công cụ phân tích nhân tố sẽ được trình bày.



**Hình 1: Đánh giá chung các tiêu chí về hoạt động chợ đêm trên địa bàn quận**

Dựa vào các tiêu chí được trình bày ở Bảng 1 trên, chúng được đo lường theo thang đo Likert với 5 mức độ, tương ứng từ thấp đến cao. Hơn nữa, công cụ kiểm định độ tin cậy của thang đo – Cronbach’s Alpha - đối với các tiêu chí trên được áp dụng, sau đó công cụ phân tích nhân tố được sử dụng để tập hợp các tiêu chí tương đồng về đặc điểm thành nhóm, được gọi là nhóm nhân tố. Kết quả phân tích được trình bày sau đây.

**4.1 Kiểm định thang đo**

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo cho thấy hệ số Cronbach’s Alpha = 0,845 (lớn hơn mức chuẩn 0,6). Ta có cơ sở kết luận rằng việc áp dụng thang đo Likert đạt độ tin cậy cao và có thể sử dụng được để phân tích cho các bước tiếp theo.

**4.2 Phân tích nhân tố**

Một trong những bước quan trọng trước khi tiến hành phân tích nhân tố là kiểm định hệ số tương quan biến tổng của tất cả các tiêu chí cần phân tích, mặc dù hệ số Cronbach’s Alpha lớn hơn 0,6. Kết quả kiểm định hệ số tương quan biến tổng cho thấy rằng hệ số của tiêu chí *giá cả hàng hóa tại chợ đêm rẻ hơn các chợ khác* nhỏ hơn 0,3. Hay nói cách khác, tiêu chí này chưa đạt điều kiện để đưa vào mô hình phân tích nhân tố. Thật ra, tiêu chí này có thể giải thích rằng cũng tùy theo các tiêu thương bán hàng và tùy theo mặt hàng mà mỗi mặt hàng có giá cả khác nhau. Do vậy, đáp viên không thể xác định được giá cả nói chung tại chợ đêm có thấp hơn so với những nơi khác hay không. Bên cạnh đó, ba tiêu chí khác như có nhiều hàng hóa mới (1) và vị trí thuận tiện của chợ (2) đều có hệ số tương quan tổng nhỏ hơn 0,3. Vì vậy, tổng cộng có 04 tiêu chí bị loại ra khỏi mô hình phân tích nhân tố, và mô hình phân tích còn 22 tiêu chí.

Với số lượng tiêu chí 22 trong số 26 được sử dụng trong phân tích, hệ số Cronbach’s Alpha của

thang đo bây giờ là 0,827 thỏa điều kiện lớn hơn 0,6. Đồng thời, hệ số tương quan biến tổng của các tiêu chí này đều lớn hơn 0,3.

Kiểm định KMO trong phân tích nhân tố cho thấy hệ số KMO là 0,76 nằm trong khoảng giữa 0,5 và 1; nghĩa là phân tích nhân tố phù hợp với các tiêu chí đưa vào mô hình phân tích. Bên cạnh đó, kết quả kiểm định Bartlett’s Test về mối tương quan của các tiêu chí cho thấy nhỏ hơn mức ý nghĩa 5% (Sig. = 0,000). Điều này có thể kết luận rằng các tiêu chí trong mô hình có mối tương quan chặt chẽ với nhau, phù hợp với việc sử dụng công cụ phân tích nhân tố.

Tiếp theo của phân tích nhân tố, kết quả phát hiện có 8 nhóm nhân tố được rút ra (8 nhân tố có Eigenvalue > 1), có nghĩa là 8 nhóm nhân tố được khách hàng quan tâm đánh giá. Hơn nữa, với phương pháp rút trích (principal components và phép quay varimax), kết quả phân tích nhân tố đã tập hợp thành 8 nhóm nhân tố từ 22 tiêu chí quan sát, với phương sai trích 69,61% lớn hơn 50%.

Nhìn chung, mức độ đánh giá của khách hàng về các yếu tố trên là ở mức tốt liên quan đến cách bán hàng và sự đa dạng hàng hóa. Cụ thể, đáp viên đánh giá cao về thái độ phục vụ của người bán hàng, với mức điểm trung bình từ 3,22 đến 3,57/5. Tuy nhiên, tiêu chí về sự thân thiện chỉ được đánh giá ở mức trung bình 3,22. Kết quả này được giải thích do đôi khi người bán hàng cảm thấy khó chịu khi khách hàng trả giá quá thấp hoặc lựa chọn quá lâu nhưng không mua.

Vấn đề đáng chú ý từ kết quả đánh giá về hoạt động chợ đêm đó là nét riêng biệt hoặc đặc sản của địa phương hầu như bị đánh giá ở mức thấp, dưới thang điểm trung bình. Điều này cũng dễ dàng nhận thấy khi quan sát các khu chợ đêm trên địa bàn, đó là nét tương đồng về hình thức kinh doanh,

chúng loại hàng hóa,... hầu như chưa có sự khác biệt giữa các chợ đêm cũng như thiếu vắng sự tham gia kinh doanh những mặt hàng đặc sản của địa phương. Trong khi đó, mục tiêu ban đầu khi xây dựng mô hình chợ đêm chủ yếu kinh doanh những sản phẩm đặc trưng địa phương để kết hợp quảng bá du lịch. Như vậy, có thể cho thấy rằng mục tiêu quảng bá du lịch thông qua mô hình hoạt động chợ đêm trên địa bàn quận Ninh Kiều dường như chưa đạt như kỳ vọng. Bên cạnh đó, do đặc điểm của chợ đêm có thu hút sự tham quan và mua sắm của du khách nước ngoài nên người bán hàng có sự chuẩn bị về ngoại ngữ để giao tiếp, tuy nhiên khả năng giao tiếp ngoại ngữ của người bán hàng được đáp viên đánh giá ở mức thấp – dưới trung bình.

Hơn nữa, các nhóm nhân tố mà đáp viên quan tâm và đánh giá ở mức thấp – không tốt – tập trung vào các tiêu chí như tình trạng móc túi, thiếu bãi giữ xe hoặc bãi giữ xe cách xa khu vực chợ, thiếu nhà vệ sinh chung, và chất lượng hàng hóa có tiêu chuẩn. Cụ thể, đáp viên cho rằng tình hình an toàn giao thông tại chợ vẫn chưa đảm bảo do xe gắn máy vẫn được phép lưu thông trong khu vực chợ

(do khu vực chợ hoạt động ngay trên đường giao thông) và người mua hàng đậu xe ngay lối đi nên tình trạng kẹt xe, chen lấn... xảy ra thường xuyên.

Liên quan đến vấn đề giá cả và chất lượng hàng hóa, hầu hết đáp viên chưa đánh giá cao, với yếu tố giá cả tương ứng với chất lượng khách hàng đánh giá ở mức trung bình 3,11. Điều này có thể giải thích rằng đại đa số người bán hàng lúc nào cũng muốn bán được giá cao để đạt được lợi nhuận trong khi đó họ biết rõ sản phẩm của họ thuộc dạng nào và phải bán như thế nào là hợp lý. Giá cả đã không tương ứng như chất lượng là một chuyện, vấn đề đặt ra ở chợ đêm Ninh Kiều còn là vấn đề hàng hóa không có xuất xứ, nguồn gốc nhãn mác. Chính vì vậy, đáp viên đánh giá tiêu chí về chất lượng hàng hóa ở mức trung bình 2,96/5 điểm. Kết quả phân tích cho thấy vấn đề đáng suy nghĩ đó là các nhà đầu tư vào dự án chợ đêm Ninh Kiều và ban quản lý chợ cần truyền thông cho các tiểu thương tham gia kinh doanh tại chợ nhận thức được vấn đề này nhằm nâng cao hiệu quả và hình ảnh của mô hình chợ đêm trong tương lai.

**Bảng 2: Kết quả ma trận nhân tố đã xoay**

Các yếu tố	Nhóm nhân tố							
	1	2	3	4	5	6	7	8
NV01	0,810							
NV02	0,775							
NV03	0,771							
NV04	0,739							
ĐS02		0,796						
ĐS01		0,786						
NV03		0,563						
AN01			0,827					
AN02			0,791					
AN03			0,565					
HT01				0,710				
HT4				0,700				
GI2				0,624				
HT2				0,551				
GI3					0,778			
CL2					0,752			
CL3					0,520			
TB2						0,862		
TB1						0,764		
HT3							0,836	
HT4							0,575	
CL1								0,856

Nguồn: Kết quả điều tra, 2013

**Bảng 3: Đặc điểm các nhóm nhân tố (đã phân tích)**

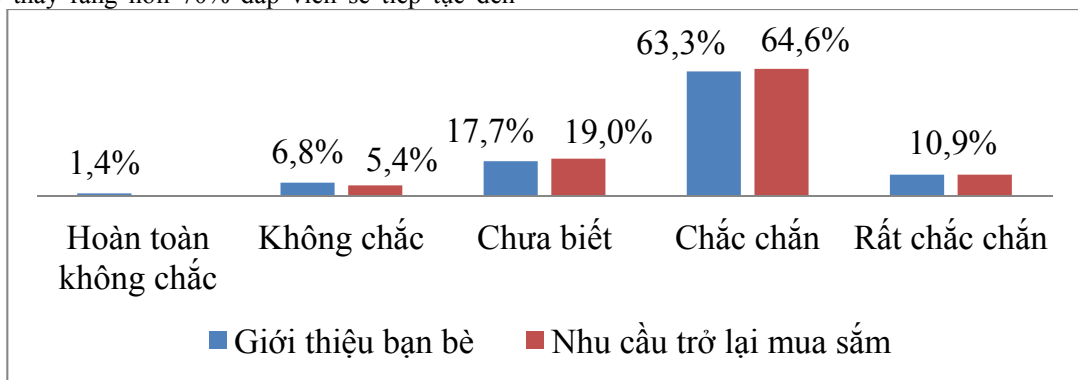
Nhóm nhân tố	Các tiêu chí	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Đánh giá
Nhân viên bán hàng (4)	Sẵn sàng phục vụ khách hàng	3,56	1,03	Tốt
	Phục vụ nhanh chóng	3,57	1,07	Tốt
	Thái độ thân thiện	3,22	0,99	Trung bình
	Ăn mặc gọn gàng	3,68	0,99	Tốt
Nét riêng biệt (3)	Có bán đặc sản địa phương	1,98	0,67	Không tốt
	Đặc sản hấp dẫn	2,00	0,75	Không tốt
	Nhân viên có khả năng giao tiếp ngoại ngữ	2,28	0,88	Không tốt
An ninh trật tự (3)	Có lực lượng bảo vệ thường xuyên	3,13	0,94	Trung bình
	Không có móc túi, trộm cắp	2,46	0,97	Không tốt
	Đảm bảo an toàn giao thông.	2,78	0,94	Trung bình
Cơ sở vật chất, niềm yết giá (4)	Giá tương đồng những nơi khác	1,77	0,77	Không tốt
	Có bãi giữ xe rộng rãi	2,26	0,92	Không tốt
	Ánh sáng trong các cửa hàng được trang bị tốt	3,72	1,02	Tốt
	Có khu nhà vệ sinh chung	2,47	1,33	Không tốt
Chất lượng và giá cả (3)	(1) Giá cả phù hợp với chất lượng	3,11	1,00	Trung bình
	(2) Hàng hóa có nguồn gốc xuất xứ	2,96	1,09	Trung bình
	(3) Hàng hóa có chất lượng tốt, đạt tiêu chuẩn	2,47	1,02	Không tốt
Trung bày hàng hóa (2)	Trung bày hàng hóa đẹp	3,56	0,88	Tốt
	Có đầy đủ vật dụng hỗ trợ trung bày	3,31	0,92	Trung bình
Không gian mua sắm (2)	Khu vực mua sắm sạch sẽ, thoáng mát	3,36	1,00	Trung bình
	Các quầy hàng thiết kế thuận tiện để tìm kiếm hàng hóa.	3,29	0,89	Trung bình
Sự đa dạng của hàng hóa (1)	Hàng hóa đa dạng thuận tiện lựa chọn.	3,81	0,96	Tốt

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2013

**4.3 Xu hướng trải nghiệm và gợi ý nâng cao hoạt động chợ đêm**

Mặc dù, hoạt động chợ đêm trên địa bàn quận Ninh Kiều còn tồn tại nhiều khó khăn và được đáp viên đánh giá ở mức tương đối khá. Tuy nhiên, đa số đáp viên được hỏi rằng “*Anh/Chị có tiếp tục đến chợ đêm tham quan hoặc mua sắm không?*” hoặc “*gợi thiệu hoạt động chợ đêm cho người khác, khi có cơ hội không?*” Kết quả khảo sát cho thấy rằng hơn 70% đáp viên sẽ tiếp tục đến

chợ đêm để tham quan mua sắm hoặc giới thiệu cho người khác – bạn bè, người thân – khi có cơ hội. Điều này cho thấy rằng đa số đáp viên chấp nhận văn hóa và môi trường mua bán tại các chợ đêm, nghĩa là họ chấp nhận sự tồn tại về những khía cạnh hạn chế của hoạt động chợ đêm. Tuy nhiên, cũng có hơn 20% trong số đáp viên thể hiện ý kiến không chắc chắn sẽ tiếp tục mua sắm hoặc giới thiệu cho người khác, và họ không đưa ra bất kỳ lời giải thích nào cho ý kiến trên.



**Hình 2: Mức độ tiếp tục mua sắm và giới thiệu người khác**

Qua khảo sát, một số câu hỏi mang tính gợi ý nâng cao chất lượng hoạt động chợ đêm cũng được khai thác. Cụ thể, họ đề xuất một số hoạt động dịch vụ nhằm góp phần nâng cao chất lượng hoạt động của mô hình chợ đêm; điển hình là họ đề xuất (i) có bãi giữ xe gần khu vực chợ và không cho phép các phương tiện giao thông tham gia lưu thông trong khu vực chợ; (ii) dịch vụ ăn uống phải đảm bảo vệ sinh và có kiểm tra, chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm; bởi vì ngoài nhu cầu mua sắm, còn có nhu cầu giải trí, ăn uống... (iii) có khu vui chơi cho trẻ em; (iv) có khu dành riêng bán sản phẩm đặc trưng của địa phương; (v) họ cũng đề xuất kéo dài thời gian hoạt động của chợ đêm.

**Bảng 4: Tần suất ý kiến đề xuất hoạt động chợ đêm**

Ý kiến	Tần suất*	Tỷ lệ
Giữ xe gần khu vực chợ	109	37,9
Dịch vụ ăn uống vệ sinh	78	21,2
Mở khu vui chơi trẻ em	47	16,4
Bán đặc sản địa phương	30	10,5
Thời gian hoạt động kéo dài hơn	23	8,0
<b>Tổng</b>	<b>287</b>	<b>100,0</b>

\* câu hỏi với nhiều đáp án nên tần suất trả lời sẽ lớn hơn số quan sát

## 5 KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

Kết quả phân tích trên đã cung cấp một bức tranh về thực trạng của mô hình hoạt động chợ đêm trên địa bàn quận Ninh Kiều, TP Cần Thơ, một số vấn đề quan trọng được đánh giá qua khảo sát 147 đáp viên – người tham quan và mua sắm – tại các chợ đêm được tóm lược như sau:

– Chợ đêm trên địa bàn quận Ninh Kiều đã tạo được nét văn hóa mua sắm, tiêu dùng của đô thị, đồng thời chợ đêm là địa điểm tham quan của du khách, cũng như người dân địa phương. Do đó, việc phát triển mô hình hoạt động chợ đêm là cần thiết. Tuy nhiên, cần chú ý giải quyết một số vấn đề tồn tại đó là kiểm tra tình hình giá cả, hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc để bảo đảm chất lượng phục vụ cũng như uy tín của hoạt động chợ đêm.

– Vấn đề an ninh trật tự tại khu vực chợ đêm đang có chiều hướng phức tạp, tình trạng móc túi, kẹt xe... nên cần có sự quan tâm của chính quyền địa phương, cụ thể là bảo vệ khu vực chợ đêm tăng cường công tác kiểm tra và tuần tra.

– Sản phẩm kinh doanh tại chợ đêm còn đơn điệu, chưa thật sự hấp dẫn, chủ yếu các sản phẩm thời trang như quần áo, giày dép, mắt kính, dây nịch,...; thiếu vắng những sản phẩm đặc trưng của địa phương.

## Một vài đề xuất nâng cao hoạt động của mô hình chợ đêm

Ủy ban nhân dân quận Ninh Kiều, Phòng quản lý đô thị quận xem xét phương án tổ chức hoạt động mô hình chợ đêm theo hướng an ninh, an toàn hơn. Cụ thể là đề xuất phương án không cho phép phương tiện tham gia giao thông vào khu vực chợ trong thời điểm hoạt động. Đồng thời, tổ chức công tác tuần tra thường xuyên để đảm bảo trật tự và an ninh.

Hơn nữa, có thể xem xét phương án mở rộng và đa dạng hóa các hoạt động tại khu vực chợ đêm gồm khu mua sắm, giải trí cho trẻ em, và ẩm thực, đặc biệt là điểm giới thiệu những món ăn cũng như sản phẩm đặc trưng của địa phương nhằm thu hút du khách và người dân địa phương.

Các tiêu thương kinh doanh tại khu vực chợ đêm cần lưu ý một số điểm mà khách hàng quan tâm như: hàng hóa có nguồn gốc rõ ràng, có niêm yết giá, cách phục vụ giao tiếp trong bán hàng. Đối với những tiêu thương kinh doanh thực phẩm cần lưu ý vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm, cũng như trung bày và chế biến thực phẩm cho hợp vệ sinh.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công thương (Bộ Thương Mại trước đây) (1996), Thông tư 15/1996/BTM-CSTTTN về hướng dẫn tổ chức và quản lý chợ.
2. Chính phủ (2009), Nghị định số 114/2009/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP về phát triển và quản lý chợ.
3. Lâm Phước Thuận (2012), “Đánh giá sự hài lòng của khách hàng khi tham quan mua sắm tại các siêu thị ở Thành Phố Cần Thơ”, Luận văn tốt nghiệp – Khoa Kinh Tế và Quản trị Kinh doanh – Trường Đại học Cần Thơ.
4. Nguyễn Thị Mai Trang (2006), “Chất lượng dịch vụ, sự thỏa mãn và lòng trung thành của khách hàng siêu thị tại TP. HCM”. Tạp chí Phát triển KH & CN, số 10 tập 9.
5. Nguyễn Thị Phương Dung & Bùi Thị Kim Thanh (2011), “So sánh hành vi lựa chọn nơi mua sắm của người tiêu dùng đối với loại hình siêu thị và chợ truyền thống: trường hợp ngành hàng tiêu dùng tại TP. Cần Thơ”, Tạp chí Khoa học số 20b, Trường Đại học Cần Thơ.
6. Parasuraman, A.V.A. Zeithaml, & Berry, L.L (1998), “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality”, Journal of Retailing, Vol.64 No.1, pp.12-37.
7. Zeithaml, V.A. & M.J. Bitner (2000), “Service Marketing”, Boston: McGraw Hill.