

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM TP. HCM

KHOA DU LỊCH VÀ ẨM THỰC



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN VIỆC
CHỌN HOMESTAY
CỦA DU KHÁCH TẠI SA PA**

GVHD: NGÔ ĐÌNH TÂM

SVTH: NGUYỄN THANH HÀ PHÚC

MSSV: 2024170296

LỚP: 08DHHD1

TP. HỒ CHÍ MINH, tháng 1, 2021

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM TP. HCM

KHOA DU LỊCH VÀ ÂM THỰC



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN VIỆC
CHỌN HOMESTAY
CỦA DU KHÁCH TẠI SA PA**

GVHD: NGÔ ĐÌNH TÂM

SVTH: NGUYỄN THANH HÀ PHÚC

MSSV: 2024170296

LỚP: 08DHHD1

TP. HỒ CHÍ MINH, tháng 1, 2021

PHIẾU GIAO NHIỆM VỤ

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP
THỰC PHẨM TP. HỒ CHÍ MINH
KHOA DU LỊCH VÀ ẨM THỰC

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

PHIẾU GIAO NHIỆM VỤ

☒ Khóa luận tốt nghiệp

☐ Đồ án tốt nghiệp

(Phiếu này phải đóng vào trang đầu tiên của báo cáo)

1. Họ và tên sinh viên được giao đề tài

Nguyễn Thanh Hà Phúc

MSSV: 2024170296

Lớp: 08DHHD1

2. Tên đề tài : Các nhân tố tác động đến việc chọn homestay của du khách tại Sapa.

3. Mục tiêu của đề tài:

- Xác định các nhân tố tác động đến homestay;
- Tìm hiểu thực trạng nghiên cứu;
- Đo lường mức độ tác động của từng nhân tố;
- Đưa ra hàm ý quản trị cho điểm đến.

4. Nội dung nghiên cứu chính:

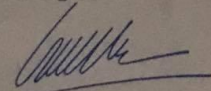
- Nghiên cứu lý thuyết quyết định chọn;
- Đánh giá thực trạng homestay tại SAPA;
- Xác định mô hình nghiên cứu;
- Xác định thang đo nghiên cứu;
- Phân tích kết quả định lượng và đưa ra hàm ý.

Ngày giao đề tài: 25/11/2020

Ngày nộp báo cáo: 15/01/2020

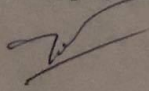
TP.Hồ Chí Minh, ngày 25 tháng 11 năm 2020

Trưởng khoa



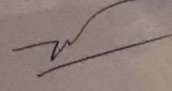
Cao Xuân Thủy

Trưởng bộ môn



Ngô Đình Tâm

Giảng viên hướng dẫn



Ngô Đình Tâm

This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the entire width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.

Giáo viên hướng dẫn

Ngô Đình Tâm

LỜI CAM ĐOAN

Để thực hiện đề tài khóa luận “**Các nhân tố tác động đến việc chọn homestay của du khách tại Sapa**” em phải nghiên cứu lý thuyết, thực tiễn tại HUFV và trao đổi nhiều lần với giảng viên hướng dẫn là thầy Ngô Đình Tâm – giảng viên khoa du lịch và ẩm thực.

Tôi cam đoan rằng báo cáo khóa luận tốt nghiệp này là do chính tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn của thầy Ngô Đình Tâm. Các số liệu và kết quả phân tích trong báo cáo là trung thực, không sao chép từ bất cứ đề tài nghiên cứu khoa học nào.

TP.HCM, tháng năm 2021

SINH VIÊN THỰC HIỆN

NGUYỄN THANH HÀ PHÚC

TÓM TẮT KHÓA LUẬN

Đề tài nghiên cứu “**Các nhân tố tác động đến việc lựa chọn homestay của du khách tại Sapa**” được thực hiện gồm 5 chương.

Chương 1 nêu lên vấn đề nghiên cứu, mục đích nghiên cứu của đề tài, đối tượng, phạm vi phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa của đề tài nghiên cứu.

Chương 2 hệ thống cơ sở lý thuyết liên quan đến du lịch homestay, các yếu tố tác động đến khách du lịch homestay và các nguồn tài liệu nghiên cứu liên quan. Từ những lý thuyết em xây dựng được mô hình nghiên cứu cho đề tài của mình.

Chương 3 bàn về quy trình nghiên cứu, các phương pháp nghiên cứu, cách lấy mẫu và xây dựng thang đo cho mô hình nghiên cứu.

Chương 4 chủ yếu tập trung vào việc phân tích định lượng, bước phân tích mô tả, độ tin cậy, phân tích nhân tố nhằm xác định các nhân tố tác động đến biến phụ thuộc, phân tích tương quan để thấy được mối tương quan giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc cũng như giữa các biến độc lập với nhau, phân tích hồi quy để xem mức độ tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc và sau cùng kiểm định trung bình giữa các nhóm mẫu khác nhau xem có sự khác biệt lựa chọn giữa các nhóm này hay không.

Chương 5, dựa vào kết quả phân tích chương 4 để nêu lên những hàm ý quản trị cho các công ty du lịch không chỉ ở TP. HCM mà còn trong cả nước nhằm thúc đẩy du lịch tại tỉnh Lào Cai nói chung và Sapa nói riêng.

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành khóa luận này, trước hết em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến quý thầy, cô giáo trong khoa Du lịch và Ẩm thực trường Đại học Công nghiệp thực phẩm Tp Hồ Chí Minh đã truyền đạt kiến thức và kinh nghiệm quý báu cho chúng em trong suốt quá trình học tập và rèn luyện tại trường.

Trong quá trình thực hiện đề tài em đã gặp không ít khó khăn. Nhưng với sự động viên giúp đỡ của quý thầy cô, người thân và bạn bè, em cũng đã hoàn thành tốt đề tài nghiên cứu của mình và có được những kinh nghiệm, kiến thức hữu ích cho bản thân.

Đặc biệt chúng em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến thầy Ngô Đình Tâm, người đã trực tiếp hướng dẫn và tận tình giúp đỡ chúng em trong suốt thời gian thực hiện đề tài.

Dù đã cố gắng nhưng không thể tránh khỏi những sai sót. Rất mong sự thông cảm và đóng góp ý kiến của quý thầy cô và các bạn để khóa luận được hoàn thiện.

Cuối cùng, xin kính chúc quý thầy cô và các bạn sức khỏe, luôn thành công trong công việc và cuộc sống.

Em xin chân thành cảm ơn!

TP Hồ Chí Minh, tháng năm 2021

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
TÓM TẮT KHÓA LUẬN	ii
LỜI CẢM ƠN	iii
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	vii
DANH MỤC BẢNG BIỂU	viii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	x
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU	1
1.1. Tính cấp thiết và lý do chọn đề tài	1
1.2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
1.4. Phương pháp nghiên cứu.....	3
1.5. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của đề tài nghiên cứu	4
CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU.....	5
2.1. Các khái niệm cơ bản của đề tài nghiên cứu.....	5
2.1.1. Khái niệm về du lịch	5
2.1.2. Khái niệm về du lịch homestay	5
2.1.3. Những đặc điểm của loại hình du lịch homestay	7
2.1.4. Những điều kiện cơ bản để phát triển loại hình du lịch homestay.....	7
2.2. Du lịch homestay trên thế giới và ở Việt Nam	12
2.2.1. Du lịch homestay tại một số quốc gia, khu vực trên thế giới.....	12
2.2.2. Du lịch homestay tại Việt Nam.....	14
2.3. Các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước	15
2.3.1. Các công trình nghiên cứu trong nước	16

2.4. Mô hình nghiên cứu về du lịch homesta	17
2.4.1. Một số mô hình nghiên cứu du lịch homestay của các tác giả.....	17
2.4.2. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu của đề tài.....	20
CHƯƠNG 3. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU	26
3.1. Quy trình nghiên cứu	26
3.2. Phương pháp nghiên cứu.....	27
3.2.1. Nghiên cứu định tính.....	27
3.2.2. Nghiên cứu định lượng	32
CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	36
4.1. Mô tả mẫu khảo sát	36
4.1.1. Thống kê mô tả mẫu định tính	36
4.1.2. Thống kê mô tả mẫu định lượng	39
4.2. Phân tích Cronbach's Alpha.....	45
4.2.1. Phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Môi Trường.....	45
4.2.2. Phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Chất lượng phục vụ.....	46
4.2.3. Phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Cơ sở vật chất.....	47
4.2.4. Phân tích Cronbach's Alpha nhân tố An toàn.....	49
4.2.5. Phân tích Cronbach's Alpha Sự Hài Lòng.....	50
4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA).....	51
4.3.1. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho các biến độc lập	51
4.3.2. Phân tích EFA đối với biến phụ thuộc	58
4.4. Phân tích Tương quan	63
4.5. Hồi quy và kiểm định mô hình.....	64
4.5.1. Phân tích hồi quy.....	64
4.6. Kết quả kiểm định các giả thuyết.....	66

CHƯƠNG 5. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....	68
5.1. Nhận xét	68
5.2. Giải pháp khai thác hiệu quả điều kiện phát triển du lịch homestay	70
5.2.1. Định hướng phát triển du lịch homestay ở Sapa	70
5.3. Giải pháp khai thác điều kiện phát triển du lịch homestay Sapa	71
5.3.1. Tạo lập cơ chế chính sách quản lý phù hợp	71
5.3.2. Xây dựng quy hoạch hợp lý	72
5.3.3. Đầu tư cơ sở hạ tầng, vật chất kĩ thuật	72
5.3.4. Xây dựng sản phẩm du lịch homestay đa dạng và đặc thù	73
5.3.5. Xúc tiến quảng bá sản phẩm du lịch homestay	74
5.3.6. Đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng	76
5.3.7. Quyền lợi công bằng	77
5.3.8. Khai thác kết hợp bảo vệ tài nguyên du lịch	78
5.3.9. Đảm bảo an toàn, an ninh	79
5.4. Một số kiến nghị	80
5.4.1. Đối với cơ quan quản lí nhà nước về du lịch	80
5.4.2. Với chính quyền địa phương	81
5.4.3. Với công ty du lịch	82
5.4.4. Với khách du lịch	82
KẾT LUẬN	84
TÀI LIỆU THAM KHẢO	86
BẢNG KHẢO SÁT CHÍNH THỨC	89
PHỤ LỤC: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU	94

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1 Mô hình nghiên cứu du lịch homestay của Seubsamarn K., Thái Lan	18
Hình 2.2 Mô hình homestay của Huan H. C., & Ho C. C., (2013).....	20
Hình 2.3 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	22

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1 Những điều kiện cơ bản phổ biến để phát triển dịch vụ homestay	7
Bảng 2.2 Mô hình nghiên cứu	23
Bảng 3.1 Quy trình nghiên cứu.....	26
Bảng 3.2 Danh sách các bạn Sinh viên tham gia thảo luận nhóm	28
Bảng 3.3 Thang đo chính thức.....	29
Bảng 4.1 Đặc điểm khách du lịch đến Sapa	36
Bảng 4.2 Số lần du khách đến với Sapa.....	37
Bảng 4.3 Hình thức du lịch của du khách.....	37
Bảng 4.4 Dịp đi du lịch của du khách.....	38
Bảng 4.5 Kênh thông tin về du lịch Sapa	38
Bảng 4.6 Kết quả thống kê mô tả định lượng của nhân tố Môi Trường.....	39
Bảng 4.7 Kết quả thống kê mô tả định lượng của nhân tố Chất lượng phục vụ.....	40
Bảng 4.8 Kết quả thống kê mô tả định lượng của nhân tố Cơ sở vật chất.....	41
Bảng 4.9 Kết quả thống kê mô tả định lượng của nhân tố An toàn.....	43
Bảng 4.10 Kết quả thống kê mô tả định lượng của nhân tố Hải lòng.....	44
Bảng 4.11 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Môi Trường.....	45
Bảng 4.12 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Chất lượng phục vụ.....	46
Bảng 4.13 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Cơ sở vật chất.....	47
Bảng 4.14 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha nhân tố An toàn.....	49
Bảng 4.15 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Sự Hải Lòng.....	50
Bảng 4.16 Kết quả phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập	51
Bảng 4.17 Phân tích nhân tố khám phá EFA lần 2	55
Bảng 4.18 Kết quả phân tích EFA nhân tố Sự lựa chọn dịch vụ homestay.....	58
Bảng 4.19 Bảng các nhân tố được định nghĩa lại sau phân tích EFA	59

Bảng 4.20 Kết quả phân tích tương quan.....	63
Bảng 4.21 Kết quả phân tích hồi quy.....	64
Bảng 5.1 Kết quả thống kê mô tả chung các nhân tố.....	68

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

UNWTO : Tổ chức du lịch thế giới

WTTC : Tổ chức lữ hành quốc tế

UBND : Ủy ban nhân dân

SPSS : Statistical package for the social sciences (Phần mềm SPSS xử lý và phân tích dữ liệu sơ cấp)

KMO : Kaiser – Meyer – Olkin (Chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố

ANOVA : Analysis of variance (Phân tích phương sai)

DTC : Độ tin cậy

EFA : Exploratory factor analysis (Nhân tố khám phá)

NTTP : Nguyễn Thanh Hà Phúc

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU

Trong chương này, em sẽ trình bày tổng quan về đề tài nghiên cứu nhằm có cái nhìn toàn diện nhờ đó góp phần giúp em có định hướng khi thực hiện quá trình nghiên cứu.

1.1. Tính cấp thiết và lý do chọn đề tài

Nghị quyết số 08 - NQ/TW đã xác định ngành du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn của quốc gia, du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, liên ngành. Một khi phát triển được ngành du lịch sẽ tạo cơ hội cho các ngành nghề khác phát triển. Từ nghị quyết 08 – NQ/TW đã phát triển những dự án phát triển du lịch cụ thể đề án định hướng đến năm 2020, du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại, sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và thế giới, phấn đấu đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành du lịch phát triển [9].

Cụ thể đến năm 2020, thu hút 14-15 triệu lượt khách quốc tế, tăng trưởng bình quân 12-14%/năm trong giai đoạn 2015-2020; ngành du lịch đóng góp 9-10% GDP, tổng thu từ khách du lịch đạt 29-32,5 tỷ USD, tăng trưởng 14-16% giai đoạn 2015-2020; tạo ra 3,5 triệu việc làm, trong đó có 1,02 triệu việc làm trực tiếp. Về dịch vụ lưu trú du lịch, tổng số buồng lưu trú là 600.000 buồng, trong đó 30-35% đạt chuẩn 3-5 sao [9].

Trong bối cảnh chính phủ đang xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, thì các địa phương có nền tảng, lợi thế về phát triển du lịch đang cố gắng để vực dậy, phát triển mạnh mẽ hơn nữa tiềm năng của mình, trong đó có Sapa. Sapa là một huyện nhỏ vùng cao của tỉnh Lào Cai, thị trấn Sapa nằm trên độ cao 1.600 mét so với mực nước biển. Cách thủ đô Hà Nội 350 ki – lô – mét về phía Đông Bắc Việt Nam, thị trấn Sapa đang là một điểm du lịch cực kì được yêu thích của các bạn trẻ thích đi du lịch.

Tuy là một huyện nằm ở khá cao so với đồng bằng, tuy nhiên Sapa được thiên nhiên ưu đãi với nhiều cảnh quan thiên nhiên tuyệt sắc say đắm lòng người như Thác Tiên Sa, Thác Bạc, Thác Tình Yêu – Suối Vàng, Thung lũng Mường Hoa, suối Mường Hoa, núi Hàm Rồng,... Và đặc biệt hơn cả đó chính là “Nóc nhà Đông Dương” Fansipan, là điểm đến hấp dẫn cho du khách du lịch từ mọi miền đất nước và nhiều nơi trên thế giới. Ngoài ra nơi đây còn là nơi sinh sống của các đồng bào dân tộc thiểu số như H'Mông, Dao đỏ, Tày, Giáy, Xá Phó,.. càng khiến Sapa hấp dẫn du khách hơn bao giờ hết. Du khách có thể tìm hiểu về văn hóa sinh hoạt của các đồng bào dân tộc

thiểu số qua các điểm du lịch như Bản Cát Cát, chợ phiên Sapa [4],... Có thể nói Sapa là nơi thu hút khách du lịch bậc nhất tại Việt Nam với những giá trị mà nó mang lại, góp phần phát triển mạnh mẽ hơn nền du lịch Việt Nam, theo như mục tiêu của nghị quyết 08 – NQ/TW đã xác định.

Sapa mang trong mình tiềm năng phát triển du lịch rất lớn đặc biệt là phát triển loại hình du lịch homestay. Nếu miền Nam Việt Nam có Đà Lạt là điểm du lịch được yêu thích thì ở miền Bắc của Việt Nam, điểm du lịch có thể cạnh tranh đó chính là Sapa. Có thể thấy rằng loại hình homestay đang rất được giới trẻ yêu thích bởi sự tiện lợi, thoải mái về không gian, thời gian du lịch. Điều này đã được minh chứng rất rõ ở Đà Lạt, homestay được sử dụng rất rộng rãi. Nhưng đối với Sapa lại là điều ngược lại, thực tế cho thấy rằng việc phát triển loại hình homestay ở Sapa chỉ đạt kết quả khiêm tốn. Có rất nhiều nguyên nhân khác nhau dẫn đến việc này, có thể như: việc quy hoạch phát triển các điểm đến tại Sapa chưa thực sự đồng bộ, vấn đề về giá cả, chất lượng dịch vụ, số lượng và chất lượng homestay chưa làm du khách hài lòng,... có thể chính vì những lí do trên làm cho khách du lịch không chọn homestay khi quyết định chọn Sapa làm điểm đến.

Để hiểu rõ hơn có những nhân tố nào ảnh hưởng đến việc chọn homestay của du khách tại Sapa, em quyết định chọn đề tài **“Các nhân tố tác động đến việc chọn homestay của du khách tại Sapa”** Làm đề tài làm khóa luận tốt nghiệp của em, hi vọng rằng nghiên cứu này sẽ tìm ra được những cơ sở khoa học nhằm cung cấp thông tin cơ bản về thực trạng, nguyên nhân của các vấn đề còn tồn tại cần giải quyết, trên cơ sở đó đưa ra các giải pháp nhằm giúp cho ngành du lịch Sapa nói riêng và du lịch Việt Nam nói chung càng thêm phát triển hơn trong thời gian sắp tới.

1.2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu về những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn homestay của du khách tại Sapa, nhằm đưa ra những quyết sách về chiến lược marketing, chiến lược đào tạo nhân lực, quảng bá,.. Nhằm mục đích thúc đẩy phát triển loại hình homestay tại những tỉnh có tiềm năng phát triển loại hình du lịch này đặc biệt là Sapa.

Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa lý thuyết và quyết định chọn điểm đến và các nhân tố tác động đến ý định chọn điểm đến.
- Xác định cụ thể những nhân tố tác động đến quyết định chọn điểm đến Sapa.
- Xác định mức độ tác động của từng nhân tố đến quyết định chọn điểm đến Sapa.

- Đánh giá thực trạng của homestay tại Sapa. Phân tích thực trạng phát triển loại hình homestay tại Sapa. Nhận diện được các yếu tố hạn chế, tồn tại và nguyên nhân của các hạn chế này. Sau đó đề xuất giải pháp nhằm khắc phục các hạn chế và phát triển loại hình homestay tại Sapa.

1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu

Các nhân tố ảnh hưởng quyết định lựa chọn homestay của du khách.

Đối tượng khảo sát

Du khách đã từng đi du lịch tại Sapa, du khách đã từng trải nghiệm loại hình du lịch tại Sapa, du khách đã từng trải nghiệm homestay và đang có ý định trải nghiệm homestay tại Sapa.

Về không gian

Đề tài được tiến hành nghiên cứu trên phạm vi thành phố Hồ Chí Minh

Về thời gian

Từ tháng 12 năm 2020 đến tháng 1 năm 2021.

1.4. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện qua 2 phương pháp:

Nghiên cứu định tính

Được em sử dụng để nghiên cứu các tài liệu thứ cấp liên quan và tiến hành xây dựng bảng câu hỏi. Bằng cách thảo luận với giảng viên hướng dẫn và hiệu chỉnh câu hỏi, tiếp theo phỏng vấn thử 30 người ngẫu nhiên bằng bản câu hỏi đã được hiệu chỉnh sau đó tham khảo ý kiến giảng viên hướng dẫn nhằm tìm hiểu, khám phá sâu hơn các nhân tố ảnh hưởng đến yếu tố lựa chọn của du khách, khẳng định và bổ sung thêm những tiêu chí đánh giá, xây dựng bảng câu hỏi và điều chỉnh thang đo phù hợp với điều kiện của sinh viên nhằm phục vụ cho quá trình nghiên cứu định lượng.

Nghiên cứu định lượng:

Sau khi nghiên cứu định tính sẽ tiến hành điều chỉnh và đưa ra thang đo chính thức cho bảng câu hỏi. Nghiên cứu định lượng được thực hiện bằng cách phỏng vấn qua bảng khảo sát được em thực hiện dựa trên bảng câu hỏi trên google form. Dữ liệu thu nhập được trong quá trình phỏng vấn sẽ được mã hóa và làm sạch. Sau đó tiến hành phân tích dữ liệu: Thống kê mô tả mẫu, kiểm định thang đo bằng hệ số tin cậy

Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy tuyến tính và kiểm định Anova. Tất cả các thao tác được thực hiện bằng phần mềm SPSS 20.

1.5. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của đề tài nghiên cứu

Ý nghĩa khoa học

Về khoa học, ngày nay du lịch là một ngành phát triển kinh tế mũi nhọn của Việt Nam. Rất may mắn khi dải đất hình chữ S của chúng ta được thiên nhiên ưu đãi rất nhiều tài nguyên thiên nhiên phong phú, song vẫn chưa có nhiều đề tài nghiên cứu về những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định của du khách với các điểm du lịch, em hi vọng đề tài này sẽ góp phần nhỏ vào hệ thống lý thuyết về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của khách du lịch. Đặc biệt là yếu tố lựa chọn loại hình homestay. Đề tài có thể giúp cho các bạn sinh viên và những tác giả muốn nghiên cứu về các đề tài có liên quan sử dụng tài liệu tham khảo.

Ý nghĩa thực tiễn

Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành là một ngành học đòi hỏi kiến thức thực tế và trải nghiệm rất nhiều. Việc nghiên cứu đề tài giúp cho em học hỏi, nâng cao hiểu biết, có những cái nhìn thực tế và chân thật hơn về việc phát triển du lịch.

Giúp cho bản thân em nói riêng và các nhà quản trị lữ hành, các doanh nghiệp lữ hành có tầm nhìn tổng quan về các nhân tố, từ đó xây dựng chiến lược phát triển hợp lý, nâng cao nền du lịch nước nhà.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Như đã trình bày ở bên trên, trong chương 1 này em chủ yếu nêu lên những vấn đề tổng quan, đề cương nghiên cứu như vấn đề nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, ý nghĩa của đề tài. Nội dung quan trọng nhất của chương gồm vấn đề nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu.

CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Chương này sẽ trình bày tất cả các cơ sở lý thuyết có liên quan đến đề tài, trọng tâm là các mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn homestay của du khách.

2.1. Các khái niệm cơ bản của đề tài nghiên cứu

2.1.1. Khái niệm về du lịch

Theo Luật Du Lịch, số 44/2005/QH11, Điều 4, Chương 1:

Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định.

Khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến.

Hoạt động du lịch là hoạt động của khách du lịch, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch, cộng đồng dân cư và cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan đến du lịch.

Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thoả mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch.

Dịch vụ du lịch là việc cung cấp các dịch vụ về lữ hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và những dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

Cơ sở lưu trú du lịch là cơ sở cho thuê buồng, giường và cung cấp các dịch vụ khác phục vụ khách lưu trú, trong đó khách sạn là cơ sở lưu trú du lịch chủ yếu [10].

2.1.2. Khái niệm về du lịch homestay

Khái niệm về du lịch homestay còn rất mới, nên hiện tại sau quá trình nghiên cứu, đã có rất nhiều các khái niệm về loại hình du lịch này. Bởi vì còn quá mới nên hiện tại vẫn còn đang trong quá trình tranh luận để đi đến thống nhất một định nghĩa chung nhất. Bởi vì nó đã và đang được tiếp nhận và hiểu theo nhiều góc độ khác nhau.

Trong từ điển tiếng Anh (Oxford), “homestay” chỉ người từ nơi khác, vùng khác đến ở tại nhà người dân nơi mình đến học tập, tìm hiểu văn hóa, lối sống của vùng đất mới.

Homestay là thuật ngữ là “ở trong nhà của một ai đó”. Theo định nghĩa, homestay là một ngôi nhà của “cư ngụ cùng với một gia đình – hộ gia đình”. Homestay cung cấp một cơ hội để trải nghiệm những cách sống của người dân địa phương của một khu vực cùng với các bản địa về truyền thống các nền văn hóa trong một khung cảnh giản dị thoải mái [18].

Paul Lynch, đưa ra một định nghĩa rộng hơn về homestay bằng cách giới thiệu nó như là ngôi nhà thương mại, theo đó du khách hoặc khách hàng trả tiền để ở trong nhà riêng tư, nơi diễn ra sự tương tác với một chủ nhà hoặc hộ gia đình. Đó là một đặc trưng rất độc đáo vì khái niệm này thúc đẩy sự tương tác giữa các chủ nhà và khách du lịch và hoạt động như một phương thức phát triển để nâng cao nhận thức về việc trao đổi văn hóa và tôn trọng văn hóa của chủ [24].

Theo Tiêu chuẩn Quốc gia về “Tiêu chuẩn nhà ở có nhà cho khách du lịch thuê”: homestay là “nơi sinh sống của người sở hữu nhà hoặc sử dụng hợp pháp trong thời gian cho thuê lưu trú, có trang thiết bị, tiện nghi cho khách du lịch thuê lưu trú, có thể có dịch vụ khác theo khả năng đáp ứng của chủ nhà” [3].

Du lịch homestay hiện nay là loại hình du lịch khá phổ biến ở nhiều quốc gia trên thế giới và Việt Nam. Loại hình du lịch này đã phát triển mạnh trong những năm gần đây, thu hút được sự quan tâm của khách du lịch, tạo điều kiện cho cộng đồng tham gia trực tiếp vào các hoạt động du lịch. Du lịch homestay phát triển dựa trên những giá trị hấp dẫn của thiên nhiên và đặc biệt là văn hóa bản địa. Bản sắc văn hóa của mỗi vùng, miền luôn là những ẩn số hấp dẫn, trở thành động cơ để khách du lịch đến tìm hiểu, khám phá.

Ở một số nước phát triển loại hình du lịch homestay khá phát triển như Thái Lan, khái niệm homestay được hiểu như sau: “Du lịch homestay là một loại hình du lịch cộng đồng, dành cho các đối tượng khách thích được trải nghiệm cuộc sống cùng với các hộ gia đình tại nhà của họ, nhằm tìm hiểu về cộng đồng và phong cách sống của người dân địa phương cũng như nâng cao hiểu biết về điều kiện tự nhiên và những nét văn hóa đặc sắc thông qua các hộ gia đình đó” [17].

Tổng hợp và tiếp nhận những định nghĩa trên em đưa ra khái niệm du lịch homestay dưới góc độ và tên gọi cho một loại hình du lịch. Khái niệm như sau: “ *Du lịch homestay là loại hình du lịch mà khách du lịch sẽ được đến sinh sống và trực tiếp tham gia vào cuộc sống thường nhật của cư dân địa phương nhằm cảm nhận trực tiếp những giá trị văn hóa đặc trưng tại nơi mà du khách đến.*”

Có thể nói rằng loại hình du lịch homestay sẽ phù hợp với các đối tượng du khách có nhu cầu tìm hiểu về văn hóa, thích trải nghiệm và cảm nhận trực tiếp những giá trị văn hóa của người bản địa, điều này khá phù hợp với đối tượng khách du lịch trẻ, năng động, không ngại khó.

2.1.3. Những đặc điểm của loại hình du lịch homestay

Homestay với tư cách là một loại hình du lịch mới ra đời nhưng hình thức sơ khai của nó đã xuất hiện từ thời cổ đại. Thời kỳ đó, tuy du lịch chưa phải là hoạt động dành cho đại bộ phận quần chúng nhân dân nhưng việc đi du lịch xa nhà và ở lại nơi đến là phổ biến. Các cung điện, khách sạn, biệt thự hay nhà nghỉ dành cho du lịch nghỉ dưỡng mà đối tượng khách chủ yếu là tầng lớp vua chúa, quý tộc hay những người giàu có. Du lịch hành hương, du lịch tôn giáo là một trong những loại hình du lịch chính trong giai đoạn này. Những chuyến hành hương về thánh địa, nhà thờ diễn ra một cách rầm rộ. Khách hành hương thường nghỉ tại các nhà dân ven đường. Chủ nhà phục vụ khách ăn nghỉ tận tình không phải vì mục đích kinh tế mà chủ yếu là xuất phát từ bản phận của các con chiên với đức tin toàn năng. Khách trước khi đi có tặng chủ nhà một hiện vật hay một khoản tiền tượng trưng như một sự tỏ lòng biết ơn. [11]

Phương thức tổ chức loại hình du lịch homestay là “3 cùng”: Cùng ăn – cùng ở – cùng sinh hoạt. Đây là đặc trưng nổi bật nhất của loại hình du lịch này.

Du lịch homestay thuộc loại hình du lịch văn hóa bởi vì hoạt động du lịch homestay thường diễn ra chủ yếu trong môi trường nhân văn và văn hóa, khai thác các giá trị của tài nguyên du lịch nhân văn, và đặc biệt là văn hóa bản địa của cộng đồng cư dân địa phương.

Du lịch homestay còn là loại hình tham quan, khám phá những nét văn hóa độc đáo của cộng đồng địa phương thông qua những hoạt động thường nhật cùng ăn, cùng ở, cùng nhau sinh hoạt với hộ gia đình người dân bản địa tại điểm đến, giúp cho khách du lịch thỏa mãn tính tò mò, hiếu kỳ muốn tìm hiểu về văn hóa, ngoài ra còn nâng cao nhận thức về thế giới quan xung quanh mình.

Du lịch homestay là loại hình du lịch nhà dân, có thể hiểu là nhà người dân chính là cơ sở lưu trú chính phục vụ khách du lịch trong suốt quá trình du lịch. Điều này không chỉ góp phần vào việc tăng sự đa dạng cho các cơ sở lưu trú mà chính nhà của những người dân đó mang trong mình những nét sinh hoạt của thành viên trong gia đình, đây có thể hiểu là tài nguyên du lịch nhân văn mà khách du lịch phải tự mình tham gia vào các hoạt động thường nhật để tự mình cảm nhận những giá trị đó [4].

Có thể nói homestay có giá cả khá mềm, vừa túi tiền cho tất cả các loại du khách.

2.1.4. Những điều kiện cơ bản để phát triển loại hình du lịch homestay

Những điều kiện cơ bản phổ biến để phát triển dịch vụ homestay gồm các yếu tố cơ bản:

Bảng 2.1 Những điều kiện cơ bản phổ biến để phát triển dịch vụ homestay

STT	Tiêu chí	Nội dung
1	Cơ sở lưu trú	<p>Nơi lưu trú sạch sẽ và an toàn.</p> <p>Thông gió và không bị ẩm mốc, không có mùi.</p> <p>Có đủ ánh sáng tự nhiên vào phòng.</p> <p>Mái che chắc chắn và không thấm nước.</p> <p>Giường ngủ đạt tiêu chuẩn, có nệm, bọc nệm, chăn, gối và khăn phủ giường sạch sẽ và được thay sau khi khách đi, có bộ mới cho khách mới.</p> <p>Có phòng tắm sạch sẽ và các tiện nghi vệ sinh.</p> <p>Sử dụng phương pháp truyền thống để chống muỗi.</p> <p>Tiêu chuẩn nhà ở thực hiện theo tiêu chuẩn quốc gia TCVN 7800:2013 [3].</p>
2	Thực phẩm	<p>Thực phẩm được chuẩn bị tốt.</p> <p>Dụng cụ nhà bếp sạch sẽ và vệ sinh.</p> <p>Bếp sạch sẽ và không có mùi ẩm mốc, hôi thối.</p> <p>Có nước uống sạch.</p> <p>Cộng đồng có một nhà hàng phục vụ ăn uống.</p>

3	An toàn	<p>Cộng đồng có người trực để đảm bảo an toàn, an ninh.</p> <p>Có phương tiện thông tin để báo động các nguy hiểm sắp xảy ra.</p> <p>Nếu khách bị đau ốm, bị thương tích có thể tiếp cận nhanh và thuận tiện với nơi cấp cứu.</p> <p>Dự án hoặc người thực hiện homestay phải khuyến cáo khách du lịch bảo vệ tài sản của mình và nhắc nhở họ mang theo người các loại thuốc họ cần dùng.</p>
---	---------	---

Nguồn: [1],[3]

2.1.4.1 Đa dạng hóa loại hình du lịch

Du lịch đang được định hướng để trở thành một trong những mũi nhọn kinh tế của Việt Nam, việc đa dạng hóa loại hình du lịch là việc cần thiết để đẩy mạnh phát triển du lịch. Ngoài việc phát triển về kinh tế cho cả nước, còn đem lại nguồn thu nhập cho cư dân địa phương.

Homestay chính thức đi vào hoạt động tại Việt Nam vào năm 2006. Việc đa dạng hóa các loại hình du lịch không chỉ là nhiệm vụ mà còn là yếu tố tiên quyết cho sự tồn tại của ngành du lịch một quốc gia. Trên thực tế, du lịch Việt Nam vẫn đang ở dạng tiềm năng, những lợi thế du lịch chỉ được khai thác ở mức độ cơ bản. Tuy vậy, với những bước thử nghiệm về các loại hình du lịch mới, homestay, du lịch Việt Nam đang từng bước gặt hái được những thành công.

2.1.4.2 Giáo dục ý thức bảo vệ tài nguyên du lịch

Đã làm du lịch thì phải hướng tới sự phát triển bền vững. Bởi một lẽ, muốn thu hút được khách du lịch đến và sử dụng các dịch vụ, phải có nguồn tài nguyên du lịch nổi

bật, được đầu tư để phát triển. Tuy nhiên, tài nguyên du lịch nào cũng có mặt hạn chế của nó, không có tài nguyên du lịch nào có thể tồn tại lâu dài nếu bị tàn phá nặng nề. Không cần phải nói quá nhiều về tác hại của việc ô nhiễm môi trường nữa bởi vì trong năm 2020 chúng ta đã chứng kiến tác hại của nó quá nhiều, cháy rừng xảy ra liên tục, môi trường biến động, các giá trị về văn hóa bị biến chất,... Để có thể có một nền du lịch phát triển mạnh mẽ và bền vững, chúng ta cần phải bảo vệ và gìn giữ nó, và để việc bảo vệ các tài nguyên du lịch có thể vận hành một cách trơn tru và hiệu quả không thể không có sự tham gia của các cấp chính quyền, công ty du lịch, các cư dân địa phương,...

Đối với công ty du lịch và chính quyền địa phương

Chính quyền địa phương: Có các chính sách, qui định về việc bảo vệ các di tích lịch sử, tu bổ và tôn tạo các điểm du lịch nhân văn, để khách du lịch có thể tìm hiểu về những nét văn hóa, các phong tục truyền thống của cộng đồng địa phương. Tuyên truyền cho cư dân địa phương về tầm quan trọng của việc bảo tồn và gìn giữ các tài nguyên du lịch, phát triển các giá trị văn hóa tốt đẹp từ ngàn xưa, có những chương trình thiết thực về việc bảo vệ các tài nguyên du lịch.

Thúc đẩy, phát triển những ngành nghề thủ công truyền thống, có những chính sách hỗ trợ kinh phí và đảm bảo đầu ra ổn định cho sản phẩm, với việc phát triển những ngành nghề này các cơ sở thủ công truyền thống có thể trở thành điểm tham quan hấp dẫn trong chương trình du lịch homestay tại các làng, bản (ví dụ như bản Cát Cát).

Đối với các công ty du lịch: Quảng bá, nâng cao nhận thức của khách du lịch tiếp cận và sử dụng dịch vụ du lịch của công ty, có những ấn phẩm quảng bá về việc ý thức trong du lịch,...

Đối với khách du lịch

Có tinh thần trách nhiệm trong việc bảo vệ và gìn giữ môi trường tự nhiên, tài nguyên du lịch tự nhiên. Ví dụ: Không xả rác nơi công cộng, giáo dục con, em về việc bảo vệ môi trường,...

Tôn trọng những giá trị truyền thống văn hóa bản địa. Việc bản thân cá nhân có nhu cầu tìm hiểu và khám phá là điều có thể hiểu được, nhưng việc tôn trọng những điều đó còn quan trọng hơn tất cả. Khi muốn tìm hiểu và khám phá về một lĩnh vực hay một hiện vật nào đó, phải xin phép và có sự đồng ý của cư dân địa phương, việc tôn trọng những giá trị văn hóa đó sẽ góp phần không nhỏ trong việc bảo tồn những giá trị văn hóa cư dân bản địa, tránh việc biến chất. Tuyệt đối không có những hành vi ứng xử vi phạm đến thuần phong mỹ tục của cư dân địa phương, phải giữ thái độ thân thiện, lịch

sự với chủ nhà và cộng đồng địa phương, không cho quà và tiền người dân, giới thiệu và tuyên truyền cho những người thân của mình về du lịch homestay và ý thức bảo vệ những giá trị, tài nguyên của nó.

Đối với cộng đồng địa phương

Du lịch homestay thu hút và phát triển mạnh mẽ đều hoàn toàn dựa vào các giá trị văn hóa và tài nguyên du lịch, việc phát triển du lịch mang lại lượng kinh tế rất ổn định, tuy nhiên không vì vậy mà dễ đánh mất đi những giá trị văn hóa đã được truyền lại qua bao đời nhau, việc biến tấu những điều đó có thể gây mất giá trị và không còn thu hút nữa, muốn du lịch phát triển bền vững, cái cần vững đầu tiên chính là những giá trị văn hóa và tài nguyên du lịch. Muốn bảo tồn và gìn giữ những giá trị văn hóa và tài nguyên du lịch thì người hiểu những cái đó nhất chính là cộng đồng cư dân địa phương và các cấp chính quyền, chung tay với nhau để có thể cùng nhau phát triển, cùng nhau đi lên là điều cần thiết ngay bây giờ.

Một cánh én thì không thể làm nên mùa xuân, và việc bảo vệ tài nguyên du lịch, bảo vệ những giá trị về văn hóa không thể chỉ xuất phát đơn lẻ. Để có thể làm tốt nhiệm vụ này cần sự chung tay của người dân địa phương, các cấp chính quyền, cơ quan, đơn vị và mỗi cá nhân khách du lịch. Đối với lĩnh vực du lịch nói riêng, việc cộng đồng dân cư tham gia tích cực và việc bảo vệ tài nguyên có ý nghĩa cực kì to lớn. Bởi một lẽ, chính cộng đồng địa phương là những người trực tiếp khai thác những giá trị của tài nguyên du lịch.

2.1.4.3 Chia sẻ lợi ích từ du lịch với cộng đồng địa phương

Việc du lịch homestay đem lại một nguồn kinh tế ổn định cho cư dân địa phương là điều không thể bàn cãi. Nhưng điều đó không có nghĩa là ai cũng biết, hiểu và muốn làm homestay. Khách du lịch Việt Nam và quốc tế những năm gần đây đang rất quan tâm đến loại hình du lịch này, việc định hướng phát triển homestay, nâng cao hiệu quả hoạt động, quảng bá và hướng dẫn cho cư dân địa phương là điều hết sức quan trọng, đặc biệt là trong việc xóa đói giảm nghèo cho các vùng khó khăn.

Du lịch homestay phát triển, kéo theo đó là lượng khách du lịch tại các địa phương sẽ tăng theo. Và một điều hiển nhiên là khi khách du lịch tăng thì nhu cầu sử dụng các loại dịch vụ cũng tăng theo, điều này có thể giúp cho các hộ dân đầu tư và mở các cửa hàng, quầy hàng dịch vụ đáp ứng các nhu cầu của khách du lịch. Điều này góp phần không nhỏ trong việc tăng nguồn thu nhập cho cộng đồng cư dân địa phương.

Phát triển du lịch homestay giúp cư dân bản địa được hưởng lợi từ phát triển cơ sở hạ tầng xã hội, làm thay đổi bộ mặt xã hội địa phương. Phát triển du lịch luôn đi đôi với

phát triển đời sống của cộng đồng địa phương. Vì vậy, phát triển du lịch là cơ hội lớn để người dân có thể tham gia hoạt động và thu lại lợi ích để dần ổn định và nâng cao đời sống.

2.1.4.4 Tăng cường giao lưu văn hóa và nâng cao nhận thức cho cộng đồng

Việt Nam đã và đang được cả thế giới công nhận là một điểm đến du lịch hấp dẫn, an toàn. Việc du lịch homestay đang phát triển rất mạnh ở thế giới kéo theo đó là nhu cầu tìm kiếm và sử dụng loại hình du lịch này càng nhiều, kéo theo là lượng khách du lịch quốc tế đến với Việt Nam tăng lên đặc biệt là “Tây balo”.

Đối với những điểm du lịch homestay, chủ hộ phải là người có kinh nghiệm trong việc tiếp xúc và phục vụ khách du lịch. Ngôi nhà mà chủ hộ ở không được thay đổi quá nhiều về mặt hình thức, mà chỉ bổ sung những trang thiết bị cần thiết và cung cấp đầy đủ những nhu yếu phẩm để phục vụ khách du lịch, để khách du lịch có thể cảm nhận rõ nét nhất về đời sống cư dân địa phương.

Việc phát triển du lịch sẽ giúp cho người dân địa phương tiếp xúc với nhiều người thuộc nhiều quốc gia khác nhau, điều này sẽ góp phần nâng cao nhận thức, ngoài ra còn quảng bá hình ảnh của Việt Nam đến với bạn bè quốc tế.

Tham gia hoạt động du lịch homestay không chỉ là du khách được biết đến một dân tộc mới, một phong tục mới và người dân địa phương cũng có thể tiếp thu những nền văn hóa hay và độc đáo từ các dân tộc khác, vùng miền khác. Và thông qua hoạt động du lịch homestay các cộng đồng truyền thống thường cảm thấy tự hào hơn nhờ vào những mối quan tâm tôn trọng của du khách. Việc phát triển loại hình du lịch homestay có tác động hai chiều, người đi du lịch thì thỏa mãn mục đích của mình còn người dân bản địa có cơ hội giao lưu, tiếp cận với những nền văn hóa khác nhau trên thế giới.

Việc được tiếp xúc và lắng nghe các du khách đưa ra những nhận xét tích cực và thích thú, hào hứng về cuộc sống, phong tục tập quán của mình sẽ giúp cho người dân địa phương tự hào hơn về cuộc sống, đất nước, nâng cao nhận thức và góp phần tăng nhận thức về việc bảo vệ các giá trị của tài nguyên du lịch.

2.2. Du lịch homestay trên thế giới và ở Việt Nam

2.2.1. Du lịch homestay tại một số quốc gia, khu vực trên thế giới

2.2.1.1 Nam Phi

Cơ sở lưu trú Hazel's Homestays ở thị trấn Oudtshoorn, trên Garden Route (bờ biển phía nam) giữa Tp Cape Town và Tp Port Elizabeth, do Hazel và 11 phụ nữ dám nghĩ dám làm khác quản lý. Có lẽ phòng ốc ở đây không được bóng bẩy như hầu hết các cơ

sở lưu trú khác dọc bờ biển phía nam nhưng đến đây du khách sẽ được chào đón nồng nhiệt. Oudtshoorn là thủ đô chim đà điểu châu Phi của Nam Phi, vì thế du khách không ngạc nhiên khi bất ngờ thấy một con chim khổng lồ xuất hiện. Chuyến tham quan có thể bao gồm hang động Cango và một trại nuôi gia súc hoang dã có báo gêpa và chó rừng.

2.2.1.2 Thái Lan

Điểm du lịch homestay nổi tiếng ở Thái Lan nằm ở Koh Pet, một ngôi làng nhỏ thuộc vùng nông thôn Isaan (miền đông bắc Thái Lan). Chủ nhà Lamai và Jimmy có ba phòng cho thuê, ngoài ra còn có thêm một khu vườn lớn trồng chuối và xoài. Du khách sẽ được ăn trong một khu vực nấu ăn ngoài trời có bóng râm. Món ăn thông thường là gạo nếp với thịt lợn, rau và ớt. Hai vị chủ nhà này đã được khen ngợi hết lời trong các giải thưởng của tổ chức du lịch Responsible Tourism gần đây. Họ sẽ cho bạn làm quen với cuộc sống ở Isaan, từ việc đi mua sắm ở chợ đến ăn bữa trưa tại cánh đồng lúa.

2.2.1.3 Malaysia

Ở Malaysia loại hình du lịch homestay chính thức bắt đầu từ năm 1995 ở làng Temerloh, bang Pahang và hiện phát triển rộng rãi ở 14 bang của Malaysia. Đến tháng 12-2013 đã có gần 4.000 hộ dân từ 227 ngôi làng khắp cả nước được Bộ Du lịch Malaysia huấn luyện đào tạo và cấp bằng cho phép tổ chức chương trình homestay và đến nay nó đã trở thành nguồn thu nhập bổ sung cho người dân. Malaysia cũng là nước xúc tiến phát triển loại hình du lịch homestay tại Việt Nam.

Cụ thể là tại TP. Hồ Chí Minh.

2.2.1.4 Úc

Không phải tất cả các cơ sở homestay đều nằm trong những điểm đến phát triển. Angorichina Station, một trang trại cừu xa xôi hẻo lánh do người chủ trại đời thứ tư Ian and Di Farghers sở hữu, nằm ở trung tâm hoang dã của dãy núi Flinders, cách Tp Adelaide 300 dặm về phía tây bắc. Đó là một ngôi nhà được lợp mái bằng thiếc nổi bật với một hàng hiên rộng, một ốc đảo hoa hồng và những bờ giậu hoa oải hương. Du khách sẽ ăn với gia đình Farghers, họ làm món cà ri Thái Lan cũng như món nướng rất tuyệt hảo. Du khách thậm chí có thể đi máy bay cùng Ian để kiểm tra vật nuôi hoặc dồn đàn gia súc bằng xe ô tô. Du khách cũng có thể đi các tour tới những khu vực thổ dân gần đó. Fargher sẽ là hướng dẫn viên riêng của bạn.

2.2.2. Du lịch homestay tại Việt Nam

2.2.2.1 Đà Lạt

Trong thời gian lưu trú, du khách sẽ hoà mình vào đời sống thường nhật của những người nông dân bình dị, chuyên sản xuất các sản phẩm nông sản Đà Lạt, cùng tham gia các sinh hoạt thường nhật của người dân nông thôn, cùng đi chợ, mua thức ăn, cùng vào bếp để chế biến những món ăn truyền thống của Tp Đà Lạt, trồng trọt - chăm sóc và thu hoạch hoa màu, tìm hiểu, tham quan những danh thắng, di tích ở địa phương. Các gia đình nông dân ở đây có nếp sinh hoạt khá âm cúng, nhẹ nhàng nhưng rất tình cảm; du khách sẽ thực sự tìm được cảm giác như sống trong chính căn nhà của mình [27].

2.2.2.2 Du lịch homestay tại Hội An

Homestay tại phố cổ Hội An đang được nhiều du khách quan tâm lựa chọn vì mới mẻ, dân dã. Chỉ trong một khoảng thời gian du lịch ngắn ngủi, du khách có cơ hội thưởng ngoạn vẻ đẹp của di sản văn hóa thế giới, vừa có thể hiểu thêm về nếp ăn ở, sinh hoạt, văn hóa của cư dân Hội An [25].

Du lịch Hội An ngày càng phát triển mạnh, số lượng phòng khách sạn không đáp ứng đủ nhu cầu lưu trú cho du khách, đặc biệt vào các mùa lễ hội. Do đó, cách đây vài năm, chính quyền Tp khuyến khích một số nhà cổ đủ điều kiện cho phép khai thác khách du lịch lưu trú qua đêm. Thật bất ngờ, dịch vụ này đã nhận được sự chào đón rất nhiệt tình của du khách thập phương [25].

Một ngày lưu trú tại nhà cổ ở Hội An bắt đầu từ tờ mờ sáng. Du khách cùng dậy, nấu nước, pha trà, cùng thưởng thức chén trà nóng với chủ nhà. Và chỉ cần mở nhẹ cánh cửa gỗ, du khách đã thỏa thuê hưởng thụ không khí trong trẻo, yên bình của phố cổ vào tinh mơ; thả bước lang thang khắp phố phường Hội An, dọc ra bên bờ trò chuyện với những mẹ, những chị đang gánh rau, bung cá ra chợ sớm hoặc chạy bộ xuống biển Cửa Đại để đón ánh bình minh. Du khách nào thích sự tĩnh lặng thì có thể chọn cho mình một quán cà phê “cóc” ở những góc phố nhỏ để nhìn ngắm cư dân phố cổ bước vào một ngày mới. Buổi điểm tâm sáng với chủ nhà trọ có thể chỉ là những món dân dã như xôi bắp, khoai lang luộc, cháo gạo lức với cá khô, hoặc “sang” hơn là tô mì quảng vàng rộm, tô cao lầu thơm phức hay đĩa hoành thánh còn bốc khói. Và nếu du khách không ăn được món Việt thì cũng không gì phải lo ngại vì chủ nhà đủ tài nghệ để chế biến những món điểm tâm theo kiểu Âu, Á [25].

2.2.2.3 Du lịch homestay tại Tiền Giang

Loại hình du lịch homestay Tiền Giang chính thức bắt đầu từ năm 2006. Có 2 khu vực được chọn để áp dụng mô hình này là Cù lao Thới Sơn thuộc Tp Mỹ Tho và Khu du lịch Cái Bè gồm Thị trấn Cái Bè và xã Đông Hòa Hiệp. Tiền Giang hiện có gần 20 hộ dân cho khách nghỉ đêm theo hình thức homestay. Tham gia loại hình du lịch này ở miệt vườn tại Tiền Giang, du khách không chỉ hòa vào không gian sống và sinh hoạt của người dân vùng sông nước mà du khách còn được thử nghiệm với các hoạt động thường ngày của người dân nơi đây như tát ao, bắt cá, thu hoạch trái cây, cùng chủ nhà nấu những món ăn dân dã đặc trưng miền Tây sông nước, nghe và được thử hát đờn ca tài tử cùng với các “nghệ nhân nông dân” theo phương châm 3 cùng "cùng ăn, cùng ở, cùng làm". Đây là một trong những loại hình du lịch giữ chân được rất đông du khách tại tỉnh Tiền Giang từ mấy năm qua [13].

2.2.2.4 Du lịch homestay tại Bến Tre

Bến Tre được thiên nhiên ưu đãi rất nhiều so với các vùng lân cận, hệ thống sông rạch chằng chịt, được bồi tụ bởi bốn con sông lớn (sông Tiền, Hàm Luông, Ba Lai, Cổ Chiên) bốn mùa khí hậu ôn hòa, mát mẻ, có những vườn cây ăn trái bốn mùa trĩu quả cùng với các sản phẩm từ dừa nổi tiếng trong và ngoài nước. Người dân Bến Tre đã tận dụng tất cả các thành phần của cây dừa như thân, cọng, vỏ, gáo dừa... để làm ra nhiều sản phẩm thủ công mỹ nghệ độc đáo.

Loại hình du lịch homestay ở Bến Tre có chất lượng cao, thu hút du khách, thường sử dụng “hướng dẫn viên du lịch cây nhà lá vườn” - tức chủ nhà sẽ là người trực tiếp đảm nhận công việc của một hướng dẫn viên nên sẽ càng làm tăng thêm tính hấp dẫn của loại hình du lịch này. Có thể nói, loại hình du lịch homestay hiện đang rất được ưa chuộng và đang dần trở thành xu hướng mới, khi mà những loại hình du lịch nghỉ dưỡng hay tham quan đang đi dần vào sự cũ kỹ, thiếu đổi mới dẫn đến nhàm chán với du khách [26].

2.3. Các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước

Các công trình nghiên cứu ngoài nước:

Việc nghiên cứu về du lịch homestay đã được nhiều tác giả quan tâm, nghiên cứu. Các nghiên cứu về loại hình du lịch homestay được công bố trên nhiều luận văn, luận án, bài báo, tạp chí khoa học trên thế giới. Cụ thể:

Trong nghiên cứu: “Homestay: Mở ra một thế giới của cơ hội”, đã phác họa homestay là loại hình du lịch ăn nghỉ tại nhà dân và điều tra các giả thuyết về mục đích homestay của người bản xứ, khả năng trao đổi văn hóa lẫn nhau giữa những sinh viên nghỉ tại

nhà dân và chủ nhà. Nghiên cứu điều tra nhận thức mối quan hệ và vai trò trong gia đình người bản xứ, và đặt ra câu hỏi về mức độ giao lưu văn hóa đối ứng trong homestay: Mức độ nào chủ nhà trọ cố gắng tìm hiểu về nền văn hóa của sinh viên? Mức độ nào các gia đình người bản xứ khuyến khích chia sẻ các giá trị văn hóa của họ và thực hiện nó với các sinh viên quốc tế trong việc chăm sóc sinh viên, và ngược lại? Các tổ chức homestay cung cấp, hỗ trợ đầy đủ cho các chủ hộ cùng người bản xứ và sinh viên nghỉ tại nhà dân trong việc phát triển giao lưu văn hóa hai chiều trong một khung cảnh gia đình? Tác giả khảo sát khoảng 400 sinh viên, phần lớn là sinh viên Nhật đang theo học tiếng Anh tại vùng ngoại ô phía đông Melbourne, với khoảng 375 chủ hộ homestay. Tác giả đưa ra một số trở ngại trong khi thực hiện mô hình sinh viên nghỉ tại nhà dân: (i) Shock văn hóa: các chủ hộ không hài lòng cách xử sự theo thói quen của sinh viên ngoại quốc tại nhà mình; (ii) Họ và chúng ta: Chủ hộ và sinh viên ngoại quốc chưa gần gũi, trao đổi như người thân quen; (iii) Không phải làm như vậy: Sự khác biệt về cách giải quyết công việc giữa chủ hộ và sinh viên ngoại quốc [22].

Trong nghiên cứu “Phát triển Mô hình Văn hóa – Du lịch homestay của dân tộc Lao Vieng và Lao Song ở vùng Trung tâm Thái Lan”. Mô hình này được thực hiện tại các dân tộc Lao Vieng và Lao Song thuộc Miền Trung Thái Lan. Mẫu nghiên cứu bao gồm: 30 các chuyên gia, 40 học viên và 50 dân làng. Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong đề tài là nghiên cứu định tính. Dữ liệu được thu thập bằng các kỹ thuật phỏng vấn, quan sát và thảo luận nhóm. Nghiên cứu đưa ra các yếu tố phát triển du lịch homestay tại Lao Vieng và Lao Song là: (i) Bảo tồn; (ii) Quản lý di sản văn hóa địa phương bởi cộng đồng ; (iii) Trung tâm du lịch; (iv) Tìm hiểu thực tế cuộc sống; (v) Trách nhiệm và công bằng (Lao Vieng); và (i) Nơi sinh sống; (ii) Thực phẩm; (iii) Quầy hàng; (iv) Truyền thống; (v) Nghi lễ; (vi) Bán sản phẩm của địa phương và vui chơi (Songedam Ethnic Group). Các tác giả kết luận: Bản sắc dân tộc là cần thiết cho du lịch văn hóa. Tuy nhiên, phong cảnh, văn hóa, phong tục và truyền thống đậm đà bản sắc cần được nhấn mạnh bằng cách chú trọng vào sự an toàn và thích ứng với các nhu cầu của khách du lịch [17].

2.3.1. Các công trình nghiên cứu trong nước

Tác giả Nguyễn Quốc Nghi, với đề tài: “Giải pháp phát triển du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long”, đã thu thập ý kiến từ 52 hộ gia đình tham gia tổ chức du lịch homestay tại 4 cù lao (Thới Sơn, An Bình, Thanh Bình, Tân Lộc) ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long. Thông qua phân tích thực trạng tham gia tổ chức du lịch homestay của cộng đồng, đồng thời nhận định những nguyên nhân, hạn chế ảnh hưởng đến sự phát triển của loại hình du lịch homestay tại các cù lao, tác giả

đã đề xuất 4 giải pháp phát triển loại hình du lịch homestay tại các cù lao như sau: Thứ nhất, tạo liên kết chặt chẽ “3 nhà” giữa nhà dân, nhà nước và nhà doanh nghiệp du lịch; Thứ hai, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của cộng đồng cung ứng dịch vụ du lịch; Thứ ba, sáng tạo các sản phẩm dịch vụ mới lạ, đặc thù; Thứ tư, xây dựng chiến lược quảng bá hình ảnh du lịch homestay mang tính chuyên nghiệp [12].

Các tác giả Ninh Thị Kim Anh, Đỗ Thị Thanh Vinh, Đoàn Nguyễn Khánh Trân, trong Chủ đề nghiên cứu Hội thảo cấp Bộ môn về “Du lịch homestay”, đã nêu tổng quan về loại hình du lịch homestay: các khái niệm về du lịch homestay, đặc điểm và các quy tắc cơ bản về quy trình thực hiện loại hình du lịch này. Trên cơ sở đó, các tác giả đã đưa ra các tiêu chuẩn cơ bản về các tiêu chuẩn dịch vụ du lịch homestay: (1) *Tiêu chuẩn về cơ sở lưu trú*; (2) *Tiêu chuẩn về thực phẩm và dinh dưỡng*; (3). Bên cạnh đó, các tác giả trên cũng đề cập đến sự ảnh hưởng của văn hóa đến việc phát triển mô hình du lịch homestay: Khi đi du lịch homestay, du khách sẽ ở ngay tại nhà của dân địa phương để có một góc nhìn gần gũi và thực tế hơn với cách sống và nền văn hóa của nước chủ nhà. Du khách được xem như một thành viên của gia đình và tham gia vào các sinh hoạt đời thường như ăn cơm chung mâm và trò chuyện trao đổi với các thành viên; được yêu cầu phải “nhập gia tùy tục” và phải tôn trọng các quy tắc và sự riêng tư nhất định của gia chủ [1].

Đề án phát triển du lịch Tiền Giang giai đoạn 2014 – 2020 của Sở VHTT&DL Tiền Giang công bố năm 2014. Đề án phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh du lịch và dịch vụ du lịch của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Tiền Giang quan tâm đến các ngôi nhà cổ ở xã Đông Hòa Hiệp đã có hơn 150 năm tuổi, được tổ chức JICA của Nhật tài trợ tôn tạo với kinh phí hơn 1,6 tỷ đồng, và một số nhà cổ khác đang khai thác và hoạt động dịch vụ nghỉ đêm ở nhà dân (homestay), ngoài ra đầu tư xây dựng các điểm vui chơi giải trí, các làng nghề truyền thống... đã góp phần đa dạng hóa sản phẩm thu hút khách du lịch, ngoài ra đề án đã nêu ra một số hạn chế tình trạng mua bán tự phát, vệ sinh an toàn thực phẩm chưa được quan tâm đúng mức đã ảnh hưởng đến môi trường kinh doanh du lịch [6].

2.4. Mô hình nghiên cứu về du lịch homestay

2.4.1. Một số mô hình nghiên cứu du lịch homestay của các tác giả

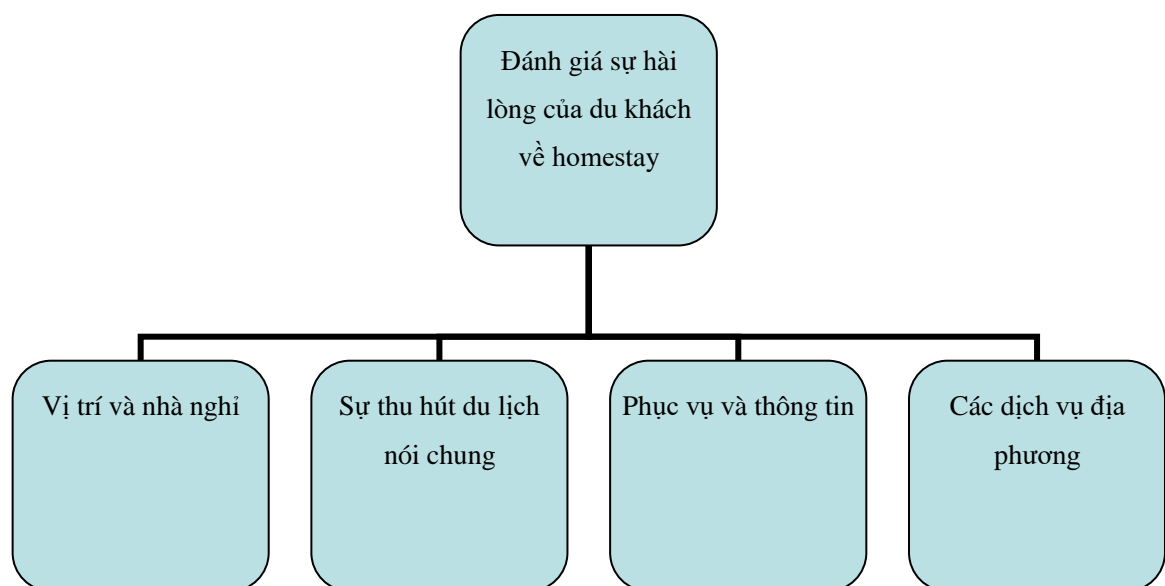
2.4.1.1 Mô hình của Juladalai W. & ctg, Thái Lan

Juladalai W., Yongpithayapong P., & Ratanakosum J., trong nghiên cứu “Mô hình du lịch văn hóa homestay Thai-Saek về phát triển kinh tế bền vững: Nghiên cứu tại Ban Art-Samart, Thị trấn Art-Samart, Huyện Muang, Tỉnh Nakhon Phanom”. Mô hình nghiên cứu chỉ ra các yếu tố tiềm năng phát triển du lịch homestay cho cộng đồng

Thai-Saek, gồm: (1) Tiện nghi (Cơ sở hạ tầng cơ bản; Y tế công cộng; An ninh); (2) Khả năng tiếp cận tài nguyên du lịch (Điều kiện tự nhiên; Thông tin); (3) Sự thu hút (Sự thu hút về văn hóa; Sự thu hút về phong cảnh tự nhiên; Một vài tài nguyên du lịch kề cận); (4) Các hoạt động du lịch khác nhau (Tham quan bằng thuyền dọc sông Mê Kông; Câu cá trên sông Mê Kông...); (5) Sự sắp xếp (Lợi thế thương mại; Thái độ; Sự thân thiện) [20].

2.4.1.2 Mô hình của Seubsamarn K., Thái Lan

Seubsamarn K. đã đưa ra 4 thuộc tính tác động đến sự hài lòng của khách du lịch sử dụng dịch vụ homestay tại Thái Lan: (1) *Vị trí và nhà nghỉ*, với 6 yếu tố (Sự sạch sẽ; Chất lượng nơi ăn nghỉ; Điều kiện khí hậu; Vẻ đẹp của phong cảnh; An ninh và an toàn; Dễ tiếp cận điểm đến); (2) *Sự thu hút du lịch nói chung*, với 5 yếu tố (Dễ dàng mua sắm; Cuộc sống về đêm & giải trí; Quà lưu niệm; Thích hợp để nghỉ ngơi; Xa nhà); (3) *Phục vụ & thông tin*, với 7 yếu tố (Phục vụ hội nghị; Vị thế chính trị & kinh tế; Phục vụ văn hóa và các sự kiện khác; Sự hợp thành các dân tộc; Thông tin từ bạn bè/ họ hàng; Quảng cáo; Du lịch trọn gói) và (4) *Các dịch vụ địa phương*, với 2 yếu tố (Phục vụ các món ăn địa phương; Sự thân thiện và mến khách của cư dân địa phương) [23].



Hình 2.1 Mô hình nghiên cứu du lịch homestay của Seubsamarn K. (2013), Thái Lan

Nguồn:[23]

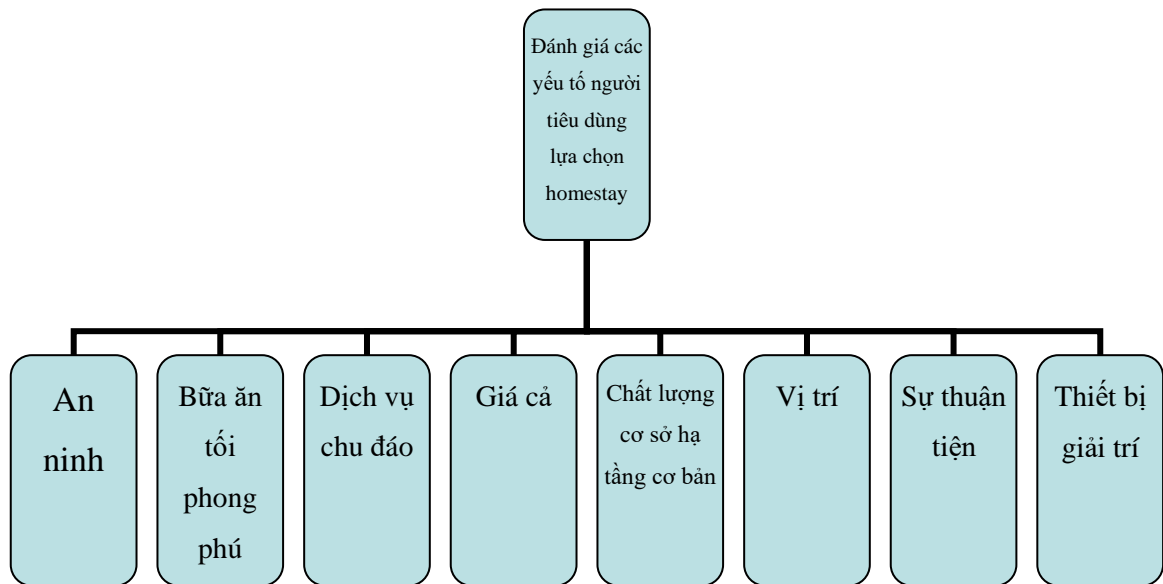
2.4.1.3 Mô hình của Hu Y. C et al, Đài Loan

Hu Y. C., Wang J. H., & Wang R. Y., (2012), trong nghiên cứu tại Đài Loan năm 2012, với mô hình ban đầu gồm 6 biến với 33 tiêu chí. Tuy nhiên, sau khi trao đổi với

các chuyên gia, mô hình trên được Hu Y. C. et al rút gọn lại còn 5 biến với 30 tiêu chí: (1) Môi trường xây dựng và đặc trưng, với 7 tiêu chí (Tận dụng gió thiên nhiên 1 cách đầy đủ; Tận dụng nhiều ánh sáng tự nhiên; Sử dụng sơn không độc hại; Duy trì sức sống của đất và điều kiện tốt trong quá trình thiết kế và xây dựng; Kết hợp các di sản địa phương và các yếu tố cảnh quan địa phương vào thiết kế; Cảnh đẹp và tính độc đáo của nội thất thiết kế; Vườn cây và tính độc đáo thiết kế vườn cây), (2) Chất lượng dịch vụ, với 4 tiêu chí (Thái độ phục vụ; Dịch vụ đón khách; Dịch vụ thông tin; Dịch vụ ăn uống và chất lượng); (3) Các cơ sở lưu trú, với 5 tiêu chí (Tiện nghi nhà bếp; Chỗ đậu xe; Thiết bị an toàn; Cấp cứu; Đặt phòng); (4) Hoạt động homestay và quản lý, với 8 tiêu chí (Phòng ngăn nắp; Phòng âm áp; Phòng riêng tư; An toàn; Phòng chủ đề và phòng đặc trưng; Đặc trưng của homestay, vd văn hóa bản xứ; Hình thành bầu không khí chung; Vệ sinh ngăn nắp nói chung); (5) Du lịch homestay và sự phồn thịnh của cộng đồng, với 6 tiêu chí (Mức độ tương tác giữa người chủ và người thuê; Dịch vụ hướng dẫn; Sự sắp xếp các hoạt động và kinh nghiệm của địa phương; Sự đóng góp cho chất lượng cuộc sống của người dân địa phương; Đề xướng việc bảo tồn nguồn lực hướng về địa phương; Thúc đẩy và bảo vệ nguồn lực văn hóa bản địa) [19].

2.4.1.4 Mô hình của Huan H. C. et al, Đài Loan

Huan H. C., & Ho C. C., (2013) đã chỉ ra các yếu tố được khách hàng xem xét khi quyết định lựa chọn nhà cung cấp du lịch homestay dựa vào mức độ quan trọng. Các yếu tố gồm: (1) *An ninh*, với 3 yếu tố (An toàn về cháy nổ; Trang thiết bị an toàn; An toàn về sức khỏe); (2) *Bữa ăn tối phong phú*, với 4 yếu tố (Món ăn Trung Hoa; Món ăn Âu; Món ăn dân dã; Cà phê và tráng miệng); (3) *Dịch vụ chu đáo*, với 4 yếu tố (Thái độ phục vụ; Hiệu quả phục vụ; Dịch vụ đưa đón; Tour trọn gói); (4) *Giá cả*, với 5 yếu tố (Chi phí phòng trọ; Chi phí ăn tối; Chi phí vận chuyển; Chi phí hướng dẫn; Chi phí CSVC); (5) *Chất lượng cơ sở hạ tầng cơ bản*, 4 yếu tố (Thiết bị giường ngủ; Thiết bị vệ sinh; Thiết bị thông tin liên lạc; Trang thiết bị bữa ăn); (6) *Vị trí*, 3 yếu tố (Giao thông; Thời gian; Danh lam thắng cảnh cận kề); (7) *Sự thuận tiện*, với 4 yếu tố (Điều tra thông tin; Sách điện tử (trực tuyến); Bãi đậu xe thuận tiện; Thanh toán thuận tiện); (8) *Thiết bị giải trí*, với 4 yếu tố (Phòng giải trí; Thiết bị tập thể dục; Thiết bị giải trí; Thiết bị nấu ăn) [19].



Hình 2.2 Mô hình homestay của Huan H. C., & Ho C. C., (2013)

Nguồn:[19]

2.4.2. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu của đề tài

2.4.2.1 Giả thuyết nghiên cứu

Môi trường của homestay

Đây là nhân tố đánh giá khả năng tận dụng các yếu tố của thiên nhiên như: ánh sáng tự nhiên, tính độc đáo của homestay tiêu biểu như thiết kế, nội thất,... kết hợp với các tài nguyên du lịch địa phương. Như đã phân tích ở trên, để có thể đáp ứng được yếu tố này, chủ hộ phải là người có kinh nghiệm trong việc tiếp đón khách du lịch, ngoài ra còn phải được phổ cập kiến thức về những điều kiện cần có của một homestay nhằm đáp ứng được các tiêu chí kể trên. Ngoài ra để đáp ứng được những yếu tố kể trên nhưng không gây ra ảnh hưởng đến môi trường xung quanh, chủ hộ phải được tập huấn kiến thức và hướng dẫn về những phương pháp hợp lý trong việc xây dựng một homestay đủ sức thu hút và kéo khách du lịch quay lại.

H₁: Môi trường của homestay – các yếu tố thiên nhiên, di sản văn hóa, phong cảnh, vườn cây... có tương quan dương (+) với sự lựa chọn của khách du lịch về homestay.

Chất lượng phục vụ

Có thể điều thu hút khách du lịch đến với một điểm đến là sự tò mò muốn tìm hiểu những cái mới mẻ, nhưng khi nhận ra chất lượng phục vụ quá tệ thì cho dù điểm đến đó có hấp dẫn đến đâu khách hàng cũng không có nhu cầu quay lại và sử dụng dịch vụ

nữa. Điều lôi kéo và đưa khách du lịch quay lại với một điểm đến đó chính là thái độ phục vụ của những người làm du lịch. Theo tháp nhu cầu Maslow, tầng tiệm cận với tầng cao nhất chính là nhu cầu được tôn trọng. Điều này khẳng định rằng, khi người ta có một thái độ ân cần, vượt quá mức mong cầu của du khách, thì khả năng quay lại của du khách càng cao, và ngược lại.

H₂: Chất lượng phục vụ - thái độ của người phục vụ, chất lượng món ăn, các món ăn địa phương... có tương quan dương (+) với sự lựa chọn của khách du lịch về homestay.

Cơ sở vật chất (cơ sở lưu trú, nhà bếp) của homestay

Một trong những nhu cầu căn bản nhất của một con người đó chính là ăn uống, ngủ nghỉ. Đây cũng là nhu cầu căn bản nhất của con người, có thể nói rằng đây là hoạt động diễn ra hàng ngày mà bắt buộc du khách nào cũng sẽ trải qua. Việc bỏ ra một số tiền để đi du lịch, khám phá nên việc yêu cầu cao về các vấn đề như vệ sinh, ăn uống, ngủ nghỉ sạch sẽ, hợp vệ sinh là điều dễ hiểu. Việc có những sự chuẩn bị về việc đầu tư trang thiết bị vệ sinh, phòng ăn,..đạt tiêu chuẩn và thường xuyên thay mới các vật dụng sinh hoạt hằng ngày đem lại cho du khách sự an tâm và thoải mái trong sinh hoạt hằng ngày. Việc an tâm từ những điều nhỏ nhặt sẽ giúp tinh thần của họ thoải mái và chi tiêu nhiều hơn.

H₃: Cơ sở vật chất (cơ sở lưu trú, nhà bếp) của homestay – trang thiết bị homestay: phòng ngủ, giường, chăn/ga... đạt tiêu chuẩn, có tương quan dương (+) với sự lựa chọn của khách du lịch về homestay.

An toàn:

Với sự phát triển không ngừng, ngày nay con người chúng ta không cần lo nghĩ quá nhiều về các vấn đề như ăn, uống, ngủ nghỉ mà điều khiến du khách quan tâm và tìm hiểu nhiều nhất khi đến với một điểm du lịch đó chính là sự an toàn mà điểm đến có thể đảm bảo cho họ. Việc nắm bắt tâm lý du khách và có những sự chuẩn bị tốt về những trang thiết bị đảm bảo sức khỏe cho khu vực khách lưu trú là rất quan trọng. Hộp thuốc y tế, các loại thuốc cơ bản về các bệnh cơ bản như đau đầu, sổ mũi, hắt hơi và những lưu ý khi sử dụng những loại thuốc đó, các hoạt động vệ sinh chống muỗi, ruồi, côn trùng nhỏ tưởng chừng rất đơn giản nhưng mang lại hiệu quả cực lớn. Tạo cho du khách ý nghĩ những người làm du lịch thực sự quan tâm cho sức khỏe của họ và họ sẽ có khả năng quay lại cao hơn, nếu hiệu ứng tốt, đây có thể là một kênh marketing miệng rất tốt.

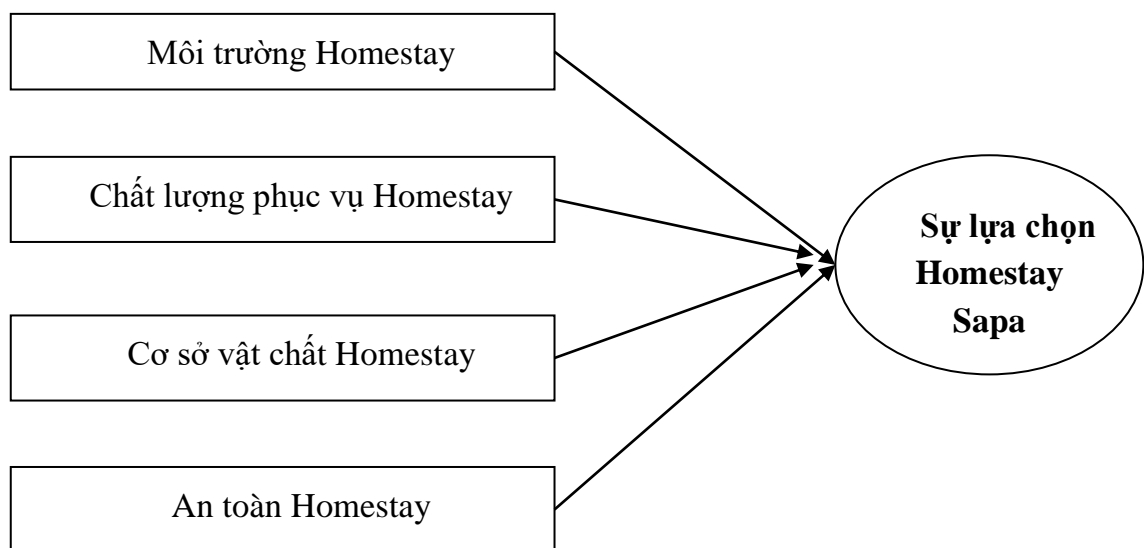
H₄: An toàn – các phương tiện, thiết bị bảo đảm an toàn cho du khách có tương quan dương (+) với sự lựa chọn của khách du lịch về homestay.

2.4.2.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất

Mô hình mà theo em cảm thấy phù hợp để ứng dụng được trong đề tài này dựa vào các tài liệu:

- Bộ Tiêu chuẩn Quốc gia TCVN 7800:2013
- Viện nghiên cứu Phát triển Du lịch thuộc Tổng Cục Du lịch Việt Nam (2013)
- Mô hình hình đánh giá homestay của Hu Y. C., et al (2012)
- Mô hình Huan H. C., et al (2013)
- Hội thảo Nghiên cứu về du lịch homestay của các tác giả Kim Anh, Khánh Trân & Kim Vinh (2013).

Qua việc tìm hiểu, tiếp nhận và nghiên cứu sơ bộ, mô hình nghiên cứu được em kế thừa ban đầu bao gồm 4 nhân tố độc lập với 35 tiêu chí đánh giá. Tiếp đó, sau khi trao đổi giáo viên hướng dẫn về bảng câu hỏi, mô hình được rút gọn lại gồm 4 biến độc lập, với 19 biến quan sát.



Hình 2.3 Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 2.2 Mô hình nghiên cứu

STT	Biến quan sát	Tiêu chí đánh giá	Nguồn tài liệu
1	Môi trường của homestay	1) Tận dụng gió thiên nhiên, ánh sáng tự nhiên một cách đầy đủ 2) Kết hợp các di sản địa phương và các yếu tố cảnh quan địa phương vào thiết kế homestay 3) Cảnh đẹp và tính độc đáo của nội thất thiết kế 4) Chủ homestay thiết kế vườn cây có tính độc đáo (Có những thắng cảnh thiên nhiên và nhân tạo trong cộng đồng) 5) Nhà nghỉ được xây dựng vững chắc	[1] [17] [3] [2] [18] [18] [3] [3]
2	Chất lượng phục vụ	1) Thái độ ân cần của người chủ/ nhân viên phục vụ (ví dụ: dịch vụ đưa đón khách chu đáo) 2) Cung cấp đầy đủ các món ăn địa phương 3) Dịch vụ ăn uống đảm bảo chất lượng, vệ sinh 4) Người chủ/ nhân viên phục vụ biết ngoại ngữ, phải qua lớp tập huấn nghiệp 5) Có phòng tắm sạch sẽ và các tiện nghi vệ sinh.	[17] [18] [18] [17] [3] [2] [3] [2] [3]

STT	Biên quan sát	Tiêu chí đánh giá	Nguồn tài liệu
3	Cơ sở vật chất (cơ sở lưu trú, nhà bếp) của homestay	1) Nơi lưu trú sạch sẽ 2) Trang thiết bị chất lượng khá, hoạt động tốt 3) Đèn điện, quạt điện... công tắc bố trí thuận tiện 4) Giường hoặc đệm ngủ đạt tiêu chuẩn (ví dụ: chăn, mền, gối và khăn phủ, giường sạch sẽ và được thay sau khi khách đi, có bộ mới cho khách mới) 5) Bếp sạch sẽ và không có mùi ẩm mốc, hôi thối. (ví dụ: dụng cụ nhà bếp sạch sẽ và vệ sinh, cung cấp đủ nước sạch 24/24 giờ)	[17] [3] [17] [3] [2] [1] [3] [2] [1] [17] [3] [2] [1] [3] [2]
4	An toàn	1) Có phương tiện thông tin để báo động các nguy hiểm (ví dụ: khách bị đau ốm, bị thương tích có thể tiếp cận nhanh và thuận tiện với nơi cấp cứu) 2) Có hộp thuốc y tế 3) Đảm bảo an toàn cho khách lưu trú (ví dụ: mua bảo hiểm cho khách lưu trú, phòng trọ an toàn...) 4) Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường, an toàn, phòng chống cháy nổ và chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm theo qui định	[1] [18] [3] [2] [17] [18] [1] [3] [2] [3] [2] [17]

Nguồn: NTHP tổng hợp

2.4.2.3 Mô tả mô hình nghiên cứu

Sự lựa chọn của khách du lịch về homestay

Việc du khách đưa ra sự lựa chọn về các chương trình du lịch homestay phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố. Trước khi lựa chọn một sản phẩm du lịch du khách sẽ tìm hiểu về sản phẩm rất nhiều. Và tất nhiên mỗi một cá nhân sẽ có những sự kì vọng nhất định vào chất lượng của sản phẩm. Khi điều tra về những sản phẩm đó thì việc quyết định đến sự lựa chọn của khách hàng phụ thuộc rất nhiều vào hình thức, hiệu quả, lợi ích và những điều vượt quá sự kì vọng của khách hàng về sản phẩm đó. Và du khách cũng có rất nhiều các cấp độ lựa chọn khác nhau. Đối với homestay, sự lựa chọn của du khách được cảm nhận và đo lường qua 4 yếu tố sau đây:

- Chất lượng dịch vụ mà các homestay đã cung cấp cho du khách.
- Sự đáp ứng của du lịch homestay đối với yêu cầu của khách hàng.
- Phong cách phục vụ của nhân viên/ người chủ các điểm du lịch homestay.
- Sự an toàn của dịch vụ homestay

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2

Trong phần cơ sở lý luận em đã nhấn mạnh giải quyết khái niệm du lịch homestay và đưa ra một khái niệm thống nhất với đặc trưng loại hình cụ thể làm nền tảng lý luận cho khóa luận. Em cũng tập trung phân tích những điều kiện để phát triển du lịch homestay, tổng hợp, giới thiệu một số công trình nghiên cứu trong và ngoài nước, việc phát triển du lịch homestay ở một số nước ngoài và ở một số tỉnh ở Việt Nam.

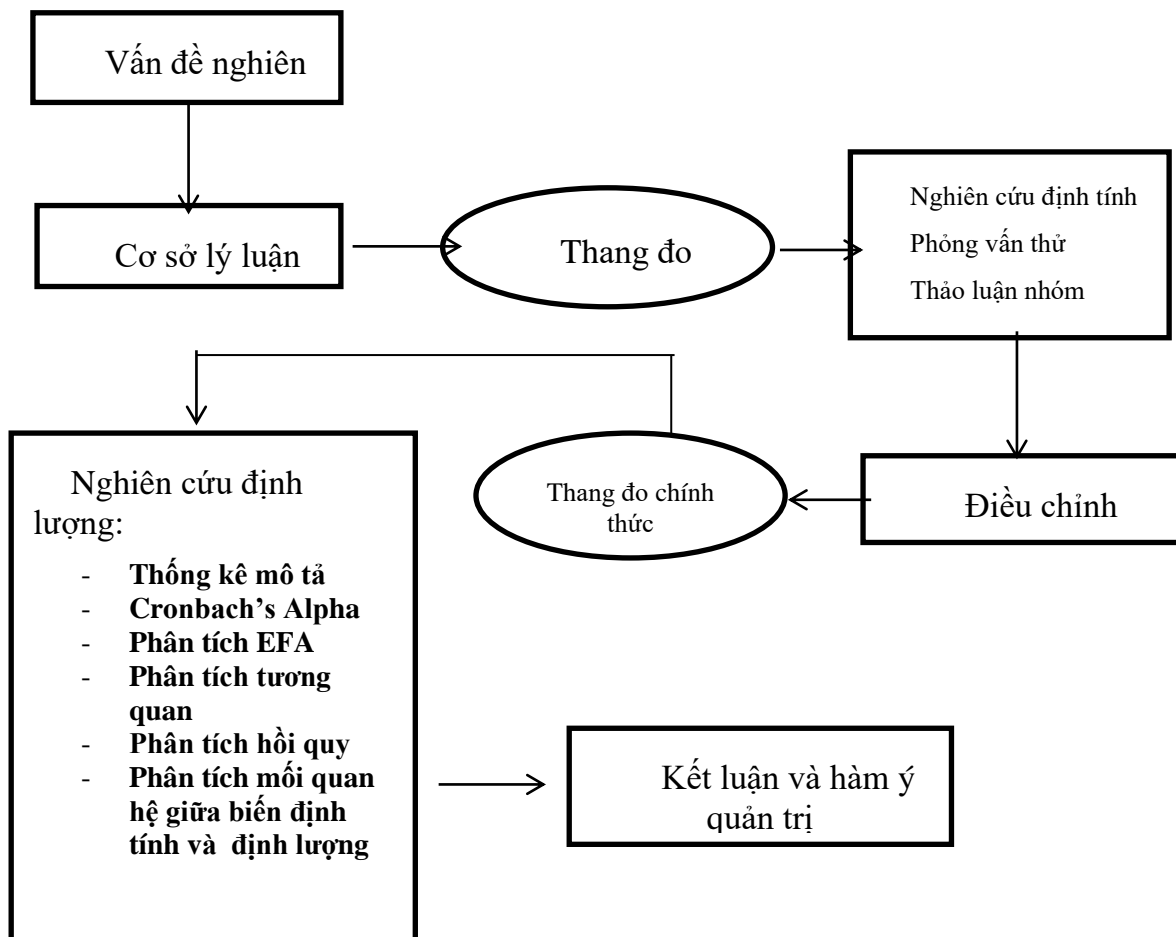
Dựa vào [1] [3] [8] [19] [18] qua đó làm cơ sở lý luận và thực tiễn cho nghiên cứu du lịch homestay cho Sapa, tỉnh Lào Cai. Mô hình nghiên cứu này sẽ gồm 4 yếu tố (biến độc lập), với 19 tiêu chí đánh giá và 1 yếu tố sự lựa chọn của khách du lịch về homestay (biến phụ thuộc), với 4 tiêu chí đánh giá.

CHƯƠNG 3. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

Trên cơ sở mục tiêu nghiên cứu, phạm vi và phương pháp nghiên cứu đã được đề cập trong chương một, và cơ sở lý thuyết cũng như mô hình nghiên cứu đã được trình bày ở chương hai. Chương này trình bày chi tiết hơn về phương pháp nghiên cứu, quy trình nghiên cứu, và các thang đo để đo lường các khái niệm nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu.

3.1. Quy trình nghiên cứu

Quy trình nghiên cứu bắt đầu bằng vấn đề nghiên cứu và kết thúc bằng trình hàm ý quản trị, quy trình nghiên cứu được thể hiện chi tiết như sau:



Bảng 3.1 Quy trình nghiên cứu
Nguồn: NTHP xây dựng

Giải thích quy trình nghiên cứu

Xác định vấn đề nghiên cứu: Bước này em dựa vào thực tế của du lịch cộng đồng tại Sapa để xác định vấn đề. Vấn đề nghiên cứu là vấn đề mà em muốn khám phá trong nghiên cứu.

Sau khi tìm ra vấn đề nghiên cứu, em tiến hành nghiên cứu lý thuyết về vấn đề cần nghiên cứu. Bước này em tập hợp những lý thuyết liên quan và các mô hình, các đề tài trong lĩnh vực Homestay hoặc các tài liệu liên quan trong và ngoài nước.

Tiếp theo em xây dựng thang đo nháp dựa trên lý thuyết, các mô hình, các thang đo đã được tác giả trong và ngoài nước sử dụng, thực trạng tại Sapa. Kết hợp phỏng vấn trực tiếp dạng câu hỏi mở giúp việc xây dựng thang đo phù hợp với thực tế hơn. Sau khi phỏng vấn dạng câu hỏi mở, em tiến hành xây dựng bảng khảo sát sơ bộ (thang đo nháp).

Để cho ra thang đo chính thức để phỏng vấn, em dùng thang đo nháp đi phỏng vấn thử 20 du khách đã đến Sapa. Khi phỏng vấn xong, em dựa trên các ý kiến của những người được phỏng vấn và tiến hành thảo luận nhóm với 4 thành viên được xem là hiểu biết về lĩnh vực Homestay và biết về Sapa để điều chỉnh và xây dựng thang đo chính thức.

Tiếp theo, nghiên cứu chính thức sử dụng phương pháp định lượng, được thực hiện bằng kỹ thuật khảo sát thông qua bảng câu hỏi chi tiết nhằm đánh giá các thang đo và kiểm định mô hình đã đặt ra. Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau; phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để xác định các yếu tố tác động đến Du lịch Homestay Sapa, đây là phương pháp phân tích hiệu quả trong việc tìm ra các nhóm yếu tố tác động đến mục tiêu nghiên cứu, đồng thời xác định tầm quan trọng của từng yếu tố trong nhóm yếu tố. Phân tích tương quan cho thấy được mối tương quan giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc và giữa các biến độc lập với nhau. Tiếp tục phân tích hồi quy để xem sự tác động thực sự của các yếu tố ở mức độ nào. Ngoài ra, kết hợp với các kiểm định T-Test hoặc phân tích ANOVA để kiểm định sự khác biệt trung bình của từng nhóm đối tượng đánh giá.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

3.2.1. Nghiên cứu định tính

Thông qua tham khảo các tài liệu nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và các mô hình nghiên cứu trước đây, em đã xây dựng các giả thuyết cần chứng minh và làm rõ. Để tiến tới chứng minh giả thuyết nêu trên, em tiến hành thực hiện bảng câu hỏi khảo sát sơ bộ

(thang đo nháp) cho phù hợp với thực tế và định hướng nghiên cứu dựa trên các bài nghiên cứu đi trước cùng với việc phỏng vấn trực tiếp dạng câu hỏi mở với 10 Du khách đã từng sử dụng dịch vụ Homestay ở Sapa. (Bảng câu hỏi nghiên cứu sơ bộ được trình bày trong phụ lục).

Sau khi có được thang đo cho từng biến phù hợp, em đã thực hiện phỏng vấn thử 04 sinh viên đã từng đến Sapa. Sau đó, sử dụng phương pháp thảo luận với giáo viên hiểu biết về lĩnh vực Homestay để hiệu chỉnh lại và đảm bảo thiết kế, ngôn từ sử dụng là phù hợp với đối tượng được trả lời và xây dựng bảng câu hỏi phỏng vấn chính thức. Bảng câu hỏi thảo luận nhóm hiệu chỉnh lại để trở thành bảng câu hỏi khảo sát chính thức phục vụ cho nghiên cứu chính thức của đề tài nghiên cứu. (Nội dung bảng câu hỏi chính thức được trình bày trong phụ lục).

Bảng 3.2 Danh sách các bạn sinh viên tham gia thảo luận nhóm

STT	Họ và tên	Số điện thoại	Địa chỉ
1	Nguyễn Phát Tiến	0934816475	Hồ Chí Minh
2	Phạm Huỳnh Minh Phúc	0903978654	Hồ Chí Minh
3	Nguyễn Lê Nhật Kha	0909024567	Hồ Chí Minh
4	Nguyễn Hoàng Khang	0967876546	Hồ Chí Minh

Nguồn: NTHP tổng hợp

Xây dựng thang đo

Sau khi thực hiện phỏng vấn trực tiếp dạng câu hỏi mở với 10 du khách đã sử dụng mô hình Homestay Sa Pa. Với 4 câu hỏi mở được dùng trong phỏng vấn trực tiếp, kết quả em thu thập và tổng hợp lại câu trả lời của các bạn như sau:

Câu hỏi mở thứ nhất: Theo Anh/chị những nhân tố nào ảnh hưởng đến sự phát triển mô hình Homestay tại Sapa?

Câu hỏi mở thứ hai: Anh/chị cho biết các nhân tố anh /chị cho rằng ảnh hưởng đến mô hình Homestay Sapa có những thang đo nào để đo lường các nhân tố đó.

Câu hỏi mở thứ ba: Các nhân tố mà anh/chị cho rằng tác động đến sự phát triển du lịch Homestay Sapa thì nhân tố nào quan trọng nhất?

Câu hỏi thứ tư: Theo anh/chị muốn phát triển du lịch Homestay tại Sapa thì chính quyền và người dân ở đây cần làm gì?

Kết hợp các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước, em kế thừa và xây dựng được thang đo hoàn chỉnh.

Bảng 3.3 Thang đo chính thức

STT	Mã hóa	Thang đo	Mức độ đồng ý				
			1	2	3	4	5
1	MT	Môi trường					
1,1	MT1	Tận dụng gió thiên nhiên, ánh sáng tự nhiên một cách đầy đủ					
1,2	MT2	Kết hợp các di sản địa phương và các yếu tố cảnh quan địa phương vào thiết kế homestay					
1,3	MT3	Cảnh đẹp và tính độc đáo của nội thất thiết kế					
1,4	MT4	Chủ homestay thiết kế vườn cây có tính độc đáo (Có những thắng cảnh thiên nhiên và nhân tạo trong cộng đồng)					
1,5	MT5	Nhà nghỉ được xây dựng vững chắc					
2	CL	Chất lượng phục vụ					
2,1	CL1	Thái độ ân cần của người chủ/ nhân viên phục vụ (ví dụ: dịch vụ đưa đón khách chu đáo)					
2,2	CL2	Cung cấp đầy đủ các món ăn địa phương					
2,3	CL3	Dịch vụ ăn uống đảm bảo chất lượng, vệ sinh					

2,4	CL4	Người chủ/ nhân viên phục vụ biết ngoại ngữ, phải qua lớp tập huấn nghiệp vụ					
2,5	CL5	Có phòng tắm sạch sẽ và các tiện nghi vệ sinh.					
3	VC	Cơ sở vật chất					
3,1	VC1	Nơi lưu trú sạch sẽ					
3,2	VC2	Trang thiết bị chất lượng khá, hoạt động tốt					
3,3	VC3	Đèn điện, quạt điện... công tắc bố trí thuận tiện					
3,4	VC4	Giường hoặc đệm ngủ đạt tiêu chuẩn (ví dụ: chăn, mền, gối và khăn phủ, giường sạch sẽ và được thay sau khi khách đi, có bộ mới cho khách mới)					
3,5	VC5	Bếp sạch sẽ và không có mùi ẩm mốc, hôi thối. (ví dụ: dụng cụ nhà bếp sạch sẽ và vệ sinh, cung cấp đủ nước sạch 24/24 giờ)					
4	AT	An toàn					
4,1	AT1	Có phương tiện thông tin để báo động các nguy hiểm (ví dụ: khách bị đau ốm, bị thương tích có thể tiếp cận nhanh và thuận tiện với nơi cấp cứu)					
4,2	AT2	Có hộp thuốc y tế					
4,3	AT3	Đảm bảo an toàn cho khách lưu trú (ví dụ: mua bảo hiểm cho khách lưu trú, phòng trợ an toàn...)					

4,4	AT4	Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường, an toàn, phòng chống cháy nổ và chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm theo qui định.					
5	HL	Hài lòng					
5,1	HL1	Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về môi trường homestay tại Sapa					
5,2	HL2	Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về chất lượng phục vụ homestay tại Sapa					
5,3	HL3	Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về cơ sở vật chất dịch vụ homestay tại Sapa					
5,4	HL4	Anh/Chị hoàn toàn hài lòng độ an toàn của homestay tại Sapa					

Nguồn: NTHP tổng hợp

3.2.1.1 Phương pháp chọn mẫu

Trong nghiên cứu định lượng giá trị của nghiên cứu phụ thuộc rất nhiều vào độ tin cậy của dữ liệu. Độ tin cậy của dữ liệu thể hiện đầu tiên là phương pháp chọn mẫu, tiếp theo là kích thước mẫu nghiên cứu. Trên thực tế các nhà nghiên cứu chọn cỡ mẫu đa phần sử dụng công thức kinh nghiệm và tùy theo phương pháp phân tích sẽ sử dụng cỡ mẫu bao nhiêu cho tin cậy. Phương pháp phân tích EFA tính đại diện của số lượng mẫu được lựa chọn nghiên cứu sẽ thích hợp nếu số quan sát (cỡ mẫu) ít nhất phải bằng 5 lần số biến quan sát ($n \geq 5 \cdot k$) [15]; Phương pháp EFA đối với một nghiên cứu sử dụng được tin cậy là 100. Phân tích hồi quy bội (MLR) cỡ mẫu phù hợp là $n \geq 8p + 50$ (P là biến độc lập; để tin cậy trong phân tích hồi quy là 100 [16]).

Như vậy, với nghiên cứu gồm 4 nhân tố tác động (biến độc lập) và 1 nhân tố mục tiêu (biến phụ thuộc) với 19 biến quan sát. Để đảm bảo phân tích EFA tin cậy cần cỡ mẫu 150, để phân tích hồi quy tin cậy thì cần cỡ mẫu 100 đơn vị mẫu.

Đề tài nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên đơn giản, với kích thước mẫu là 150 khách du lịch. Kết quả sau khi khảo sát có 144 phiếu thu hồi được ở biểu mẫu. Vậy, kích thước 144 đơn vị mẫu đảm bảo tính tin cậy cho cả phân tích hồi quy và phân tích EFA.

3.2.2. Nghiên cứu định lượng

Bảng khảo sát thu về được xử lý bằng phần mềm SPSS. Trình tự thực hiện các bước như sau:

Xử lý sơ bộ trước khi đưa vào phân tích

Mã hóa dữ liệu: Dữ liệu đã thu thập sẽ được chuyển đổi thành dạng mã số để nhập vào máy tính.

Thiết lập ma trận dữ liệu: Sử dụng SPSS để xử lý dữ liệu. Sau khi mã hóa, dữ liệu sẽ được nhập vào máy.

Làm sạch dữ liệu: Trước khi thực hiện tính toán dữ liệu, cần thiết phải thực hiện làm sạch dữ liệu nhằm phát hiện loại bỏ các sai sót.

Phân tích dữ liệu

Phân tích mô tả giúp em thấy được tổng quan của dữ liệu, biết được mức đánh giá của từng nhân tố. Thống kê này, chủ yếu cho thấy mức độ tập trung của dữ liệu để biết người khảo sát đang đồng ý ở mức nào.

Hệ số Cronbach's Alpha là một phép kiểm định thống kê dùng để kiểm tra sự chặt chẽ và tương quan giữa các biến quan sát. Điều này liên quan đến hai khía cạnh là tương quan giữa bản thân các biến và tương quan các điểm số của từng biến với điểm số toàn bộ các biến của mỗi người trả lời.

Phương pháp này cho phép người phân tích loại bỏ những biến không phù hợp và hạn chế các biến rác trong mô hình nghiên cứu vì nếu không chúng ta không thể biết được chính xác độ biến thiên cũng như độ lỗi của các biến. Theo đó, chỉ những biến có Hệ số tương quan tổng biến phù hợp (Corrected Item-Total Correlation) **lớn hơn 0,3 và thang đo có Hệ số Alpha lớn hơn 0,6** (với khái niệm đo lường mới hoặc mới với người trả lời) thì chấp nhận được và thích hợp đưa vào phân tích những bước tiếp theo [15]. Cũng theo nhiều nhà nghiên cứu, nếu Cronbach's Alpha đạt từ 0,8 trở lên thì thang đo lường là tốt và mức độ tương quan sẽ càng cao hơn.

Phân tích nhân tố EFA (Exploratory Factor Analysis) là một kỹ thuật phân tích nhằm thu nhỏ và tóm tắt các dữ liệu, rất có ích cho việc xác định các tập hợp biến cần thiết cho vấn đề nghiên cứu. Quan hệ giữa các nhóm biến có liên hệ qua lại lẫn nhau được xem xét dưới dạng một số các nhân tố cơ bản. Mỗi một biến quan sát sẽ được tính một tỷ số gọi là hệ số tải nhân tố (factor loading). Hệ số này cho người nghiên cứu biết được mỗi biến đo lường sẽ thuộc về những nhân tố nào.

Trong phân tích nhân tố, yêu cầu cần thiết là hệ số KMO phải có giá trị lớn (**$0,5 < KMO < 1$**) thể hiện phân tích nhân tố là thích hợp, còn nếu hệ số $KMO < 0,5$ thì phân tích nhân tố có khả năng không thích hợp với các dữ liệu [15]. Thêm vào đó, hệ số tải nhân tố của từng biến quan sát phải có giá trị **lớn hơn hoặc bằng 0,5 thì mới có ý nghĩa thực tiễn** [16], điểm dừng khi Eigenvalue (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) **lớn hơn 1** (mặc định của chương trình SPSS), và tổng phương sai dùng để giải thích bởi từng nhân tố **lớn hơn 50%** mới thỏa yêu cầu của phân tích nhân tố [16]. Khi tiến hành phân tích nhân tố, em đã sử dụng **phương pháp trích** (Extraction method) là Principal components với phép xoay (Rotation) Varimax và **phương pháp tính** nhân tố là phương pháp Regression.

Phân tích tương quan, qua số thống kê có tên là Hệ số tương quan Pearson để lượng hóa mức độ chặt chẽ của mối liên hệ tuyến tính giữa các biến định lượng. Kiểm tra biến phụ thuộc và biến độc lập xem có tương quan với nhau không, nếu hai biến tương quan với nhau thì có hệ số tương quan Pearson $|r| > 0,1$. Kiểm tra giữa 2 biến độc lập, có sự tương quan chặt thì phải lưu ý vấn đề đa cộng tuyến khi phân tích hồi quy.

Kiểm định giả thuyết về trung bình Independent-Samples T-Test: Kiểm định giả thuyết về trung bình tổng thể là một phương pháp so sánh trị trung bình của 2 nhóm mẫu độc lập, được dùng trong trường hợp ta muốn kiểm định giả thuyết về sự bằng nhau của 2 trung bình tổng thể dựa trên 2 mẫu độc lập rút từ 2 tổng thể này. Áp dụng cho 2 biến bao gồm một biến định tính và một biến định lượng.

Để kết quả có ý nghĩa thì phải đạt các tiêu chuẩn như sau:

Levene test

Nếu giá trị Sig. trong kiểm định Levene < 0.05 (Với độ tin cậy 95%) thì phương sai của hai tổng thể khác nhau, ta sẽ sử dụng kết quả kiểm định t ở phần Equal variances not assumed.

Nếu giá trị Sig. trong kiểm định Levene > 0.05 (Với độ tin cậy 95%) thì phương sai của hai tổng thể không khác nhau, ta sẽ sử dụng kết quả kiểm định t ở phần Equal variances assumed.

Independent-Samples T-Test

Ho: “Giá trị trung bình của 2 biến tổng thể là như nhau”.

So sánh giá trị Sig của kiểm định được xác định với xác suất α :

Nếu $\text{Sig} \geq \alpha$ thì ta chấp nhận giả thuyết Ho

Nếu $\text{Sig} < \alpha$ thì ta bác bỏ giả thuyết H_0

Phân tích phương sai ANOVA: là một phương pháp so sánh trị trung bình của 3 nhóm trở lên. Có 2 kỹ thuật phân tích phương sai: ANOVA 1 yếu tố (một biến yếu tố để phân loại các quan sát thành các nhóm khác nhau) và ANOVA nhiều yếu tố (2 hay nhiều biến để phân loại). Trong bài nghiên cứu này em chỉ đề cập đến phân tích phương sai 1 yếu tố (One-way ANOVA).

Khi tiến hành phân tích, các nhà nghiên cứu thường quan tâm đến một số yêu cầu như sau:

- Các nhóm nhân tố dùng để so sánh đã độc lập và được chọn một cách ngẫu nhiên.
- Cỡ mẫu đã đủ lớn để có sự tiệm cận phân phối chuẩn.
- Phương sai của các nhóm đã đồng nhất.

Để kết quả có ý nghĩa thì phải đạt các tiêu chuẩn như sau:

Levene test

H_0 : “Phương sai bằng nhau”

So sánh giá trị Sig được xác định với xác suất α :

$\text{Sig} < 0.05$: bác bỏ H_0

$\text{Sig} \geq 0.05$: chấp nhận H_0 , đủ điều kiện để phân tích tiếp anova

ANOVA test

H_0 : “Trung bình bằng nhau”

So sánh giá trị Sig được xác định với xác suất α :

$\text{Sig} \geq 0.05$: chấp nhận H_0 , chưa đủ điều kiện để khẳng định có sự khác biệt

$\text{Sig} < 0.05$: bác bỏ H_0 , đủ điều kiện để khẳng định có sự khác biệt

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Chương 3, em đã trình bày thiết kế nghiên cứu của đề tài thông qua việc xây dựng quy trình nghiên cứu, xác định được phương pháp nghiên cứu bao gồm phương pháp định tính và phương pháp định lượng. Trong chương này em cũng xác định cỡ mẫu phù hợp cho nghiên cứu với mức nhất định nhằm mang lại kết quả tốt nhất cũng như tăng độ tin cậy thực tế cho bài nghiên cứu.

Thông qua các cách xây dựng thang đo cũng như là các công trình nghiên cứu trước đó, em đã kế thừa thang đo để nhằm đạt được mục tiêu nghiên cứu.

CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1. Mô tả mẫu khảo sát

4.1.1. Thống kê mô tả mẫu định tính

Kết quả khảo sát thực tế như sau

Bảng 4.1 Đặc điểm khách du lịch đến Sapa

	Đặc điểm	N = 145	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	73	50,3%
	Nữ	72	49,7%
Độ tuổi	Dưới 18	3	2,1%
	Từ 18 đến 25	135	93,1%
	Trên 25	7	4,8%
Học vấn	Trung học phổ thông	5	3,4%
	Trung cấp/ cao đẳng	9	6,2%
	Đại học/ cao hơn	131	90,3%
Thu nhập	Dưới 3 triệu	71	49,0%
	Từ 3 đến 6 triệu	53	36,6%
	Từ 6 đến 10 triệu	17	11,7%
	Trên 10 triệu	4	2,8%

Nguồn: NTHP tổng hợp

Giới tính và độ tuổi: tỉ lệ du khách nam chiếm 50,3% và cao hơn tỉ lệ du khách nữ với 49.7%. Du khách chủ yếu tập trung từ độ tuổi 18 đến 25 chiếm tỉ lệ 93,1%. Điều này cho thấy khách đi du lịch ở độ tuổi trẻ.

Trình độ học vấn và thu nhập bình quân: Kết quả bảng 4.1 cho thấy du khách chủ yếu có trình độ học vấn từ đại học trở lên chiếm tỉ lệ cao nhất 90,3%, thấp nhất là du khách có trình độ trung học phổ thông với 3,4%. Thu nhập bình quân của du khách ở mức từ

dưới 3 triệu tháng và giao động trong khoảng 3 đến 6 triệu với tỉ lệ phần trăm lần lượt là 49,0% và 36,6%.

Số lần đến Sapa của du khách:

Bảng 4.2 Số lần du khách đến với Sapa

Số lần đến Sapa	Tần số	Tỷ lệ (%)
1 lần	107	73,8%
2 – 5 lần	43	27,2%
6 – 10 lần	0	0
>10 lần	0	0

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.2 cho thấy, tỉ lệ khách du lịch đến với Sapa lần đầu tiên chiếm tỉ lệ cao với 73,8%. Tỉ lệ du khách quay lại du lịch tại Sapa từ 2 lần trở lên chiếm 27,2% tổng số mẫu khảo sát. Đây là minh chứng cho việc Sapa đang là một điểm đến rất hấp dẫn và có khả năng thu hút khách du lịch quay lại cao.

Về hình thức đi du lịch của du khách:

Bảng 4.3 Hình thức du lịch của du khách

Hình thức du lịch	Tần số	Tỷ lệ (%)
Mua tour	78	53,8%
Tự sắp xếp đi	67	46,2%

Nguồn: NTHP tổng hợp

Có thể thấy lượng khách đi theo dạng tour trọn gói của công ty du lịch chiếm tỉ lệ rất cao, tới 53.8%. Tuy nhiên với tỉ lệ % là 46.2%, không thể phủ nhận việc lượng khách hàng muốn tự mình khám phá và trải nghiệm Sapa rất đông.

Dịp đi du lịch của du khách:

Bảng 4.4 Dịp đi du lịch của du khách

Dịp đi du lịch	Tần số	Tỷ lệ (%)
Cuối tuần	60	41,4%
Nghỉ hè	34	23,4%
Lễ, tết	42	29,0%
Dịp khác	9	6,2%

Nguồn: NTHP khảo sát

Đa số du khách đi du lịch vào cuối tuần (41,4%). Bên cạnh đó, dịp Lễ, Tết (29%), nghỉ hè (23,4%) chiếm tỉ lệ phần trăm cũng khá cao. Tuy nhiên vào thời gian rảnh của khách thì lại chiếm tỉ lệ rất nhỏ (6,2%). Chứng tỏ xu hướng du lịch của khách là vào những khoảng thời gian sau giờ làm việc.

Nguồn thông tin mà du khách biết đến Sapa

Bảng 4.5 Kênh thông tin về du lịch Sapa

Kênh thông tin	Tần số	%
Trên các phương tiện truyền thông	64	44,15%
Thông qua tờ bướm	50	34,5%
Bạn bè, đồng nghiệp, người thân	1	0,7%
Tư vấn từ công ty du lịch	15	10,3%
Tìm hiểu từ internet	10	6,9%
Nguồn khác	5	3,4%

Nguồn: NTHP tổng hợp

Du khách tìm hiểu về du lịch Sapa qua hầu hết các kênh thông tin đại chúng (44,15%), và tập trung chủ yếu là qua tờ bướm (34,5%). Điều này cho thấy hoạt động quảng bá

về du lịch của Sapa đã có tiến triển, từ đó bên cạnh việc nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch thì Sapa cũng nên quan tâm đến việc cải thiện công tác quảng bá trong dài hạn. Bên cạnh đó, có thể thấy các du khách chính là lực lượng marketing tốt nhất quảng bá về du lịch Sapa, và để có thể phát triển du lịch lâu dài, các công ty du lịch phải cố gắng làm hài lòng du khách hơn cả sự mong đợi của họ.

4.1.2. Thống kê mô tả mẫu định lượng

Nhân tố môi trường:

Bảng 4.6 Kết quả thống kê mô tả định lượng của nhân tố Môi Trường

	N	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
MT1 - Tận dụng gió thiên nhiên, ánh sáng tự nhiên một cách đầy đủ	144	2	5	4,49	0,669
MT2 - Kết hợp các di sản địa phương và các yếu tố cảnh quan địa phương vào thiết kế homestay	144	2	5	4,37	0,765
MT3 - Cảnh đẹp và tính độc đáo của nội thất thiết kế	143	2	5	4,41	0,735

MT4 - Chủ homestay thiết kế vườn cây có tính độc đáo (Có những thắng cảnh thiên nhiên và nhân tạo trong cộng đồng)	144	2	5	4,35	0,815
MT5 - Nhà nghỉ được xây dựng vững chắc	142	2	5	4,46	0,750

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.6 cho thấy kết quả phân tích nhân tố Môi trường, kết quả cho thấy giá trị trung bình (Mean) từ 4,35 – 4,49. Thang đo “MT4 - Chủ homestay thiết kế vườn cây có tính độc đáo (Có những thắng cảnh thiên nhiên và nhân tạo trong cộng đồng)” có giá trị trung bình thấp nhất và “MT1 - Tận dụng gió thiên nhiên, ánh sáng tự nhiên một cách đầy đủ” có giá trị trung bình cao nhất. Như vậy, nhìn chung với nhân tố này người khảo sát đánh giá ở mức đồng ý về các thang đo.

Nhân tố Chất lượng phục vụ

Bảng 4.7 Kết quả thống kê mô tả định lượng của nhân tố Chất lượng phục vụ

	N	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
CL1 - Thái độ ân cần của người chủ/ nhân viên phục vụ (ví dụ: dịch vụ đưa đón khách chu đáo)	144	2	5	4,40	0,732

CL2 - Cung cấp đầy đủ các món ăn địa phương	144	2	5	4,29	0,774
CL3 - Dịch vụ ăn uống đảm bảo chất lượng, vệ sinh	144	1	5	4,36	0,841
CL4 - Người chủ/ nhân viên phục vụ biết ngoại ngữ, phải qua lớp tập huấn nghiệp	144	1	5	4,05	0,903
CL5 - Có phòng tắm sạch sẽ và các tiện nghi vệ sinh.	144	2	5	4,44	0,707

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.7 cho thấy kết quả phân tích nhân tố Chất lượng phục vụ, kết quả cho thấy giá trị trung bình (Mean) từ 4,05 – 4,44. Thang đo “CL4 - Người chủ/ nhân viên phục vụ biết ngoại ngữ, phải qua lớp tập huấn nghiệp” có giá trị trung bình thấp nhất và “CL5 - Có phòng tắm sạch sẽ và các tiện nghi vệ sinh.” Có giá trị trung bình cao nhất. Như vậy, nhìn chung với nhân tố này người khảo sát đánh giá ở mức đồng ý về các thang đo.

Nhân tố Cơ sở vật chất:

Bảng 4.8 Kết quả thống kê mô tả định lượng của nhân tố Cơ sở vật chất

	N	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn

VC1 - Nơi lưu trú sạch sẽ	144	3	5	4,47	0,689
VC2 - Trang thiết bị chất lượng khá, hoạt	144	3	5	4,37	0,678
VC3 - Đèn điện, quạt điện... công tắc bố trí thuận tiện	144	2	5	4,33	0,756
VC4 - Giường hoặc đệm ngủ đạt tiêu chuẩn (ví dụ: chăn, mền, gối và khăn phủ, giường sạch sẽ và được thay sau khi khách đi, có bộ mới cho khách mới)	143	2	5	4,48	0,720
VC5 - Bếp sạch sẽ và không có mùi ẩm mốc, hôi thối. (ví dụ: dụng cụ nhà bếp sạch sẽ và vệ sinh, cung cấp đủ nước sạch 24/24 giờ)	143	2	5	4,43	0,708

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.8 cho thấy kết quả phân tích nhân tố Cơ sở vật chất, kết quả cho thấy giá trị trung bình (Mean) từ 4,33 – 4,48. Thang đo “VC3 - Đèn điện, quạt điện... công tắc bố trí thuận tiện” có giá trị trung bình thấp nhất và “VC4 - Giường hoặc đệm ngủ đạt tiêu chuẩn (ví dụ: chăn, mền, gối và khăn phủ, giường sạch sẽ và được thay sau khi khách

đi, có bộ mới cho khách mới)” có giá trị trung bình cao nhất. Như vậy, nhìn chung với nhân tố này người khảo sát đánh giá ở mức độ đồng ý về các thang đo.

Nhân tố An toàn

Bảng 4.9 Kết quả thống kê mô tả định lượng của nhân tố An toàn

	N	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
AT1 - Có phương tiện thông tin để báo động các nguy hiểm (ví dụ: khách bị đau ốm, bị thương tích có thể tiếp cận nhanh và thuận tiện với nơi cấp cứu)	144	2	5	4,36	0,763
AT2 - Có hộp thuốc y tế	144	2	5	4,23	0,817
AT3 - Đảm bảo an toàn cho khách lưu trú (ví dụ: mua bảo hiểm cho khách lưu trú, phòng trọ an toàn...)	144	2	5	4,33	0,792

AT4 - Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường, an toàn, phòng chống cháy nổ và chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm theo qui định.	143	3	5	4,42	0,716
--	-----	---	---	------	-------

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.9 cho thấy kết quả phân tích nhân tố An toàn, kết quả cho thấy giá trị trung bình (Mean) từ 4,23 – 4,42. Thang đo “AT2 - Có hộp thuốc y tế” có giá trị trung bình thấp nhất và “AT4 - Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường, an toàn, phòng chống cháy nổ và chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm theo qui định.” Có giá trị trung bình cao nhất. Như vậy, nhìn chung với nhân tố này người khảo sát đánh giá ở mức độ đồng ý về các thang đo.

Nhân tố Hải Lòng

Bảng 4.10 Kết quả thống kê mô tả định lượng của nhân tố Hải lòng

	N	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
HL1 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về môi trường homestay tại Sapa	143	3	5	4,35	0,674
HL2 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về chất lượng phục vụ homestay tại Sapa	143	2	5	4,32	0,728

HL3 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về cơ sở vật chất dịch vụ homestay tại Sapa	143	2	5	4,24	0,762
HL4 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng độ an toàn của homestay tại Sapa	143	3	5	4,36	0,727

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.10 cho thấy kết quả phân tích nhân tố Hải lòng, kết quả cho thấy giá trị trung bình (Mean) từ 4,24 – 4,36. Điều này chứng tỏ rằng sự chọn điểm đến của du khách là rất cao.

4.2. Phân tích Cronbach's Alpha

4.2.1. Phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Môi Trường

Bảng 4.11 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Môi Trường

Thống kê độ tin cậy

Hệ số tin cậy	Số thang đo
0,795	5

Thang đo- Thống kê tổng

	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số tin cậy nếu loại biến

MT1 - Tận dụng gió thiên nhiên, ánh sáng tự nhiên một cách đầy đủ	17,64	5,475	0,565	0,760
MT2 - Kết hợp các di sản địa phương và các yếu tố cảnh quan địa phương vào thiết kế homestay	17,74	5,177	0,560	0,760
MT3 - Cảnh đẹp và tính độc đáo của nội thất thiết kế	17,72	5,233	0,570	0,757
MT4 - Chủ homestay thiết kế vườn cây có tính độc đáo (Có những thắng cảnh thiên nhiên và nhân tạo trong cộng đồng)	17,77	4,781	0,635	0,735
MT5 - Nhà nghỉ được xây dựng vững chắc	17,67	5,250	0,549	0,764

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.11 cho thấy cả 5 thang đo của nhân tố Môi trường đều cho hệ số tương quan tổng biến phù hợp (Corrected Item – Total Correlation) lớn hơn **0,3** và Hệ số Cronbach's Alpha đạt **0,795** nên tất cả các thang đo nhân tố này đều thỏa mãn điều kiện đưa vào phân tích nhân tố.

4.2.2. Phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Chất lượng phục vụ

Bảng 4.12 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Chất lượng phục vụ

Thống kê độ tin cậy

Hệ số tin cậy	Số thang đo
0,844	5

Thang đo- Thống kê tổng

	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số tin cậy nếu loại biến
CL1 - Thái độ ân cần của người chủ/ nhân viên phục vụ (ví dụ: dịch vụ đưa đón khách chu đáo)	17,15	6,811	0,621	0,820
CL2 - Cung cấp đầy đủ các món ăn địa phương	17,26	6,528	0,655	0,810
CL3 - Dịch vụ ăn uống đảm bảo chất lượng, vệ sinh	17,19	6,014	0,726	0,790
CL4 - Người chủ/ nhân viên phục vụ biết ngoại ngữ, phải qua lớp tập huấn nghiệp	17,50	6,224	0,594	0,831
CL5 - Có phòng tắm sạch sẽ và các tiện nghi vệ sinh.	17,10	6,737	0,675	0,807

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.12 cho thấy cả 5 thang đo của nhân tố Chất lượng phục vụ đều cho thấy Hệ số tương quan tổng biến phù hợp (Corrected Item-Total Correlation) lớn hơn **0,3** và Hệ số Cronbach's Alpha đạt **0,844** nên tất cả các thang đo nhân tố này đều đạt ý nghĩa thống kê nên thỏa mãn đưa vào phân tích nhân tố.

4.2.3. Phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Cơ sở vật chất

Bảng 4.13 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Cơ sở vật chất

Thống kê độ tin cậy

Hệ số tin cậy	Số thang đo
0,878	5

Thang đo- Thống kê tổng

	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số tin cậy nếu loại biến
VC1 - Nơi lưu trú sạch sẽ	17,61	5,758	0,693	0,856
VC2 - Trang thiết bị chất lượng khá, hoạt động tốt	17,70	5,674	0,740	0,846
VC3 - Đèn điện, quạt điện... công tắc bố trí thuận tiện	17,75	5,439	0,712	0,852
VC4 - Giường hoặc đệm ngủ đạt tiêu chuẩn (ví dụ: chăn, mền, gối và khăn phủ, giường sạch sẽ và được thay sau khi khách đi, có bộ mới cho khách mới)	17,59	5,562	0,720	0,850

VC5 - Bếp sạch sẽ và không có mùi ẩm mốc, hôi thối. (ví dụ: dụng cụ nhà bếp sạch sẽ và vệ sinh, cung cấp đủ nước sạch 24/24 giờ)	17,64	5,707	0,687	0,858
--	-------	-------	-------	-------

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.13 cho thấy cả 5 thang đo của nhân tố Cơ sở vật chất đều cho thấy Hệ số tương quan tổng biến phù hợp (Corrected Item-Total Correlation) lớn hơn **0,3** và Hệ số Cronbach's Alpha đạt **0,878** nên tất cả các thang đo nhân tố này đều đạt ý nghĩa thống kê nên thỏa mãn đưa vào phân tích nhân tố.

4.2.4. Phân tích Cronbach's Alpha nhân tố An toàn

Bảng 4.14 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha nhân tố An toàn

Thống kê độ tin cậy

Hệ số tin cậy	Số thang đo
0,886	4

Thang đo- Thống kê tổng

	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số tin cậy nếu loại biến
--	-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------	-----------------------------

AT1 - Có phương tiện thông tin để báo động các nguy hiểm (ví dụ: khách bị đau ốm, bị thương tích có thể tiếp cận nhanh và thuận tiện với nơi cấp cứu)	12,98	4,147	0,764	0,848
AT2 - Có hộp thuốc y tế	13,10	4,080	0,722	0,865
AT3 - Đảm bảo an toàn cho khách lưu trú (ví dụ: mua bảo hiểm cho khách lưu trú, phòng trọ an toàn...)	13,02	4,021	0,776	0,844
AT4 - Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường, an toàn, phòng chống cháy nổ và chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm theo qui định.	12,92	4,367	0,746	0,856

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.14 cho thấy cả 4 thang đo của nhân tố An toàn đều cho thấy Hệ số tương quan tổng biến phù hợp (Corrected Item-Total Correlation) lớn hơn **0,3** và Hệ số Cronbach's Alpha đạt **0,886** nên tất cả các thang đo nhân tố này đều đạt ý nghĩa thống kê nên thỏa mãn đưa vào phân tích nhân tố.

4.2.5. Phân tích Cronbach's Alpha Sự Hài Lòng

Bảng 4.15 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha nhân tố Sự Hài Lòng

Thông kê độ tin cậy

Hệ số tin cậy	Số thang đo
0,900	4

Thang đo- Thống kê tổng

	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số tin cậy nếu loại biến
HL1 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về môi trường homestay tại Sapa	12,93	3,911	0,779	0,871
HL2 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về chất lượng phục vụ homestay tại Sapa	12,96	3,618	0,829	0,852
HL3 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về cơ sở vật chất dịch vụ homestay tại Sapa	13,03	3,597	0,783	0,869
HL4 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng độ an toàn của homestay tại Sapa	12,92	3,852	0,722	0,891

Nguồn: NTHP tổng hợp

Bảng 4.15 cho thấy cả 4 thang đo của nhân tố Hải Lòng đều cho thấy Hệ số tương quan tổng biến phù hợp (Corrected Item-Total Correlation) lớn hơn **0,3** và Hệ số Cronbach's Alpha đạt **0,900** nên tất cả các thang đo nhân tố này đều đạt ý nghĩa thống kê nên thỏa mãn đưa vào phân tích nhân tố.

4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

4.3.1. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho các biến độc lập

Bảng 4.16 Kết quả phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập

Hệ số KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			0,919
Bartlett's Test of Sphericity			1669,997
Approx. Chi-Square			
df			171
Sig.			0,000

Component	Initial Eigenvalues								
	Total	% of Variance	Cumulative	Total	% of Variance	Cumulative	Total	% of Variance	Cumulative
1	9,359	49,260	49,260	9,359	49,260	49,260	4,066	21,402	21,402
2	1,436	7,558	56,818	1,436	7,558	56,818	3,762	19,800	41,202
3	1,267	6,669	63,487	1,267	6,669	63,487	2,643	13,909	55,110
4	1,006	5,293	68,780	1,006	5,293	68,780	2,597	13,670	68,780
5	0,898	4,728	73,509						
6	0,657	3,460	76,969						
7	0,560	2,948	79,917						
8	0,518	2,725	82,642						
9	0,469	2,467	85,110						
10	0,449	2,365	87,474						
11	0,410	2,157	89,631						
12	0,66	1,926	91,557						
13	0,309	1,626	93,183						
14	0,296	1,556	94,739						
15	0,241	1,271	96,009						
16	0,212	1,115	97,124						
17	0,201	1,059	98,184						
18	0,176	0,924	99,107						

19	0,170	0,893	100,000						
----	-------	-------	---------	--	--	--	--	--	--

	Component			
	1	2	3	4
AT2 - Có hộp thuốc y tế	0,768			
VC5 - Bếp sạch sẽ và không có mùi ẩm mốc, hôi thối. (ví dụ: dụng cụ nhà bếp sạch sẽ và vệ sinh, cung cấp đủ nước sạch 24/24 giờ)	0,742			
AT4 - Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường, an toàn, phòng chống cháy nổ và chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm theo qui định.	0,728			
AT1 - Có phương tiện thông tin để báo động các nguy hiểm (ví dụ: khách bị đau ốm, bị thương tích có thể tiếp cận nhanh và thuận tiện với nơi cấp cứu)	0,706			
AT3 - Đảm bảo an toàn cho khách lưu trú (ví dụ: mua bảo hiểm cho khách lưu trú, phòng trọ an toàn...)	0,699			
VC1 - Nơi lưu trú sạch sẽ		0,764		
VC4 - Giường hoặc đệm ngủ đạt tiêu chuẩn (ví dụ: chăn, mền, gối và khăn phủ, giường sạch sẽ và được thay sau khi khách đi, có bộ mới cho khách mới)		0,687		
VC3 - Đèn điện, quạt điện... công tắc bố trí thuận tiện		0,660		
CL3 - Dịch vụ ăn uống đảm bảo chất lượng, vệ sinh		0,663		0,534
CL5 - Có phòng tắm sạch sẽ và các tiện nghi vệ sinh		0,583		

VC2 - Trang thiết bị chất lượng khá, hoạt động tốt		0,564		
CL1 - Thái độ ân cần của người chủ/ nhân viên phục vụ (ví dụ: dịch vụ đưa đón khách chu đáo)		0,555		
MT1 - Tận dụng gió thiên nhiên, ánh sáng tự nhiên một cách đầy đủ			0,772	
MT2 - Kết hợp các di sản địa phương và các yếu tố cảnh quan địa phương vào thiết kế homestay			0,719	
MT4 - Chủ homestay thiết kế vườn cây có tính độc đáo (Có những thắng cảnh thiên nhiên và nhân tạo trong cộng đồng)			0,673	
MT3 - Cảnh đẹp và tính độc đáo của nội thất thiết kế			0,550	
CL4 - Người chủ/ nhân viên phục vụ biết ngoại ngữ, phải qua lớp tập huấn nghiệp				0,781
CL2 - Cung cấp đầy đủ các món ăn địa phương				0,689
MT5 - Nhà nghỉ được xây dựng vững chắc				0,613

Nguồn: NTHP tổng hợp

Qua kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha 19 thang đo của các nhân tố ảnh hưởng gồm Môi trường, Chất lượng phục vụ, Cơ sở vật chất, An toàn không bị loại biến nào, kết quả là 19 biến này phù hợp để tiếp tục đưa vào phân tích EFA.

Bảng 4.16 cho thấy “CL3 - Dịch vụ ăn uống đảm bảo chất lượng, vệ sinh” tải lên ở cả 2 nhân tố là Component 2 và Component 4, vi phạm tính phân biệt trong ma trận xoay với hệ số tải lần lượt là 0,633 và 0,534, mức chênh lệch hệ số tải nhỏ hơn 0,3.

Tiến hành thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA lần 2 sau khi đã loại đi 1 biến quan sát “CL3 - Dịch vụ ăn uống đảm bảo chất lượng, vệ sinh”

Bảng 4.17 Phân tích nhân tố khám phá EFA lần 2

Hệ số KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.				0,915	
Bartlett's Test of Sphericity				15180,143	
Approx. Chi-Square					
df				153	
Sig.				0,000	

Component	Initial Eigenvalues								
	Total	% of Variance	Cumulative	Total	% of Variance	Cumulative	Total	% of Variance	Cumulative
1	8,849	49,163	49,163	8,849	49,163	49,163	3,704	20,575	20,575
2	1,419	7,883	57,045	1,419	7,883	57,045	3,620	20,111	40,686
3	1,134	6,299	63,345	1,134	6,299	63,345	2,755	15,305	55,992
4	1,006	5,587	68,931	1,006	5,587	68,931	2,329	12,940	68,931

5	,844	4,689	73,620						
6	,648	3,602	767,222						
7	,546	3,033	80,255						
8	,515	2,861	83,116						
9	,458	2,545	85,660						
10	,422	2,344	88,004						
11	,408	2,264	90,268						
12	,354	1,968	92,237						
13	,307	1,705	93,942						
14	,285	1,585	95,526						
15	,234	1,301	96,827						
16	,212	1,176	98,003						
17	,184	1,024	99,027						
18	,184	,973	100,000						

	Component			
	1	2	3	4
AT4 - Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường, an toàn, phòng chống cháy nổ và chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm theo qui định.	0,760			
AT2 - Có hộp thuốc y tế	0,750			
AT1 - Có phương tiện thông tin để báo động các nguy hiểm (ví dụ: khách bị đau ốm, bị thương tích có thể tiếp cận nhanh và thuận tiện với nơi cấp cứu)	0,718			
AT3 - Đảm bảo an toàn cho khách lưu trú (ví dụ: mua bảo hiểm cho khách lưu trú, phòng trọ an toàn...)	0,714			

VC5 - Bếp sạch sẽ và không có mùi ẩm mốc, hôi thối. (ví dụ: dụng cụ nhà bếp sạch sẽ và vệ sinh, cung cấp đủ nước sạch 24/24 giờ)	0,677			
VC1 - Nơi lưu trú sạch sẽ		0,774		
VC4 - Giường hoặc đệm ngủ đạt tiêu chuẩn (ví dụ: chăn, mền, gối và khăn phủ, giường sạch sẽ và được thay mới sau khi khách đi, có bộ mới cho khách mới_		0,739		
VC3 - Đèn điện, quạt điện... công tắc bố trí thuận tiện		0,719		
VC2 - Trang thiết bị chất lượng khá, hoạt động tốt		0,641		
CL5 - Có phòng tắm sạch sẽ và các tiện nghi vệ sinh.		0,563		
CL1 - Thái độ ân cần của người chủ/ nhân viên phục vụ (ví dụ: dịch vụ đưa đón khách chu đáo)		0,514		
MT1 - Tận dụng gió thiên nhiên, ánh sáng tự nhiên một cách đầy đủ			0,758	
MT2 - Kết hợp các di sản địa phương và các yếu tố cảnh quan địa phương vào thiết kế homestay			0,693	
MT4 - Chủ homestay thiết kế vườn cây có tính độc đáo (Có những thắng cảnh thiên nhiên và nhân tạo trong cộng đồng)			0,682	
MT3 - Cảnh đẹp và tính độc đáo của nội thất thiết kế			0,609	
CL4 - Người chủ/ nhân viên phục vụ biết ngoại ngữ, phải qua lớp tập huấn nghiệp				0,812
CL2 - Cung cấp đầy đủ các món ăn địa phương				0,706

MT5 - Nhà nghỉ được xây dựng vững chắc				0,543
--	--	--	--	-------

Nguồn: NTHP tổng hợp

Sau khi loại biến quan sát “CL3 - Dịch vụ ăn uống đảm bảo chất lượng, vệ sinh” kết quả phân tích EFA các nhân tố độc lập còn lại gồm 18 biến quan sát được trích thành 4 nhân tố: Môi trường của Homestay, Chất lượng phục vụ, Cơ sở vật chất lưu trú homestay và Độ An toàn của dịch vụ homestay. Hệ số KMO là **0,915**, mức ý nghĩa là **0,000 < 0,05**, tổng phương sai trích là **68,931%** và hệ số tải nhân tố của các biến quan sát đều lớn hơn 0.5. Kết quả này cho thấy phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu khảo sát được.

4.3.2. Phân tích EFA đối với biến phụ thuộc

Bảng 4.18 Kết quả phân tích EFA nhân tố Sự lựa chọn dịch vụ homestay

Hệ số KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			0,825
Bartlett's Test of Sphericity			355,763
Approx. Chi-Square			
df			6
Sig.			0,000

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative%	Total	% of Variance	Cumulative%
1	3,085	77,124	77,124	3,085	77,124	77,124

2	0,412	10,293	87,418			
3	0,290	7,258	94,675			
4	0,213	5,325	100,000			

	Component
	1
HL2 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về chất lượng phục vụ homestay tại Sapa	0,911
HL3 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về cơ sở vật chất dịch vụ homestay tại Sapa	0,882
HL1 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về môi trường homestay tại Sapa	0,880
HL4 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng độ an toàn của homestay tại Sapa	0,839

Nguồn: NTHP tổng hợp

Kết quả phân tích nhân tố đối với thang đo sự hài lòng cho thấy không có biến quan sát nào bị loại. Hệ số KMO là 0,825 là phù hợp, mức ý nghĩa là $0,000 < 0,05$, tổng phương sai trích là 77,124% và hệ số tải nhân tố của các biến quan sát lớn hơn 0,5. Kết quả này cho thấy phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu khảo sát được.

Vậy theo kết quả bảng ma trận EFA cuối cùng, chúng ta có các nhân tố được định nghĩa lại như sau:

Bảng 4.19 Bảng các nhân tố được định nghĩa lại sau phân tích EFA

Số thứ tự	Nhân tố	Các biến quan sát	Loại
1	Môi trường (MT)	MT1 - Tận dụng gió thiên nhiên, ánh sáng tự nhiên một cách đầy đủ	Độc lập

		<p>MT2 - Kết hợp các di sản địa phương và các yếu tố cảnh quan địa phương vào thiết kế homestay</p> <p>MT4 - Chủ homestay thiết kế vườn cây có tính độc đáo (Có những thắng cảnh thiên nhiên và nhân tạo trong cộng đồng)</p> <p>MT3 - Cảnh đẹp và tính độc đáo của nội thất thiết kế</p> <p>MT5 - Nhà nghỉ được xây dựng vững chắc</p>	
2	Chất lượng dịch vụ (CL)	<p>CL5 - Có phòng tắm sạch sẽ và các tiện nghi vệ sinh.</p> <p>CL1 - Thái độ ân cần của người chủ/ nhân viên phục vụ (ví dụ: dịch vụ đưa đón khách chu đáo)</p> <p>CL4 - Người chủ/ nhân viên phục vụ biết ngoại ngữ, phải qua lớp tập huấn nghiệp</p> <p>CL2 - Cung cấp đầy đủ các món</p>	Độc lập

		<p>ăn địa phương</p> <p>Loại biến CL3</p>	
3	Cơ sở vật chất (VC)	<p>VC5 - Bếp sạch sẽ và không có mùi ẩm mốc, hôi thối. (ví dụ: dụng cụ nhà bếp sạch sẽ và vệ sinh, cung cấp đủ nước sạch 24/24 giờ)</p> <p>VC1 - Nơi lưu trú sạch sẽ</p> <p>VC4 - Giường hoặc đệm ngủ đạt tiêu chuẩn (ví dụ: chăn, mền, gối và khăn phủ, giường sạch sẽ và được thay sau khi khách đi, có bộ mới cho khách mới)</p> <p>VC3 - Đèn điện, quạt điện... công tắc bố trí thuận tiện</p> <p>VC2 - Trang thiết bị chất lượng khá, hoạt động tốt</p>	Độc lập
4	An toàn (AT)	AT4 - Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường, an toàn, phòng chống cháy nổ và chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm	Độc lập

		<p>theo qui định.</p> <p>AT2 - Có hộp thuốc y tế</p> <p>AT1 - Có phương tiện thông tin để báo động các nguy hiểm (ví dụ: khách bị đau ốm, bị thương tích có thể tiếp cận nhanh và thuận tiện với nơi cấp cứu)</p> <p>AT3 - Đảm bảo an toàn cho khách lưu trú (ví dụ: mua bảo hiểm cho khách lưu trú, phòng trọ an toàn...)</p>	
5	Hài lòng (HL)	<p>HL2 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về chất lượng phục vụ homestay tại Sapa</p> <p>HL3 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về cơ sở vật chất dịch vụ homestay tại Sapa</p> <p>HL1 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về môi trường homestay tại Sapa</p> <p>HL4 - Anh/Chị hoàn toàn hài lòng độ an toàn của homestay tại Sapa</p>	Phụ thuộc
Tổng số lượng biến quan sát độc lập: 18			
Tổng số lượng biến quan sát phụ thuộc: 4			

Nguồn: NTHP tổng hợp

4.4. Phân tích Tương quan

Bảng 4.20 Kết quả phân tích tương quan

	MT	CL	VC	AT	HL
MT Pearson Correlation	1	0,672	0,580	0,603	0,599
Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
N	144	144	144	144	143
CL Pearson Correlation	0,672	1	0,746	0,682	0,658
Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
N	144	144	144	144	143
VC Pearson Correlation	0,580	0,746	1	0,730	0,582
Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
N	144	144	144	144	143
AT Pearson Correlation	0,603	0,682	0,730	1	0,706
Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
N	144	144	144	144	143
HL Pearson Correlation	0,599	0,658	0,582	0,706	1
Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
N	143	143	143	143	143

Nguồn: NTHP tổng hợp

Trước khi phân tích hồi quy em phân tích tương quan để xem có mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc, xem có sự cộng tuyến xảy ra giữa các biến độc lập. Kết quả phân tích tương quan bảng 4.20 cho thấy hệ số tương quan giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc đều có Sig tương quan nhỏ hơn 0,05, như vậy có mối liên hệ tuyến tính giữa các biến độc lập này với biến HL. Giữa AT và HL có mối tương quan mạnh nhất với hệ số r là 0,706, giữa VC và HL có mối tương quan yếu nhất với hệ số r

là 0,582. Qua phân tích tương quan cho thấy rằng 4 biến độc lập được đưa vào phân tích hồi quy.

4.5. Hồi quy và kiểm định mô hình

4.5.1. Phân tích hồi quy

Bảng 4.21 Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình tổng

M ode	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	0,7 57 ^a	0,57 4	0,561	0,42036	1,986

a. Predictors: (Constant), AT, MT, VC, CL

b. Dependent Variable: HL

ANOVA^a

Model	Tổng bình phương	df	Trung bình tổng	F	Sig.
1	Hồi quy	32,791	4	8,198	0,000 ^b
	Phần dư	24,385	138	0,177	
	Tổng	57,176	142	46,394	

a. Dependent Variable: HL

b. Predictors: (Constant), AT, MT, VC, CL

Hệ số

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	0,605	0,311		1,946	0,054		
MT	0,201	0,089	0,175	2,253	0,026	0,510	1,962
CL	0,280	0,098	0,271	2,864	0,005	0,345	1,900
VC	0,340	.	0,360	2,648	0,025	0,348	1,875
AT	0,440	0,084	0,460	5,252	0,000	0,402	1,485

a. Dependent Variable: HL

Qua kết quả phân tích hồi quy bảng 4.21 cho thấy mô hình có $R^2 = 0,574$ và R^2 hiệu chỉnh là 0,561. Điều này có nghĩa là 56,1% sự biến thiên của biến phụ thuộc sự hài lòng được giải thích bởi 4 nhân tố ảnh hưởng, còn 43,9% sự biến thiên của Sự hài lòng được giải thích bởi các nhân tố khác chưa được nghiên cứu trong mô hình của em.

Tiếp đến, nghiên cứu tiến hành kiểm định sự phù hợp của mô hình hồi quy nội đang phân tích thông qua hệ số F tại bảng ANOVA. Kết quả cho thấy giả thuyết H_0 bị bác bỏ, các hệ số hồi quy của mô hình đều khác 0 với giá trị F đạt được là 46,394 và hệ số Sig. là $0,000 < 0,005$. Mô hình hồi quy đang phân tích phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được.

Kết quả kiểm định hệ số hồi quy bội cho thấy tất cả các biến đều có giá trị Sig. nhỏ hơn 0.05 và các hệ số đều mang dấu dương. Như vậy, các nhân tố độc lập (1) Môi trường của homestay (MT); (2) Chất lượng phục vụ homestay (CL); (3) Cơ sở vật chất (VC); (4) Độ an toàn của homestay (AT) đều có mối tương quan cùng chiều đến nhân

tổ phụ thuộc là Sự lựa chọn dịch vụ homestay (HL). Ngoài ra, kết quả cũng cho thấy mô hình hồi quy không vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến do hệ số phóng đại phương sai của các biến độc lập ($VIF < 2$) nhỏ hơn 10 rất nhiều lần.

Như vậy, phương trình hồi quy bội về tác động của các yếu tố đến sự lựa chọn dịch vụ du lịch homestay tại Sapa có dạng như sau:

$$Y = 0,605 + 0,175*MT + 0,271*CL + 0,360*VC + 0,460*AT$$

Để so sánh trực tiếp mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập đến biến phụ thuộc, chúng ta sử dụng hệ số β chuẩn hóa (hệ số hồi quy chuẩn hóa). Kết quả phân tích hồi quy bội cho thấy nhân tố AT – mức độ an toàn của homestay có tác động nhiều nhất đến sự lựa chọn dịch vụ homestay ($\beta = 0,460$), tiếp theo lần lượt là các nhân tố: VC – Vật chất kỹ thuật ($\beta = 0,360$), CL – Chất lượng dịch vụ ($\beta = 0,271$), MT – Môi trường homestay ($\beta = 0,175$).

4.6. Kết quả kiểm định các giả thuyết

Chấp nhận giả thuyết H₁: Môi trường của homestay - các yếu tố thiên nhiên, di sản văn hóa, phong cảnh, vườn cây... có tương quan dương (+) với sự lựa chọn của khách du lịch về homestay.

Chấp nhận giả thuyết H₂: Chất lượng phục vụ - thái độ của người phục vụ, chất lượng món ăn, các món ăn địa phương... có tương quan dương (+) với sự lựa chọn của khách du lịch về homestay.

Chấp nhận giả thuyết H₃: Cơ sở vật chất của homestay – nơi ở sạch sẽ,... có tương quan dương (+) với sự lựa chọn của khách hàng.

Chấp nhận giả thuyết H₄: An toàn – các phương tiện, thiết bị bảo đảm an toàn cho du khách có tương quan dương (+) với sự lựa chọn của khách du lịch về homestay.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 4

Qua chương 4, em đã thực hiện mô tả mẫu nghiên cứu, kiểm định độ tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố khám phá, phân tích tương quan, phân tích mô hình hồi quy tuyến tính và kiểm định sự ảnh hưởng của các biến định tính thông qua việc sử dụng phần mềm SPSS for window 20.

Thông qua các kết quả kiểm định, em đã viết được phương trình hồi quy nhờ đó xác định được yếu tố tác động và mức độ tác động đến sự chọn điểm đến Sapa, cũng như chứng minh các giả thuyết mà em đặt ra cho bài nghiên cứu.

Với các kết quả được trình bày trong chương này sẽ trở thành nền tảng cho việc đề xuất các hàm ý quản trị cũng như nêu được các điểm hạn chế cần khắc phục của đề tài trong chương tiếp theo.

CHƯƠNG 5. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Chương 4 đã cho kết quả phân tích, chương này sẽ nêu lên kết luận chung và đưa ra hàm ý quản trị giúp các nhà quản lý du lịch Sapa dựa vào đó đưa ra những chính sách phù hợp để phát triển loại hình du lịch homestay tại Sapa. Bên cạnh đó nêu lên những điểm hạn chế của đề tài để những người nghiên cứu về sau hoàn thiện hơn.

5.1. Nhận xét

Kết quả phân tích mẫu cho thấy trong 144 đơn vị mẫu khảo sát thì số lượng nam cao hơn nữ, thống kê mẫu về tuổi thì thấy độ tuổi từ 18 đến 25 nhiều hơn, về trình độ thì trình độ đại học hoặc cao hơn chiếm tỉ lệ cao hơn, về mức thu nhập thì mức thu nhập bình quân là từ 3 đến 6 triệu.

Kết quả phân tích mô tả định lượng cho rằng giá trị trung bình đánh giá cho từng nhân tố xoay quanh 4,3 (cụ thể như bảng 5.1). Trong đó trung bình chung của các thang đo cho nhân tố Môi trường được đánh giá cao nhất (4,418), tiếp theo là nhân tố chất lượng (4,4), còn lại những nhân tố khác có giá trị trung bình xoay quanh 4,3. Điều này chứng tỏ rằng Môi trường và chất lượng dịch vụ là yếu tố thu hút du khách hơn cả.

Bảng 5.1 Kết quả thống kê mô tả chung các nhân tố

TT	Nhân tố	Giá trị trung bình
1	Môi trường homestay	4,418
2	Chất lượng dịch vụ homestay	4,4
3	Cơ sở vật chất homestay	4,308
4	An toàn	4,335
	Trung bình chung	4,36

Nguồn: NTHP tổng hợp

Kết quả phân tích Cronbach's Alpha cho thấy 19 thang đo đo lường 4 nhân tố tác động không bị loại trừ thang đo nào. Kết quả phân tích Cronbach's Alpha cho nhân tố Hải lòng với 4 thang đo cũng không bị loại trừ thang đo nào. Như vậy, cho thấy quá trình

xây dựng thang đo ở chương 3 em đã xây dựng đúng hướng, bảng khảo sát rõ ràng và cá nhân các du khách đánh giá cũng ổn định.

Qua kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) lại lần nữa khẳng định rằng quá trình xây dựng bảng hỏi có cơ sở vững chắc. Trong 19 thang đo đo lường cho 4 nhân tố tác động và một nhân tố mục tiêu qua bước này chỉ bị loại 1 thang đo. Đặc biệt, các nhân tố có sự hội tụ như thang đo trong mô hình lý thuyết.

Kết luận: Vậy qua 2 bước này cho thấy từ khảo lược lý thuyết, các công trình nghiên cứu trước đến bộ dữ liệu nghiên cứu đều đáng tin cậy.

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy trong các nhân tố thì nhân tố “An toàn” tác động mạnh nhất đến sự Hài lòng điểm đến du lịch Sapa. Em cho rằng điều này đúng với hầu hết mọi điểm du lịch. Việc đem đến sự hài lòng hơn tất cả thấy trong quá trình đi du lịch đó chính là sự an toàn. Không ít lần chúng ta đã có những bài báo, những câu chuyện về những tai nạn thương tâm trong quá trình đi du lịch và hầu hết những tai nạn đó đều đến từ những điều nhỏ nhặt nhất. Việc một điểm đến trang bị cho mình những yếu tố cần thiết về việc bảo vệ sự an toàn cho khách hàng sẽ đem đến cho họ sự yên tâm khi trải nghiệm quá trình du lịch tại điểm đến đó, và Sapa đã làm rất tốt điều này. Như vậy, đi kèm với các yếu tố môi trường và chất lượng dịch vụ thì sự an toàn của du khách chính là một yếu tố không thể bỏ qua trong quá trình xây dựng và phát triển loại hình du lịch homestay.

Tiếp theo nhân tố tác động mạnh thứ hai đến việc chọn homestay đó chính là “Cơ sở vật chất”, nhân tố này tác động mạnh cũng là điều phù hợp. Ngày nay khách du lịch có nhu cầu đi du lịch tự túc rất cao, theo khảo sát em thu nhập và xử lý thì có đến gần một nửa là đến Sapa tự túc. Việc đi du lịch tự túc, hộ gia đình tự phát và đặc biệt là các nhóm bạn trẻ cùng nhau đi “phượt” không còn là một điều gì đó quá mới lạ và qua khảo sát thì còn minh chứng rõ hơn về điều này, hơn 90% khảo sát là các bạn trẻ trong độ tuổi từ 18 đến 25 tuổi. Việc đi du lịch tự phát đòi hỏi yếu tố “An toàn” rất cao vì khi đi du lịch tự túc, rất dễ phát sinh ra các vấn đề ngoài ý muốn. Kèm theo đó, với việc thiếu kinh nghiệm trong công tác tổ chức du lịch, cũng như thiếu hiểu biết về điểm đến, cơ sở lưu trú,... nên nhóm khách này rất dễ rơi vào trường hợp “Tiền mất, tật mang”. Qua đó khẳng định rằng nhân tố “Cơ sở vật chất là một nhân tố cũng quan trọng không kém “An toàn”.

5.2. Giải pháp khai thác hiệu quả điều kiện phát triển du lịch homestay

5.2.1. Định hướng phát triển du lịch homestay ở Sapa

Du lịch được định hướng là một ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam, việc định hướng và phát triển du lịch là một quy luật tất yếu. Nhưng việc phát triển du lịch như thế nào để không làm mất đi giá trị truyền thống, đem lại cả lợi ích kinh tế cho xã hội và cộng đồng lại là một điều nan giải.

Du lịch homestay ở Sapa là một loại hình du lịch mới, nhưng như đã phân tích ở đầu đề tài, triển vọng phát triển loại hình du lịch này là rất lớn. Homestay có thể trở thành một nhân tố thúc đẩy sự phát triển của Sapa nói chung và cộng đồng dân cư địa phương nói riêng. Loại hình du lịch homestay phát triển chắc chắn sẽ kéo theo sự phát triển về kinh tế - xã hội, và cải thiện chất lượng đời sống của cư dân địa phương, đặc biệt là đồng bào dân tộc thiểu số. Tuy nhiên, du lịch phát triển kéo theo đó là tác động của ô nhiễm môi trường, tài nguyên du lịch xuống cấp, gây mất cân bằng trong đời sống thường nhật của người dân địa phương. Vì vậy, cần phải có định hướng phát triển du lịch hợp lý để homestay Sapa có thể phát triển theo hướng bền vững, hạn chế những tác động tiêu cực và thúc đẩy sự phát triển để góp phần tăng trưởng nền kinh tế nước nhà.

Vậy thì câu hỏi đặt ra là: “Du lịch bền vững là gì?”. Theo Hội đồng du lịch và lữ hành quốc tế: “Du lịch bền vững là việc đáp ứng các nhu cầu hiện tại của khách du lịch và vùng du lịch mà vẫn đảm bảo những khả năng đáp ứng nhu cầu cho các thế hệ tương lai”.

Mục tiêu của du lịch bền vững:

- Gia tăng sự đóng góp của du lịch vào kinh tế và môi trường
- Cải thiện tính công bằng xã hội trong phát triển
- Cải thiện chất lượng cuộc sống của cộng đồng bản địa
- Đáp ứng cao nhu cầu của khách du lịch
- Duy trì chất lượng môi trường [7]

Sapa là một nơi hội tụ đủ các điều kiện thuận lợi để có thể phát triển loại hình du lịch homestay, một loại hình du lịch không chỉ góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch để thu hút khách du lịch, gây dựng hình ảnh hấp dẫn cho du lịch Sapa mà điều quan trọng không kém đó chính là hỗ trợ tài chính, nâng cao chất lượng đời sống cho cộng đồng cư dân địa phương. Việc giữ gìn và đảm bảo một môi trường tự nhiên trong lành, không làm phai mờ đi bản sắc văn hóa dân tộc và vẫn giữ vững được hiệu quả kinh tế

là nhiệm vụ phải được đặt lên hàng đầu và đảm bảo cho loại hình du lịch homestay phát triển bền vững trong tương lai.

Để phát triển theo hướng bền vững, trước hết du lịch homestay phải chia sẻ lợi ích từ du lịch với cộng đồng địa phương, phân chia một cách hợp lý cho tất cả các chủ thể tham gia để vừa thể hiện tính công bằng vừa đảm bảo nhiệm vụ bảo tồn. Việc bảo tồn tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn phải được coi trọng, là nhiệm vụ của các chủ thể, các cấp, các ngành liên quan. Bên cạnh đó, địa phương cần có sự đầu tư có chiều sâu nhằm tạo ra những sản phẩm du lịch homestay thật sự có chất lượng, đáp ứng ngày càng cao nhu cầu của khách du lịch. Du lịch homestay để phát triển đúng hướng, để chính thức trở thành một loại hình du lịch bền vững cần hướng tới thị trường khách có thu nhập cao, hạn chế về số lượng, tập trung phát triển chất lượng nhằm giảm thiểu tác động của du lịch homestay tới môi trường tự nhiên, xã hội và văn hóa. Việc quy hoạch nhằm phân định những khu vực chú trọng phát huy chiều sâu hay những khu vực ưu tiên số lượng là một nhiệm vụ quan trọng hiện nay của Sa Pa nhằm tạo ra những sản phẩm du lịch homestay đặc thù phù hợp với thị hiếu của từng loại khách du lịch vừa bảo tồn được những giá trị tự nhiên và văn hóa của địa phương, hướng tới một sự phát triển bền vững cho một loại hình du lịch trong tương lai.

5.3. Giải pháp khai thác điều kiện phát triển du lịch homestay Sapa

5.3.1. Tạo lập cơ chế chính sách quản lý phù hợp

Du lịch homestay là một loại hình du lịch có sự khác biệt so với các loại hình du lịch khác vì khách cùng ăn - ở - cùng sinh hoạt với gia đình người dân bản địa tại cộng đồng. Vì vậy, loại hình này cần phải được tổ chức, thực hiện và quản lý thận trọng, tránh những tác động không cần thiết đến cuộc sống của cộng đồng và loại hình này để phát triển đòi hỏi phải có sự đồng thuận của tất cả các bên liên quan, trong đó vai trò của chủ nhà và cộng đồng là vô cùng quan trọng.

Cơ chế chính sách quản lý là điều kiện cần cho sự phát triển của du lịch homestay. Nếu một địa phương có tài nguyên du lịch phong phú, người dân địa phương chấp thuận mà thiếu sự hậu thuẫn của cơ chế chính sách quản lý thì cũng không đủ điều kiện để phát triển du lịch homestay.

Vì vậy, để Sa Pa là điểm đến của du lịch homestay cần có một phương châm quản lý kết hợp được ba yếu tố: hệ thống quản lý đúng đắn, mối quan hệ liên kết giữa các chủ thể và năng lực quản lý phù hợp. Đối tượng quản lý chủ yếu là cơ quan quản lý du lịch tại địa phương và chính quyền địa phương.

Người dân địa phương tham gia kinh doanh du lịch homestay cần phải liên kết thành Hiệp hội để tăng cường sức mạnh, từng bước tạo ra thương hiệu cho sản phẩm. Việc thành lập Hiệp hội đem lại nhiều lợi ích cho các thành viên như: Hiệp hội như một tổ chức thống nhất đại diện cho tiếng nói của các thành viên trong mối quan hệ hợp tác với đối tác, cung cấp những thông tin hữu ích cho các thành viên trong hoạt động kinh doanh du lịch homestay, xúc tiến quảng bá sản phẩm du lịch homestay thông qua các hội chợ, triển lãm, hội thảo...

Du lịch homestay là một loại hình du lịch hướng tới sự phát triển bền vững vì vậy, việc quản lý hợp lý đóng vai trò như kim chỉ nam không chỉ đem lại hiệu quả riêng lẻ cho riêng loại hình du lịch homestay [4].

5.3.2. Xây dựng quy hoạch hợp lý

Mặc dù hiện tại du lịch homestay mới đang trong giai đoạn đầu của quá trình phát triển nhưng đã báo hiệu một triển vọng to lớn và trong tương lai Sa Pa có đủ điều kiện để trở thành một điểm du lịch homestay hấp dẫn của cả nước. Vì vậy, việc xây dựng đề án quy hoạch du lịch homestay ở Sa Pa là một yêu cầu cấp bách trong thời điểm hiện tại.

Quy hoạch du lịch chính là việc kiểm kê, đánh giá tài nguyên và hiện trạng hoạt động du lịch homestay, định hướng chiến lược phát triển du lịch nhằm khai thác tối ưu các nguồn lực, thúc đẩy hoạt động kinh doanh du lịch homestay, phát triển, nâng cao đời sống tinh thần cho người dân địa phương đồng thời bảo vệ và cải thiện môi trường và tài nguyên cũng như đưa ra các bước đi phù hợp với điều kiện của vùng trong mỗi giai đoạn cụ thể.

Quy hoạch hiệu quả không chỉ tập trung được nguồn lực tối ưu, thu hút đầu tư mà còn định hướng được khách hàng và quan trọng hơn là bảo tồn được các giá trị tài nguyên của địa phương.

Bên cạnh việc quy hoạch, chúng ta cũng cần phải tiêu chuẩn hóa cơ sở lưu trú nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và cung cấp thông tin hữu ích cho khách du lịch để họ có những lựa chọn phù hợp với thị hiếu và khả năng chi trả. Hệ thống tiêu chuẩn phải cụ thể về trang thiết bị tiện nghi, nhà tắm và nhà vệ sinh, an ninh và các dịch vụ liên quan [4].

5.3.3. Đầu tư cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật

Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật đóng vai trò như đòn bẩy nhằm khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch homestay. Vì vậy, để

phát triển du lịch homestay thì Sa Pa phải chú trọng đầu tư vào cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

Những tiêu chí cần đáp ứng khi tiến hành xây dựng:

- Đạt hiệu quả kinh tế - xã hội tối ưu trong quá trình xây dựng và khai thác
- Đẩy mạnh hiệu quả sử dụng tài nguyên du lịch, đảm bảo những điều kiện tốt nhất cho vận chuyển, tham quan nghỉ ngơi của khách du lịch.
- Không làm ô nhiễm cảnh qua môi trường tự nhiên, văn hóa và xã hội.
- Lắng nghe và tôn trọng ý kiến của cộng đồng địa phương.

Vì các điểm du lịch homestay thường xa trung tâm huyện thậm chí ở những địa bàn hẻo lánh, đường xá đi lại khó khăn như xã Tả Van, xã Bản Hồ, xã Thanh Phú nên hệ thống đường giao thông cần phải được kịp thời mở rộng, tôn tạo để làm cầu nối đưa khách du lịch đến với những điểm du lịch homestay tại cả những vùng sâu vùng xa. Hệ thống điện và nước sạch cũng là những yếu tố sống còn cho sự phát triển của một điểm du lịch homestay. Dù tài nguyên du lịch hấp dẫn và người dân hiếu khách nhưng không có điện và đặc biệt nước sạch thì cũng không thể kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch. Với chương trình điện lưới quốc gia và chương trình nước sạch, các bản trên địa bàn huyện Sa Pa đã được tiêu dùng nhưng chưa đồng bộ và đều đặn vì vậy, việc đảm bảo điện nước thường xuyên cho người dân và đặc biệt những hộ kinh doanh du lịch homestay là nhiệm vụ của các cấp ngành tại địa phương [4].

Đối với du lịch homestay thì cơ sở lưu trú chính là nhà dân. Nhà dân là nơi cộng đồng bản địa sinh sống cũng là cơ sở lưu trú của khách du lịch. Vì vậy, để phát triển du lịch homestay, nhà dân cũng phải được tu bổ, chỉnh trang từ chất liệu, hình dáng đến vật dụng, đồ đạc mang dấu ấn đặc trưng tộc người vì kiến trúc và điêu khắc ngôi nhà cũng chính là tài nguyên du lịch nhân văn hấp dẫn khách du lịch và lôi cuốn họ tìm hiểu, khám phá. Ngoài ra, nhà dân cần phải được đầu tư những công trình thiết yếu như nhà vệ sinh, nhà tắm hiện đại, tiện nghi đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch. Điều này sẽ góp phần tạo ra những cơ sở lưu trú có chất lượng và hình ảnh đặc thù để tăng cường sức cạnh tranh, vừa đảm bảo tiêu chí vừa nâng cao hiệu quả kinh doanh.

5.3.4. Xây dựng sản phẩm du lịch homestay đa dạng và đặc thù

Thứ nhất, sản phẩm du lịch là kết quả tổng hợp của việc sử dụng và khai thác tài nguyên du lịch phục vụ nhu cầu khách du lịch. Sản phẩm du lịch sẽ tạo nên hình ảnh cho một điểm du lịch, tạo nên sự hấp dẫn đối với khách du lịch và quyết định thời gian lưu trú của khách du lịch. Vì vậy, một sản phẩm du lịch homestay đặc thù cần có những tiêu chí đánh giá để phát huy tính cạnh tranh và khẳng định chất lượng của sản

phẩm. Chúng ta có thể tham khảo mô hình của Tây Ban Nha để xây dựng một khung tiêu chí áp dụng cho sản phẩm du lịch homestay ở Sa Pa bao gồm 10 tiêu chí như sau:

- Cơ sở lưu trú truyền thống, tiện nghi, vệ sinh
- Giá cả hợp lí
- Vấn đề an ninh, an toàn được đảm bảo
- Ẩm thực đặc trưng và phù hợp thị hiếu khách du lịch
- Thu thập được những thông tin giá trị về văn hóa, lịch sử.
- Được tận hưởng môi trường trong lành và được thưởng ngoạn cảnh đẹp.
- Được trải nghiệm những hoạt động như sản xuất nông nghiệp, làm nghề thủ công, nấu nướng,...
- Được mua sắm hàng lưu niệm truyền thống.
- Được thưởng thức ca múa nhạc truyền thống.
- Sự thân thiện, hiếu khách và tính chuyên nghiệp trong kỹ năng phục vụ của người làm du lịch. [8]

Thứ hai, phát triển du lịch homestay kết hợp hài hòa với các hoạt động bổ trợ thú vị như đi mua sắm các sản phẩm lưu niệm truyền thống do chính tay người dân địa phương tạo ra, thưởng thức các tiết mục biểu diễn nghệ thuật truyền thống, tham quan bản làng...

Thứ ba, phát triển du lịch homestay không dàn trải mà phát triển có trọng tâm, đầu tư có chiều sâu để mỗi một bản, mỗi một điểm du lịch là một bản sắc riêng, khó trộn lẫn so với các điểm du lịch homestay khác trên địa bàn huyện, bản Tả Van Giáy của người Giáy sẽ là một hình ảnh độc đáo, khác biệt so với bản Dền của người Tày, để từ đó, chúng ta mới có thể chung tay xây dựng thương hiệu “Mỗi bản là một hình ảnh” mang tính đặc thù.

Thứ tư, Sa Pa cần tiếp tục khôi phục và hoàn thiện những giá trị văn hóa truyền thống của tộc người đồng thời thường xuyên đào tạo, hỗ trợ về vốn, kinh nghiệm, kỹ năng cho các chủ thể kinh doanh du lịch homestay nhằm tạo ra những sản phẩm có chất lượng, từng bước khẳng định thương hiệu cho một sản phẩm mới trên địa bàn.

5.3.5. Xúc tiến quảng bá sản phẩm du lịch homestay

Ngày nay, trong nền kinh tế toàn cầu, con đường ngắn nhất và trực tiếp nhất để sản phẩm đến với người tiêu dùng chính là thông qua hoạt động xúc tiến quảng bá sản phẩm. Vì vậy, hoạt động xúc tiến quảng bá đã trở thành một phần không thể thiếu

trong chiến lược phát triển một sản phẩm. Làm du lịch ngày nay, ai cũng hiểu, không thể ngồi không trông khách nên xúc tiến du lịch là một điều cần làm và phải làm đối với các chủ thể tham gia kinh doanh du lịch homestay tại Sa Pa.

Từ kinh nghiệm của một số quốc gia và từ thực tiễn hoạt động du lịch homestay tại địa phương, để tiến hành xúc tiến quảng bá hiệu quả, Sa Pa cần tập trung vào một số giải pháp sau:

Thứ nhất, Sa Pa cần đầu tư nghiêm túc thời gian, kinh phí và nhân lực vào việc điều tra, phân tích và xác định thị trường mục tiêu cho sản phẩm du lịch homestay ở đây. Theo thực tế, khách đến homestay ở Sa Pa chủ yếu là khách châu Âu (đặc biệt là Pháp), Mỹ, Úc, Nhật Bản, Hàn Quốc... Từ đó, xây dựng những chiến lược xúc tiến và chương trình du lịch phù hợp để tập trung mọi nguồn lực xúc tiến vào những thị trường trọng điểm.

Thứ hai, Sa Pa cần xây dựng và sử dụng một hình ảnh hay biểu hiệu mang tính đặc trưng thống nhất cho tất cả các nhà nghỉ homestay. Việc sử dụng hình ảnh hay biểu hiệu thống nhất không chỉ tạo nên tính liên kết giữa các nhà nghỉ mà còn nâng cao khả năng cạnh tranh, từng bước khẳng định được thương hiệu cho sản phẩm du lịch homestay của Sa Pa.

Thứ ba, Sa Pa cần nghiên cứu lựa chọn các kênh thông tin để quảng bá sản phẩm. Có một thực tế là khách du lịch đặc biệt là khách du lịch quốc tế đến Sa Pa với động cơ khám phá những bản sắc văn hóa giàu truyền thống nhưng thông tin về du lịch homestay lại rất mờ nhạt đối với họ. Tại trung tâm thông tin du lịch Sa Pa thì thông tin về điểm du lịch homestay và chương trình du lịch homestay hầu như không có. Vì vậy, việc lựa chọn kênh thông tin hiệu quả để quảng bá cho sản phẩm du lịch homestay cũng là nhiệm vụ cấp bách của không chỉ một cấp một ngành. Trong du lịch có rất nhiều kênh thông tin để quảng bá sản phẩm nhưng đối với du lịch homestay thì kênh thông tin hữu hiệu nhất chính là internet. Pháp cũng là một trong các quốc gia phát triển thành công chương trình du lịch homestay thông qua kênh xúc tiến là internet bằng việc lập trang thông tin điện tử, trung tâm thông tin du lịch homestay nhằm cung cấp thông tin hiệu quả cho khách du lịch.

Thứ tư, việc xúc tiến quảng bá không phải là công việc của một cá nhân, một tổ chức mà là nhiệm vụ của tất cả các chủ thể tham gia trực tiếp và cả gián tiếp vào hoạt động kinh doanh du lịch homestay. Cấp Bộ và Tổng cục Du lịch có nhiệm vụ quảng bá các sản phẩm du lịch homestay Sa Pa tại các hội chợ, triển lãm du lịch quốc tế và khu vực, lồng ghép quảng bá sản phẩm homestay Sa Pa trong những chương trình quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam trên các kênh truyền hình uy tín thế giới... Cấp cơ quan

quản lý nhà nước về du lịch tại địa phương cũng xây dựng những chương trình quảng bá trên panô, áp phích tại địa phương, trên tờ rơi tập gấp và đặc biệt là cung cấp thông tin về du lịch homestay Sa Pa trên các trang thông tin điện tử về du lịch. Trang thông tin điện tử về du lịch của trung tâm thông tin du lịch Sa Pa chỉ có các thông tin chung về các điểm đến mà chưa có các thông tin về sản phẩm du lịch ở Sa Pa càng không có các thông tin về sản phẩm du lịch homestay Sa Pa. Vì vậy, trung tâm cần phải bổ sung, cập nhật những thông tin hữu ích về sản phẩm du lịch Sa Pa trong đó có sản phẩm du lịch homestay để trang thông tin điện tử về du lịch của Sa Pa ngày càng trở thành một kênh thông tin hiệu quả đối với đông đảo khách du lịch tiềm năng [4].

Công ty du lịch với vai trò là cầu nối giữa cung và cầu, am hiểu thị hiếu khách du lịch phải đóng vai trò tư vấn, hỗ trợ về cách thức quảng bá và thị trường mục tiêu. Người dân địa phương cũng là những chủ thể thực hiện nhiệm vụ quảng bá bằng cách ngày càng nâng cao chất lượng dịch vụ và kỹ năng nghiệp vụ nhằm tối đa hóa sự hài lòng của khách du lịch vì sự hài lòng của khách du lịch về sản phẩm du lịch homestay khiến khách du lịch trở thành nhà quảng cáo không chuyên đầy uy tín và tin cậy cho điểm du lịch này. Vì vậy, chất lượng sản phẩm cũng là một trong những phương cách quảng bá đặc biệt mà hiệu quả trong hoạt động kinh doanh.

5.3.6. Đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng

Trong hoạt động kinh doanh du lịch nói chung và du lịch homestay nói riêng, yếu tố con người luôn được đặt ở vị trí hàng đầu. Đào tạo nguồn nhân lực là cốt lõi của thành công. Nguồn nhân lực trong du lịch homestay ở Sa Pa là đội ngũ những chủ nhà và thành viên trong gia đình có đăng ký kinh doanh du lịch homestay. Như đã nêu ở phần hiện trạng, đội ngũ lao động trong du lịch homestay tất cả đều là dân địa phương, trình độ học vấn thấp và đặc biệt kỹ năng nghiệp vụ phục vụ du lịch và trình độ ngoại ngữ rất hạn chế. Mặc dù đây là một khó khăn cản trở sự phát triển của du lịch homestay nhưng những khóa học, những khóa đào tạo dành cho họ không nhiều. Thực tế cho thấy, việc đào tạo, tập huấn nâng cao kỹ năng giao tiếp, kỹ năng nghiệp vụ và trình độ ngoại ngữ là một nhiệm vụ cấp thiết để phù hợp với tốc độ phát triển giai đoạn mới của du lịch homestay nói riêng và du lịch nói chung.

Trước hết, chúng ta phải tập trung tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người dân về tầm quan trọng của du lịch homestay trong đó có gắn với những lợi ích thiết thân của cộng đồng đặc biệt là vấn đề xóa đói giảm nghèo.

Thứ hai, dựa vào thực trạng và nhu cầu của hoạt động kinh doanh du lịch homestay mà chúng ta đưa ra kế hoạch để đào tạo đội ngũ nhân lực phục vụ cho loại hình du lịch này. Để chương trình đào tạo thu được kết quả tốt thì phải có sự liên kết của nhiều tổ

chức như sự kết hợp giữa cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, chính quyền địa phương, người dân địa phương và các tổ chức phi chính phủ, cơ sở đào tạo, công ty lữ hành... Nội dung của chương trình học nên bao gồm ba phần cơ bản là kỹ năng giao tiếp, kỹ năng nghiệp vụ phục vụ và ngoại ngữ trong đó ưu tiên tiếng Anh. Ngoài ra, một phần không thể thiếu trong chương trình học, đó chính là việc giáo dục người dân ý thức bảo vệ môi trường và đặc biệt là văn hóa bản địa vì những tài nguyên đó có thể là chìa khóa vàng mở ra một tương lai triển vọng nhưng cũng có thể đóng sập lại cơ hội đó nếu chính những người dân làm du lịch không biết trân trọng, giữ gìn.

Ngoài những đối tượng lao động trực tiếp trong hoạt động du lịch homestay, chúng ta cũng cần chú trọng tập huấn cho những cán bộ quản lý du lịch nói chung và du lịch homestay nói riêng về những thông tin, chủ trương, chính sách mới, những kinh nghiệm của các quốc gia đã tổ chức thành công du lịch homestay... để họ cập nhật tình hình phát triển mới của loại hình du lịch này từ đó có những hướng đi sát thực và hiệu quả.

Đối tượng cuối cùng cũng nằm trong chương trình đào tạo đó là cộng đồng dân cư không đăng ký kinh doanh nhà nghỉ homestay nhưng có tham gia vào các hoạt động kinh doanh phục vụ cho du lịch homestay như kinh doanh hàng thủ công truyền thống, kinh doanh các mặt hàng ăn uống... tùy thuộc vào từng vị trí cụ thể mà bước đầu trang bị cho họ những nghiệp vụ giao tiếp, những câu tiếng Anh giao tiếp cơ bản, giáo dục họ ý thức bảo tồn các giá trị tài nguyên địa phương, tuyên truyền để họ chấm dứt tình trạng đeo bám khách nhằm mục đích bán hàng...

5.3.7. Quyền lợi công bằng

Trong kinh doanh du lịch, việc chia sẻ lợi ích một cách thỏa đáng cho tất cả các bên tham gia là một nhiệm vụ khó khăn khi đối tượng nào cũng muốn nhận những lợi ích tối đa. Vì vậy, để phân chia được công bằng cần phải có sự nhìn nhận một cách khách quan và tổng quát về những đóng góp cũng như những hệ quả (tích cực và tiêu cực) nhận được của tất cả các bên. Cộng đồng dân cư tại địa phương luôn là đối tượng thiệt thòi nhất trong việc phân chia này. Họ là chủ nhân của vùng đất với những cảnh quan thiên nhiên nguyên sơ, độc đáo, cũng là chủ thể của nền văn hóa giàu bản sắc, những tài sản du lịch vô giá. Tuy nhiên, khi du lịch phát triển, họ cũng chịu những tác động như không gian sống bị xâm phạm, môi trường ô nhiễm hơn, lạm phát cục bộ, văn hóa truyền thống bị lu mờ, thậm chí lai căng... Những đóng góp và những tác động là sự thật hiển nhiên nhưng lợi ích họ nhận được từ du lịch thì không nhiều. Đó là một bài toán khó giải không chỉ đối với một địa phương.

Hoạt động du lịch homestay với đặc thù riêng đã tái phân chia lợi ích từ du lịch một cách công bằng hơn, đảm bảo những lợi ích thỏa đáng cho tất cả các bên. Người dân có toàn quyền quyết định trong việc tham gia hoạt động du lịch homestay. Khi họ đã tham gia họ cũng có quyền tự định đoạt hoạt động kinh doanh của gia đình. Những thu nhập từ hoạt động du lịch homestay cho đến thời điểm này chưa nhiều nhưng những gì mà người dân nhận được cũng đã phần nào khuyến khích họ làm chủ và khẳng định quyền làm chủ của họ trong hoạt động du lịch homestay.

Tuy nhiên, để một điểm du lịch homestay tồn tại và phát triển không chỉ chia sẻ lợi ích với gia đình kinh doanh du lịch homestay mà chúng ta cần phải quan tâm đến lợi ích của cả cộng đồng vì bất cứ một điểm du lịch này muốn phát triển cũng cần sự hậu thuẫn của cộng đồng. Cơ sở hạ tầng xây dựng, nâng cấp để phục vụ cho sự phát triển của hoạt động du lịch về lâu dài nhưng trước mắt và trên hết là phục vụ cho cuộc sống của chính cộng đồng. Những công việc hỗ trợ cho hoạt động du lịch homestay như: bán hàng, hướng dẫn du lịch, kinh doanh ăn uống, biểu diễn nghệ thuật truyền thống... cũng đem lại những khoản thu đáng kể bên cạnh lao động truyền thống. Vì vậy, các cấp chính quyền nên tạo điều kiện tốt nhất để những công việc đó do những người dân địa phương đảm nhiệm.

Tiếp theo, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và chính quyền địa phương cũng được hưởng lợi vì chủ nhà homestay phải trích phần trăm lợi nhuận cho các cấp quản lý như một khoản thuế.

Việc chia sẻ lợi ích từ du lịch homestay với các chủ thể tham gia không chỉ đảm bảo một sự phân chia công bằng mà còn là động lực thúc đẩy sự phát triển của hoạt động du lịch cũng như góp phần bảo tồn các giá trị tài nguyên địa phương [4].

5.3.8. Khai thác kết hợp bảo vệ tài nguyên du lịch

Du lịch là ngành có định hướng tài nguyên rõ nét. Chúng ta phải sử dụng và khai thác tài nguyên du lịch một cách hợp lý nhằm đảm bảo hoạt động kinh doanh du lịch đạt hiệu quả tối ưu đồng thời vẫn phải bảo tồn và phát huy được các giá trị tài nguyên bền vững. Sa Pa mới chỉ phát triển du lịch homestay trong vài năm gần đây những tác động nghiêm trọng chưa rõ nét nhưng đã xuất hiện những dấu hiệu thoái hóa, xói mòn tài nguyên du lịch địa phương. Các cấp, các ngành, các cá nhân, cơ sở cần có sự liên kết, phối hợp thực hiện những biện pháp tích cực nhằm hạn chế, giảm thiểu đến mức thấp nhất những tác động tiêu cực của du lịch homestay tránh những cạn kiệt, suy thoái tài nguyên du lịch tự nhiên và sự thương mại hóa, lai căng của tài nguyên du lịch nhân văn.

Văn hóa truyền thống là nguồn tài sản phong phú nhất và giá trị nhất để người Sa Pa phát triển du lịch homestay. Khám phá và trải nghiệm những giá trị văn hóa độc đáo, đậm đà bản sắc của các tộc người nơi đây là cái đích hướng tới của tất cả các khách du lịch khi tham gia du lịch homestay. Nhưng hiện nay, do chưa nhận thức được đầy đủ giá trị đích thực của văn hóa truyền thống lại chịu sự tác động mạnh mẽ của quá trình hội nhập nói chung và hoạt động du lịch nói riêng nên dân cư địa phương đã và đang vô tình làm mai một những giá trị đó, dẫn tới sự đồng hóa, xói mòn về văn hóa bản địa. Đây thật sự là một nguy cơ đòi hỏi chúng ta phải đề ra những biện pháp bảo tồn kịp thời.

Chính sự phát triển của người làm du lịch hôm nay là nhân tố cơ bản không chỉ hủy hoại ngành kinh tế đầy triển vọng này trong tương lai mà còn ảnh hưởng nghiêm trọng đến cuộc sống người dân bản địa. Bảo vệ môi trường tự nhiên và văn hóa không còn là một yêu cầu chung mà là trách nhiệm của mọi người. Dù khó khăn nhưng cấp thiết, trách nhiệm này đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa chính quyền địa phương với doanh nghiệp du lịch; giữa các cấp, các ngành; giữa chủ với khách và ngay trong chính cộng đồng dân cư địa phương.

5.3.9. Đảm bảo an toàn, an ninh

Đối với du lịch homestay thì an ninh, an toàn là một trong những yếu tố quan trọng nhất. Do đặc trưng của du lịch homestay khác những loại hình du lịch khác khi khách du lịch cùng ăn - cùng ở - cùng sinh hoạt với gia đình người dân bản địa nên khách du lịch chỉ tham gia du lịch homestay khi họ thật sự cảm thấy được an toàn. Mặt khác, chính quyền địa phương cũng rất khó khăn trong việc quản lý đối tượng khách du lịch homestay do khách du lịch thường đi lẻ và tham gia các hoạt động tham quan, dã ngoại theo ý thích cá nhân. Vì vậy, việc đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch là một nhiệm vụ khó khăn nhưng vô cùng quan trọng cần có sự thiết lập và phối kết hợp giữa các cấp từ cơ quan quản lý nhà nước về du lịch tại địa phương đến chính quyền địa phương đến chủ nhà homestay, cộng đồng địa phương và thậm chí cả khách du lịch.

Chủ nhà phải thực hiện nghiêm chỉnh việc khai báo tạm trú của khách du lịch với chính quyền địa phương và đảm bảo an toàn về cả thân thể và tài sản cho khách khi khách ở trong nhà hay tham gia các hoạt động ngoài trời.

Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch tại địa phương và chính quyền địa phương cần phải tiêu chuẩn hóa vấn đề an ninh, an toàn cho khách thành một trong những điều kiện bắt buộc để cấp phép kinh doanh du lịch homestay cho các gia đình. Các cơ quan này cần phải thường xuyên kiểm tra, giám sát số lượng và cơ cấu khách du lịch tại địa

bàn và quản lý chặt chẽ các hoạt động du lịch homestay. Đồng thời, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch tại địa phương và chính quyền địa phương cũng phải tăng cường tuyên truyền giáo dục cho cộng đồng địa phương và đặc biệt là các thành viên trong gia đình kinh doanh homestay tầm quan trọng của việc đảm bảo an ninh, an toàn cho khách, những quy định, thông tin về an ninh, an toàn trong du lịch homestay và thậm chí tập huấn cho họ về những nguy cơ cũng như biện pháp đối phó khi khách du lịch là phần tử xấu đến du lịch homestay với những mục đích thù địch, chống phá nhà nước...

5.4. Một số kiến nghị

5.4.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch

Xây dựng và thực thi các chính sách hỗ trợ cụ thể, công nhận loại hình du lịch homestay để tạo nên sự cạnh tranh lành mạnh và những người làm du lịch homestay có thể chính thức ký kết hay hợp tác đầu tư với đối tác.

Xây dựng và thực thi các quy hoạch, kế hoạch, chương trình hành động quốc gia có gắn kết du lịch homestay Sa Pa nhằm thúc đẩy sự phát triển của loại hình du lịch này tại Sa Pa.

Nghiên cứu, hướng dẫn và chỉ đạo việc khai thác thị trường mục tiêu cho du lịch homestay Sa Pa, từ đó tạo ra những sản phẩm và thực hiện những chiến lược quảng bá xúc tiến sản phẩm phù hợp với thị trường đó.

Tiến hành quảng bá xúc tiến sản phẩm du lịch homestay Sa Pa bằng nhiều phương tiện khác nhau như hội chợ, hội thảo, triển lãm, ấn phẩm, sách hướng dẫn du lịch, quảng cáo trên internet, quảng cáo trên TV...

Đầu tư cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch tại các bản làng nhằm tạo điều kiện thuận lợi thúc đẩy sự phát triển của du lịch homestay và đồng thời nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân bản địa.

Liên kết, hợp tác với các tổ chức phi chính phủ để tranh thủ nguồn vốn, kinh nghiệm của họ trong việc phát triển du lịch homestay.

Xây dựng những chính sách, quy định, quy chế nhằm bảo tồn, tôn tạo tài nguyên du lịch.

Quản lý, kiểm tra, giám sát hoạt động kinh doanh du lịch homestay tại địa phương như vấn đề an ninh, an toàn cho khách du lịch, lượng khách, chất lượng sản phẩm...

Hợp tác, liên kết với các tổ chức phi chính phủ nhằm tranh thủ vốn, kinh nghiệm trong việc xây dựng, nâng cấp cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, đào tạo nguồn nhân lực du lịch, dự án phát triển cộng đồng, dự án xóa đói giảm nghèo...

Nghiên cứu thị trường để xác định thị trường mục tiêu từ đó, tư vấn cho cấp trên và chỉ đạo chính quyền địa phương và chủ nhà homestay cách thức tạo ra sản phẩm và cách thức xúc tiến quảng bá để phù hợp với thị trường mục tiêu đó.

Đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch homestay tại thôn bản.

Kết hợp với các cơ sở đào tạo tập huấn cho đội ngũ nhân lực trong du lịch homestay về kỹ năng giao tiếp, kỹ năng nghiệp vụ và ngoại ngữ

Tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân về tầm quan trọng của du lịch homestay trong việc xóa đói giảm nghèo nhưng cũng khuyến cáo người dân khi đăng ký kinh doanh du lịch homestay không nên coi đây là nguồn thu chính của gia đình mà vẫn phải duy trì và đảm bảo sản xuất truyền thống.

Ban hành những quy định, quy chế nhằm bảo tồn các giá trị tự nhiên và nhân văn, trong đó khuyến khích việc khôi phục những giá trị văn hóa truyền thống.

Tiến hành hoạt động xúc tiến, quảng bá cho du lịch homestay tại các hội chợ, triển lãm, hội thảo, trang web du lịch. Bổ sung kịp thời các thông tin về du lịch homestay và sản phẩm du lịch homestay trên trang web của trung tâm xúc tiến và du lịch huyện Sa Pa [4].

5.4.2. Với chính quyền địa phương

Kiểm tra, giám sát tình hình hoạt động du lịch homestay và những dịch vụ bổ sung tại thôn bản

Đảm bảo một môi trường an ninh, an toàn cho khách du lịch

Tuyên truyền, khuyến khích người dân tham gia du lịch homestay và ủng hộ hoạt động du lịch homestay nhưng cũng cần khuyến cáo người dân nên suy nghĩ kỹ lưỡng về những yêu cầu cũng như những tác động, nguy cơ trước khi quyết định đăng ký kinh doanh du lịch homestay.

Tuyên truyền ý thức bảo tồn các giá trị tài nguyên và nghiêm trị những hành vi phá hoại môi trường tự nhiên và văn hóa bản địa

Mỗi bản xây dựng một trung tâm xúc tiến du lịch đặt ở đầu bản nhằm cung cấp thông tin cho khách du lịch về du lịch nói chung và du lịch homestay nói riêng.

Việc xây dựng các cửa hàng lưu niệm và khuyến khích người dân bán hàng lưu niệm một cách hệ thống là nhiệm vụ cần làm của cơ quan quản lý và chính quyền địa phương nhằm tạo nên một hình ảnh đẹp cho khách du lịch khi đến du lịch homestay tại các bản làng Sa Pa [4].

5.4.3. Với công ty du lịch

Tăng cường tích cực hợp tác, liên kết cùng chủ nhà và chính quyền địa phương để tạo ra những sản phẩm du lịch homestay hấp dẫn, đem lại hiệu quả kinh tế cao.

Tôn trọng sức chứa trong du lịch homestay Giáo dục khách du lịch ý thức bảo tồn và tôn trọng tài nguyên du lịch tại địa phương

Chia sẻ công bằng lợi ích từ du lịch homestay cho các bên tham gia

Là chiếc cầu nối giữa chủ và khách, nên có thể tư vấn hiệu quả về thị trường khách mục tiêu mà Sa Pa cần hướng tới

Quảng bá, xúc tiến du lịch homestay Sa Pa thông qua những tờ rơi, tập gấp, trang web về chương trình du lịch của công ty.

5.4.4. Với khách du lịch

Giữ gìn và bảo vệ môi trường tự nhiên và tài nguyên du lịch tự nhiên

Tôn trọng truyền thống văn hóa bản địa, khách du lịch muốn khám phá, tìm hiểu một lĩnh vực hay một hiện vật phải xin phép và có sự đồng ý của người dân địa phương.

Tránh những hành vi ứng xử lộ liễu ảnh hưởng đến thuần phong mỹ tục của bản làng

Có thái độ thân thiện, lịch sự với chủ nhà và cộng đồng địa phương

Mua và tiêu dùng những sản phẩm của cộng đồng địa phương

Không cho quà và cho tiền người dân

Tư vấn, phản hồi với công ty lữ hành và chủ nhà về chất lượng sản phẩm

Giới thiệu, tuyên truyền cho những người thân quen về sản phẩm du lịch homestay ở Sa Pa.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 5

Chương 5 đã đề ra định hướng phát triển loại hình du lịch homestay ở Sa Pa từ đó xây dựng những giải pháp và kiến nghị nhằm khai thác hiệu quả các điều kiện để phát triển loại hình du lịch homestay ở Sa Pa.

Để vừa phát triển du lịch homestay vừa đảm bảo những mục tiêu kinh tế - văn hóa - xã hội thì Sa Pa cần phát triển theo hướng bền vững. Quan điểm bền vững là một quan điểm tiến bộ vừa đáp ứng được sự tiêu dùng của thế hệ hiện tại vừa đảm bảo nhu cầu cho thế hệ tương lai. Để làm được điều đó đòi hỏi các chủ thể phải có sự kết hợp hài hòa để chia sẻ lợi ích với cộng đồng địa phương, khai thác tối ưu các tài nguyên du

lịch nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch và bảo tồn môi trường tự nhiên và văn hóa truyền thống.

Du lịch homestay là một loại hình du lịch mới tại Sa Pa nên để khai thác hiệu quả các điều kiện cần có một hệ thống giải pháp, trong đó cần tập trung vào nhóm giải pháp tăng cường sự quản lý của nhà nước, xây dựng quy hoạch hợp lý và chiến lược sản phẩm cụ thể, tăng cường hoạt động xúc tiến kết hợp chặt chẽ với việc bảo tồn tài nguyên du lịch.

Một số kiến nghị đối với tất cả các chủ thể tham gia hoạt động du lịch homestay ở Sa Pa.

KẾT LUẬN

Sa Pa là một địa phương có đầy đủ điều kiện phát triển du lịch homestay. Thế mạnh của Sa Pa chính là lịch sử phát triển lâu đời của một điểm du lịch mang khí hậu mát mẻ của châu Âu nhưng đậm đà bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số miền núi bên dãy Hoàng Liên Sơn. Sa Pa được mệnh danh là vùng đất đa sắc tộc với sự quần cư của nhiều tộc người. Trong đó, mỗi một tộc người lại là một ẩn số văn hóa hấp dẫn và thu hút khách du lịch đến tìm hiểu và khám phá. Những lễ hội truyền thống và những phong tục tập quán trong ăn, mặc, ở, đi lại, lao động sản xuất là những tài sản được cộng đồng địa phương lưu giữ qua nhiều thế hệ và được thể hiện trong cuộc sống hàng ngày. Vì vậy, khách du lịch tham gia du lịch homestay luôn được trải nghiệm và cảm nhận những nét văn hóa bản địa đậm đà bản sắc truyền thống tộc người.

Sa Pa là một địa phương có đầy đủ điều kiện phát triển du lịch homestay. Thế mạnh của Sa Pa chính là lịch sử phát triển lâu đời của một điểm du lịch mang khí hậu mát mẻ của châu Âu nhưng đậm đà bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số miền núi bên dãy Hoàng Liên Sơn. Sa Pa được mệnh danh là vùng đất đa sắc tộc với sự quần cư của nhiều tộc người. Trong đó, mỗi một tộc người lại là một ẩn số văn hóa hấp dẫn và thu hút khách du lịch đến tìm hiểu và khám phá. Những lễ hội truyền thống và những phong tục tập quán trong ăn, mặc, ở, đi lại, lao động sản xuất là những tài sản được cộng đồng địa phương lưu giữ qua nhiều thế hệ và được thể hiện trong cuộc sống hàng ngày. Vì vậy, khách du lịch tham gia du lịch homestay luôn được trải nghiệm và cảm nhận những nét văn hóa bản địa đậm đà bản sắc truyền thống tộc người.

Du lịch homestay tại Sapa đang dần hình thành và phát triển không ngừng. Sapa đã đang và sẽ được nhiều người biết đến hơn nữa không chỉ là du khách trong nước mà còn thu hút cả du khách quốc tế. Đây chắc chắn là cơ hội để quảng bá du lịch Việt Nam mạnh mẽ hơn nữa đến với các bạn bè quốc tế và cũng là cơ hội để người dân đồng bào tại nơi đây có nguồn thu nhập chính. Đề tài khóa luận “Các nhân tố tác động đến việc chọn homestay của du khách tại Sa Pa” đã khái quát chung về loại hình du lịch homestay, trên cơ sở đó khảo sát và đánh giá về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của du khách, qua đó cho ra những đánh giá và góp ý về phát triển loại hình này trong tương lai.

Với thời gian có hạn và năng lực bản thân còn nhiều hạn chế nên nội dung của bài khóa luận chắc chắn không thể tránh khỏi những sai sót và hạn chế. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của quý thầy cô và các bạn.

Trong quá trình thực hiện em cũng được cảm ơn thầy Ngô Đình Tâm vì đã hỗ trợ hết mình và cho em những lời khuyên để em có thể hoàn thành bài khóa luận.

Sinh viên: Nguyễn Thanh Hà Phúc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ninh Thị Kim Anh, Đỗ Thị Thanh Vinh, Đoàn Nguyễn Khánh Trân (2013), *Chủ đề nghiên cứu “Du lịch homestay”*. Kỷ yếu Hội thảo khoa học cấp Bộ môn, Trường Đại học Nha Trang.
- [2] “Tài liệu hướng dẫn vận hành du lịch lưu trú tại nhà dân” do dự án Du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (ESRT) ban hành năm 2015.
- [3] Tiêu chuẩn quốc gia, *Tiêu chuẩn nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê*, TCVN 7800:2013, Phụ lục II-8, 2013
- [4] Lê Thị Hiền Thanh, “*Nghiên cứu điều kiện phát triển du lịch homestay ở Sa Pa (Lào Cai)*” Luận văn thạc sĩ du lịch học, Đại học quốc gia Hà Nội, Trường đại học khoa học xã hội và nhân văn, 2008.
- [5] Điền Việt Đức, “*Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn điểm đến Lý Sơn của Du khách*”, Luận văn thạc sĩ, Bộ giáo dục và đào tạo, Đại học công nghệ TP. Hồ Chí Minh, 2018.
- [6] Sở Văn hóa, Thể thao & Du lịch Tiền Giang, *Đề án Phát triển du lịch Tiền Giang giai đoạn 2014 – 2020*, 2014
- [7] Nguyễn Đình Hòe, Vũ Văn Hiếu, *Du lịch bền vững*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2001.
- [8] Tổng cục Du lịch, *Nghiên cứu vận dụng kinh nghiệm của nước ngoài trong việc quản lý phát triển loại hình lưu trú cho khách du lịch ở nhà dân*, Đề tài nghiên cứu cấp bộ, 2006.
- [9] Bộ Chính Trị, *Nghị quyết số 08 - NQ/TW về phát triển Du Lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, 2017.
- [10] Quốc Hội, *Luật Du Lịch*, 2017
- [11] Trần Đức Thanh, *Nhập môn khoa học du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2013

- [12] Nguyễn Quốc Nghi, *Giải pháp phát triển du lịch homestay tại các Cù Lao ở khu vực đồng bằng Sông Cửu Long*, 2013
- [13] Sở Văn hóa, Thể thao & Du lịch Tiền Giang (2014), *Đề án Phát triển du lịch Tiền Giang giai đoạn 2014 – 2020*.
- [14] Nguyễn Đình Thọ (2015), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb Lao Động Xã hội.
- [15] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc, *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Thống Kê, 2005
- [16] Nguyễn Khánh Duy, *Tài liệu giảng dạy kinh tế Fullbright*, 2007 – 2008.
- [17] Chaityatorn S., Kaoses P., & Thitphat P., *The Developmental Model of Cultural Tourism-Homestay of the Lao Vieng and Lao Song Ethnic Groups in the Central Region of Thailand*, Journal of Social Sciences 6 (1): 130-132, 2014 ISSN 1549-3652, 2014
- [18] Huan H. C., Ho C. C., Applying the Fuzzy Analytic Hierarchy Process to Consumer Decision-Making Regarding Home Stays, International Journal of Advancements in Computing Technology (IJACT) Volume5, Number4: 981990, 2014
- [19] Hu.Y.A., WangJ.H., & WangR.Y, *Evaluating the Performance of Taiwan Homestay Using Analytic Network Process*, Mathematical Problems in Engineering, Volume 2012, Article ID 827193, 24 pages., 2012
- [20] Juladalai W., Yongpithayapong P., & Ratanakosum J., *A Tourism Model on Thai-Saek Cultural Home stays for Sustainable Economic Development: a Case Study at Ban Art-Samart, Art-Samart Sub-district, Muang District, Nakhon Phanom Province*, Faculty of Liberal Arts and Science, Nakhon Phanom University.
- [21] Pusiran A.K., & Xiao H, *Challenges and Community Development: A Case study of Homestay in Malaysia*, Asian Social Science, Vol. 9, No. 5, 2013
- [22] Richardson K., (2004), *Homestay: Opening a World of Opportunity*, 18th IDP Australian International Education Conference 5-8 October 2004, Sydney Australia, 2004

- [23] Seubsamarn K. (2013), *Tourist motivation to use homestays in Thailand and their satisfaction based on the destination's cultural and heritage-based attribute. A Thesis of Master of Science, Faculty of the Graduate School, University of Missouri*, 2013
- [24] http://www.vietnamdive.com.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=147%3Ahomestay-tai-pho-co-hoi-an&catid=56%3Ahoian&Itemid=124&lang=vi.
- [25] <http://vhthdtkv3.gov.vn/Tin-tuc/Du-lich-Homestay-va-tiem-nang-phat-trien-o-Ben-Tre.3417.detail.aspx> .
- [26] <http://baodulich.net.vn/Homestay-Da-Lat-con-nhieu-bat-cap-2402-18923.html>

BẢNG KHẢO SÁT CHÍNH THỨC

Chào Anh/ chị!

Hiện tôi đang nghiên cứu đề tài **“Các nhân tố tác động đến việc chọn homestay của du khách tại Sa Pa”**, Phiếu khảo sát là một phần trong nghiên cứu của tôi. Rất mong các bạn dành vài phút để trả lời các câu hỏi trong phiếu khảo sát này.

Các bạn của tôi ơi, không có câu trả lời nào là đúng hoặc sai, ở trên đời này không có 2 khái niệm đấy. Vậy nên tất cả câu trả lời đều có giá trị đối với nghiên cứu của tôi bạn nhé.

I – PHẦN NỘI DUNG

Câu 1: Bạn vui lòng cho biết mức độ đồng ý của mình cho các phát biểu dưới đây về các nhân tố tác động đến Quyết định chọn Sapa bằng cách “✓” vào ô anh/chị cho phù hợp nhất:

(1) Hoàn toàn đồng ý

(2) Không đồng ý

(3) Trung lập

(4) Đồng ý

(5) Hoàn toàn đồng ý

STT	Mã hóa	Thang đo	Mức độ đồng ý				
			1	2	3	4	5
1	MT	Môi trường					
1.1	MT1	Tận dụng gió thiên nhiên, ánh sáng tự nhiên một cách đầy đủ					
1.2	MT2	Kết hợp các di sản địa phương và các yếu tố cảnh quan địa phương vào thiết kế homestay					

1.3	MT3	Cảnh đẹp và tính độc đáo của nội thất thiết kế					
1.4	MT4	Chủ homestay thiết kế vườn cây có tính độc đáo (Có những thắng cảnh thiên nhiên và nhân tạo trong cộng đồng)					
1,5	MT5	Nhà nghỉ được xây dựng vững chắc					
2	CL	Chất lượng phục vụ					
2.1	CL1	Thái độ ân cần của người chủ/ nhân viên phục vụ (ví dụ: dịch vụ đưa đón khách chu đáo)					
2.2	CL2	Cung cấp đầy đủ các món ăn địa phương					
2.3	CL3	Dịch vụ ăn uống đảm bảo chất lượng, vệ sinh					
2.4	CL4	Người chủ/ nhân viên phục vụ biết ngoại ngữ, phải qua lớp tập huấn nghiệp vụ					
2.5	CL5	Có phòng tắm sạch sẽ và các tiện nghi vệ sinh.					
3	VC	Cơ sở vật chất					
3.1	VC1	Nơi lưu trú sạch sẽ					
3.2	VC2	Trang thiết bị chất lượng khá, hoạt động tốt					

3.3	VC3	Đèn điện, quạt điện... công tắc bố trí thuận tiện					
3.4	VC4	Giường hoặc đệm ngủ đạt tiêu chuẩn (ví dụ: chăn, mền, gối và khăn phủ, giường sạch sẽ và được thay sau khi khách đi, có bộ mới cho khách mới)					
3.5	VC5	Bếp sạch sẽ và không có mùi ẩm mốc, hôi thối. (ví dụ: dụng cụ nhà bếp sạch sẽ và vệ sinh, cung cấp đủ nước sạch 24/24 giờ)					
4	AT	An toàn					
4.1	AT1	Có phương tiện thông tin để báo động các nguy hiểm (ví dụ: khách bị đau ốm, bị thương tích có thể tiếp cận nhanh và thuận tiện với nơi cấp cứu)					
4.2	AT2	Có hộp thuốc y tế					
4.3	AT3	Đảm bảo an toàn cho khách lưu trú (ví dụ: mua bảo hiểm cho khách lưu trú, phòng trọ an toàn...)					
4.4	AT4	Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường, an toàn, phòng chống cháy nổ và chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm theo qui định.					
5	HL	Hài lòng					

5.1	HL1	Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về môi trường homestay tại Sapa					
5.2	HL2	Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về chất lượng phục vụ homestay tại Sapa					
5.3	HL3	Anh/Chị hoàn toàn hài lòng về cơ sở vật chất dịch vụ homestay tại Sapa					
5.4	HL4	Anh/Chị hoàn toàn hài lòng độ an toàn của homestay tại Sapa					

II – PHẦN THÔNG TIN CÁ NHÂN

Câu 1: Anh/ chị cho biết giới tính của mình?

1- Nam ☐

2 – Nữ ☐

Câu 2: Anh/ chị cho biết tuổi của mình?

1 – Dưới 18 ☐

2 – Từ 18 -24 ☐

3 – Từ 25 trở lên ☐

Câu 3: Anh/ chị cho biết trình độ của anh/ chị?

☐ 1 – Trung học phổ thông

☐ 2 – Cao đẳng/ Trung cấp

☐ 3 – Đại học hoặc cao hơn

Câu 4: Anh/ chị cho biết thu nhập của anh/ chị?

☐ 1 – Dưới 3 triệu

☐ 2 – Từ 3 đến 6 triệu

☐ 3 – Từ 6 đến 10 triệu

☐ 4 – Trên 10 triệu

Câu 5: Anh/ chị đến Sapa theo dạng nào?

1 – Tour du lịch ☐

2 – Tự đi ☐

Câu 6: Nguồn thông tin anh/ chị biết đến Sa Pa?

☐ Trên các phương tiện truyền thông

☐ Thông qua tờ bướm

☐ Bạn bè, đồng nghiệp, người thân

☐ Tư vấn từ công ty du lịch

☐ Tìm hiểu từ internet

☐ Nguồn khác

PHỤ LỤC: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

Notes

Output Created	05-JAN-2021 21:59:58	
Comments		
	Data	D:\KHOALUANDULIEU\PHUCSPSS .sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
Input	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	144
	Definition of Missing	MISSING=EXCLUDE: User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Cases Used	LISTWISE: Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax	FACTOR /VARIABLES MT1 MT2 MT3 MT4 MT5 CL1 CL2 CL3 CL4 CL5 VC1 VC2 VC3 VC4 VC5 AT1 AT2 AT3 AT4 HL1 HL2 HL3 HL4 /MISSING LISTWISE /ANALYSIS MT1 MT2 MT3 MT4 MT5 CL1 CL2 CL3 CL4 CL5 VC1 VC2 VC3 VC4 VC5 AT1 AT2 AT3 /PRINT INITIAL KMO EXTRACTION ROTATION /FORMAT SORT BLANK(.40) /CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25) /EXTRACTION PC /CRITERIA ITERATE(25) /ROTATION VARIMAX /METHOD=CORRELATION.	
	Processor Time	00:00:00.06
	Elapsed Time	00:00:00.09
	Maximum Memory Required	98372 (96.066K) bytes

[DataSet1] D:\KHOALUAN\DULIEU\PHUCSPSS.sav

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	5

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item – Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MT1	17.64	5.475	.565	.760
MT2	17.74	5.177	.560	.760
MT3	17.72	5.233	.570	.757
MT4	17.77	4.781	.635	.735
MT5	17.67	5.250	.549	.764

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	5

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item – Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

CL1	17.15	6.811	.621	.820
CL2	17.26	6.528	.655	.810
CL3	17.18	6.014	.726	.790
CL4	17.50	6.224	.594	.831
CL5	17.10	6.737	.675	.807

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	5

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item – Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VC1	17.61	5.758	.693	.856
VC2	17.70	5.674	.740	.846
VC3	17.75	5.439	.712	.852
VC4	17.59	4.562	.720	.850
VC5	17.64	5.707	.687	.858

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	4

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item – Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AT1	12.98	4.147	.764	.848
AT2	13.10	4.080	.722	.865
AT3	13.02	4.021	.776	.844
AT4	12.92	4.367	.746	.856

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	4

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item – Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HL1	12.93	3.911	.779	.871

HL2	12.96	3.618	.829	.852
HL3	13.03	3.597	.783	.869
HL4	12.92	3.852	.722	.891

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.860
Approx. Chi-Square		4330.119
Bartlett's Test of Sphericity	df	406
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
MT1	1.000	.671
MT2	1.000	.684
MT3	1.000	.623
MT4	1.000	.604
MT5	1.000	.680
CL1	1.000	.630
CL2	1.000	.700
CL3	1.000	.750
CL4	1.000	.736
CL5	1.000	.691

VC1	1.000	.761
VC2	1.000	.629
VC3	1.000	.616
VC4	1.000	.708
VC5	1.000	.727
AT1	1.000	.700
AT2	1.000	.753
AT3	1.000	.707
AT4	1.000	.697

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.849	49.163	49.163	8.849	49.163	49.163	3.704	20.575	20.575
2	1.419	7.883	57.045	1.419	7.883	57.045	3.620	20.111	40.686
3	1.134	6.299	63.345	1.134	6.299	63.345	2.755	15.305	55.992
4	1.006	5.587	68.931	1.006	5.587	68.931	2.329	12.940	68.931
5	.844	4.689	73.620						

6	.648	3.602	77.222						
7	.546	3.033	80.255						
8	.515	2.861	83.116						
9	.458	2.545	85.660						
10	.422	2.344	88.004						
11	.408	2.264	90.268						
12	.354	1.968	92.237						
13	.307	1.705	93.942						
14	.285	1.585	95.526						
15	.234	1.301	96.827						
16	.212	1.176	98.003						
17	.184	1.024	99.027						
18	.175	.973	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component
--	-----------

	1	2	3	4
AT2	.768			
VC5	.742			
AT4	.728			
AT1	.706			
AT3	.699			
VC1		.764		
VC4		.687		
VC3		.660		
CL3		.633		.534
CL5		.583		
VC2		.564		
CL1		.555		
MT1			.772	
MT2			.719	
MT4			.673	
MT3			.550	
CL4				.781
CL2				.689
MT5				.613

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 11 iterations.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.915
Approx. Chi-Square		1518.143
Bartlett's Test of Sphericity	df	153
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
MT1	1.000	.668
MT2	1.000	.662
MT3	1.000	.632
MT4	1.000	.614
MT5	1.000	.633
CL1	1.000	.604
CL2	1.000	.710
CL4	1.000	.782
CL5	1.000	.660
VC1	1.000	.750

VC2	1.000	.660
VC3	1.000	.662
VC4	1.000	.721
VC5	1.000	.710
AT1	1.000	.726
AT2	1.000	.750
AT3	1.000	.727
AT4	1.000	.737

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.849	49.163	49.163	8.849	49.163	49.163	3.704	20.575	20.575
2	1.419	7.883	57.045	1.419	7.883	57.045	3.620	20.111	40.686
3	1.134	6.299	63.345	1.134	6.299	63.345	2.755	15.305	55.992

4	1. 006	5.587	68.931	1.0 06	5.587	68.931	2.3 29	12.94 0	68.931
5	.8 44	4.689	73.620						
6	.6 48	3.602	77.222						
7	.5 46	3.033	80.255						
8	.5 15	2.861	83.116						
9	.4 58	2.545	85.660						
10	.4 22	2.344	88.004						
11	.4 08	2.264	90.268						
12	.3 54	1.968	92.237						
13	.3 07	1.705	93.942						
14	.2 85	1.585	95.526						
15	.2 34	1.301	96.827						
16	.2 12	1.176	98.003						
17	.1 84	1.024	99.027						
18	.1 75	.973	100.00 0						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
AT4	.760			
AT2	.750			
AT1	.718			
AT3	.714			
VC5	.677			
VC1		.774		
VC4		.739		
VC3		.719		
VC2		.641		
CL5		.563		
CL1		.514		
MT1			.758	
MT2			.693	
MT4			.682	
MT3			.609	
CL4				.824
CL2				.706

MT5				.543
-----	--	--	--	------

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.825
Approx. Chi-Square		355.763
Bartlett's Test of Sphericity	df	6
Sig.		.000

Communalities

	Initial	Extraction
HL1	1.000	.774
HL2	1.000	.829
HL3	1.000	.778
HL4	1.000	.704

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %

1	3.085	77.124	77.124	3.085	77.124	77.124
2	.412	10.293	87.418			
3	.290	7.258	94.675			
4	.213	5.325	100.000			

Component Matrix^a

	Component	
	1	
HL2		.911
HL3		.882
HL1		.880
HL4		.839

Correlations

		MT	CL	VC	AT	HL
MT	Pearson Correlation	1	.672**	.580**	.603**	.599**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	143

CL	Pearson Correlation	.672**	1	.746**	.682**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	144	144	144	144	143
VC	Pearson Correlation	.580**	.746**	1	.730**	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	144	144	144	144	143
AT	Pearson Correlation	.603**	.682**	.730**	1	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	144	144	144	144	143
HL	Pearson Correlation	.599**	.658**	.582**	.706**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	143	143	143	143	143

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757 ^a	.574	.561	.42036	1.986

a. Predictors: (Constant), AT, MT, VC, CL

b. Dependent Variable: HL

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.791	4	8.198	46.394	.000 ^b
	Residual	24.385	138	.177		
	Total	57.176	142			

a. Dependent Variable: HL

b. Predictors: (Constant), AT, MT, VC, CL

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.605	.311		1.946	.054		
MT	.201	.089	.175	2.253	.026	.510	1.962
CL	.280	.098	.271	2.864	.005	.345	1.900
VC	.340	.079	.360	2.648	.025	.348	1.875
AT	.440	.084	.460	5.252	.000	.402	1.485

a. Dependent Variable: HL

