

# ẢNH HƯỞNG CỦA TRẢI NGHIỆM ẨM THỰC ĐƯỜNG PHỐ ĐẾN HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Thị Diễm Kiều<sup>1</sup>, Lê Trung Đạo<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Tài chính – Marketing

Tác giả liên hệ: Email: nguyengkieu@ufm.edu.vn

Ngày nhận bài: 21/11/2023

Ngày chấp nhận: 06/6/2024

Ngày đăng: 25/08/2024

DOI: 10.52932/jfm.v15i6.461

**Phụ lục 1.** Bảng tổng hợp thang đo chính thức của nghiên cứu

Thang đo	Ký hiệu	Các biến quan sát	Nguồn
Chất lượng trải nghiệm ẩm thực đường phố	CLSP1	Tôi đã có trải nghiệm tuyệt vời tại các hàng bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh	Lee và cộng sự, 2019.
	CLSP2	Tôi thấy ấn tượng bởi chất lượng của thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh	
	CLSP3	Tôi cảm thấy những điều tích cực về các sản phẩm thức ăn đường phố dành cho khách du lịch tại Tp. Hồ Chí Minh	
	CLMT1	Người bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh cởi mở và nhiệt tình	
	CLMT2	Tôi được tương tác nhiều với người bán thức ăn đường phố	
	CLMT3	Tôi vui vì được tương tác với người bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh	
	CLTT1	Nhìn chung, chất lượng sự tương tác của người bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh với khách hàng là tuyệt vời	
	CLTT2	Môi trường không gian ở hàng bán thức ăn đường phố tuyệt vời	
	CLTT3	Tôi ấn tượng với chất lượng chung của bầu không khí thực tế ở hàng bán thức ăn đường phố	
	CLTT4	Tôi tin rằng môi trường của các hàng bán thức ăn đường phố có chất lượng cao	
Văn hóa ẩm thực địa phương đặc trưng	VHDP1	Tp. Hồ Chí Minh có nhiều món ăn độc đáo	Okumus và cộng sự, 2018; Privitera & Nesci, 2015
	VHDP2	Thức ăn đường phố Tp. Hồ Chí Minh đa dạng, phong phú cả về nguyên liệu và cách chế biến.	
	VHDP3	Thức ăn đường phố Tp. Hồ Chí Minh mang bản sắc văn hóa địa phương	
Hình ảnh điểm đến	HADD1	Ẩm thực đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh cung cấp dịch vụ tốt	Stylidis và cộng sự, 2017
	HADD2	Ẩm thực đường phố tạo hình ảnh tốt cho Tp. Hồ Chí Minh	
	HADD3	Ẩm thực đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh nổi tiếng	
	HADD4	Ẩm thực đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh mang lại hình ảnh tốt cho chuyên đi của tôi.	

**Phụ lục 2: Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo**

Mã hóa	Mô tả	Cronbach's Alpha nếu loại biến	Ghi chú
<b>Thang đo Trải nghiệm ẩm thực đường phố: Cronbach's Alpha= 0,875</b>			
CLSP1	Tôi đã có trải nghiệm tuyệt vời tại các hàng bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh	0,520	
CLSP2	Tôi thấy ấn tượng bởi chất lượng của thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh	0,691	
CLSP3	Tôi cảm thấy những điều tích cực về các sản phẩm thức ăn đường phố dành cho khách du lịch tại Tp. Hồ Chí Minh	0,508	
CLMT1	Người bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh cởi mở và nhiệt tình	0,569	
CLMT2	Tôi được tương tác nhiều với người bán thức ăn đường phố	0,667	
CLMT3	Tôi vui vì được tương tác với người bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh	0,582	
CLTT1	Nhìn chung, chất lượng sự tương tác của người bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh với khách hàng là tuyệt vời	0,656	
CLTT2	Môi trường không gian ở hàng bán thức ăn đường phố tuyệt vời	0,679	
CLTT3	Tôi ấn tượng với chất lượng chung của bầu không khí thực tế ở hàng bán thức ăn đường phố	0,687	
CLTT4	Tôi tin rằng môi trường của các hàng bán thức ăn đường phố có chất lượng cao	0,746	
<b>Thang đo Văn hóa ẩm thực địa phương đặc trưng: Cronbach's Alpha= 0,725</b>			
VHDP1	Tp. Hồ Chí Minh có nhiều món ăn độc đáo	0,643	
VHDP2	Thức ăn đường phố Tp. Hồ Chí Minh đa dạng, phong phú cả về nguyên liệu và cách chế biến.	0,626	
VHDP3	Thức ăn đường phố Tp. Hồ Chí Minh mang bản sắc văn hóa địa phương	0,643	
<b>Thang đo Hình ảnh điểm đến: Cronbach's Alpha= 0,747</b>			
HADD1	Ẩm thực đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh cung cấp dịch vụ tốt	0,684	
HADD2	Ẩm thực đường phố tạo hình ảnh tốt cho Tp. Hồ Chí Minh	0,697	
HADD3	Ẩm thực đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh nổi tiếng	0,647	
HADD4	Ẩm thực đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh mang lại hình ảnh tốt cho chuyến đi của tôi.	0,723	

**Phụ lục 3. Thông tin về mẫu nghiên cứu**

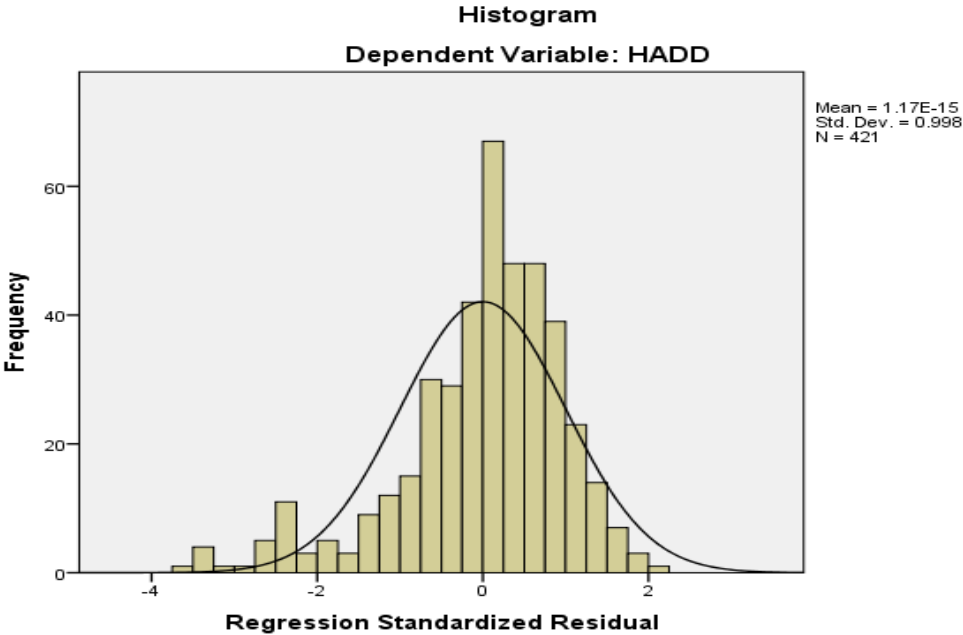
Các đặc điểm cá nhân của khách du lịch trên địa bàn TP.Hồ Chí Minh		Tần số	Tần suất (%)
Tuổi	Dưới 18	19	4,5%
	Từ 18-29 tuổi	196	46,6%
	Từ 30-44 tuổi	162	38,5%
	Từ 45-60 tuổi	30	7,1%
	Trên 60 tuổi	14	3,3%
Giới tính	Nam	172	40,9%
	Nữ	248	59,1%
	Cán bộ, công chức, viên chức Nhà Nước	77	18,3%

<b>Các đặc điểm cá nhân của khách du lịch trên địa bàn TP.Hồ Chí Minh</b>		<b>Tần số</b>	<b>Tần suất (%)</b>
Nghề nghiệp	Nhân viên doanh nghiệp tư nhân	185	43,9%
	Học sinh sinh viên	123	29,2%
	Hưu trí	32	7,6%
	Làm tự do	4	1%
Trình độ học vấn	Dưới trung học phổ thông	35	8,3%
	Phổ thông trung học	101	24%
	Cao đẳng, trung cấp	73	17,3%
	Đại học	160	38%
	Sau đại học	52	12,4%
Thu nhập hàng tháng	Dưới 10 triệu đồng	123	29,2%
	Từ 10 triệu – dưới 15 triệu đồng	98	23,3%
	Từ 15 triệu- dưới 20 triệu đồng	103	24,5%
	Từ 20 triệu đồng trở lên	97	23,0%
Số lần đến TP.HCM	1 lần	104	24,7%
	2-3 lần	126	29,9%
	Trên 3 lần	191	45,4%
Mục đích chính đến TP.HCM	Tham quan	85	20,2%
	Công tác	227	53,9%
	Âm thực	19	4,5%
	Thăm họ hàng, bạn bè	86	20,4%
	Nghĩ dưỡng	4	1%
Cơ sở lưu trú trong chuyến TP.HCM	Khách sạn 1-2 sao	48	11,4%
	Khách sạn 3 sao	101	24%
	Khách sạn 4-5 sao	62	14,7%
	Nhà nghỉ hoặc motel	89	21,1%
	Homestay	65	15,4%
	Resort	22	5,2%
	Khác	34	8,1%
Thời gian ở TP.HCM	1-3 ngày	115	27,3%
	4-7 ngày	124	29,5%
	8-10 ngày	70	16,6%
	Trên 10 ngày	112	26,6%

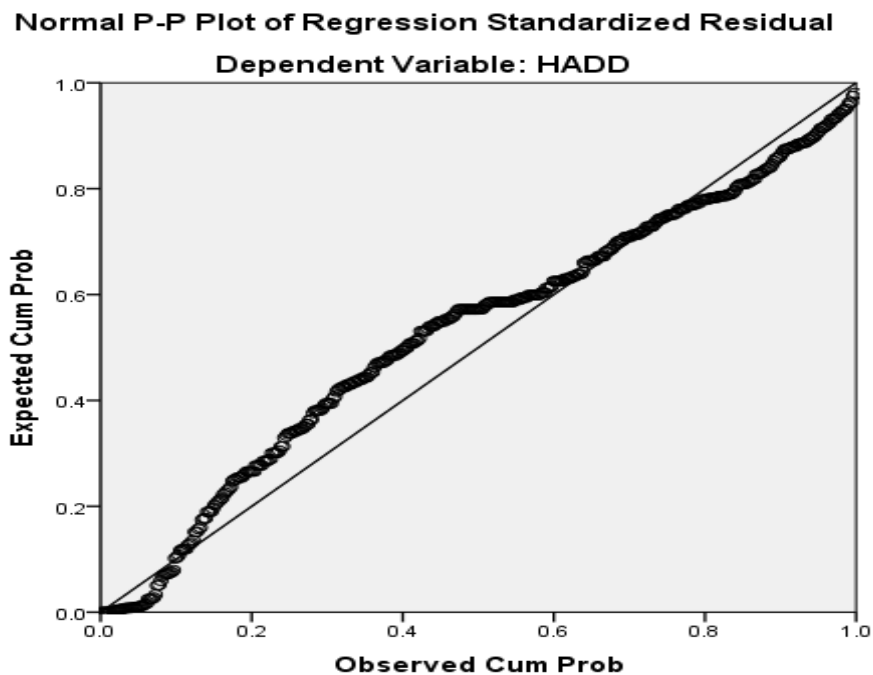
**Phục lục 4. Kết quả phân tích nhân tố**

Tiêu chí	Tên biến	Nhóm nhân tố		
		Chất lượng trải nghiệm ẩm thực đường phố	Văn hóa ẩm thực địa phương đặc trưng	Hình ảnh điểm đến
Người bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh cởi mở và nhiệt tình	CLTT1	0,780		
Tôi cảm thấy những điều tích cực về các sản phẩm thức ăn đường phố dành cho khách du lịch tại Tp. Hồ Chí Minh	CLSP3	0,715		
Tôi được tương tác nhiều với người bán thức ăn đường phố	CLTT2	0,707		
Tôi tin rằng môi trường của các hàng bán thức ăn đường phố có chất lượng cao	CLMT3	0,682		
Tôi ấn tượng với chất lượng chung của bầu không khí thực tế ở hàng bán thức ăn đường phố	CLMT2	0,675		
Tôi đã có trải nghiệm tuyệt vời tại các hàng bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh	CLSP1	0,655		
Tôi vui vì được tương tác với người bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh	CLTT3	0,650		
Môi trường không gian ở hàng bán thức ăn đường phố tuyệt vời cho khách du lịch tại Tp. Hồ Chí Minh	CLMT1	0,640		
Tôi thấy ấn tượng bởi chất lượng của thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh	CLSP2	0,607		
Nhìn chung, chất lượng sự tương tác của người bán thức ăn đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh với khách hàng là tuyệt vời	CLTT4	0,531		
Thức ăn đường phố Tp. Hồ Chí Minh đa dạng, phong phú cả về nguyên liệu và cách chế biến.	VHDP2		0,833	
Tp. Hồ Chí Minh có nhiều món ăn độc đáo	VHDP1		0,766	
Thức ăn đường phố Tp. Hồ Chí Minh mang bản sắc văn hóa địa phương	VHDP3		0,761	
Ẩm thực đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh cung cấp dịch vụ tốt	HADD1			0,809
Ẩm thực đường phố tạo hình ảnh tốt cho Tp. Hồ Chí Minh	HADD2			0,763
Ẩm thực đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh nổi tiếng	HADD3			0,743
Ẩm thực đường phố tại Tp. Hồ Chí Minh mang lại hình ảnh tốt cho chuyến đi của tôi.	HADD4			0,698
Sig	.000		.000	
Giá trị eigenvalue	4.913		1.648	
Tổng phương sai trích (%)		50,465		56,899
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,857		0,737

**Phụ lục 5. Biểu đồ phân phối chuẩn**



Phụ lục 6. Biểu đồ tần số P-P plot.



Phụ lục 7. Đồ thị phân tán

