CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH ĐỐI VỚI DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI MỘC CHÂU, TỈNH SƠN LA

ThS. Đồng Thị Hà Uyên* - ThS. Phùng Thị Thanh Hiền*

Nghiên cứu này phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với du lịch cộng đồng tại Mộc Châu, tỉnh Sơn La. Dữ liệu được thu thập từ 190 khách du lịch và được phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Mô hình nghiên cứu xem xét tác động của bốn nhân tố gồm tài nguyên cảnh quan và môi trường điểm đến, bản sắc văn hóa địa phương, chất lượng dịch vụ homestay và phục vụ, cùng trải nghiệm tham gia với cộng đồng đến sự hài lòng của du khách. Kết quả cho thấy cả bốn nhân tố đều có tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến sự hài lòng của du khách. Trong đó, chất lượng dịch vụ homestay và phục vụ có tác động mạnh nhất. Mô hình giải thích được 79,3% sự biến thiên của sự hài lòng, qua đó cung cấp cơ sở thực nghiệm cho các hàm ý quản trị và chính sách nhằm phát triển du lịch cộng đồng bền vững tại Mộc Châu.

• Từ khóa: *du lịch cộng đồng; sự hài lòng của du khách; chất lượng dịch vụ homestay; bản sắc văn hóa địa phương; Mộc Châu.*

This study analyzes the factors influencing tourist satisfaction with community-based tourism in Moc Chau, Son La Province. Data were collected from 190 tourists and analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) approach. The research model examines the impact of four factors: destination landscape and environmental resources, local cultural identity, homestay service quality, and community participation experience on tourist satisfaction. The results indicate that all four factors have a positive and statistically significant effect on tourist satisfaction, with homestay service quality having the strongest impact. The model explains 79.3% of the variance in satisfaction, providing an empirical basis for managerial and policy implications to promote sustainable community-based tourism development in Moc Chau.

• Key words: *community-based tourism; tourist satisfaction; homestay service quality; local cultural identity; Moc Chau.*

Ngày nhận bài: 08/02/2026
Ngày gửi phản biện: 31/3/2026
Ngày duyệt đăng: 10/4/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i311.45

1. Đặt vấn đề

1.1. Bối cảnh nghiên cứu

Trong những năm gần đây, du lịch cộng đồng ngày càng được quan tâm như một hướng phát triển phù hợp đối với các điểm đến nông thôn và miền núi. Loại hình này không chỉ khai thác tài nguyên bản địa mà còn gắn với bảo tồn văn hóa, tăng cường sự tham gia của cộng đồng và phát triển bền vững. Nhiều nghiên cứu gần đây cho thấy sức hấp dẫn của du lịch cộng đồng được hình thành từ sự kết hợp giữa cảnh quan, trải nghiệm văn hóa, môi trường điểm đến và mức độ gắn kết với cộng đồng địa phương (Turčinović et al., 2025; Chang & Wang, 2023). Trong bối cảnh đó, Mộc Châu, tỉnh Sơn La là điểm đến có nhiều lợi thế về thiên nhiên, khí hậu, bản sắc văn hóa dân tộc và các mô hình lưu trú cộng đồng. Tuy nhiên, để phát triển bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh, việc gia tăng sự hài lòng của du khách là yêu cầu quan trọng đối với điểm đến này (Sahabuddin et al., 2024; Arif et al., 2024).

1.2. Vấn đề nghiên cứu

Từ góc độ thực tiễn, sự hài lòng của du khách đối với du lịch cộng đồng không được quyết định bởi một yếu tố đơn lẻ mà là kết quả tổng hợp của nhiều thành phần trải nghiệm. Các nghiên cứu gần đây cho thấy chất lượng môi trường, chất lượng dịch vụ, hình ảnh điểm đến, tính chân thực và trải nghiệm văn hóa đều có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của du khách (Tian et al., 2020; Sahabuddin et al., 2024; Arif et al., 2024). Điều này đặc biệt phù hợp với bối cảnh Mộc Châu, nơi du khách không chỉ tham quan cảnh quan mà còn mong muốn trải nghiệm văn hóa bản địa, lưu trú cộng đồng và tương tác với người dân địa phương. Trên cơ sở đó, nghiên cứu lựa chọn bốn nhóm nhân tố gồm tài nguyên cảnh quan và môi trường điểm đến, bản sắc văn hóa địa phương, chất lượng

** Đại học Phenikaa, tác giả liên hệ: email: hien.phungthithanh@phenikaa-uni.edu.vn*

dịch vụ homestay và phục vụ, cùng trải nghiệm tham gia với cộng đồng để xem xét tác động đến sự hài lòng của du khách.

1.3. Khoảng trống nghiên cứu

Đã có một số nghiên cứu về sự hài lòng của du khách trong bối cảnh du lịch cộng đồng. Nguyen et al. (2024) cho thấy nhiều công trình vẫn chủ yếu tập trung vào các biến quen thuộc như chất lượng dịch vụ hoặc hình ảnh điểm đến, trong khi du lịch cộng đồng còn gắn với trải nghiệm văn hóa, tính chân thực và sự tương tác với cộng đồng địa phương. Tại Mộc Châu, hướng nghiên cứu định lượng theo SEM về các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách còn khá hạn chế. Vì vậy, việc kiểm định đồng thời các yếu tố cảnh quan – môi trường, bản sắc văn hóa, chất lượng dịch vụ homestay và trải nghiệm cùng cộng đồng trong cùng một mô hình là cần thiết.

1.4. Mục tiêu nghiên cứu

Xuất phát từ những vấn đề trên, nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định và kiểm định mức độ tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với du lịch cộng đồng tại Mộc Châu, tỉnh Sơn La. Trên cơ sở đó, nghiên cứu cung cấp bằng chứng thực nghiệm để đề xuất các hàm ý quản trị và chính sách nhằm phát triển du lịch cộng đồng tại Mộc Châu theo hướng bền vững.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu du lịch, sự hài lòng của du khách thường được xem là kết quả đánh giá tổng thể sau chuyến đi và chịu ảnh hưởng bởi nhiều thành phần trải nghiệm tại điểm đến. Đối với du lịch cộng đồng, ngoài chất lượng dịch vụ, sự hài lòng còn gắn với môi trường điểm đến, bản sắc văn hóa địa phương và mức độ tham gia của du khách vào các hoạt động cùng cộng đồng. Các nghiên cứu gần đây cho thấy sự phù hợp giữa du khách và môi trường điểm đến có ý nghĩa đối với cảm nhận trải nghiệm du lịch; đồng thời, tính xác thực văn hóa cũng góp phần tạo ra cảm nhận tích cực hơn của du khách tại các điểm đến cộng đồng.

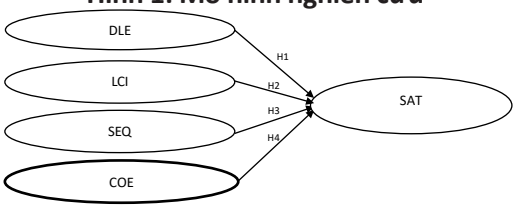
Trên cơ sở đó, nghiên cứu này lựa chọn bốn nhân tố độc lập phù hợp với bối cảnh du lịch cộng đồng tại Mộc Châu. Thứ nhất, tài nguyên cảnh quan và môi trường điểm đến phản ánh mức độ hấp dẫn của thiên nhiên, sự trong lành, sạch sẽ và cảm giác gần gũi với môi trường sinh thái. Thứ hai, bản sắc văn hóa địa phương thể hiện qua ẩm thực, kiến trúc, phong tục và các giá trị văn hóa bản địa mà du khách có thể cảm nhận trong chuyến đi. Thứ ba, chất lượng dịch vụ homestay và phục vụ phản ánh điều kiện lưu trú, sự thuận tiện, thái độ phục vụ và khả năng đáp ứng nhu cầu của du khách; nghiên cứu gần đây về homestay nhấn mạnh vai trò trung tâm của chất lượng dịch vụ trong đánh giá sau trải nghiệm. Thứ tư, trải nghiệm tham gia cùng cộng đồng phản ánh mức độ du khách được tương tác, tham gia và đồng tạo giá trị với cộng đồng sở tại trong quá trình trải nghiệm điểm đến.

Từ lập luận trên, nghiên cứu đề xuất mô hình trong đó bốn nhân tố gồm tài nguyên cảnh quan và môi trường điểm đến, bản sắc văn hóa địa phương, chất lượng dịch vụ homestay và phục vụ, cùng trải nghiệm tham gia với cộng đồng có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách đối với du lịch cộng đồng tại Mộc Châu. Trên cơ sở đó, Hình 1 trình bày mô hình nghiên cứu đề xuất của bài báo.

Về phương pháp, nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận định lượng thông qua khảo sát bằng bảng hỏi cấu trúc. Các thang đo được thiết kế theo thang Likert 5 mức và điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh du lịch cộng đồng tại Mộc Châu. Mô hình nghiên cứu gồm bốn biến độc lập và một biến phụ thuộc là sự hài lòng của du khách. Dữ liệu sau khi thu thập được xử lý bằng các kỹ thuật phân tích thống kê phù hợp với mô hình SEM nhằm đánh giá độ tin cậy thang đo, kiểm định mô hình đo lường và mô hình cấu trúc.

Trên cơ sở tổng quan lý thuyết và các nghiên cứu liên quan, nghiên cứu đề xuất bốn giả thuyết về mối quan hệ giữa các nhân tố của du lịch cộng đồng và sự hài lòng của du khách tại Mộc Châu. Cụ thể: H1: Tài nguyên cảnh quan và môi trường điểm đến (DLE) tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách (Li & Song, 2024). H2: Bản sắc văn hóa địa phương (LCI) tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách (Wu et al., 2024). H3: Chất lượng dịch vụ homestay và phục vụ (SEQ) tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách (Sarma et al., 2025). H4: Trải nghiệm tham gia cùng cộng đồng (COE)tác động cùng chiều đến sự hài lòng của du khách (Buhalis & Park, 2021).

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả đề xuất

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Thống kê mô tả đáp viên

Bảng 1. Nhân khẩu học của đáp viên (n = 190)

Biến	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Giới tính		
Nam	102	53,68
Nữ	88	46,32
Độ tuổi		
Dưới 30 tuổi	68	35,79
Từ 30 đến 45	89	46,84
Trên 45 tuổi	33	17,37
Nghề nghiệp		
Học sinh/sinh viên	58	30,53
Công nhân/viên chức	49	25,79
Lao động tự do, khác	83	43,68
Thu nhập trung bình/tháng		
Dưới 10 triệu đồng	72	37,89
Từ 10 đến 20 triệu	85	44,74
Trên 20 triệu	33	17,37

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

Bảng 1 cho thấy mẫu khảo sát gồm 190 đáp viên, trong đó nam chiếm tỷ lệ cao hơn nữ nhưng chênh lệch không lớn, lần lượt là 53,68% và 46,32%, cho thấy cơ cấu giới tính khá cân bằng. Về độ tuổi, nhóm từ 30 đến 45 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất (46,84%), tiếp đến là nhóm dưới 30 tuổi (35,79%), trong khi nhóm trên 45 tuổi chiếm tỷ lệ thấp nhất (17,37%). Xét theo nghề nghiệp, nhóm lao động tự do và các nghề khác chiếm tỷ lệ lớn nhất (43,68%), phản ánh mẫu khảo sát khá đa dạng về đặc điểm nghề nghiệp. Về thu nhập, nhóm có thu nhập từ 10 đến 20 triệu đồng/tháng chiếm tỷ lệ cao nhất (44,74%), tiếp theo là nhóm dưới 10 triệu đồng (37,89%). Nhìn chung, cơ cấu mẫu tương đối đa dạng về giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp và thu nhập, góp phần tạo cơ sở thuận lợi cho việc phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách.

3.2. Phân tích thống kê mô tả các nhân tố

Bảng 2. Thống kê mô tả và ma trận tương quan giữa các biến nghiên cứu

Biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn	DLE	LCI	SEQ	COE	SAT
DLE	3,304	0,839	–				
LCI	3,172	0,788	0,419***	–			
SEQ	3,350	0,814	0,333***	0,309***	–		
COE	3,195	0,811	0,228**	0,161*	0,397***	–	
SAT	3,382	0,541	0,643***	0,498***	0,655***	0,482***	–

*Ghi chú: * p < 0.05; ** p < 0.01; *** p < 0.001.*

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả

Bảng 2 cho thấy giá trị trung bình của các nhân tố dao động từ 3,172 đến 3,382, phản ánh mức đánh giá của đáp viên nhìn chung ở trên mức trung bình. Trong đó, sự hài lòng của du khách (SAT) có giá trị trung bình cao nhất (3,382), tiếp đến là chất lượng dịch vụ homestay và phục vụ (SEQ) với 3,350, trong khi bản sắc văn hóa địa phương (LCI) có giá trị trung bình thấp nhất (3,172). Các độ lệch chuẩn dao động từ 0,541 đến 0,839, cho thấy mức độ phân tán dữ liệu ở mức chấp nhận được. Kết quả ma trận tương quan cho thấy các biến nghiên cứu đều có tương quan dương với nhau và đa số có ý nghĩa thống kê, trong đó SAT có tương quan mạnh nhất với SEQ (r = 0,655***) và DLE (r = 0,643***). Nhìn chung, các hệ số tương quan này bước đầu ủng hộ mối quan hệ cùng chiều giữa các nhân tố độc lập và sự hài lòng của du khách, đồng thời cho thấy dữ liệu phù hợp để tiếp tục phân tích CFA và SEM.

3.3. Hệ số tải chuẩn hóa của các biến quan sát

Bảng 3. Kết quả CFA: hệ số tải chuẩn hóa của các biến quan sát

Thang đo	Biến quan sát	Hệ số tải	Thang đo	Biến quan sát	Hệ số tải
DLE	DLE1	0,726	SEQ	SEQ3	0,815
	DLE2	0,796		SEQ4	0,874
	DLE3	0,782	COE	COE1	0,839
	DLE4	0,901		COE2	0,876
LCI	LCI1	0,731		COE3	0,854
	LCI2	0,740		COE4	0,728
	LCI3	0,846	SAT	SAT1	0,905
	LCI4	0,891		SAT2	0,928
SEQ	SEQ1	0,813		SAT3	0,866
	SEQ2	0,826			

Nguồn: Kết quả CFA của tác giả

Bảng 3 cho thấy các hệ số tải chuẩn hóa của các biến quan sát đều đạt từ 0,726 đến 0,928, cao hơn ngưỡng chấp nhận thông thường là 0,5. Điều này cho thấy các biến quan sát đều phản ánh tốt các khái niệm tiềm ẩn tương ứng trong mô hình nghiên cứu. Trong đó, nhóm SAT có hệ số tải cao nhất, đặc biệt SAT2 đạt 0,928, cho thấy thang đo sự hài lòng của du khách có mức độ hội tụ rất tốt. Các thang đo DLE, LCI, SEQ và COE cũng đều có các biến quan sát đạt mức tải khá cao và tương đối đồng đều, thể hiện cấu trúc thang đo ổn định. Nhìn chung, kết quả CFA bước đầu khẳng định mô hình đo lường đạt giá trị hội tụ tốt và đủ điều kiện để tiếp tục đánh giá độ tin cậy tổng hợp, AVE và mô hình cấu trúc SEM.

3.4. Các chỉ số độ phù hợp của mô hình phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Bảng 4. Chỉ số phù hợp của mô hình đo lường

Chỉ số	Giá trị	Đánh giá
Chi-square	171,010	
df	142,000	
p-value	0,049	Chấp nhận được
CMIN/DF	1,204	Tốt
CFI	0,988	Tốt
TLI	0,986	Tốt
RMSEA	0,033	Tốt
SRMR	0,035	Tốt

Nguồn: Kết quả CFA của tác giả.

Bảng 4 cho thấy mô hình đo lường đạt mức độ phù hợp tốt với dữ liệu khảo sát. Cụ thể, các chỉ số CMIN/DF = 1,204, CFI = 0,988, TLI = 0,986, RMSEA = 0,033 và SRMR = 0,035 đều nằm trong ngưỡng chấp nhận tốt. Mặc dù p-value của kiểm định Chi-square ở mức 0,049, các chỉ số phù hợp còn lại đều cho kết quả tích cực và ổn định. Nhìn chung, kết quả CFA khẳng định mô hình đo lường phù hợp, đủ cơ sở để tiếp tục phân tích độ tin cậy, giá trị của thang đo và mô hình cấu trúc SEM.

3.5. Độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo

Bảng 5. Độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo

Thang đo	Số biến	Cronbach's Alpha	CR	AVE	Kết luận
DLE	4	0,874	0,879	0,646	Đạt
LCI	4	0,877	0,880	0,648	Đạt
SEQ	4	0,900	0,900	0,693	Đạt
COE	4	0,894	0,895	0,683	Đạt
SAT	3	0,926	0,928	0,810	Đạt

Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả.

Bảng 5 cho thấy tất cả các thang đo đều đạt độ tin cậy và giá trị hội tụ tốt. Cụ thể, hệ số Cronbach's Alpha dao động từ 0,874 đến 0,926 và CR từ 0,879 đến 0,928, đều vượt ngưỡng chấp nhận thông thường là 0,7. Đồng thời, các giá trị AVE đều lớn hơn 0,5, dao động từ 0,646 đến 0,810, cho thấy các biến quan sát giải thích tốt khái niệm tiềm ẩn tương ứng. Như vậy, các thang đo DLE, LCI, SEQ, COE và SAT đều đạt yêu cầu và có thể tiếp tục sử dụng trong phân tích giá trị phân biệt và mô hình cấu trúc.

3.6. Giá trị phân biệt (HTMT)

Bảng 6. Giá trị phân biệt của thang đo (HTMT)

Biến	DLE	LCI	SEQ	COE	SAT
DLE	–				
LCI	0,479	–			
SEQ	0,376	0,348	–		
COE	0,263	0,183	0,442	–	
SAT	0,716	0,553	0,716	0,530	–

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả.

Bảng 6 cho thấy các giá trị HTMT đều nhỏ hơn ngưỡng 0,85, dao động từ 0,183 đến 0,716. Điều này chứng tỏ các thang đo trong mô hình đạt giá trị phân biệt và các khái niệm nghiên cứu có sự khác biệt tương đối rõ ràng với nhau. Hai cặp biến có giá trị HTMT cao nhất là DLE–SAT và SEQ–SAT (cùng bằng 0,716), nhưng vẫn nằm trong giới hạn cho phép. Nhìn chung, kết quả này khẳng định mô hình đo lường đạt yêu cầu về giá trị phân biệt và có thể tiếp tục sử dụng để kiểm định mô hình cấu trúc SEM.

3.7. Mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết

Sau khi xác nhận mô hình đo lường đạt độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt, nghiên cứu tiếp tục kiểm định mô hình cấu trúc SEM nhằm đánh giá mức độ tác động của các nhân tố độc lập đến sự hài lòng của du khách. Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu được trình bày tại Bảng 7.

Bảng 7. Kết quả kiểm định giả thuyết

Giả thuyết	Mối quan hệ	Beta chuẩn hóa	S.E.	z	p-value	Kết luận
H1	DLE → SAT	0,419	0,055	7,641	p < 0,001	Chấp nhận
H2	LCI → SAT	0,164	0,062	2,658	0,008	Chấp nhận
H3	SEQ → SAT	0,421	0,053	7,947	p < 0,001	Chấp nhận
H4	COE → SAT	0,197	0,053	3,687	p < 0,001	Chấp nhận
	R^2 (SAT) = 0,793					

Nguồn: Kết quả SEM của tác giả.

Bảng 7 cho thấy cả bốn giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận ở mức ý nghĩa thống kê 5%. Trong đó, chất lượng dịch vụ homestay và phục vụ (SEQ) có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của du khách (β = 0,421), tiếp đến là tài nguyên cảnh quan và môi trường điểm đến (DLE) với β = 0,419. Trải nghiệm tham gia cùng cộng đồng (COE) cũng có ảnh hưởng tích cực đến SAT với hệ số β = 0,197, trong khi bản sắc văn hóa địa phương (LCI) có mức tác động thấp nhất nhưng vẫn có ý nghĩa thống kê (β = 0,164; p = 0,008). Đồng thời, hệ số xác định R^2 của SAT đạt 0,793, cho thấy bốn nhân tố trong mô hình giải thích được 79,3% sự biến thiên của sự hài lòng của du khách. Nhìn chung, kết quả này khẳng định sự hài lòng của du khách đối với du lịch cộng đồng tại Mộc Châu chịu ảnh hưởng đáng kể bởi cả yếu tố cảnh quan, văn hóa, dịch vụ và trải nghiệm tương tác với cộng đồng địa phương.

4. Kết luận và hàm ý chính sách

4.1. Kết luận

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định và kiểm định mức độ tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với du lịch cộng đồng tại Mộc Châu, tỉnh Sơn La. Kết quả phân tích cho thấy mô hình đo lường đạt độ phù hợp tốt với dữ liệu khảo sát; các thang đo đều bảo đảm độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Trên cơ sở đó, mô hình cấu trúc SEM được sử dụng để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu và cho kết quả rằng cả bốn giả thuyết đều được chấp nhận.

Cụ thể, chất lượng dịch vụ homestay và phục vụ là nhân tố có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của du khách, tiếp đến là tài nguyên cảnh quan và môi trường điểm đến. Bên cạnh đó, trải nghiệm tham gia cùng cộng đồng và bản sắc văn hóa địa phương cũng có tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến sự hài lòng của du khách, mặc dù mức độ ảnh hưởng thấp hơn. Kết quả này cho thấy sự hài lòng của du khách trong du lịch

cộng đồng tại Mộc Châu không chỉ được hình thành từ yếu tố dịch vụ, mà còn chịu tác động đáng kể bởi các yếu tố đặc thù của điểm đến như cảnh quan thiên nhiên, môi trường sinh thái, bản sắc văn hóa và mức độ tương tác với cộng đồng địa phương. Đồng thời, hệ số xác định R^2 của biến phụ thuộc đạt 0,793 cho thấy mô hình nghiên cứu có khả năng giải thích khá cao đối với sự biến thiên của sự hài lòng của du khách.

Nhìn chung, kết quả nghiên cứu góp phần khẳng định rằng phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững không thể chỉ tập trung vào đầu tư cơ sở vật chất hay quảng bá hình ảnh điểm đến, mà cần được tiếp cận theo hướng tổng hợp, trong đó chất lượng dịch vụ, tài nguyên môi trường, giá trị văn hóa và trải nghiệm cộng đồng phải được chú trọng đồng thời.

4.2. Hàm ý chính sách

Từ kết quả nghiên cứu, trước hết cần ưu tiên nâng cao chất lượng dịch vụ homestay và phục vụ tại các điểm du lịch cộng đồng ở Mộc Châu. Đây là nhân tố có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của du khách, do đó các hộ kinh doanh homestay và các cơ sở cung ứng dịch vụ cần chú trọng hơn đến điều kiện lưu trú, vệ sinh, sự thuận tiện, phong cách phục vụ và khả năng hỗ trợ du khách trong suốt quá trình trải nghiệm. Chính quyền địa phương và các cơ quan quản lý du lịch có thể tổ chức các lớp tập huấn định kỳ về kỹ năng phục vụ, giao tiếp, xử lý tình huống và tiêu chuẩn dịch vụ cơ bản cho các hộ tham gia hoạt động du lịch cộng đồng.

Thứ hai, cần quan tâm bảo vệ tài nguyên cảnh quan và môi trường điểm đến. Kết quả cho thấy đây là nhân tố có mức độ ảnh hưởng rất lớn đến sự hài lòng của du khách. Vì vậy, việc giữ gìn cảnh quan tự nhiên, bảo đảm vệ sinh môi trường, kiểm soát rác thải và hạn chế các hoạt động làm suy giảm chất lượng sinh thái tại điểm đến là yêu cầu quan trọng. Đối với Mộc Châu, điều này không chỉ góp phần nâng cao trải nghiệm của du khách mà còn tạo nền tảng cho phát triển du lịch cộng đồng theo hướng lâu dài và khác biệt.

Thứ ba, cần tăng cường các hoạt động trải nghiệm gắn với sự tham gia thực chất của cộng đồng địa phương. Thay vì chỉ dừng ở việc tham quan hoặc lưu trú, các điểm du lịch cộng đồng nên thiết kế thêm các hoạt động như trải nghiệm ẩm thực bản địa, tham gia lao động sản xuất, giao lưu văn hóa, tìm hiểu nghề truyền thống hoặc sinh hoạt cộng đồng. Những hoạt động này giúp du khách có cảm nhận sâu hơn về điểm đến, từ đó nâng cao sự hài lòng và khả năng quay lại.

Thứ tư, cần chú trọng bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa địa phương trong phát triển du lịch cộng đồng. Mặc dù mức tác động của nhân tố này thấp hơn ba nhân tố còn lại, nhưng vẫn có ý nghĩa thống kê rõ ràng. Điều đó cho thấy bản sắc văn hóa vẫn là một thành tố quan trọng tạo nên sức hấp dẫn riêng của Mộc Châu. Vì vậy, việc bảo tồn kiến trúc bản địa, trang phục truyền thống, ẩm thực dân tộc, lễ hội và các hình thức sinh hoạt văn hóa cộng đồng cần được gắn kết chặt chẽ với phát triển du lịch, nhưng phải tránh khuynh hướng thương mại hóa quá mức làm suy giảm tính chân thực của trải nghiệm.

4.3. Hạn chế của nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo

Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế nhất định. Trước hết, phạm vi khảo sát chỉ tập trung tại Mộc Châu nên khả năng khái quát hóa kết quả cho các điểm đến du lịch cộng đồng khác còn hạn chế. Bên cạnh đó, nghiên cứu mới xem xét mô hình tác động trực tiếp giữa các nhân tố và sự hài lòng của du khách, chưa phân tích vai trò của các biến trung gian hoặc điều tiết. Trong thời gian tới, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng địa bàn khảo sát, tăng quy mô mẫu, đồng thời xem xét thêm các biến như ý định quay lại, truyền miệng tích cực hoặc hình ảnh điểm đến để làm rõ hơn hành vi của du khách trong bối cảnh du lịch cộng đồng.

Tài liệu tham khảo:

Arif, M., Hasibuan, J. S., Purnama, N. I., & Jufrizen. (2024). Examining the Impact of Destination Image on Tourist Satisfaction and Loyalty at Lake Toba, Indonesia. DOI: 10.18280/ijsdp.190325.

Buhalis, D., & Park, S. (2021). Brand management and cocreation lessons from tourism and hospitality: introduction to the special issue. DOI: 10.1108/JPBM-10-2020-3158

Chang, K.-C., & Wang, K.-E. (2023). Pleasure and restriction: The relationships between community tourism experience value and visitor management. DOI: 10.1016/j.jort.2023.100613

Lam, T. N., To, A. T., Nguyen, T. H. H., Nguyen, K. O., Nguyen, T. L., & Ho, T. T. H. (2024). Service Quality, Satisfaction, and Loyalty in Homestays in Da Lat City, Vietnam. TEM Journal, 13(2), 1180–1191. https://doi.org/10.18421/TEM132-32

Li, Y., & Song, M. (2024). The Influence of Tourist–Environment Fit on Environmental Responsibility Behavior: A Moderated Mediation Model. DOI: 10.3390/f15101726.

Nguyen, Q., Mai, V., & Hoang, L. (2024). Explaining tourist satisfaction with community-based tourism in the Mekong Delta region, Vietnam. DOI: 10.30892/gtg.56422-1336

Sahabuddin, M., Alam, M. S., & Nekmahmud, M. (2024). How do perceived and environmental values influence tourist satisfaction, loyalty, and environmental awareness? DOI: 10.1007/s10668-024-05094-3

Sarma, N., Kumar, J., & Kumar, P. (2025). Service quality in homestay tourism: a homestay host perspective. DOI: 10.1108/TR-07-2024-0563

Tian, D., Wang, Q., Law, R., & Zhang, M. (2020). Influence of Cultural Identity on Tourists' Authenticity Perception, Tourist Satisfaction, and Traveler Loyalty. DOI: 10.3390/su12166344

Turčinović, M., Vujko, A., & Stanišić, N. (2025). Community-Led Sustainable Tourism in Rural Areas: Enhancing Wine Tourism Destination Competitiveness and Local Empowerment. DOI: 10.3390/su17072878

Wu, D.-W., Batool, H., & Huang, S.-Z. (2024). The Relationships Between Tourists' Perceptions of Cultural Authenticity and Authentic Happiness: Evidence from Ethnic Villages. DOI: 10.28991/HEF-2024-05-02-07.