

FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF TOURISM PRODUCTS IN CHAU THANH DISTRICT, BEN TRE PROVINCE

Nguyen Trong Nhan^{1*}, Phan Viet Dua², Huynh Van Da¹, Ly My Tien¹

¹Can Tho University

²Bac Lieu University

ARTICLE INFO		ABSTRACT
Received:	27/01/2024	Tourism product development creates competitive advantages and promotes sustainable tourism development at destinations. Chau Thanh district (Ben Tre province) has many advantages to develop tourism, thus, the locality has identified the development of tourism products as one of key directions and tasks in the future. This study was carried out to analyze factors affecting tourism product development in Chau Thanh district. Research data were collected from a survey of 144 tourists visiting the study area. Through the test of scale reliability, the analysis of exploratory factor and multiple linear regression, the results of study point out 5 factors having a statistically significant and positive influence on the development of tourism products in Chau Thanh, of which, the type of tourism is the most influential factor. This study provides documents as an important basis and a good reference for policy-making managers.
Revised:	22/4/2024	
Published:	22/4/2024	
KEYWORDS		
Tourism		
Tourism products		
Tourism product development		
Chau Thanh		
Ben Tre		

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH Ở HUYỆN CHÂU THÀNH, TỈNH BẾN TRE

Nguyễn Trọng Nhân^{1*}, Phan Việt Dưa², Huỳnh Văn Đà¹, Lý Mỹ Tiên¹

¹Trường Đại học Cần Thơ

²Trường Đại học Bạc Liêu

THÔNG TIN BÀI BÁO	TÓM TẮT
Ngày nhận bài: 27/01/2024	Phát triển sản phẩm du lịch tạo ra lợi thế cạnh tranh và thúc đẩy phát triển bền vững du lịch ở điểm đến. Huyện Châu Thành (tỉnh Bến Tre) có nhiều lợi thế để phát triển du lịch nên địa phương xác định phát triển sản phẩm du lịch là một trong những phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm trong thời gian tới. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ khảo sát 144 du khách đang đến du lịch ở địa bàn nghiên cứu. Qua đánh giá độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá và hồi quy tuyến tính đa biến, kết quả cho thấy 5 nhân tố ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê và tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch ở Châu Thành. Trong đó, loại hình du lịch là yếu tố tác động mạnh nhất. Nghiên cứu này cung cấp tài liệu tham khảo làm cơ sở quan trọng cho các nhà quản lý hoạch định chính sách.
Ngày hoàn thiện: 22/4/2024	
Ngày đăng: 22/4/2024	
TỪ KHÓA	
Du lịch	
Sản phẩm du lịch	
Phát triển sản phẩm du lịch	
Châu Thành	
Bến Tre	

DOI: <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.9647>

* Corresponding author. Email: trongnhan@ctu.edu.vn

1. Giới thiệu

Du lịch đã trở thành một hiện tượng toàn cầu, một trong những lĩnh vực kinh tế và hoạt động xã hội quan trọng nhất của thời đại. Đối với các quốc gia phát triển và đang phát triển, du lịch đã và đang đóng góp rất lớn trong tạo thu nhập, việc làm và thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa. Dự báo, trong tương lai, du lịch sẽ tiếp tục phát triển và tạo ra sự tăng trưởng kinh tế, tiến bộ xã hội và bền vững môi trường [1]. Nhận thấy tầm quan trọng của du lịch trong việc thúc đẩy phát triển các ngành, lĩnh vực khác nên Bộ Chính trị [2] đã đề ra mục tiêu phấn đấu đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam.

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 xác định phát triển sản phẩm là giải pháp hàng đầu để phát triển du lịch trong thời gian tới [3]. Sản phẩm du lịch là sự kết hợp nhiều yếu tố thu hút du khách viếng thăm điểm đến và cung cấp những trải nghiệm du lịch cho họ [4]. Vì lẽ đó, điểm đến cung cấp sản phẩm du lịch tốt hơn sẽ thu hút nhiều du khách hơn [5]. Phát triển sản phẩm du lịch không chỉ thu hút nhiều du khách, nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến [5] mà còn đạt được mục tiêu phát triển bền vững ngành du lịch [6].

Đã có một số nghiên cứu về sản phẩm du lịch và phát triển sản phẩm du lịch. Trên thế giới, các nghiên cứu chủ yếu tập trung vào đặc điểm sản phẩm du lịch [7], chất lượng sản phẩm du lịch [8], [9], ảnh hưởng của sản phẩm du lịch đối với quyết định viếng thăm điểm đến và lòng trung thành của du khách [4], [10], những yếu tố quyết định phát triển sản phẩm du lịch [6]. Nghiên cứu cho thấy, phát triển sản phẩm du lịch chịu tác động của tài nguyên du lịch, dịch vụ du lịch, cơ sở hạ tầng [8], cơ sở vật chất kỹ thuật [6]. Sản phẩm du lịch ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành của du khách [10].

Ở Việt Nam, đã có những nghiên cứu về yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch [11], phát triển sản phẩm du lịch [12] - [16], định hướng phát triển sản phẩm du lịch [17], phát triển sản phẩm du lịch chất lượng cao [18]. Ba nội dung trọng tâm của các nghiên cứu là thực trạng, định hướng và giải pháp phát triển sản phẩm du lịch. Thực trạng phát triển sản phẩm du lịch gồm loại hình du lịch, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ du lịch, nhân lực phục vụ du lịch,... [14]. Loại hình du lịch, tuyến du lịch, chương trình tour,... là các định hướng phát triển sản phẩm du lịch [14], [17]. Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch được đề xuất là cơ chế chính sách đầu tư, hoàn thiện nhân lực phục vụ du lịch, phát triển cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật, đảm bảo an toàn cho du khách, bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch, quảng cáo và tiếp thị [14]. Từ đó cho thấy, còn ít nghiên cứu về yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch, đặc biệt hướng nghiên cứu này chưa được thực hiện ở huyện Châu Thành của tỉnh Bến Tre.

Huyện Châu Thành có nhiều lợi thế nhất trong phát triển du lịch ở tỉnh Bến Tre. Về vị trí, huyện tiếp giáp cụm du lịch năng động Mỹ Tho, nằm ở cửa ngõ của tỉnh Bến Tre và là nơi đi qua của nhiều tuyến đường thủy, bộ quan trọng. Đối với tài nguyên du lịch, Châu Thành có nhiều sông rạch, cồn, vườn cây ăn trái, di tích lịch sử-văn hóa, cảnh quan nông thôn, nghề truyền thống hấp dẫn. Đặc biệt, chính quyền và người dân rất quan tâm đến phát triển du lịch ở địa phương. Nhờ đó, Châu Thành không chỉ tiên phong trong phát triển du lịch mà còn là địa phương phát triển du lịch sôi động nhất ở tỉnh Bến Tre. Theo Huyện ủy Châu Thành [19], phát triển sản phẩm du lịch đa dạng, khác biệt, chất lượng phù hợp với nhu cầu thị trường và nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến là một trong những phương hướng, nhiệm vụ của địa phương trong thời gian tới. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành. Nghiên cứu bổ sung lý thuyết và cung cấp tài liệu về phát triển sản phẩm du lịch cho nhà quản lý, nhà nghiên cứu.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Để hiểu đầy đủ hơn về phát triển sản phẩm du lịch, việc phân tích sản phẩm du lịch là cần thiết. Sản phẩm du lịch là một tổng hợp các yếu tố tài nguyên, dịch vụ và cơ sở vật chất mà du khách có thể sử dụng ở một nơi cụ thể vào một thời điểm cụ thể nhằm thỏa mãn những nhu cầu của họ [4]. Yếu

tổ tài nguyên du lịch gồm tự nhiên và văn hóa [8], [9]. Dịch vụ du lịch bao gồm dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ tham quan,... [6], [10]. Cơ sở vật chất phục vụ du lịch có cơ sở hạ tầng [8] và cơ sở vật chất kỹ thuật [4], [7]. Trong nghiên cứu của Châu Văn Bình [14], loại hình du lịch, nhân lực du lịch là hai trong số những yếu tố được sử dụng để phân tích thực trạng phát triển sản phẩm du lịch. Vì vậy, đối với nghiên cứu này, sản phẩm du lịch bao gồm các yếu tố tài nguyên du lịch, loại hình du lịch, dịch vụ du lịch, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, đội ngũ nhân lực du lịch. Các yếu tố này liên quan mật thiết với ngành du lịch hoặc được tạo ra bởi ngành du lịch. Theo Dương Văn Sáu [20], sản phẩm du lịch là yếu tố cốt lõi, linh hồn của ngành du lịch.

Phát triển sản phẩm du lịch là sự phát triển các yếu tố mà du khách tương tác ở điểm đến, bao gồm yếu tố hấp dẫn, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ,... [5]. Trong xu thế toàn cầu hóa, sự xuất hiện của nhiều điểm đến mới và nhu cầu của du khách có nhiều thay đổi, đòi hỏi các điểm đến không ngừng điều chỉnh và phát triển sản phẩm du lịch [4]. Phát triển sản phẩm du lịch không chỉ thu hút, đáp ứng nhu cầu du khách; kéo dài thời gian lưu lại và gia tăng khả năng quảng bá điểm đến của họ; mà còn nâng cao tính cạnh tranh và tăng doanh thu của điểm đến [4], [5].

2.2. Mô hình và giả thuyết

Từ lý thuyết về sản phẩm du lịch, mô hình của nghiên cứu này gồm các yếu tố độc lập là tài nguyên du lịch, loại hình du lịch, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ du lịch và đội ngũ nhân lực du lịch (Hình 1).

Tài nguyên du lịch là các yếu tố thiên nhiên và văn hóa có thể thu hút du khách và được ngành du lịch tận dụng để tạo ra các lợi ích kinh tế - xã hội [21]. Tài nguyên du lịch là cơ sở để hình thành sản phẩm du lịch [22].

Giả thuyết 1 (H1): *Tài nguyên du lịch ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê và tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành.*

Loại hình du lịch là các hình thức du lịch được hình thành từ việc kết hợp các yếu tố thiên nhiên và/hoặc văn hóa, cơ sở vật chất và dịch vụ để đáp ứng những nhu cầu của du khách [23]. Các loại hình du lịch gồm nghỉ dưỡng, sinh thái, văn hóa, về nguồn, tham quan, khám phá, teambuilding, ẩm thực,... Loại hình du lịch do ngành du lịch tạo ra nên là một bộ phận của sản phẩm du lịch.

Giả thuyết 2 (H2): *Loại hình du lịch ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê và tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành.*

Cơ sở hạ tầng là những phương tiện vật chất không phải do các tổ chức du lịch xây dựng lên mà của toàn xã hội. Đó là hệ thống đường sá, hệ thống thông tin viễn thông, hệ thống cấp thoát nước, mạng lưới điện,... Đối với ngành du lịch, cơ sở hạ tầng là yếu tố cơ sở để khai thác tiềm năng du lịch và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch [24].

Giả thuyết 3 (H3): *Cơ sở hạ tầng ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê và tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành.*

Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là tất cả các công trình và phương tiện kỹ thuật mà tổ chức du lịch xây dựng bằng vốn đầu tư của mình như khách sạn, nhà hàng, phương tiện vận chuyển, cửa hàng,... Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch đóng vai trò quan trọng trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm du lịch [24].

Giả thuyết 4 (H4): *Cơ sở vật chất kỹ thuật ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê và tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành.*

Dịch vụ du lịch là kết quả mang lại nhờ các hoạt động tương tác giữa những tổ chức cung ứng du lịch và khách du lịch và thông qua các hoạt động tương tác đó để đáp ứng nhu cầu của du khách và mang lại lợi ích cho tổ chức cung ứng du lịch [24]. Dịch vụ du lịch bao gồm vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan,...

Giả thuyết 5 (H5): *Dịch vụ du lịch ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê và tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành.*

Nhân lực du lịch bao gồm toàn bộ lực lượng lao động trực tiếp và gián tiếp liên quan đến quá trình phục vụ khách du lịch. Nhân lực du lịch trực tiếp phục vụ khách du lịch có ảnh hưởng trực tiếp và lớn nhất đến chất lượng sản phẩm du lịch [25].

Giả thuyết 6 (H6): Nhân lực du lịch ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê và tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

2.3. Thang đo và biến quan sát

Để phân tích các yếu tố tác động đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành (tỉnh Bến Tre), nghiên cứu sử dụng 6 thang đo độc lập và 1 thang đo phụ thuộc. 6 thang đo độc lập gồm tài nguyên du lịch, loại hình du lịch, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ du lịch và nhân lực du lịch. Thang đo phụ thuộc là phát triển sản phẩm du lịch. Số biến quan sát của 6 thang đo độc lập là 25 và số biến quan sát của thang đo phụ thuộc là 3. Thang đo và biến quan sát của nghiên cứu được thể hiện ở Bảng 1.

Bảng 1. Thang đo và biến quan sát

Thang đo và biến quan sát	Ký hiệu	Thang	Nguồn
Thang đo và biến quan sát độc lập			
<i>Tài nguyên du lịch</i>	<i>TNDL</i>	Likert: 1→5	[8], [9]
Tài nguyên du lịch đa dạng	TNDL1		
Tài nguyên du lịch hấp dẫn	TNDL2		
Tài nguyên du lịch được khai thác hợp lý	TNDL3		
Tài nguyên du lịch được bảo vệ tốt	TNDL4		
<i>Loại hình du lịch</i>	<i>LHDL</i>	Likert: 1→5	Nhóm đề xuất
Loại hình du lịch đa dạng	LHDL1		
Loại hình du lịch đặc trưng	LHDL2		
Loại hình du lịch hấp dẫn	LHDL3		
Loại hình du lịch trải nghiệm thú vị	LHDL4		
<i>Cơ sở hạ tầng</i>	<i>CSHT</i>	Likert: 1→5	[8]
Hệ thống đường sá tốt	CSHT1		
Hệ thống cung cấp điện tốt	CSHT2		
Hệ thống cung cấp nước tốt	CSHT3		
Hệ thống thông tin liên lạc tốt	CSHT4		
Bãi đỗ xe tốt	CSHT5		
<i>Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch</i>	<i>CSVCKT</i>	Likert: 1→5	[4], [7]
Nhà hàng rộng rãi, thoáng mát, thẩm mỹ	CSVCKT1		
Phương tiện vận chuyển tham quan an toàn và dễ chịu	CSVCKT2		
Nhiều cơ sở mua sắm hàng lưu niệm, hàng tiêu dùng	CSVCKT3		
Khách sạn/nhà nghỉ tiện nghi, an toàn	CSVCKT4		
<i>Dịch vụ du lịch</i>	<i>DVDL</i>	Likert: 1→5	[6], [10]
Dịch vụ vận chuyển tốt	DVDL1		
Dịch vụ lưu trú tốt	DVDL2		
Dịch vụ ăn uống tốt	DVDL3		
Dịch vụ tham quan tốt	DVDL4		
<i>Nhân lực du lịch</i>	<i>NLDL</i>	Likert: 1→5	Nhóm đề xuất
Đội ngũ nhân viên phục vụ thân thiện, lịch sự, niềm nở	NLDL1		
Đội ngũ nhân viên phục vụ sẵn sàng giúp đỡ du khách	NLDL2		
Đội ngũ nhân viên phục vụ có kỹ năng tốt	NLDL3		
Đội ngũ nhân viên phục vụ nhanh nhẹn	NLDL4		

Thang đo và biến quan sát	Ký hiệu	Thang	Nguồn
Thang đo phụ thuộc			
Phát triển sản phẩm du lịch	PTSPDL	Likert: 1→5	[6]
Sản phẩm du lịch đa dạng	PTSPDL1		
Sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh	PTSPDL2		
Sản phẩm du lịch phát triển mạnh	PTSPDL3		

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu)

2.4. Phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu

Nghiên cứu này chỉ tập trung kiểm định giả thuyết về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành (tỉnh Bến Tre) nên phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu sơ cấp được áp dụng. Có nhiều phương pháp có thể được sử dụng để thu thập dữ liệu sơ cấp, tuy nhiên, để phù hợp với loại hình nghiên cứu giải thích, nghiên cứu này lựa chọn phương pháp điều tra bằng bản câu hỏi. Đây là phương pháp thu thập dữ liệu bằng cách yêu cầu đối tượng trả lời cùng một bộ câu hỏi đã được thiết kế sẵn. Nội dung chính của bản câu hỏi được xây dựng dựa vào tham khảo tài liệu, khảo sát thực tế và thảo luận nhóm. Du khách là đối tượng sử dụng các sản phẩm du lịch nên điều tra họ sẽ thu được dữ liệu phù hợp. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá nên số mẫu tối thiểu được xác định = số biến x 5 [26]. Số biến của mô hình nghiên cứu là 25 nên số mẫu tối thiểu cần điều tra là 125. Để đáp ứng yêu cầu, 144 du khách nội địa đang đến du lịch ở huyện Châu Thành (tỉnh Bến Tre) được khảo sát. Họ được lựa chọn theo kiểu thuận tiện và tham gia cuộc điều tra trong tháng 7/2023 và tháng 01/2024. Nữ tham gia cuộc phỏng vấn nhiều hơn nam chút ít (4,2%). Những du khách có độ tuổi từ 18 đến 28 chiếm tỷ lệ cao hơn so với các nhóm tuổi còn lại. Du khách cư trú ở thành thị được điều tra nhiều hơn du khách cư trú ở nông thôn. Trên 60% du khách trả lời bản câu hỏi có trình độ đại học/trên đại học (xem Bảng 2). Địa điểm khảo sát gồm khu du lịch Cồn Phụng, nhà hàng sinh thái Việt Nhật, farmstay Ngênh Xuân, homestay du lịch sinh thái Làng Xanh. Trước khi khảo sát chính thức, một số cuộc khảo sát thử nghiệm được thực hiện để kiểm tra sự rõ ràng và phù hợp thực tế của nội dung bản câu hỏi.

Bảng 2. Đặc điểm mẫu nghiên cứu (n = 144)

Biến	Diễn giải	Tỷ lệ (%)	Biến	Diễn giải	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	47,9	Cư trú	Thành thị	66
	Nữ	52,1		Nông thôn	34
Độ tuổi	18-28	71,5	Trình độ	Dưới trung học phổ thông	2,1
	29-39	16,7		Trung học phổ thông	25
	40-50	6,9		Trung cấp/cao đẳng	8,3
	>50	4,9		Đại học/trên đại học	64,6

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát)

Dữ liệu khảo sát được phân tích thống kê mô tả, độ tin cậy thang đo, nhân tố khám phá và hồi quy tuyến tính đa biến. Đối với phân tích độ tin cậy, thang đo và biến quan sát đảm bảo khi Cronbach's $\alpha \geq 0,7$ và hệ số tương quan biến-tổng hiệu chỉnh $\geq 0,3$ [26]. Trong phân tích nhân tố khám phá, $0,5 \leq \text{KMO} \leq 1$, p-value của kiểm định Bartlett $< 0,05$, tổng phương sai giải thích $> 50\%$ thì dữ liệu thích hợp. Hệ số tải nhân tố sau khi xoay phải đạt giá trị tối thiểu là 0,5 [27]. Trường hợp phân tích hồi quy tuyến tính đa biến, dữ liệu thích hợp khi $R^2 \geq 0,4$ [27], p-value của kiểm định F $< 0,05$, VIF < 10 [28].

3. Kết quả và bàn luận

3.1. Kết quả

3.1.1. Phân tích độ tin cậy thang đo

Phân tích độ tin cậy thang đo nhằm lựa chọn những thang đo và biến quan sát đáp ứng được yêu cầu. Đây là tiền đề cho bước phân tích nhân tố khám phá và hồi quy tuyến tính đa biến.

Bảng 3. Kết quả phân tích Cronbach's alpha ($n = 144$)

Thang đo	Tương quan biến-tổng hiệu chỉnh	Thang đo	Tương quan biến-tổng hiệu chỉnh
TNDL: Cronbach's $\alpha = 0,850$		CSVCKT: Cronbach's $\alpha = 0,821$	
TNDL1	0,680	CSVCKT1	0,648
TNDL2	0,757	CSVCKT2	0,664
TNDL3	0,700	CSVCKT3	0,610
TNDL4	0,621	CSVCKT4	0,656
LHDL: Cronbach's $\alpha = 0,894$		DVDL: Cronbach's $\alpha = 0,862$	
LHDL1	0,766	DVDL1	0,711
LHDL2	0,759	DVDL2	0,716
LHDL3	0,773	DVDL3	0,749
LHDL4	0,773	DVDL4	0,671
CSHT: Cronbach's $\alpha = 0,842$		NLDL: Cronbach's $\alpha = 0,936$	
CSHT1	0,491	NLDL1	0,846
CSHT2	0,764	NLDL2	0,879
CSHT3	0,622	NLDL3	0,856
CSHT4	0,680	NLDL4	0,813
CSHT5	0,709	-	-

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát)

Kết quả phân tích trên Bảng 3 cho thấy, các thang đo độc lập (Cronbach's α từ 0,821 đến 0,936) và biến quan sát (hệ số tương quan biến-tổng hiệu chỉnh từ 0,491 đến 0,879) đều tin cậy. Bên cạnh đó, thang đo phụ thuộc (Cronbach's $\alpha = 0,871$) và các biến quan sát (hệ số tương quan biến-tổng hiệu chỉnh từ 0,725 đến 0,792) cũng đảm bảo yêu cầu.

3.1.2. Phân tích nhân tố khám phá

Phân tích nhân tố khám phá nhằm nhóm các biến có quan hệ với nhau thành những nhân tố. Phương pháp này không chỉ giúp nhà nghiên cứu xác định các yếu tố của sản phẩm du lịch ở địa bàn nghiên cứu mà còn có thể thực hiện phân tích hồi quy đa biến ở bước tiếp theo.

Bảng 4. Nhân tố và hệ số tải nhân tố của các biến quan sát ($n = 144$)

Nhân tố	Biến quan sát	Hệ số tải	Nhân tố	Biến quan sát	Hệ số tải
1	LHDL1	0,797	4	CSVCKT1	0,566
	LHDL2	0,837		CSVCKT2	0,590
	LHDL3	0,704		CSVCKT3	0,802
	LHDL4	0,698		CSVCKT4	0,757
2	CSHT2	0,751	5	TNDL2	0,631
	CSHT3	0,746		TNDL3	0,790
	CSHT4	0,659		TNDL4	0,771
	CSHT5	0,715		-	-
3	NLDL1	0,800	-	-	-
	NLDL2	0,820	-	-	-
	NLDL3	0,762	-	-	-
	NLDL4	0,732	-	-	-

 $KMO = 0,919$; $p\text{-value} = 0,000$; tổng phương sai giải thích = 69,9%; $E\text{igenvalues} > 1$

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát)

Dữ liệu không vi phạm những quy định của phân tích nhân tố khám phá vì $KMO = 0,919$; $p\text{-value}$ của kiểm định Bartlett = 0,000; tổng phương sai giải thích = 69,9%. Với điều kiện $E\text{igenvalues} > 1$ và hệ số tải nhân tố $\geq 0,5$, sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành được cấu thành bởi 5 yếu tố là Loại hình du lịch, Cơ sở hạ tầng, Nhân lực du lịch, Cơ sở vật chất kỹ thuật, Tài nguyên du lịch (xem Bảng 4). Qua phân tích nhân tố khám phá, yếu tố Dịch vụ du lịch bị loại do các biến của yếu tố này có hệ số tải nhỏ hơn 0,5. Ngoài ra, biến CSHT1 (hệ thống đường sá tốt), TNDL1 (tài nguyên du lịch đa dạng) cũng bị loại do có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5.

3.1.3. Phân tích hồi quy đa biến

Phương pháp này được sử dụng để kiểm định sự tác động của các yếu tố đến sự phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành (tỉnh Bến Tre). Kết quả phân tích cho thấy, dữ liệu thích hợp để phân tích hồi quy ($R^2 = 0,679$; p-value của kiểm định F = 0,000; Durbin-Watson = 1,783; VIF = 1). Giá trị Sig. (kiểm định t) của Loại hình du lịch, Cơ sở hạ tầng, Nhân lực du lịch, Cơ sở vật chất kỹ thuật, Tài nguyên du lịch = 0,000 hàm ý các yếu tố này đều tác động có ý nghĩa thống kê (ở độ tin cậy 99%) đối với sự phát triển sản phẩm du lịch. Hệ số B và β của các yếu tố đều dương cho thấy sự phát triển sản phẩm du lịch chịu tác động tích cực của các yếu tố (xem Bảng 5).

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy ($n = 144$)

Nhân tố	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa (B)	Hệ số hồi quy chuẩn hóa (β)	Sig.	VIF	Kết luận
(Hằng số)	0,042		0,399	1	
Loại hình du lịch	0,643	0,652	0,000	1	H2: Chấp nhận
Cơ sở hạ tầng	0,299	0,304	0,000	1	H3: Chấp nhận
Nhân lực du lịch	0,197	0,201	0,000	1	H6: Chấp nhận
Cơ sở vật chất kỹ thuật	0,265	0,270	0,000	1	H4: Chấp nhận
Tài nguyên du lịch	0,233	0,237	0,000	1	H1: Chấp nhận

$R^2 = 0,679$; Sig. = 0,000; Durbin-Watson = 1,783; VIF = 1

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát)

3.2. Bàn luận

Sự phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành (tỉnh Bến Tre) chịu tác động có ý nghĩa thống kê và tích cực của 5 yếu tố theo mức độ giảm dần là Loại hình du lịch, Cơ sở hạ tầng, Cơ sở vật chất kỹ thuật, Tài nguyên du lịch và Nhân lực du lịch.

Loại hình du lịch là yếu tố tác động mạnh nhất đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành. Với hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) = 0,625, sự đa dạng, độc đáo, hấp dẫn và trải nghiệm thú vị của loại hình du lịch tăng thêm 1 điểm thì sự phát triển sản phẩm du lịch ở địa phương tăng 0,625 điểm. Đây là phát hiện mới của nghiên cứu. Theo Trần Văn Thông [29], sở thích, thị hiếu và nhu cầu của du khách đa dạng, phong phú nên điểm đến cần đa dạng hóa loại hình du lịch. Hơn nữa, Dương Văn Sáu [30] cho rằng du lịch là quá trình tìm kiếm sự ấn tượng và khác biệt, vì vậy, điểm đến phát triển loại hình du lịch càng độc đáo, hấp dẫn, trải nghiệm thú vị càng có lợi thế cạnh tranh. Sự sẵn có của các loại hình du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc ảnh hưởng sự viếng thăm điểm đến của du khách và sự tham gia vào các hoạt động của họ [4]. Trải nghiệm du lịch phụ thuộc vào loại hình du lịch, sự khác biệt của loại hình du lịch tạo ra sự gia tăng giá trị của điểm đến du lịch [8].

Yếu tố tác động mạnh thứ hai đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành là Cơ sở hạ tầng. Hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) = 0,304 cho thấy, chất lượng hệ thống cung cấp điện, nước, thông tin liên lạc và bãi đỗ xe ở địa bàn nghiên cứu tăng thêm 1 điểm thì sự phát triển sản phẩm du lịch tăng thêm 0,304 điểm. Trong nghiên cứu của Mira và cộng sự [8], cơ sở hạ tầng là một trong 3 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch. Cơ sở hạ tầng đóng vai trò quan trọng trong phát triển sản phẩm du lịch nói riêng và phát triển du lịch ở điểm đến nói chung. Nhờ vào cơ sở hạ tầng, nhiều hoạt động du lịch mới có thể diễn ra và khả năng cạnh tranh của điểm đến được nâng cao.

Nghiên cứu này cho thấy, cơ sở vật chất kỹ thuật cũng ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành. Với hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) = 0,270, khi số lượng, chất lượng và sự an toàn của cơ sở vật chất kỹ thuật (nhà hàng, khách sạn/nhà nghỉ, phương tiện vận chuyển, cơ sở mua sắm) tăng thêm 1 điểm thì sự phát triển sản phẩm du lịch ở địa phương tăng lên 0,270 điểm. Cơ sở vật chất kỹ thuật cũng là yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch trong nghiên cứu của Makuzva và Ntloko [4], Madafuri [7]. Cơ sở vật chất kỹ thuật được xem là yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến việc lựa chọn viếng thăm điểm đến của du khách. Phát triển yếu tố này

không chỉ đáp ứng các nhu cầu đi lại, ăn uống, lưu trú và mua sắm mà còn nâng cao khả năng lưu lại và chi tiêu của du khách ở điểm đến.

Sản phẩm du lịch được tạo thành bởi nhiều yếu tố, trong đó có tài nguyên du lịch. Chính sự phong phú và đa dạng của tài nguyên du lịch tạo tiền đề cho sự đa dạng và phong phú của sản phẩm du lịch [31]. Tài nguyên du lịch là một trong các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành. Hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) = 0,237, khi tài nguyên du lịch càng hấp dẫn, được khai thác hợp lý và bảo vệ tốt (tăng thêm 1 điểm) thì sự phát triển sản phẩm du lịch ở Châu Thành tăng lên 0,237 điểm. Tihiri và Kovaci [9] cũng cho rằng tài nguyên du lịch là yếu tố có ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch. Ở điểm đến, tài nguyên du lịch càng đặc sắc, độc đáo thì giá trị của sản phẩm du lịch và sức hấp dẫn du khách càng tăng. Chất lượng của tài nguyên du lịch là yếu tố cơ bản tạo nên chất lượng sản phẩm du lịch và hiệu quả của hoạt động du lịch [31].

Nhân lực du lịch là yếu tố cuối cùng ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Châu Thành. Hệ số ước lượng chuẩn hóa (β) = 0,201, khi chất lượng nhân lực tăng thêm 1 điểm thì phát triển sản phẩm du lịch ở địa bàn nghiên cứu tăng 0,201 điểm. Đây cũng là phát hiện mới của nghiên cứu. Nhân lực du lịch là một trong những yếu tố quan trọng đối với sự phát triển sản phẩm du lịch. Nhân lực du lịch không chỉ tạo ra yếu tố cung ở điểm đến mà còn đóng vai trò kết nối giữa cung và cầu. Theo Nguyễn Văn Lưu [25], chỉ có thể tạo ra được cung du lịch hay phát triển sản phẩm du lịch khi có một đội ngũ nhân lực du lịch chất lượng cao.

Nghiên cứu của Melese và Belda [6], Rahmiati và cộng sự [10] cho thấy, dịch vụ du lịch có ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch. Tuy nhiên, trong nghiên cứu này, yếu tố dịch vụ du lịch bị loại khi phân tích nhân tố khám phá do có hệ số tải nhỏ hơn 0,5. Không được đưa vào phân tích hồi quy nên nghiên cứu chưa thể khẳng định yếu tố này có ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch ở địa bàn nghiên cứu hay không. Vì vậy, những nghiên cứu liên quan không nên bỏ yếu tố này ra khỏi mô hình nghiên cứu.

4. Kết luận

Không thể phát triển ngành du lịch nếu thiếu sản phẩm của nó. Sản phẩm du lịch đóng vai trò quyết định đối với sự tồn tại của ngành du lịch. Không chỉ thu hút du khách, sản phẩm du lịch còn đáp ứng các nhu cầu, kéo dài thời gian lưu lại và kích thích sự chi tiêu của họ. Phát triển sản phẩm du lịch là một quá trình phức tạp liên quan đến nhiều yếu tố và nhiều bên liên quan. Vì vậy, phát triển sản phẩm du lịch không chỉ đơn thuần là phát triển loại hình du lịch mà còn phải phát triển cả về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, tài nguyên du lịch và nhân lực du lịch. Các yếu tố này liên quan đến nhiều đối tượng nên phát triển sản phẩm du lịch đòi hỏi phải có sự tham gia tích cực của chính quyền địa phương, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, doanh nghiệp/nhà đầu tư, người dân, nhà nghiên cứu/đào tạo du lịch.

Trong phát triển du lịch nói chung, phát triển sản phẩm du lịch nói riêng, huyện Châu Thành đang phải đối mặt với những khó khăn như lượng khách thiếu ổn định, sự đồng thuận/tham gia làm du lịch của người dân chưa cao, thời gian lưu trú của du khách chưa được nhiều ngày, thiếu nhân lực du lịch trong mùa đông khách [32]. Dựa trên những bằng chứng của nghiên cứu, đối với huyện Châu Thành (tỉnh Bến Tre), cần ưu tiên phát triển sản phẩm du lịch theo thứ tự loại hình du lịch, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, tài nguyên du lịch, nhân lực du lịch. Phát triển loại hình du lịch đa dạng, khác biệt, mang tính trải nghiệm sẽ góp phần khắc phục tình trạng thiếu ổn định lượng khách trong năm ở địa phương. Phát triển cơ sở hạ tầng (điện, nước, thông tin liên lạc, bãi đỗ xe) không chỉ tạo thuận lợi cho du khách trong quá trình du lịch mà còn thúc đẩy sự tham gia phát triển du lịch của cộng đồng địa phương. Bên cạnh đó, phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật (nhà hàng, khách sạn, phương tiện vận chuyển, cửa hàng mua sắm) sẽ đáp ứng đa dạng nhu cầu và kéo dài thời gian lưu trú của du khách. Việc khai thác hợp lý và bảo vệ tài nguyên du lịch cũng như tạo ra những tài nguyên du lịch mới sẽ đảm bảo khả năng khai thác và sử dụng tài sản trong du lịch cho thế hệ hiện tại và tương lai. Về phát triển nguồn

nhân lực, thông tin và khuyến khích sinh viên tốt nghiệp chuyên ngành du lịch về làm việc ở địa phương; đào tạo, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng làm việc và thái độ phục vụ cho đội ngũ nhân lực du lịch thường xuyên sẽ góp phần hạn chế tình trạng thiếu nhân lực cục bộ và nâng cao chất lượng nhân lực du lịch ở địa phương. Dựa vào cảm nhận của du khách, yếu tố dịch vụ du lịch bị loại khi phân tích nhân tố khám phá. Tuy nhiên, trong một số nghiên cứu, đây là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch. Những nghiên cứu sau này về phát triển sản phẩm du lịch nên bổ sung yếu tố dịch vụ du lịch và các yếu tố khác để khung phân tích về vấn đề này toàn diện hơn.

Lời cảm ơn

Đề tài này được tài trợ bởi Trường Đại học Cần Thơ, Mã số: T2023-27.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1] World Tourism Organization, "Tourism Towards 2030/ Global Overview," Madrid, 2011.
- [2] The Politburo of the Central Standing Committee of the Communist Party of Vietnam, "Resolution 08-NQ/TW of the Politburo on developing tourism to become a key economic sector," Ha Noi, January 16, 2017.
- [3] Vietnam National Administration of Tourism, "Strategy for developing Vietnam's tourism products until 2025, orientation to 2030," Ha Noi, 2016.
- [4] W. Makuzva and N. J. Ntloko, "Tourism product as a measure to determine the key elements that influence tourists' decisions to visit Victoria Falls, Zimbabwe," *African J. Hosp. Tour. Leis.*, vol. 7, no. 3, pp. 1–12, 2018.
- [5] European Travel Commission, *Handbook on tourism product development*. Madrid: World Tourism Organization (WTO), 2011.
- [6] K. B. Melese and T. H. Belda, "Determinants of tourism product development in Southeast Ethiopia: Marketing perspectives," *Sustainability*, vol. 13, no. 23, 2021, Art. no. 13263, doi: 10.3390/su132313263.
- [7] B. Madafuri, "Implication of characteristics of tourism products towards marketing strategy," *Int. J. Sci. Technol. Res.*, vol. 7, no. 8, pp. 233-235, 2018.
- [8] M. do R. C. Mira, A. F. A. Moura, and L. dos S. M. Mónico, "A new measure of the quality of tourism product," *J. Tour. Serv.*, vol. 9, no. 17, pp. 1–12, 2018, doi: 10.29036/jots.v9i17.54.
- [9] A. Tahiri and I. Kovaci, "Assessment of the quality of products in tourism," *Eur. J. Multidiscip. Stud.*, vol. 2, no. 5, pp. 57-67, 2017, doi: 10.26417/ejms.v5i1.p62-72.
- [10] F. Rahmiati, N. A. Othman, M. H. Bakri, Y. Ismail, and G. Amin, "Tourism service quality and tourism product availability on the loyalty of international tourists," *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 7, no. 12, pp. 959-968, 2020, doi: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.959.
- [11] T. C. Le, *Factors affecting tourism product development in Tay Ninh province*, Ho Chi Minh City University of Economics, 2011.
- [12] V. D. Bui, *Developing Moc Chau tourism products until 2020*, Ha Noi National University, 2013.
- [13] T. N. T. Pham, *Developing tourism products based on Muong Hoa Binh cultural values*, Ha Noi National University, 2013.
- [14] V. B. Chau, *Developing river tourism products in Ho Chi Minh City*, Ha Noi National University, 2015.
- [15] V. D. Le, *Developing Phu Yen island tourism products*, Ha Noi National University, 2016.
- [16] T. N. H. Dao, "Developing tourism products based on Phu Yen province's tourism resources," *J. Sci. Ho Chi Minh City Univ. Educ.*, vol. 14, no. 8, pp. 115-124, 2017, doi: 10.54607/hcmue.js.14.8.2197.
- [17] T. H. Nguyen, "Orientation for tourism product development in Binh Duong province," *J. Ind. Trade*, no. 1, pp. 136-143, 2019.
- [18] X. H. Pham and H. M. Pham, "Developing high quality tourism products at the tourist destination of Vung Tau city," *J. Sci. Ho Chi Minh City Univ. Educ.*, vol. 19, no. 4, pp. 533-666, 2022, doi: 10.54607/hcmue.js.19.4.3371.
- [19] Chau Thanh District Party Committee, "Report summarizing 05 years of implementing the District Party Committee's Resolution on Promoting tourism development in Chau Thanh district in the period 2015 - 2020 and orientation to 2025," Chau Thanh, 2021.
- [20] V. S. Duong, *Culture - Endemic resource of Vietnam tourism*. Ha Noi: Ha Noi publisher, 2022.
- [21] N. M. Dong and L. D. Vuong, *Tourism Economics & Tourism Studies*. Ho Chi Minh: Young publisher, 2001.

-
- [22] Congress, *Tourism law (current)*. Quy Nhon: Truth National Political publisher, 2018.
- [23] C. E. Tureac and A. Turtureanu, "Types and forms of tourism," *Acta Univ. Danubius. Economica*, vol. 4, no. 1, pp. 92-103, 2010.
- [24] V. D. Nguyen and T. M. H. Tran, *Tourism economics textbook*. Ha Noi: Social-Labor publisher, 2004.
- [25] V. L. Nguyen, *Human resource development - A decisive factor in the development of Vietnam's tourism industry*. Ha Noi: News publisher, 2014.
- [26] J. F. H. Jr., W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Multivariate data analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010.
- [27] B. H. A. Dinh, H. T. Nguyen, and N. H. K. To, *Scientific research in socio-economics & Guide to thesis writing*. Ho Chi Minh: Ho Chi Minh City Economic publisher, 2017.
- [28] D. L. Hahs-Vaughn, *Applied multivariate statistical concepts*. New York: Routledge, 2017.
- [29] V. T. Tran, *Factors affecting tourism product development in Tay Ninh province*, Ho Chi Minh City University of Economics publisher, 2011.
- [30] V. S. Duong, *Tourism culture textbook*. Ha Noi: Labor publisher, 2017.
- [31] T. L. Pham, D. L. Dang, T. C. Vu, V. B. Nguyen, and N. K. Nguyen, *Vietnam tourism resources and environment*. Ha Noi: Education publisher, 2000.
- [32] People's Committee of Chau Thanh district, "Summary report of tourism activities in 2022," Chau Thanh, 2023.