



CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA CỘNG ĐỒNG ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH HOMESTAY TẠI CÁC CÙ LAO Ở KHU VỰC ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Nguyễn Quốc Nghi¹

¹ Khoa Kinh tế và Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ

Thông tin chung:

Ngày nhận: 02/11/2012

Ngày chấp nhận: 25/03/2013

Title:

Factors affecting the satisfaction of the community for the development of homestay tourism in the Mekong Delta islets

Từ khóa:

Mức độ hài lòng, cộng đồng dân cư, du lịch homestay, cù lao, đồng bằng sông Cửu Long

Keywords:

Satisfaction, community, homestay tourism, islets, Mekong Delta

ABSTRACT

This study was conducted to determine the factors affecting the satisfaction of the community for the development of homestay tourism in the Mekong Delta Islets (MDI). Research data were collected from 218 households that homestay tourism development in four islets (Thoi Son, An Binh, Thanh Binh, Tan Loc). The Cronbach's Alpha test, exploratory factor analysis (EFA) and logistic regression were used in the study. Research results showed that, five factors affect the satisfaction of the community as "Physical and mental benefits", "Social capital", "Public utility service", "Environmental and health", "Local government". In particular, "Physical and mental benefits" are the most important factors affecting the satisfaction of the community for the development of homestay tourism in the Mekong Delta Islets.

TÓM TẮT

Nghiên cứu này thực hiện nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của cộng đồng đối với phát triển du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL). Số liệu của nghiên cứu được thu thập từ 218 hộ gia đình tại 4 cù lao (Thới Sơn, An Bình, Thanh Bình, Tân Lộc) phát triển du lịch homestay ở khu vực ĐBSCL. Các phương pháp kiểm định hệ số tin cậy Cronbach Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và mô hình hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng trong nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy, năm nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của cộng đồng là "Lợi ích vật chất và tinh thần", "Vốn xã hội", "Dịch vụ tiện ích công", "Môi trường và sức khỏe", "Chính quyền địa phương". Trong đó, "Lợi ích vật chất và tinh thần" là nhân tố ảnh hưởng quan trọng nhất đến sự hài lòng của cộng đồng đối với sự phát triển của du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực ĐBSCL.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch homestay là một trong những hình thái của du lịch cộng đồng. Du lịch homestay là loại hình du lịch mà điểm đến của khách du lịch là tại nhà người dân địa phương, tham gia sinh

hoạt tại nhà người dân, chia sẻ không gian sống với gia đình người dân, nơi mà có thể không được đầy đủ tiện nghi như các nhà nghỉ hoặc khu du lịch (Lynch & Mac Whannell, 2000). Homestay là loại hình du lịch khá phổ biến, được phát triển ở nhiều quốc gia trong những

năm gần đây, trong đó có Việt Nam. Theo các chuyên gia du lịch, Việt Nam có nhiều tiềm năng khai thác loại hình du lịch homestay bởi nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú đa dạng, độc đáo. Đặc biệt là vùng sông nước Cửu Long, nơi được các chuyên gia du lịch đánh giá là giàu tiềm năng bậc nhất để phát triển loại hình du lịch này. ĐBSCL với hệ thống sông ngòi chằng chịt, nhiều vườn cây ăn trái đặc trưng; hệ thống biển, đảo, đồi, núi đa dạng và hàng loạt các di tích lịch sử, văn hóa và danh lam thắng cảnh đẹp nổi tiếng trong nước và quốc tế. Trong thời gian qua, loại hình du lịch homestay ở khu vực ĐBSCL chủ yếu tập trung tại các cù lao đã hình thành và phát triển nhờ sự quan tâm đầu tư của ngành du lịch địa phương. Bước đầu, loại hình này đã mang lại nhiều kết quả khả quan, chẳng hạn như tạo thêm việc làm, tăng thu nhập, cải thiện môi trường sống... Mặc dù vậy, mô hình du lịch homestay tại đây vẫn còn hạn chế, phát triển chưa hết tiềm năng, thể mạnh vốn có của khu vực. Để phát triển loại hình du lịch homestay cần nhiều yếu tố quan trọng như: mức độ sẵn lòng tham gia của cộng đồng tại địa phương, các yếu tố về văn hóa - xã hội, lịch sử truyền thống, các yếu tố về lợi thế so sánh của tự nhiên,... Trong đó, yếu tố cộng đồng được xem là yếu tố cốt lõi. Chính vì thế, để góp phần phát triển loại hình du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực, chúng ta cần đánh giá mức độ hài lòng của cộng đồng đối với sự phát triển của loại hình du lịch này nhằm tìm ra giải pháp nâng cao sự đồng thuận, hỗ trợ của cộng đồng, giải quyết vấn đề mang tính cốt lõi trong phát triển du lịch.

2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Khái niệm du lịch homestay: Du lịch homestay là một trong những hình thái của du lịch cộng đồng. Đây là loại hình mà điểm đến của khách du lịch là tại nhà người dân địa phương, tham gia sinh hoạt tại nhà người dân, chia sẻ không gian sống với gia đình người dân, nơi mà có thể không được đầy đủ tiện nghi như các nhà nghỉ hoặc khu du lịch (Lynch & Mac Whannell, 2000), nơi du khách được gần gũi với thiên nhiên và du khách có thể thanh toán các khoản chi phí sinh hoạt, chi phí lưu trú trực

tiếp hoặc gián tiếp với chủ hộ gia đình (Lashley & Morrison, 2000), (Wang, 2007). Du lịch homestay là việc du khách tham gia vào đời sống gia đình của người dân bản xứ thông qua việc học tập, du lịch, tham quan, tìm hiểu văn hóa... Đặc biệt, theo hình thức này, du khách sẽ được "cùng ăn, cùng ở và cùng làm" với chủ nhà cũng như luôn được xem như là người nhà (Thompson, 1998). Theo Hiệp hội Homestay Malaysia, "Homestay là loại hình du lịch mà du khách sẽ được ở và sinh hoạt chung nhà với người dân bản xứ như thành viên trong gia đình, để khám phá phong cách sống của người dân, trải nghiệm cuộc sống thường ngày của họ để biết được văn hóa nơi đó".

Đặc trưng của du lịch homestay: Mô hình du lịch homestay thường được hình thành ở những vùng không đủ điều kiện để xây dựng khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng, hay quán ăn phục vụ nhu cầu khách du lịch. Khách du lịch theo dạng homestay sẽ được bố trí đến ở một nhà dân tại địa phương, được ăn, nghỉ và tham gia các công việc trong gia đình cũng như các lễ hội của địa phương. Với homestay, khách du lịch sẽ được tự khám phá thiên nhiên tìm hiểu những nét văn hóa đặc sắc của văn hóa bản địa. Về phía người dân địa phương cũng sẽ được công ty du lịch trả thêm một phần phụ phí sinh hoạt, ăn uống khi có khách đến ở (Yahaya Ibrahim, 2008).

Tác động của du lịch homestay: (1) Tác động xã hội: Tăng cường giáo dục ý thức về bảo vệ môi trường, bảo tồn các di tích văn hóa, lịch sử của người dân bản địa và du khách; tạo ra sự giao lưu văn hóa, phong tục tập quán giữa các dân tộc và các quốc gia khác nhau; tăng cường các mối quan hệ trong cộng đồng người dân; sự gắn bó của chính quyền địa phương và người dân bản xứ; giáo dục ý thức về phong cách ứng xử trong cộng đồng người dân (Hatton, 1999). (2) Tác động kinh tế: thu hút các nhà đầu tư vào du lịch và các lĩnh vực khác như: hệ thống giao thông, trường học, mở rộng và nâng cấp các làng nghề truyền thống, trùng tu các di tích lịch sử... tạo ra nguồn thu nhập cho người dân, tạo cơ hội việc làm cho nhiều hộ gia đình nghèo; góp phần vào chương trình xóa đói giảm nghèo tại địa phương.

Khái niệm cộng đồng: Cộng đồng là một nhóm người thường sinh sống trên cùng khu vực địa lý, tự xác định mình cùng một nhóm. Những người trong cùng cộng đồng thường có quan hệ huyết thống hoặc hôn nhân và có thể thuộc cùng một nhóm tôn giáo, một tầng lớp chính trị (Keith và Ary, 1998). Theo Knop và Steward (1973) cho rằng, có hai yếu tố cấu thành nên khái niệm sự hài lòng của cộng đồng: *Yếu tố thứ nhất*, chính là bản thân thuật ngữ “Cộng đồng”. Khái niệm cộng đồng theo hai nghĩa: (1) Nghĩa thứ nhất liên quan tới cái nhìn địa lý gắn kết với cộng đồng và cho cộng đồng là một nhóm cư dân cùng sinh sống trong một địa vực nhất định, có cùng các giá trị và tổ chức xã hội cơ bản. (2) Nghĩa thứ hai gắn liền với lịch sử, cuộc sống con người và nêu khái niệm cộng đồng là một nhóm dân cư cùng có chung những mối quan tâm cơ bản, có thể được biến đổi bởi quá trình vận động của lịch sử, làm cho các thành viên của cộng đồng cũng phải biến đổi nhận thức và hành vi. Các thành viên trong cộng đồng có thể chung mục đích, nhưng có thể thay đổi khi quyền lợi các cá nhân bị ảnh hưởng. *Yếu tố thứ hai*, chính là ý nghĩa của “Sự hài lòng”, có thể được khái niệm hóa như là những nhận thức, đánh giá của các cá nhân về những trải nghiệm của họ trong quá trình quan sát và cảm nhận về cộng đồng.

Thông qua lược khảo tài liệu nghiên cứu, các tác giả Bandit Santikul (2009), Kan Set Aung (2009), Kang Santran (2008), Bùi Thanh Hương và Nguyễn Đức Hoa Cương (2007), Nguyễn Quốc Nghi (2010) đã chứng minh tác động của việc phát triển du lịch đến đời sống kinh tế - xã hội của cộng đồng dân cư. Đồng thời, dựa trên nền tảng lý thuyết của Knop và Steward (1973), tác giả đã tiến hành khảo sát thực tế để đánh giá bước đầu các nhóm nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của cộng đồng dân cư. Từ đó, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của cộng đồng đối với sự phát triển loại hình du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực ĐBSCL (Hình 1).

Mô hình xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của cộng đồng đối với sự

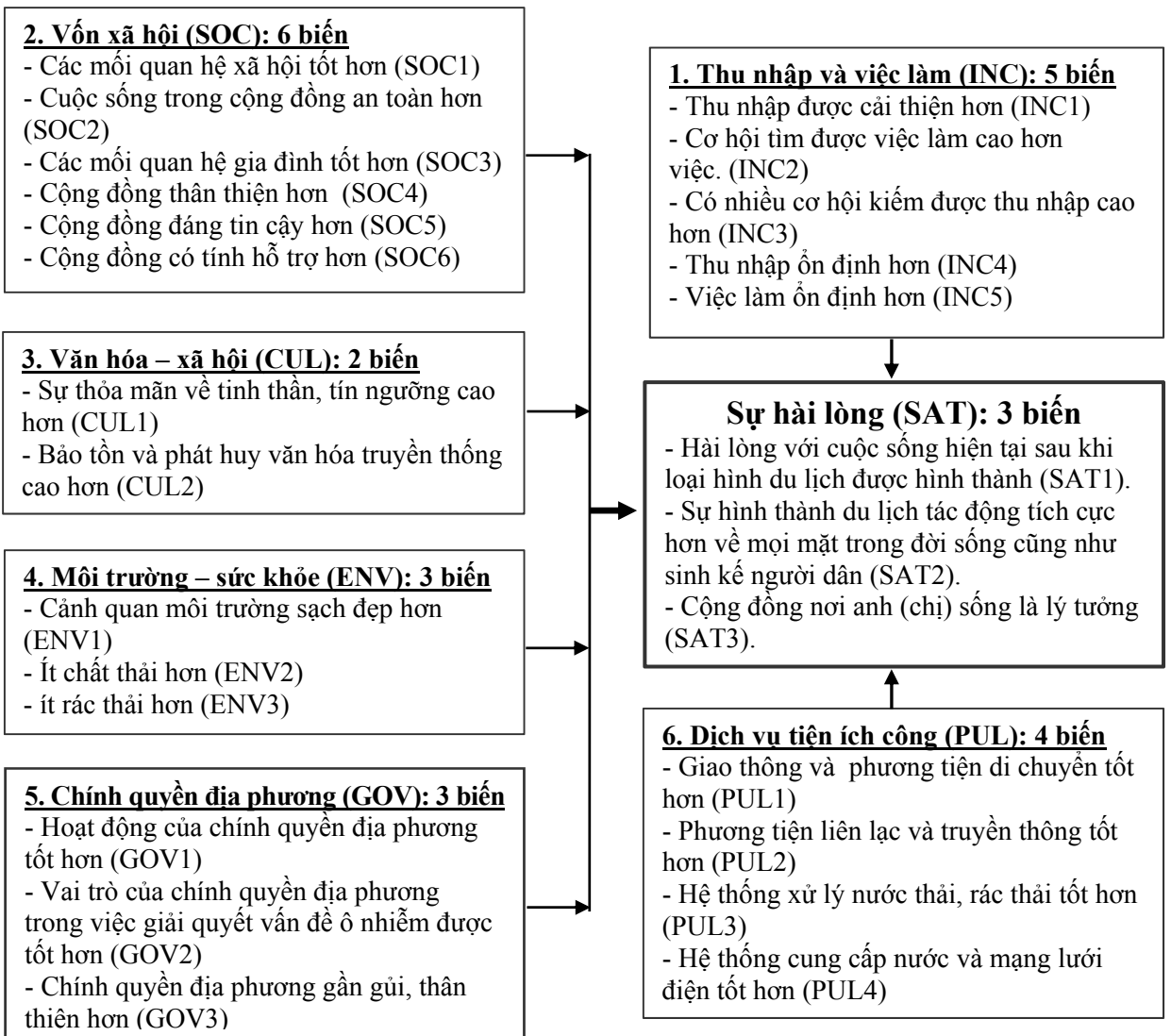
phát triển loại hình du lịch homestay được thiết lập như sau:

$$SAT (Y) = f (INC, SOC, CUL, EVN, GOV, PUL)$$

Trong đó: SAT là biến phụ thuộc thể hiện mức độ hài lòng của cộng đồng và các biến INC, SOC, CUL, EVN, GOV, PUL là các biến độc lập.

Việc định lượng các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của cộng đồng đối với sự phát triển loại hình du lịch homestay tại các cù lao được tiến hành qua 3 bước. Bước 1: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau. Bước 2: Sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các nhân tố được cho là phù hợp với mức độ hài lòng của cộng đồng dân cư. Bước 3: Sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính nhận diện các nhân tố và ảnh hưởng của từng nhân tố đến mức độ hài lòng của cộng đồng dân cư và đảm bảo có ý nghĩa thống kê.

Để kiểm định mô hình nghiên cứu, tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu phân tầng kết hợp với ngẫu nhiên để tiến hành điều tra 218 hộ gia đình (46 hộ trực tiếp tham gia phát triển du lịch homestay, 120 hộ tham gia các hoạt động phục vụ du khách, 52 hộ chịu ảnh hưởng gián tiếp khi phát triển du lịch homestay) tại 4 cù lao (Thới Sơn, An Bình, Thanh Bình, Tân Lộc) ở khu vực ĐBSCL. Hiện nay, theo nhiều nhà nghiên cứu, kích thước mẫu càng lớn càng tốt (Nguyễn, 2011). Hair và *ctv.* (2006) cho rằng để sử dụng phân tích nhân tố khám phá (EFA), kích thước mẫu tối thiểu phải là 50, tốt hơn là 100 và tỉ lệ quan sát/biến đo lường là 5:1, nghĩa là 1 biến đo lường cần tối thiểu 5 quan sát (Nguyễn, 2011). Cụ thể, trong mô hình nghiên cứu được tác giả đề xuất có 23 biến quan sát có thể được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá. Do đó, số mẫu tối thiểu cần thiết của nghiên cứu là $23 \times 5 = 115$ mẫu. Thực tế, tác giả đã tiến hành điều tra 218 hộ gia đình trong khoảng thời gian từ tháng 03/2012 đến tháng 04/2012. Như vậy, số liệu được thu thập đảm bảo thực hiện tốt mô hình nghiên cứu.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Sử dụng phần mềm SPSS 16.0 để hỗ trợ phân tích, kết quả thực hiện mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của cộng đồng đối với sự phát triển loại hình du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực ĐBSCL như sau:

Bước 1: Đánh giá độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha

Thang đo được đánh giá độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha sử dụng để loại các biến "rác", các biến

có hệ số tương quan tổng biến (Corrected item total correlation) nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại và thang đo sẽ được chọn khi hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 (Jose & Rose, 2003). Kết quả kiểm định cho hệ số Cronbach's Alpha = 0,913, nằm trong khoảng từ 0,8 đến 1,0 chứng tỏ thang đo lường này là tốt. Tuy nhiên nếu xét hệ số tương quan biến – tổng thì có 1 biến bị loại khỏi mô hình vì có giá trị nhỏ hơn 0,3 (Nunnally, 1978; Peterson, 1994; Slater, 1995), biến đó là biến "Hệ thống xử lý chất thải, rác thải tốt hơn" (PUL3). Vì vậy, 22 biến đo lường còn lại được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo.

Bảng 1: Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo sau khi loại biến

Nhân tố	Trung bình thang đo nếu nhân tố bị loại	Phương sai thang đo nếu nhân tố bị loại	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu biến bị loại
INC1	73.4098	110.2690	0,5204	0,9134
INC2	73.5311	110.1709	0,5293	0,9132
INC3	73.5410	108.4991	0,6123	0,9114
INC4	73.5902	109.0256	0,5770	0,9122
INC5	73.4656	109.4799	0,6101	0,9116
SOC1	73.5508	110.3798	0,5489	0,9128
SOC2	73.4328	110.3252	0,5761	0,9123
SOC3	73.5180	109.4676	0,6046	0,9117
SOC4	73.5902	109.3808	0,6171	0,9115
SOC5	73.5738	108.2914	0,6294	0,9111
SOC6	73.9049	109.7640	0,5484	0,9128
CUL1	73.4852	109.3822	0,5680	0,9124
CUL2	73.3836	109.3030	0,5703	0,9124
PUL1	73.4492	112.4851	0,4197	0,9154
PUL2	73.4492	112.4851	0,4197	0,9154
PUL4	73.4197	112.5733	0,4373	0,9150
ENV1	73.6393	111.6590	0,4532	0,9148
ENV2	73.4557	109.9331	0,5508	0,9128
ENV3	73.8918	111.6758	0,4462	0,9149
GOV1	73.9443	111.9673	0,4244	0,9154
GOV2	73.7148	109.2111	0,6030	0,9117
GOV3	73.8623	108.2573	0,6136	0,9114

Nguồn: Kết quả kiểm định Cronbach' Alpha từ số liệu điều tra, năm 2012

Bảng 2: Kết quả phân tích ma trận nhân tố sau khi xoay

Nhân tố	F1	F2	F3	F4	F5
SOC1	0,754	0,185	0,086	0,088	0,178
SOC2	0,718	0,085	0,123	0,172	0,127
SOC3	0,760	0,207	0,046	0,107	0,049
SOC4	0,834	0,152	0,038	0,133	0,089
SOC5	0,858	0,104	0,086	0,128	0,120
SOC6	0,837	0,116	0,062	0,122	0,204
INC1	0,047	0,840	0,187	0,016	0,016
INC2	0,073	0,831	0,111	0,073	0,052
INC4	0,138	0,884	0,029	0,129	0,119
INC5	0,109	0,854	0,045	0,139	0,100
CUL1	0,236	0,681	0,118	0,076	0,113
CUL2	0,320	0,623	0,076	0,044	0,152
ENV1	0,181	0,200	0,687	0,161	0,279
ENV2	0,079	0,122	0,944	0,086	0,058
ENV3	0,075	0,132	0,944	0,056	0,014
PUL1	0,105	0,181	0,007	0,837	0,101
PUL2	0,162	0,140	0,090	0,807	0,049
PUL4	0,294	-0,003	0,189	0,690	0,095
GOV1	0,328	0,162	0,089	0,179	0,829
GOV2	0,267	0,230	0,195	0,079	0,833

Nguồn: Kết quả phân tích nhân tố khám phá từ số liệu điều tra, năm 2012

Bước 2: Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích nhân tố khám phá sau 2 vòng với các kiểm định được đảm bảo: (1) Độ

tin cậy của các biến quan sát (Factor loading > 0,5) (Gerbing & Anerson, 1988); (2) Kiểm định tính thích hợp của mô hình (0,5 < KMO = 0,877 < 1,0) (Trọng & Ngọc, 2005); (3) Kiểm định Bartlett về tương quan của các biến quan sát (Sig. = 0,00 < 0,05); (4) Kiểm định phương sai cộng dồn = 72,99% > 50%. Kết quả phân tích nhân tố hình thành 5 nhân tố mới (F₁, F₂, F₃, F₄, F₅), bao gồm:

Nhân tố F1 có 6 biến tương quan chặt chẽ với nhau, có hệ số tải nhân tố từ 0,716 đến 0,852, nhân tố F1 được đặt tên là “Vốn xã hội”.

SOC1	Các mối quan hệ xã hội tốt hơn (láng giềng, bạn bè...)
SOC2	Cuộc sống trong cộng đồng an toàn hơn (an ninh địa phương)
SOC3	Các mối quan hệ gia đình tốt hơn
SOC4	Cộng đồng (những người sống cùng địa phương) thân thiện hơn
SOC5	Cộng đồng đáng tin cậy hơn
SOC6	Cộng đồng có tính hỗ trợ hơn (thường giúp đỡ nhau)

Nhân tố F2 có 6 biến tương quan chặt chẽ với nhau, có hệ số tải nhân tố từ 0,622 đến 0,882, nhân tố F2 được đặt tên là “Lợi ích vật chất và tinh thần”.

INC1	Thu nhập được cải thiện hơn
INC2	Cơ hội tìm được việc làm cao hơn
INC4	Thu nhập ổn định hơn
INC5	Việc làm ổn định hơn
CUL1	Sự thỏa mãn về tinh thần, tín ngưỡng cao hơn
CUL2	Bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống tốt hơn

Nhân tố F3 có 3 biến tương quan chặt chẽ với nhau, có hệ số tải nhân tố từ 0,6684 đến 0,942, nhân tố F3 được đặt tên là “Môi trường và sức khỏe”.

ENV1	Cảnh quan môi trường sạch đẹp
ENV2	Ít chất thải hơn
ENV3	Ít rác thải hơn

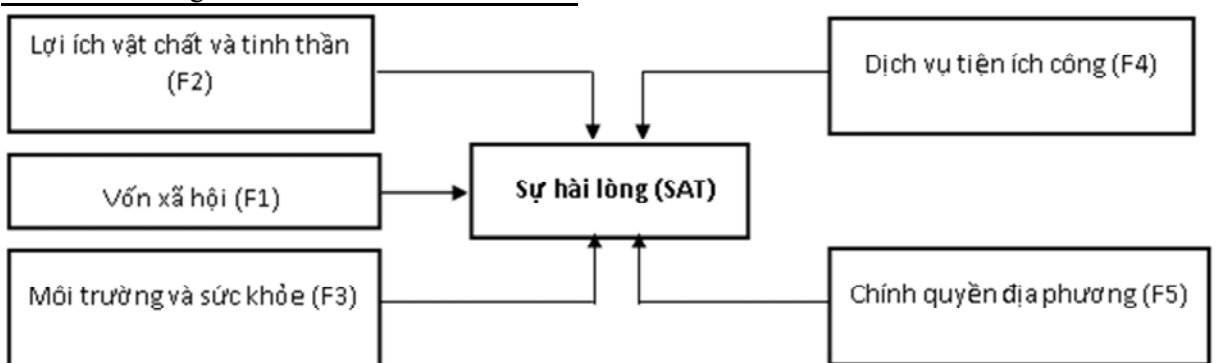
Nhân tố F4 có 3 biến tương quan chặt chẽ với nhau, có hệ số tải nhân tố từ 0,781 đến 0,835, nhân tố F4 được đặt tên là “Dịch vụ tiện ích công”.

PUL1	Giao thông và phương tiện di chuyển tốt hơn
PUL2	Phương tiện liên lạc và truyền thông tốt hơn
PUL4	Hệ thống cung cấp nước và mạng lưới điện tốt hơn

Nhân tố F5 có 2 biến tương quan chặt chẽ với nhau, có hệ số tải nhân tố từ 0,688 đến 0,835, nhân tố F5 được đặt tên là “Chính quyền địa phương”.

GOV1	Hoạt động của chính quyền địa phương tốt hơn
GOV2	Vai trò của chính quyền địa phương trong vấn đề giải quyết ô nhiễm được thực hiện tốt hơn

Các nhân tố F1, F2, F3, F4, F5 được sử dụng trong mô hình phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của cộng đồng đối với sự phát triển du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực ĐBSCL. Vì vậy, mô hình nghiên cứu đề xuất được hiệu chỉnh như sau:



Hình 2: Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh

$$SAT = f(F_1, F_2, F_3, F_4, F_5)$$

Với SAT là biến phụ thuộc, SAT được định lượng bằng cách tính điểm trung bình của ba biến quan sát thuộc nhân tố này. Các biến F₁, F₂, F₃, F₄, F₅ được định lượng bằng tính điểm trung bình của các biến quan sát thuộc nhân tố đó.

Bước 3: Kết quả mô hình hồi quy tuyến tính

Kết quả kiểm định mô hình cho thấy, hệ số R² hiệu chỉnh là 47,6% có nghĩa là 47,6% sự biến thiên về mức độ hài lòng của cộng đồng dân cư được giải thích bởi các yếu tố được đưa vào mô hình, còn lại là các yếu tố khác chưa được nghiên cứu. Hệ số Sig.F = 0,00 nhỏ hơn rất nhiều so với mức ý nghĩa α = 5% nên mô hình hồi quy có ý nghĩa, tức là các biến độc lập có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc SAT. Kết quả kiểm định hiện tượng tự tương quan (Durbin-Watson = 1,885) và đa cộng tuyến trong mô hình (VIF < 1,530) đều nằm trong giới hạn cho phép (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc 2008; Mai Văn Nam, 2008).

Bảng 3: Kết quả mô hình hồi quy tuyến tính đa biến

Nhân tố ảnh hưởng	Hệ số (á)	Mức ý nghĩa	Hệ số VIF
Hằng số (C)	0,447	0,083	-
F1: Vốn xã hội	0,145	0,011	1,530
F2: Lợi ích vật chất và tinh thần	0,405	0,000	1,427
F3: Môi trường và sức khỏe	0,082	0,060	1,135
F4: Dịch vụ tiện ích công	0,135	0,014	1,170
F5: Chính quyền địa phương	0,088	0,054	1,498
Hệ số R ² hiệu chỉnh			0,476
Hệ số Sig.F của mô hình			0,000

Nguồn: Kết quả phân tích hồi qui tuyến tính từ số liệu điều tra, năm 2012

Theo kết quả phân tích, trong 5 biến đưa vào mô hình thì cả 5 biến đều có ý nghĩa thống kê. Từ đó, phương trình hồi qui ước lượng các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của cộng đồng dân cư đối với sự phát triển của du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực ĐBSCL được thiết lập như sau:

$$SAT(Y) = 0,447 + 0,145F_1 + 0,405F_2 + 0,082F_3 - 0,135F_4 + 0,088F_5$$

Từ phương trình hồi quy cho thấy, 5 nhân tố tác động đến sự hài lòng của cộng đồng dân cư đối với phát triển du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực ĐBSCL đó là: (F1) Vốn xã hội, (F2) Lợi ích vật chất và tinh thần, (F3) Môi trường và sức khỏe, (F4) Dịch vụ tiện ích công, (F5) Chính quyền địa phương. Các nhân tố F₁, F₂, F₃, F₄, F₅ đều tương quan thuận với mức độ hài lòng của cộng đồng. Từ đó cho thấy, nếu việc phát triển du lịch homestay tại các cù lao góp phần tạo thêm việc làm, cải thiện thu nhập cho cộng đồng; bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống tốt hơn; cải thiện môi trường sống; các mối quan hệ xã hội cũng tốt hơn; các dịch vụ tiện ích công ngày càng được cải thiện thì mức độ hài lòng của cộng đồng dân cư sẽ càng tăng. Nghiên cứu còn cho thấy, sự hài lòng của cộng đồng chịu tác động mạnh bởi nhân tố (F2) Lợi ích vật chất và tinh thần. Thực tế cho thấy, cộng đồng tại các cù lao rất mong đợi sự phát triển của loại hình du lịch homestay sẽ kéo theo sự phát triển của nhiều loại hình dịch vụ, tạo nhiều việc làm, nâng cao thu nhập cho hộ gia đình, đồng thời góp phần bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống của địa phương.

4 KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

Nghiên cứu đã cho thấy, các nhân tố tác động đến sự hài lòng của cộng đồng đối với việc phát triển loại hình du lịch homestay tại các cù lao là Vốn xã hội, Lợi ích vật chất và tinh thần, Môi trường và sức khỏe, Dịch vụ tiện ích công và Chính quyền địa phương. Trong đó, lợi ích vật chất và tinh thần là nhân tố ảnh hưởng quan trọng nhất đến sự hài lòng của cộng đồng. Thông qua kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số khuyến nghị như sau:

Đối với chính quyền địa phương: Chính quyền địa phương cần quy hoạch, xây dựng định hướng phát triển du lịch homestay trong dài hạn. Tuyên truyền, nâng cao nhận thức của cộng đồng về các lợi ích kinh tế cũng như văn hóa xã hội mà du lịch homestay mang lại. Xây dựng kế hoạch trùng tu các di tích lịch sử, các nét văn hóa truyền thống tại địa phương. Thêm vào đó, chính quyền nên có các chính sách hỗ

trợ các hộ gia đình tham gia cung ứng dịch vụ du lịch homestay bằng nhiều chính sách ưu đãi. Phối hợp với các tổ chức đào tạo nâng cao kiến thức, nghiệp vụ cho cộng đồng tham gia phát triển du lịch, giữ an ninh trật tự địa phương, thực hiện nhiều chương trình giao lưu, học hỏi kinh nghiệm với những hộ thành công trong lĩnh vực homestay.

Đối với các doanh nghiệp lữ hành: Đầu tư vào việc nghiên cứu, thiết kế sản phẩm du lịch homestay theo hướng liên kết vùng dựa trên đặc thù của từng địa phương, phát huy lợi thế so sánh của khu vực. Xây dựng phương án chia sẻ lợi ích hài hòa giữa doanh nghiệp với cộng đồng tham gia phát triển du lịch. Phối hợp với chính quyền địa phương thực hiện việc trừ tu các di tích lịch sử, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương. Luôn đi đầu trong công tác bảo vệ môi trường và tích cực truyền tải thông điệp này đến du khách.

Đối với cộng đồng địa phương: Nghiên cứu, phát huy thế mạnh đặc trưng sinh thái cù lao kết hợp với các giá trị văn hóa truyền thống để thu hút du khách. Các hộ gia đình nên chủ động liên kết với các doanh nghiệp lữ hành để được hỗ trợ nhiều hơn về nghiệp vụ và chia sẻ chi phí trong kinh doanh. Tích cực tham gia các chương trình tập huấn chuyên môn nghiệp vụ. Nâng cao ý thức giữ gìn vệ sinh môi trường, bảo tồn các nét văn hóa truyền thống, góp phần phát triển kinh tế địa phương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Thanh Hương, Nguyễn Đức Hoa Cương (2007). “Nghiên cứu các mô hình du lịch cộng đồng Việt Nam”, dự án tổ chức phát triển du lịch Hà Lan, Trường Đại học Hà Nội.
2. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), “Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS”, NXB Thống kê.
3. Mai Văn Nam (2008), “Kinh tế lượng (Econometrics)”, NXB Văn hóa Thông tin.
4. Nguyễn Đình Thọ (2011), “Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh”, NXB Lao động Xã hội.
5. Nguyễn Quốc Nghi, Võ Phạm Tân, Trần Thị Kim Trang, (2009), Giải pháp phát triển du lịch cộng đồng tỉnh Tiền Giang. Tạp chí Du lịch Việt Nam.
6. Bandit Santikul (2009), “Community Based Tourism Development at the East Coast of Phuket Island”, thesis, Faculty of Hospitality and Tourism Management Prince of Songkla University.
7. Bramwell, B. and Sharman, A, (2000), “Approaches to sustainable tourism planning and community participation: the case of the Hope Valley”, in Richards, G. and Hall, D. (ed.) Tourism and Sustainable Community Development. London: Routledge, pp. 17-35.
8. Joseph A. Gliem và Rosemary R. Gliem, (2003), “Calculating, Interpreting and Reporting Cronbach’s Alpha Reliability Coefficient for likert – Type Scales”.
9. Hatton, M.J. (1999) ‘The Character of Community-Based Tourism’, in Hatton, M.J. (ed.) “Community-Based Tourism in the Asia-Pacific. Ontario: The School of Media Studies at Humber College”, pp. 2-5.
10. Kan Set Aung (2009), “Community Based Tourism Development in Myanmar Heritage Site: A Case Study of Bagan”, thesis, Faculty of Hospitality and Tourism Management Prince of Songkla University.
11. Kang Santran (2008), “Community participation for sustainable tourism in heritage site: the case of Angkor, Siem Reap Province, Cambodia”, thesis, Faculty of Hospitality and Tourism Management Prince of Songkla University.
12. Knop, Edward C., và Steward R. (1973), “Community Satisfaction: Conceptual and Methodological Problems”, Paper presented at Rocky Mountain Social Science Association annual meeting, Laramie, Wyoming.
13. Lynch. P.A. & MacWhannell, D, (2000), “Home and Commercialised Hospitality. In Search of Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates”, Oxford: Butterworth_Heinemann, 100-117.
14. Lashley, C. & Morrison, A, (2000), “In Search of Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates”, Oxford: Butterworth-Heinemann.
15. Nunnally, J. (1978), “Psychometric Theory”, New York, McGraw-Hill.
16. Peterson, R. (1994), “A Meta-Analysis of Cronbach’s Coefficient Alpha”, Journal of Consumer Research, No. 21 Vo.2.

17. Thompson, M, (1998), “Cultural Tourism”, Washington Heritage Bulletin, 20(4).
18. Slater, S. (1995), “Issues in Conducting Marketing Strategy Research”, Journal of Strategic.
19. Yahaya Ibrahim, (2011), “Malaysian Homestay Program”, Universiti Malaysia Terengganu.
20. Wang, Y, (2007), “Customized authenticity begins at home”, Annals of Tourism Research, 34(3), 789-804.