

Kinh tế và Dự báo

ECONOMY AND FORECAST REVIEW

MỤC LỤC

CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ

Tổng Biên tập

ThS. NGUYỄN LỆ THỦY

Phó Tổng Biên tập

ThS. ĐỖ THỊ PHƯƠNG LAN

Hội đồng Biên tập

TS. CAO VIẾT SINH

PGS, TS. LÊ QUỐC LÝ

PGS, TS. BÙI TẮT THẮNG

TS. NGUYỄN ĐÌNH CUNG

PGS, TS. NGUYỄN HỒNG SƠN

GS, TS. TRẦN THỌ ĐẠT

PGS, TS. TRẦN ĐÌNH THIÊN

PGS, TS. NGUYỄN ĐÌNH THỌ

PGS, TS. NGUYỄN TIẾN DŨNG

TS. VƯƠNG QUÂN HOÀNG

Tòa soạn và trị sự

65 Văn Miếu - Đống Đa - Hà Nội

Tel: 080.43174 / 080.44474

Fax: 024.3747.3357

Email: kinhtedubao@mpi.gov.vn

Tạp chí điện tử

http://kinhtevadubao.vn

Quảng cáo và phát hành

Tel: 080.48310 / 0983 720 868

Qua mạng lưới Bưu điện Việt Nam

Giấy phép xuất bản: 115/GP-BTTTT

In tại: Công ty CP in Công đoàn Việt Nam

Giá 25.000 đồng

Nguyễn Thị Vân: Ứng dụng mô hình nhị phân Logistic đánh giá năng lực tài chính của các ngân hàng thương mại sau M&A ở Việt Nam	3
Nguyễn Xuân Huynh, Nguyễn Thị Kim Liên: Dự đoán hiệu quả kinh doanh của các công ty bất động sản ở Việt Nam	7
Đặng Phong Nguyên: Nghiên cứu tác động của các nhân tố tới quyết định thanh toán trực tuyến trên sàn thương mại điện tử của giới trẻ Hà Nội	11
Nguyễn Xuân Minh, Trần Thị Xuân Hoài: Các yếu tố ảnh hưởng đến Quyết định lựa chọn sàn thương mại điện tử của doanh nghiệp dệt may	16
Nguyễn Thị Thu Hằng, Đinh Quốc Bảo: Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng Big Data của các doanh nghiệp dịch vụ Việt Nam	20
Chữ Bá Quyết, Hoàng Cao Cường: Phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam: Tiếp cận theo mô hình kinh doanh	24
Trần Đức Thuận: Hiệu quả kỹ thuật của doanh nghiệp chế biến thủy sản Việt Nam dưới tác động của xuất khẩu và thể chế kinh tế	28
Nguyễn Thực Huy, Mai Thị Huyền: Sản xuất nông nghiệp đảm bảo dinh dưỡng tại xã Hòa Bình, huyện Văn Quan, tỉnh Lạng Sơn: Thực trạng và giải pháp	32
Nguyễn Thị Lê Vân: Quản trị tri thức trong các dự án phi lợi nhuận ở Việt Nam: Trường hợp nghiên cứu ở dự án thông tin thị trường lao động	36
Lục Mạnh Hiền, Nguyễn Quang Vinh, Trần Huy Hoàng: Tác động của các nhân tố Chất lượng cuộc sống nơi làm việc đến Động lực làm việc của nhân viên chứng khoán	40
Lê Minh Trường, Ngô Giang Thy: Vai trò của quản trị quan hệ khách hàng đối với lợi thế cạnh tranh của các ngân hàng trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh	44
Nguyễn Văn Khoa, Phạm Thị Huyền: Đo lường lòng trung thành của khách hàng sử dụng dịch vụ viễn thông di động của Viettel	48
Nguyễn Thị Minh Phương: Đánh giá của khách du lịch nội địa về điều kiện phát triển du lịch trải nghiệm tại các làng nghề tỉnh Thừa Thiên Huế	52
Nguyễn Duy Thực, Lê Ngọc Minh Khuê: Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học tư thục của sinh viên	56
Nguyễn Minh Đức: Động lực và rào cản áp dụng marketing xanh và sản xuất năng lượng xanh tại các doanh nghiệp đầu tư dự án điện gió	60
Trần Đình Long, Vũ Trí Dũng: Khởi nghiệp: Rào cản và giải pháp	64
Nguyễn Quyết Thắng, Trần Quang Niên: Các yếu tố ảnh hưởng đến công tác quản lý trang thiết bị y tế tại Bệnh viện Đa khoa Cà Mau	68
Vũ Trúc Phức, Trần Quang Cảnh: Ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đối với xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam	72
Nguyễn Mạnh Tuấn, Vũ Thị Minh Hiền: Những nhân tố tác động đến Sự trung thành của người lao động trong các công ty dệt may tại Hà Nội	77
Phạm Hùng Cường, Nguyễn Thị Khánh Linh: Các yếu tố ảnh hưởng đến Quyết định lựa chọn quán cà phê mang thương hiệu của Việt Nam của giới trẻ ở TP. Hồ Chí Minh	82
Đặng Thị Minh Thùy: Mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến Sự gắn kết của khách hàng với cộng đồng thương hiệu trực tuyến (OBC) và Ý định trung thành của khách hàng ..	87
Trần Thị Quỳnh Lưu, Trần Hữu Nhựt: Tác động của truyền thông mạng xã hội đến nhận thức phòng, chống dịch Covid-19 tại Việt Nam	91
Vũ Thị Tuyết Minh: Xây dựng chiến lược kinh doanh của Công ty Cổ phần Oristar trong điều kiện thực thi các FTA thế hệ mới	95
Bùi Thị Ngọc: Các phương pháp định giá bán sản phẩm tại doanh nghiệp sản xuất	99
Ngô Thọ Thiện, Nguyễn Hoài Thiêm: Ứng dụng phân tích cụm mờ đo lường mức độ hài hòa giữa Chuẩn mực kế toán Việt Nam và Chuẩn mực kế toán quốc tế	103
Cao Thị Thanh Trúc: Các nhân tố ảnh hưởng đến Sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm tại các siêu thị điện máy xanh tại TP. Hồ Chí Minh	108
Nguyễn Thị Nghĩa: Ứng dụng công nghệ cao trong nuôi cá tra thương phẩm trên địa bàn TP. Cần Thơ: Thực trạng và giải pháp	111
Mai Lưu Huy, Trần Huy Cường: Ảnh hưởng của trao quyền về mặt tâm lý đến việc thực hiện an toàn thực phẩm và chất lượng món ăn tại các doanh nghiệp nhà hàng, khách sạn ở TP. Hồ Chí Minh	115
Võ Khắc Thường, Nguyễn Thị Ngọc Huyền, Lê Anh Linh: Các nhân tố ảnh hưởng đến Quyết định chọn mua tour du lịch Phan Thiết - Mũi Né của du khách nội địa	119
Nguyễn Ngọc Hoa Kỳ, Lâm Ngọc Diệp, Võ Khắc Trường Thi, Võ Khắc Trường Thanh, Bùi Thị Thân Thương: Các nhân tố ảnh hưởng đến Sự hài lòng của đoàn viên công đoàn đối với hoạt động của Công đoàn cơ sở Trường Đại học Phan Thiết	123
Hồ Minh Thư, Nguyễn Thị Thu Uyên, Lâm Thị Ngọc Ánh, Huỳnh Thị Quế Anh, Nguyễn Ngọc Hân, Trương Minh Khoa: Các yếu tố ảnh hưởng đến Ý định mua hàng trên mạng xã hội đối với các sản phẩm thời trang Gen Z của khách hàng TP. Cần Thơ	127
Thái Thị Thúy Quỳnh, Dương Khánh Linh: Các nhân tố ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa hành vi tài chính và tình trạng tài chính của sinh viên	132
Ngô Linh Ly: Các nhân tố tác động đến Động lực làm việc của nhân viên các doanh nghiệp FDI tại tỉnh Bình Dương	137
Vũ Thị Thúy Hằng, Nguyễn Bạch Nguyệt: Các nhân tố ảnh hưởng đến Quyết định đầu tư sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao của nông hộ tại TP. Hà Nội	141
Nguyễn Minh Tuấn, Nguyễn Thế Sĩ Quý: Các yếu tố ảnh hưởng đến Ý định mua thịt heo thảo mộc của người tiêu dùng tại TP. Hồ Chí Minh	145

Kinh tế và Dự báo

ECONOMY AND FORECAST REVIEW

IN THIS ISSUE

PRESS OFFICE OF
MINISTRY OF PLANNING AND INVESTMENT

Editor-in-Chief

MSc. NGUYEN LE THUY

Deputy Editor-in-Chief

MA. DO THI PHUONG LAN

Editorial Board

Dr. CAO VIET SINH

Assoc. Prof. Dr. LE QUOC LY

Assoc. Prof. Dr. BUI TAT THANG

Dr. NGUYEN DINH CUNG

Assoc. Prof. Dr. NGUYEN HONG SON

Prof. Dr. TRAN THO DAT

Assoc. Prof. Dr. TRAN DINH THIEN

Assoc. Prof. Dr. NGUYEN DINH THO

Assoc. Prof. Dr. NGUYEN TIEN DUNG

Dr. VUONG QUAN HOANG

Editorial Board Office

65 Van Mieu Street

Dongda District - Ha Noi

Tel: 080.43174 / 080.44474

Fax: 024.3747.3357

Email: kinhtedubao@mpi.gov.vn

Electronic magazine

http://kinhtevadubao.vn

Advertisement & Issue

Tel: 080.48310 / 0983 720 868

Released via VNPost

Publishing license: 115/GP-BTTTT

Printed at Cong Doan Vietnam printing JSC

Price 25.000 VND

Nguyen Thi Van: Using binary logistic regression model to assess financial capacity of commercial banks after M&A deals in Vietnam.....	3
Nguyen Xuan Huynh, Nguyen Thi Kim Lien: A forecast about business efficiency of real estate companies in Vietnam	7
Dang Phong Nguyen: A study on the impact of factors on Hanoi-based young people's decision to pay online on e-commerce platforms.....	11
Nguyen Xuan Minh, Tran Thi Xuan Hoai: Factors affecting textile and garment enterprises' decision to choose an e-commerce platform.....	16
Nguyen Thi Thu Hang, Dinh Quoc Bao: Determinants of Vietnamese service enterprises' intention to use Big Data	20
Chu Ba Quyet, Hoang Cao Cuong: E-commerce development in Vietnam: From the business model perspective.....	24
Tran Duc Thuan: Technical efficiency of Vietnamese seafood processing enterprises under the impact of exports and economic institutions.....	28
Nguyen Thuc Huy, Mai Thi Huyen: Agricultural production to ensure nutrition in Hoa Binh commune, Van Quan district, Lang Son province: Current situation and solutions	32
Nguyen Thi Le Van: Knowledge management in non-profit projects in Vietnam: A case study in the labor market information project	36
Luc Manh Hien, Nguyen Quang Vinh, Tran Huy Hoang: Impact of Quality of work life on Work motivation of employees in the securities industry	40
Le Minh Trung, Ngo Giang Thy: The role of customer relationship management in the competitive advantage of banks in Ho Chi Minh City	44
Nguyen Van Khoa, Pham Thi Huyen: Measuring the loyalty of customers using Viettel's mobile telecommunications services.....	48
Nguyen Thi Minh Phuong: Assessment of domestic tourists on conditions for developing experiential tourism in Thua Thien Hue province-based craft villages	52
Nguyen Duy Thuc, Le Ngoc Minh Khue: Factors affecting students' choice of a private university.....	56
Nguyen Minh Duc: Motivations and barriers to implementation of green marketing and green energy production in enterprises investing in wind power.....	60
Tran Dinh Long, Vu Tri Dung: Entrepreneurship: Barriers and solutions	64
Nguyen Quyet Thang, Tran Quang Nien: Factors affecting the management of medical equipment at Ca Mau General Hospital.....	68
Vu Truc Phuc, Tran Quang Canh: Impact of the Covid-19 pandemic on Vietnam's textile and garment exports.....	72
Nguyen Manh Tuan, Vu Thi Minh Hien: Factors affecting the loyalty of employees in Hanoi-based textile and garment companies	77
Pham Hung Cuong, Nguyen Thi Khanh Linh: Factors affecting young people's decision to choose a Vietnamese branded coffee shop in Ho Chi Minh City.....	82
Dang Thi Minh Thuy: Research model of factors affecting customer engagement with online brand community (OBC) and loyalty intention	87
Tran Thi Quynh Luu, Tran Huu Nhut: Impact of social media on the perception of Covid-19 prevention and control in Vietnam	91
Vu Thi Tuyet Minh: Design a business strategy for Oristar Cooperation in the context of implementing new-generation FTAs.....	95
Bui Thi Ngoc: Methods of pricing in manufacturing enterprises.....	99
Ngô Thọ Thiên, Nguyễn Hoài Thiêm: Application of fuzzy clustering analysis to measure the harmonization between Vietnamese Accounting Standards and International Accounting Standards	103
Cao Thi Thanh Truc: Determinants of satisfaction of customers shopping at green electronics supermarkets in Ho Chi Minh City	108
Nguyen Thi Nghia: Hi-tech application to commercial pangasianodon hypophthalmus farming in Can Tho city: Situation and solutions	111
Mai Luu Huy, Tran Huy Cuong: The influence of psychological empowerment on the implementation of food safety and quality in restaurants and hotels in Ho Chi Minh City	115
Vo Khac Thuong, Nguyen Thi Ngoc Huyen, Le Anh Linh: Factors affecting domestic tourists' decision on buying Phan Thiet - Mui Ne tour.....	119
Nguyen Ngoc Hoa Ky, Lam Ngoc Diep, Vo Khac Truong Thi, Vo Khac Truong Thanh, Bui Thi Than Thuong: Factors influencing the satisfaction of trade union members with the activities of grassroots trade union in the University of Phan Thiet.....	123
Ho Minh Thu, Nguyen Thi Thu Uyen, Lam Thi Ngoc Anh, Huynh Thi Que Anh, Nguyen Ngoc Han, Truong Minh Khoa: Determinants of Can Tho city-based customers' intention to purchase Gen Z fashion products on social networks.....	127
Thai Thi Thuy Quynh, Duong Khanh Linh: Factors affecting the relationship between financial behavior and financial position of students	132
Ngô Linh Ly: Factors affecting the work motivation of employees in FDI enterprises in Binh Duong province	137
Vu Thi Thuy Hang, Nguyen Bach Nguyet: Determinants of the decision on investing in hi-tech agricultural production of farmers in Hanoi	141
Nguyen Minh Tuan, Nguyen The Si Quy: Factors impacting consumers' intention on buying herbal pork in Ho Chi Minh City.....	145

Đánh giá của khách du lịch nội địa về điều kiện phát triển du lịch trải nghiệm tại các làng nghề tỉnh Thừa Thiên Huế

NGUYỄN THỊ MINH PHƯƠNG*

Tóm tắt

Nghiên cứu này nhằm phân tích các điều kiện cơ bản trong phát triển du lịch trải nghiệm (DLTN) tại các làng nghề trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế. Thông qua việc thu thập ý kiến của 210 khách du lịch nội địa đã tham gia trải nghiệm tại 3 làng nghề tiêu biểu trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, nghiên cứu chỉ ra rằng, có 6 nhân tố ảnh hưởng đến việc phát triển DLTN làng nghề, bao gồm: Sản phẩm DLTN; Tài nguyên du lịch; Cơ sở vật chất hạ tầng hỗ trợ du lịch; Dịch vụ du lịch; Nghệ nhân và người tham gia phục vụ du lịch; Công tác quảng bá, xúc tiến. Từ đó, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển loại hình du lịch này trong thời gian tới.

Từ khóa: du lịch trải nghiệm, làng nghề, sản phẩm trải nghiệm

Summary

This study aims to analyze the basic conditions of experiential tourism development in craft villages in Thua Thien Hue province. From a survey of 210 domestic visitors participating in experiential tourism in 3 local craft villages, the research shows that there are 5 factors affecting the development of experiential tourism in craft villages, including Experiential tourism products; Tourism resources; Infrastructure; Tourism services; Artisans and people involved in tourism services; Advertising and promotion. From this finding, a number of solutions are proposed to boost experiential tourism in craft villages in the coming time.

Keywords: experiential tourism, craft villages, experiential tourism products

GIỚI THIỆU

Mặc dù có tiềm năng và lợi thế lớn về phát triển du lịch cùng với những thành công nhất định gắn với tên tuổi một số làng nghề, việc phát triển DLTN làng nghề ở tỉnh Thừa Thiên Huế vẫn còn tồn tại một số hạn chế, như: sản phẩm trải nghiệm và các dịch vụ bổ sung còn đơn điệu; cơ sở vật chất hạ tầng hỗ trợ thiếu thốn; công tác quảng bá xúc tiến du lịch chưa được chú trọng. Điều này làm cho số lượng du khách tham gia tour DLTN đến với các làng nghề còn hạn chế. Vì vậy, việc nghiên cứu thực trạng phát triển DLTN dưới góc độ khách du lịch (thị trường) là vấn đề cần thiết, giúp địa phương đưa hoạt động này phát triển đúng với tiềm năng vốn có, góp phần nâng cao hiệu quả khai thác các hoạt động du lịch; đồng thời, làm cơ sở cho việc xây dựng các dự án đầu tư phát triển du lịch.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

DLTN được xem như một chiến lược mới mang lại

lợi thế cho nhà cung cấp. Thông qua hoạt động du lịch này, khách du lịch muốn tìm kiếm sự trải nghiệm và học hỏi thay vì du lịch thông thường (chỉ đơn giản là đứng lại và xem) (Rajan, 2015). DLTN làng nghề diễn ra tại các làng nghề đang hoạt động sản xuất các sản phẩm truyền thống. Do đó, DLTN làng nghề được đánh giá là loại hình du lịch vừa đem đến trải nghiệm tích cực cho người tham gia, vừa tạo ra lợi ích về nhiều mặt cho làng nghề.

Việc phát triển sản phẩm điểm đến có thể được tiếp cận dưới hai góc độ: phát triển sản phẩm du lịch cụ thể và phát triển đồng bộ của các yếu tố cơ bản, như: sản phẩm dịch vụ, cơ sở hạ tầng hỗ trợ, nguồn nhân lực, các gói sản phẩm và các chương trình sự kiện (Morrison, 2013). Trong hai cách tiếp cận trên thì khái niệm phát triển sản phẩm điểm đến đồng bộ là cách thức phù hợp hơn, vì nó góp phần tạo dựng một hạ tầng du lịch và các điều kiện cần thiết để khai thác

* ThS., Trường Du lịch - Đại học Huế

Ngày nhận bài: 20/05/2021; Ngày phản biện: 18/7/2021; Ngày duyệt đăng: 10/8/2021

các yếu tố tài nguyên tại điểm đến đáp ứng nhu cầu thị trường. Theo đó, phát triển DLTN cần tập trung vào các tác nhân tham gia, bao gồm: (1) Sản phẩm DLTN; (2) Tài nguyên du lịch; (3) Cơ sở vật chất hạ tầng hỗ trợ du lịch; (4) Dịch vụ du lịch; (5) Nghệ nhân và người tham gia phục vụ du lịch; (6) Công tác quảng bá, xúc tiến.

Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nghiên cứu của Junead (2018) về tiềm năng phát triển DLTN tại quận Watthana Nakhon, tỉnh Sa Kaeo, Thái Lan đã đưa ra 7 nội dung quan trọng trong phát triển DLTN, bao gồm: Sự hấp dẫn du lịch; Tính tiếp cận; Chỗ ở; Cơ sở vật chất; Các hoạt động du lịch; Sự tham gia của cộng đồng; Sự quản lý. Mô hình DLTN làng nghề thủ công (mô hình CET - The Craft Experiential Tourism Models) do Đại học CEPT Ấn Độ đề xuất (Jain, R. và Thakkar, J, 2019) cho thấy tầm quan trọng của Tài nguyên du lịch, Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật phục vụ cho các hoạt động DLTN.

Trên cơ sở kế thừa có chọn lọc và điều chỉnh bổ sung từ một số nhân tố của các nghiên cứu trước, cùng với thực tế hoạt động phát triển DLTN tại các làng nghề trên địa bàn nghiên cứu, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình.

Phương pháp nghiên cứu

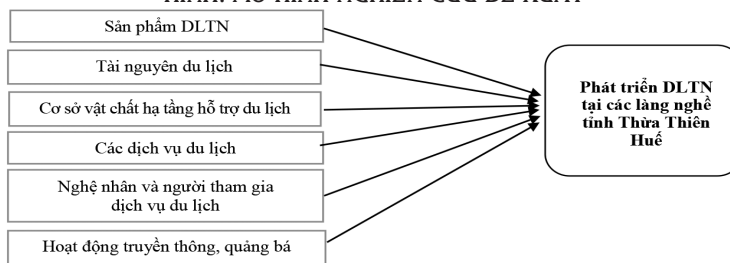
Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng nhằm đo lường mức đánh giá của khách du lịch nội địa đối với các yếu tố liên quan đến sự phát triển DLTN tại 3 làng nghề tiêu biểu trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, bao gồm: Làng hoa giấy Thanh Tiên - Làng Sinh (xã Phú Mậu, huyện Phú Vang), Làng đan lát Bao La (xã Quảng Phú, huyện Quảng Điền) và Làng gốm Phước Tích (xã Phong Hòa, huyện Phong Điền). Dữ liệu nghiên cứu được thu thập thông qua điều tra trực tiếp 220 du khách nội địa đến tham gia trải nghiệm tại các làng nghề này trong thời gian từ tháng 10/2020 đến 4/2021. Tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, sau khi thu về và làm sạch, có 210 mẫu phù hợp đưa vào phân tích.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Thông tin về mẫu điều tra

Nghiên cứu cho thấy, trong 210 du khách khảo sát, tỷ lệ nam - nữ không có sự chênh lệch quá lớn, có 109 du khách

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Đề xuất của tác giả

BẢNG 1: KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY CỦA THANG ĐO

Tên nhân tố	Biến quan sát	TB thang đo nếu bỏ biến	Phương sai thang đo nếu bỏ biến	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu bỏ mục hỏi
Sản phẩm DLTN (SP): Cronbach's Alpha = 0,844 (lần 2 sau khi đã loại SP_7)	SP_1	18,1476	7,217	0,724	0,798
	SP_2	18,2238	7,801	0,645	0,815
	SP_3	18,1619	7,868	0,628	0,818
	SP_4	18,2238	7,553	0,641	0,815
	SP_5	18,5667	8,323	0,406	0,861
	SP_6	18,0810	7,166	0,720	0,798
Tài nguyên du lịch (TN): Cronbach's Alpha = 0,9	TN_1	16,1714	3,281	0,793	0,870
	TN_2	16,0381	3,673	0,704	0,888
	TN_3	16,0381	3,520	0,795	0,869
	TN_4	16,0619	3,647	0,755	0,878
	TN_5	16,2429	3,658	0,722	0,885
Cơ sở vật chất hạ tầng hỗ trợ du lịch (CSVCHT): Cronbach's Alpha = 0,833 (lần 2 sau khi đã loại CSVCHT_6 & CSVCHT_7)	CSVCHT_1	13,9143	2,500	0,729	0,774
	CSVCHT_2	13,7619	2,929	0,511	0,831
	CSVCHT_3	13,9095	2,561	0,684	0,786
	CSVCHT_4	14,3286	2,499	0,567	0,822
	CSVCHT_5	14,2762	2,335	0,700	0,780
Các dịch vụ du lịch (DV): Cronbach's Alpha = 0,973	DV_1	9,3714	7,823	0,913	0,970
	DV_2	9,3714	7,938	0,905	0,972
	DV_3	9,3000	7,455	0,952	0,959
	DV_4	9,2857	7,411	0,963	0,956
Nghệ nhân và người tham gia phục vụ du lịch (NL): Cronbach's Alpha = 0,844 (lần 2 sau khi đã loại NL_5)	NL_1	14,6048	2,566	0,767	0,779
	NL_2	14,6048	2,891	0,625	0,820
	NL_3	14,6857	2,934	0,541	0,842
	NL_4	14,8714	2,964	0,544	0,840
Hoạt động truyền thông, quảng bá (QB): Cronbach's Alpha = 0,623	QB_1	6,3667	0,444	0,393	0,602
	QB_2	6,5571	0,497	0,512	0,420
	QB_3	6,5714	0,543	0,410	0,556

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả

là nữ giới (chiếm tỷ lệ 51,9%). Du khách đến từ nhiều vùng miền trong đó chủ yếu đến từ miền Trung chiếm tỷ lệ cao nhất (66,1%). Khách tham gia trải nghiệm làng nghề nhiều nhất nằm trong độ tuổi từ 18-30 tuổi (chiếm 36,2%), có trình độ đại học (33,3%) và thuộc đối tượng học sinh, sinh viên (52,4%). Có đến 66,2% khách tham gia tour DLTN làng nghề lần đầu tiên và thời gian trải nghiệm phần lớn chỉ ½ ngày (chiếm 61,5%).

Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Để đảm bảo độ tin cậy của thang đo, tác giả sử dụng hệ số Cronbach's Alpha trước khi tiến hành phân tích nhân tố. Sau khi loại bỏ 4 biến (SP_7, CSVCHT_6, CSVCHT_7 và NL_5), bộ thang đo từ 32 biến quan sát ban đầu còn lại 28 biến thỏa mãn điều kiện hệ

BẢNG 2: MA TRẬN XOAY NHÂN TỐ

Tên nhân tố	Biến quan sát	Các nhân tố					
		1	2	3	4	5	6
Các dịch vụ du lịch	DV_4	0,973					
	DV_3	0,968					
	DV_1	0,949					
	DV_2	0,937					
Tài nguyên du lịch	TN_1		0,898				
	TN_5		0,842				
	TN_3		0,808				
	TN_2		0,806				
	TN_4		0,780				
Sản phẩm DLTN	SP_6			0,838			
	SP_1			0,827			
	SP_3			0,765			
	SP_2			0,764			
	SP_4			0,753			
	SP_5			0,526			
Cơ sở vật chất hạ tầng hỗ trợ du lịch	CSVCHT_5				0,787		
	CSVCHT_1				0,775		
	CSVCHT_2				0,762		
	CSVCHT_3				0,751		
	CSVCHT_4				0,677		
Nghệ nhân và người tham gia phục vụ du lịch	NL_6					0,868	
	NL_1					0,865	
	NL_3					0,699	
	NL_4					0,631	
	NL_2					0,610	
Hoạt động truyền thông, quảng bá	QB_3						0,770
	QB_2						0,738
	QB_1						0,689
	Giá trị Eigenvalues	5,563	3,955	3,416	3,241	1,696	1,507
	Phương sai trích (%)	19,869	33,995	46,194	57,767	63,824	69,205
	Hệ số KMO	0,5 < 0,758 < 1					
	Kiểm định Barlett	Sig. = 0,00 < 0,5					

BẢNG 3: ĐÁNH GIÁ CỦA DU KHÁCH VỀ CÁC ĐIỀU KIỆN PHÁT TRIỂN DLTN TẠI CÁC LÀNG NGHỀ

Nhân tố	Giá trị trung bình	Biến độc lập (giá trị Sig.)					
		Giới tính (1)	Tuổi (2)	Vùng miền (2)	Trình độ học vấn (2)	Nghề nghiệp (2)	Điểm trải nghiệm (2)
SP	3,65	0,500	0,808	0,544	0,359	0,448	0,577
TNDL	4,03	0,771	0,715	0,148	0,374	0,800	0,010
CSVCHT	3,51	0,813	0,853	0,997	0,548	0,738	0,424
DV	3,11	0,942	0,270	0,603	0,447	0,729	0,000
NL	3,67	0,736	0,335	0,253	0,753	0,731	0,110
QB	3,25	0,613	0,946	0,752(*)	0,997	0,842	0,752

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả

số tương quan biến - tổng > 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 (Bảng 1), chứng tỏ các biến trong từng nhóm nhân tố có mối quan hệ khá chặt chẽ.

Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích EFA cho thấy, giá trị KMO đạt 0,758, thỏa mãn điều kiện ($0,5 < KMO < 1$), chứng tỏ dữ liệu thích hợp để phân tích EFA. Kiểm định Barlett's cho kết quả giá trị Sig. = 0,00 < 0,5, chứng tỏ các nhân tố có tương quan tuyến tính với nhau trong tổng thể. Dựa trên mức giá trị Eigenvalues > 1, phương pháp rút trích Principal components và phép quay Varimax, có 6 nhân tố được rút trích trong phân tích nhân tố với 28 biến. Kết quả phân tích nhân tố cho thấy, phương sai rút trích là 69,205% (> 50%), tỷ lệ

này đạt yêu cầu. 6 nhân tố này giải thích được 69,205% sự biến thiên của dữ liệu. Từ kết quả phân tích EFA, 28 biến đều có hệ số tải > 0,5 và được gom thành 6 nhóm như dự kiến ban đầu.

Đánh giá của du khách về điều kiện phát triển DLTN tại các làng nghề

Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, những du khách đến tham quan làng cổ Phước Tích đánh giá về "Tài nguyên du lịch" và "Các dịch vụ du lịch" cao hơn so với du khách trải nghiệm tại hai làng nghề còn lại (Bảng 3). Những tiêu thức khác thì không có sự khác biệt có ý nghĩa

thống kê giữa những nhóm du khách khi đánh giá các nhân tố liên quan đến phát triển DLTN tại các làng nghề. Khách du lịch đánh giá cao nhất nhân tố “Tài nguyên du lịch” tại điểm đến với giá trị trung bình (GTTB) đạt 4,03. Tiếp đó là nhân tố liên quan đến con người - “Nghệ nhân và người tham gia phục vụ du lịch”, cũng được du khách đánh giá tốt bởi sự tài hoa và phong cách phục vụ tốt của các nghệ nhân. Nhân tố “Sản phẩm trải nghiệm du lịch” - một trong những nhân tố then chốt, quyết định đến sự hài lòng của du khách trong chuyến du lịch được đánh giá ở mức 3,65. Việc đa dạng hóa sản phẩm trải nghiệm là cần thiết để du khách có nhiều sự lựa chọn hơn. Cần chú ý nhất đến nhân tố “Các dịch vụ du lịch” khi du khách chỉ đánh giá ở mức thấp, tương ứng 3,11. Việc thiếu thốn các dịch vụ ẩm thực, lưu trú, hướng dẫn, vận chuyển khiến trải nghiệm của du khách tại điểm đến bị hạn chế. Trong tương lai, chính quyền địa phương, cũng như người làm du lịch cần quan tâm hơn đến việc phát triển các dịch vụ này tại các làng nghề.

KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ ĐỀ XUẤT

Kết luận

Nghiên cứu cho thấy, ngoài ý nghĩa về mặt kinh tế, DLTN làng nghề góp phần mang lại trải nghiệm khó quên cho du khách, gìn giữ và phát huy giá trị văn hóa của làng nghề. Nghiên cứu cũng đã chỉ ra rằng, các làng nghề có thể mạnh về tài nguyên du lịch, đội ngũ nghệ nhân có kinh nghiệm lâu năm, sản phẩm trải nghiệm đáp ứng được mong đợi; tuy nhiên, nhân tố về dịch vụ và hoạt động xúc tiến còn nhiều hạn chế.

Một số đề xuất

Trên cơ sở tìm hiểu thực trạng phát triển DLTN làng nghề, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản lý cho các địa phương, bao gồm:

Thứ nhất, cần lên kế hoạch cụ thể cho việc thiết kế sản phẩm trải nghiệm dựa trên mong đợi của du khách; ưu tiên phát triển các sản phẩm trải nghiệm gắn với làng nghề. Bên cạnh đó, cũng cần đưa những sản phẩm ứng dụng công nghệ số vào phục vụ du khách, như: sử dụng xe đạp thông minh, thuyết minh tự động audio guide, xem video, hình ảnh trực quan 3D về các di tích, lịch sử hình thành làng nghề... Việc đa dạng hóa sản phẩm trải nghiệm chính là chìa khóa để phát triển DLTN tại các làng nghề.

Thứ hai, các địa phương có làng nghề cần tận dụng và phát huy tối đa nguồn lực sẵn có, đặc biệt là yếu tố tài nguyên. Xây dựng kế hoạch bảo tồn, tu sửa và khai thác hợp lý các di tích văn hóa lịch sử, lễ hội, ẩm thực tại địa phương, đồng thời lồng ghép vào các tour tuyến trải nghiệm.

Thứ ba, có phương án cụ thể trong việc nâng cấp cơ sở vật chất hạ tầng hỗ trợ du lịch, trong đó cần chú trọng đến không gian trải nghiệm, trang thiết bị, công cụ dụng cụ phục vụ cho hoạt động trải nghiệm của du khách. Xây dựng, mở rộng các nhà trưng bày sản phẩm đặc trưng của địa phương, như: hoa sen giấy, gốm hoặc sản phẩm mây tre đan...

Thứ tư, đa dạng hóa các dịch vụ phục vụ cho DLTN tại làng nghề, như: lưu trú homestay, phục vụ ẩm thực địa phương, dịch vụ cho thuê phương tiện vận chuyển tại điểm đến và dịch vụ thuyết minh, diễn dịch cho khách. Lập phương án kêu gọi, hợp tác đầu tư với các đơn vị trong và ngoài tỉnh nhằm mở rộng các dịch vụ du lịch, đáp ứng tốt nhu cầu của khách.

Thứ năm, cần nâng cao nhận thức và năng lực tham gia hoạt động du lịch cho cộng đồng địa phương. Tăng cường đào tạo kỹ năng nghề, kỹ năng giao tiếp, văn hóa ứng xử giao tiếp với du khách để mỗi người dân là một hướng dẫn viên du lịch, có khả năng truyền đạt chân thật và sống động về nghề và làng nghề. Đồng thời, địa phương cần có chính sách đãi ngộ cho các nghệ nhân có đóng góp lớn trong việc giữ gìn nghề nhằm tạo động lực, để họ tiếp tục sáng tạo và phát triển ngành nghề thủ công truyền thống.

Thứ sáu, chú trọng hơn đến hoạt động quảng bá thông qua các kênh truyền thông quan trọng, như: mạng xã hội, website, truyền miệng từ người thân. Ngoài ra, cần tạo mối quan hệ mật thiết với công ty lữ hành trong và ngoài Tỉnh để đưa khách đến tham quan, trải nghiệm làng nghề. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Jain, R., and Thakkar, J (2019). *Experiencing Craft and Culture: an emerging cultural sustainable tourism model in India*, Springer International Publishing, 29-35
2. Junead, J (2018). Experiential tourism development at Watthana Nakhon District. Sa Kaeo Province, *Journal of Liberal Arts*, 10(2), 156-187
3. Morrison. A. M (2013). *Marketing and Managing Tourism Destinations*, Routledge
4. Rajan, R. B (2015). Experiential Tourism: Understanding Tourism Trends Today To Prepare For Tomorrow, *Shanlax International Journal of Commerce*, 3(1), 121-126