

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

ĐOÀN THỊ HOÀNG ANH

NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH TẠI KHU
DU LỊCH QUỐC GIA MỘC CHÂU, TỈNH SƠN LA

LUẬN VĂN THẠC SĨ DU LỊCH

Hà Nội – 2026

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

-----*

ĐOÀN THỊ HOÀNG ANH

**NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH TẠI KHU
DU LỊCH QUỐC GIA MỘC CHÂU, TỈNH SƠN LA**

LUẬN VĂN THẠC SĨ DU LỊCH

Mã số: 8810101.01

Người hướng dẫn khoa học:

PGS.TS. Nguyễn Phạm Hùng

TS. Nguyễn Quang Anh

Hà Nội, 2026

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn đã xác định nhiệm vụ: “tập trung phát triển sản phẩm du lịch biển, đảo, du lịch văn hóa, tâm linh, du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng có sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh cao; kiểm soát và nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch theo hướng hiện đại, khác biệt; đổi mới phương thức và nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến quảng bá gắn với sản phẩm và thị trường; bảo đảm môi trường du lịch an toàn, văn minh.”. Trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 ban hành theo Quyết định số 149/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ cũng đã chỉ ra: “Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, chất lượng, hiệu quả; tăng cường phát huy lợi thế tài nguyên tự nhiên và văn hóa, phát triển đa dạng sản phẩm du lịch, nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam”.

Theo đó, việc xây dựng, công nhận Khu du lịch quốc gia đã được xác định trong “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” ban hành theo Quyết định số 201/QĐ-TTg ngày 22 tháng 01 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ, là một trong những tiền đề để phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế của tài nguyên du lịch, từ đó tạo động lực thu hút đầu tư phát triển sản phẩm du lịch có chất lượng, khác biệt; đồng thời xây dựng thương hiệu du lịch của quốc gia và riêng có của mỗi địa phương. Như vậy, cả nước có 46 địa điểm tiềm năng được quy hoạch thành khu du lịch quốc gia.

Tại dự thảo Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045 trình Thủ tướng Chính phủ đã xác định tổng 59 khu vực tiềm năng phát triển thành khu du lịch quốc gia. Tính đến tháng 1 năm 2024 có quy hoạch của 28 khu du lịch quốc gia đang được tập trung xây dựng quy hoạch và trình Thủ tướng Chính Phủ phê duyệt, trong đó, đến nay có 9 khu vực tiềm năng được quy hoạch đã đủ các tiêu chí và đã được công nhận là khu du lịch quốc gia gồm:

- (1) Khu DLQG SaPa, tỉnh Lào Cai, vùng Trung du và miền núi phía Bắc;
- (2) Khu DLQG Đền Hùng, tỉnh Phú Thọ, vùng Trung du và miền núi phía Bắc;

- (3) Khu DLQG Trà Cỏ, tỉnh Quảng Ninh, vùng đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc;
- (4) Khu DLQG Tam Đảo, tỉnh Vĩnh Phúc, vùng đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc;
- (5) Khu DLQG Mũi Né, tỉnh Bình Thuận, vùng Nam Trung Bộ;
- (6) Khu DLQG hồ Tuyên Lâm, tỉnh Lâm Đồng, vùng Tây Nguyên;
- (7) Khu DLQG Núi Sam, tỉnh An Giang, vùng đồng bằng sông Cửu Long.
- (8) Khu DLQG Mộc Châu, tỉnh Sơn La
- (9) Khu DLQG Côn Đảo, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu

Khu DLQG Mộc Châu, tỉnh Sơn La là Khu du lịch quốc gia số 8 được Thủ tướng Chính phủ kí quyết định công nhận. Sự kiện công nhận Khu du lịch quốc gia không những tạo nên một thương hiệu mạnh mẽ, bền vững cho du lịch Sơn La mà còn góp phần quảng bá cho khu vực Tây Bắc và du lịch Việt Nam. Khu du lịch quốc gia Mộc Châu thuộc hai huyện Mộc Châu và Vân Hồ, cách Hà Nội khoảng 150 km về phía Bắc, cách sân bay Quốc tế Nội Bài khoảng 180 km; vừa là cửa ngõ của du lịch tỉnh Sơn La, vừa là cầu nối du lịch thủ đô Hà Nội và vùng đồng bằng Bắc Bộ với các tỉnh vùng Tây Bắc trên tuyến giao thông huyết mạch quốc lộ 6 (AH 13). Trong không gian phát triển du lịch vùng Trung du miền núi Bắc Bộ của Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam, Khu du lịch quốc gia Mộc Châu được đánh giá là một trong những khu du lịch Quốc gia quan trọng nhất trên hành lang du lịch “Qua miền Tây Bắc” theo Quốc lộ 6.

Ngày 12/11/2014, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 2050/QĐ-TTg phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Mộc Châu đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”. Ngày 25/01/2019, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 128/QĐ-TTg phê duyệt “Quy hoạch chung xây dựng Khu du lịch quốc gia Mộc Châu đến năm 2030”. Với mục tiêu đặt ra là phát triển Khu du lịch quốc gia Mộc Châu trở thành khu vực động lực phát triển du lịch của tỉnh Sơn La nói riêng và của vùng du lịch Trung du miền núi Bắc Bộ nói chung với hệ thống sản phẩm du lịch đa dạng, độc đáo, có thương hiệu và sức cạnh tranh cao gắn với khí hậu trong lành mát mẻ, cảnh quan thiên nhiên và bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số. Khu du lịch quốc gia Mộc

Châu hình thành ba trung tâm du lịch trọng điểm gồm: Trung tâm nghỉ dưỡng; Trung tâm du lịch sinh thái và Trung tâm vui chơi giải trí. Khu du lịch quốc gia Mộc Châu có tính chất là sinh thái, văn hóa; với các loại hình du lịch đa dạng; là vùng kinh tế trọng điểm phát triển kinh tế phía nam của tỉnh Sơn La; là trung tâm sản xuất nông nghiệp, lâm nghiệp, tiểu thủ công nghiệp; là vùng bảo tồn sinh thái quốc gia; là khu vực có vị trí quan trọng về an ninh, quốc phòng.

Để triển khai thực hiện Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18/5/2023 của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững và Quyết định số 1726/QĐ-BVHTTDL của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch về Kế hoạch hành động triển khai thực hiện Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18/5/2023 của Chính phủ, Ủy ban nhân dân tỉnh Sơn La đã ban hành Kế hoạch tổ chức thực hiện Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18/5/2023 của Chính phủ với mục đích: cụ thể hóa các nhiệm vụ, giải pháp nhằm thực hiện có hiệu quả Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18/5/2023 của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững. Thống nhất công tác lãnh đạo, chỉ đạo nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm trong giai đoạn 2023 - 2025 để phát triển du lịch hiệu quả, bền vững, phù hợp với tình hình thực tiễn; Phát triển du lịch theo hướng trọng tâm, trọng điểm với phương châm “Sản phẩm đặc sắc - Dịch vụ chuyên nghiệp - Thủ tục thuận tiện, đơn giản - Giá cả cạnh tranh - Môi trường vệ sinh sạch, đẹp - Điểm đến an toàn, văn minh, thân thiện” thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu đã và đang phát triển có trọng tâm, trọng điểm, phát triển nhanh - xanh - bền vững. Hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch ngày càng được đầu tư, nâng cấp, hoàn thiện; môi trường du lịch từng bước được cải thiện, các dịch vụ du lịch phong phú chất lượng cao đáp ứng nhu cầu khách du lịch trong nước và quốc tế đến với Sơn La nhiều hơn, ở lại lâu hơn và chi tiêu mua sắm nhiều hơn, tạo ra nhiều việc làm, tăng thu nhập cho người dân và doanh nghiệp, góp phần quan trọng vào xóa đói giảm nghèo bền vững. Đến năm 2023 Khu du lịch quốc gia Mộc Châu đã phát triển hệ thống sản phẩm du lịch khá phong phú, hấp dẫn, chất lượng đủ điều kiện phục vụ khách du lịch trong nước và quốc tế như: Khách sạn Mường Thanh 4 sao, 06 khách sạn 3 sao, Khu du lịch Mộc Châu Island, Khu du

lịch Rừng thông Bản Áng, Điểm du lịch thác Dải Yếm, Điểm du lịch đền Hang Miếng, Điểm du lịch bản Chiềng Đi, Điểm du lịch phố đi bộ, Điểm du lịch cộng đồng bản Vặt, bản Tà Sồ và rất nhiều điểm dừng nghỉ mua bán giới thiệu sản phẩm du lịch, sản phẩm văn hóa và sản vật địa phương.

Du lịch Mộc Châu đã dần khẳng định được thương hiệu, vị trí của mình trên bản đồ du lịch Việt Nam nói riêng và du lịch thế giới nói chung. Chính quyền các cấp và các nhà đầu tư đã quan tâm, tập trung thu hút và đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất, hạ tầng phục vụ du lịch tại các điểm đến này; đồng thời quan tâm giữ gìn, bảo tồn và phát triển tài nguyên theo hướng bền vững, gắn giá trị đặc sắc về cảnh quan thiên nhiên và di sản văn hóa với hoạt động kinh tế xanh, đưa du lịch trở thành động lực phát triển, cải thiện sinh kế của người dân; xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch phong phú đa dạng, sản phẩm du lịch chủ đạo của khu vực. Phát triển Khu du lịch quốc gia có thể thay đổi được bộ mặt kinh tế - xã hội của địa phương, là ngành kinh tế dẫn dắt, lan tỏa tới các ngành kinh tế khác.

Với tiềm năng phát triển của Khu du lịch quốc gia Mộc Châu cũng đặt ra những yêu cầu về sự phát triển sản phẩm du lịch tương xứng với danh hiệu và là một trong những nhân tố quan trọng thúc đẩy sự phát triển của du lịch Mộc Châu, Vân Hồ nói riêng và tỉnh Sơn La nói chung... Tuy nhiên, trong quá trình hoạt động, còn bộc lộ một số tồn tại, hạn chế về mặt khai thác các tiềm năng để phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch cần khắc phục, như: Công tác đầu tư, phát triển sản phẩm du lịch còn dàn trải, chất lượng sản phẩm, dịch vụ phục vụ khách du lịch chưa đồng đều, dẫn đến lượng khách tăng nhưng thời gian lưu trú ngắn và mức chi tiêu chưa tương xứng. Thực trạng đặt ra là quy hoạch đã xác định hệ thống các sản phẩm, tuy nhiên, vẫn còn nhiều tiềm năng chưa được khai thác nhằm đa dạng hóa sản phẩm phục vụ nhu cầu khách du lịch.

2. Mục đích, nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Nghiên cứu nhằm mục đích đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các loại hình sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La trong thời gian tới.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận liên quan đến sản phẩm du lịch, phát triển sản phẩm du lịch.
- Đánh giá thực trạng phát triển các sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu trong thời gian qua, dựa trên việc phân tích thế mạnh về phát triển du lịch, đánh giá của doanh nghiệp và khách du lịch.
- Đề xuất một số giải pháp, khuyến nghị nhằm góp phần phát triển và đa dạng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là những vấn đề liên quan đến phát triển sản phẩm du lịch.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi nội dung: Nghiên cứu, đánh giá thực trạng sản phẩm du lịch của Mộc Châu hiện nay; đánh giá về sản phẩm du lịch từ quan điểm của khách du lịch, doanh nghiệp du lịch và các chuyên gia du lịch từ đó đưa ra những nhận định và đề xuất, kiến nghị cho việc phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu trong thời gian tới.
- Phạm vi không gian: Đề tài tập trung nghiên cứu việc phát triển sản phẩm du lịch trong phạm vi Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La.
- Phạm vi thời gian:
Số liệu thứ cấp được thu thập từ thời điểm quy hoạch Khu du lịch quốc gia được phê duyệt đến thời điểm hiện nay (2014-2026).
Số liệu điều tra sơ cấp được thu thập trong năm 2024-2026.
- Phạm vi khách thể điều tra, phỏng vấn:

Thứ nhất: các chuyên gia, các nhà quản lý nhà nước, lãnh đạo doanh nghiệp là đối tượng phỏng vấn sâu nhằm thu thập thông tin đánh giá về hiện trạng phát triển sản phẩm du lịch.

Thứ hai: Khách du lịch trong nước đánh giá về sự đa dạng trong sản phẩm, dịch vụ và mong muốn, nhu cầu của họ về sản phẩm, dịch vụ khi đến với Khu du lịch Mộc Châu.

4. Câu hỏi nghiên cứu

Từ việc xác định mục tiêu nghiên cứu đặt ra, cần phải trả lời cho các câu hỏi nghiên cứu sau đây:

- Những lợi thế trong phát triển sản phẩm du lịch tại khu du lịch quốc gia Mộc Châu là gì?
- Những vấn đề gì đặt ra từ thực trạng phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu?
- Mức độ đáp ứng nhu cầu của khách du lịch như thế nào?
- Từ nghiên cứu này có thể đề xuất gì để góp phần phát triển sản phẩm du lịch nói riêng và phát triển du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu trong thời gian tới?

5. Bố cục luận văn

Ngoài mục Mở Đầu, Mục lục, Kết Luận, Tài liệu tham khảo, Phụ lục thì bài nghiên cứu gồm ba chương như sau:

Chương 1: Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý luận.

Chương 2: Hiện trạng phát triển sản phẩm du lịch tại khu du lịch quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La.

Chương 3: Đề xuất các giải pháp và khuyến nghị về phát triển sản phẩm du lịch tại khu du lịch quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La.

Chương 1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1. Tổng quan nghiên cứu

1.1.1. Nghiên cứu về sản phẩm và phát triển sản phẩm du lịch.

Nghiên cứu của Baker (2002) tập trung vào việc phát triển sản phẩm du lịch và các bước trong quy trình phát triển sản phẩm: từ các bước nghiên cứu thị trường, xác định nhu cầu của khách hàng đến việc thiết kế và triển khai sản phẩm du lịch. Quy trình phát triển sản phẩm du lịch có thể bao gồm các yếu tố: nghiên cứu thị trường, phân khúc khách hàng, phân tích xu hướng du lịch. Việc đổi mới sáng tạo trong phát triển sản phẩm du lịch để duy trì sự cạnh tranh là yếu tố hết sức quan trọng.

Nghiên cứu của Mowforth và Munt (2015) phân tích các yếu tố chính của du lịch bền vững và cách thức để phát triển các sản phẩm du lịch đáp ứng các tiêu chuẩn bền vững. Tác giả cho rằng du lịch bền vững không chỉ đề cập đến vấn đề môi trường mà còn liên quan đến vấn đề phát triển xã hội và kinh tế cộng đồng địa phương.

Nghiên cứu của Kotler, Bowen và Makens (2003) đã phân tích các yếu tố cần thiết của việc phát triển sản phẩm du lịch trong bối cảnh quản lý điểm đến. Nghiên cứu chỉ ra rằng điểm đến cần phải phát triển sản phẩm du lịch vừa đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, vừa phải tối ưu hóa lợi ích cộng đồng địa phương và bảo vệ tài nguyên tự nhiên. Sự kết hợp giữa quản lý điểm đến và phát triển sản phẩm du lịch là yếu tố then chốt để tạo ra những sản phẩm hấp dẫn và bền vững (Kotler et al., 2003).

Nghiên cứu của Hajra C và Muhammed Nishad C P (2019) đã cung cấp các kiến thức về sản phẩm và tài nguyên du lịch. Hệ thống các khái niệm về tài nguyên du lịch, phân loại tài nguyên du lịch và tầm quan trọng của tài nguyên du lịch. Nghiên cứu cũng phân tích về đặc điểm và sự khác biệt của một số sản phẩm du lịch.

Nghiên cứu của Pallant (2007) tập trung vào vai trò của sự đổi mới trong việc phát triển sản phẩm du lịch. Sự đổi mới không chỉ giúp tạo ra sản phẩm mới mà còn duy trì tính hấp dẫn và tính cạnh tranh của các sản phẩm du lịch hiện có. Các doanh nghiệp du lịch cần ứng dụng những phương pháp sáng tạo trong việc thiết kế và tiếp thị sản phẩm du lịch. Đổi mới và phát triển sáng tạo trong sản phẩm du lịch có thể

tăng giá trị và tăng trải nghiệm khách hàng, từ đó nâng cao được hiệu quả kinh tế cho các doanh nghiệp.

Nghiên cứu của Hall (2008) đề cập đến vấn đề phát triển du lịch từ góc độ tiếp cận thị trường. Việc phát triển sản phẩm du lịch phải bắt đầu từ việc hiểu rõ nhu cầu của khách hàng và xu hướng du lịch toàn cầu. Các sản phẩm du lịch cần phải linh hoạt và có khả năng điều chỉnh để đáp ứng sự thay đổi của thị trường. Phương pháp tiếp cận thị trường giúp các doanh nghiệp hiểu rõ hơn về nhu cầu của khách hàng, từ đó phát triển sản phẩm du lịch phù hợp.

Đa số đề tài nghiên cứu sản phẩm du lịch, phát triển sản phẩm du lịch trên thế giới hiện nay đã cho thấy tầm quan trọng của việc nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch trong bối cảnh toàn cầu hóa du lịch hướng đến sự liên kết, hợp tác phát triển bền vững và chú trọng những yếu tố khác biệt, lợi thế, cảm xúc, trải nghiệm và chuyên đề với mục tiêu phát triển sản phẩm du lịch gắn liền với phát triển điểm đến. Nghiên cứu của Trần Văn Anh (2021) đã trên cơ sở kết quả khảo sát thực tế và nghiên cứu tư liệu, bài viết tập trung phân tích làm rõ các tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch ở các huyện miền núi phía Tây Quảng Nam, từ đó, xác định các nhóm sản phẩm chủ lực định hướng xây dựng và phát triển trong thời gian tới.

Trong nghiên cứu của mình, tác giả Đào Thị Thu Trang (2022) đã thu thập, tổng hợp, chọn lọc, bổ sung cơ sở lý luận về di sản văn hoá được thế giới công nhận tại tỉnh Phú Thọ và việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên các di sản đó. Từ kết quả nghiên cứu, đánh giá thực trạng về việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên việc khai thác các giá trị di sản văn hoá được thế giới công nhận tại tỉnh Phú Thọ, cụ thể là hai di sản: Hát Xoan Phú Thọ và Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương Phú Thọ, nghiên cứu đã đề ra các biện pháp khai thác và sử dụng hai di sản vào việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tạo nên dấu ấn, nét đặc sắc, đặc trưng của du lịch tỉnh Phú Thọ.

Nghiên cứu của Trần Văn Quân (2018) đã góp phần củng cố, bổ sung cơ sở lý thuyết về sản phẩm du lịch cho đối tượng khách ba - lô và đưa ra các sản phẩm du lịch phù hợp dựa trên các đặc điểm của sản phẩm du lịch cho đối tượng khách du lịch này. Nghiên cứu này cũng giúp các doanh nghiệp kinh doanh du lịch lữ hành, các đơn vị

khách sạn, dịch vụ và các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch nắm được các đặc điểm của khách du lịch ba - lô. Từ đó, đưa ra những giải pháp, những sản phẩm du lịch phù hợp và chính sách phù hợp để thúc đẩy phát triển du lịch tại Hạ Long.

Trong Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Bộ Văn hóa, Thể Thao Du lịch (2016) đã xác định 4 nhóm sản phẩm du lịch chiến lược của Việt Nam trong giai đoạn mới đó là du lịch biển đảo, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa và du lịch đô thị cùng với việc tập trung phát triển cơ sở hạ tầng hiện đại và cơ sở vật chất kỹ thuật tiên tiến nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển hệ thống sản phẩm du lịch mới.

1.1.2. Nghiên cứu về du lịch Sơn La và phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu, Sơn La

Nghiên cứu của Trần Hạnh Nguyên (2019) đã phân tích, đánh giá những vấn đề còn tồn tại, cũng như tác động tiêu cực của du lịch đến kinh tế, văn hóa, xã hội huyện Mộc Châu. Từ đó đưa ra ba nhóm giải pháp đối với chính quyền, doanh nghiệp kinh doanh du lịch và người dân huyện Mộc Châu nhằm phát triển du lịch huyện Mộc Châu theo hướng bền vững.

Tác giả Nguyễn Minh Đức (2023) đi sâu nghiên cứu về du lịch xanh và sản phẩm du lịch xanh; từ đó đề xuất các tiêu chí để xây dựng mô hình “Bản du lịch xanh” trong Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La .

Nghiên cứu của Nguyễn Thị Gấm (2023) từ kết quả khảo sát 80 du khách về du lịch sinh thái tại Công ty TNHH Chè Mộc Sương cho thấy, Khu du lịch Sinh thái Mộc Sương được du khách đánh giá rất cao về tài nguyên du lịch, môi trường du lịch và văn hóa bản địa, cũng như sự hài lòng của du khách. Dựa vào kết quả nghiên cứu, một số kiến nghị đã được đề xuất nhằm mục đích phát triển du lịch sinh thái ở huyện Mộc Châu.

Tác giả Phạm Thị Mai Yên (2022) đã thực hiện đánh giá thực trạng và đề xuất những giải pháp tăng cường quản lý nhà nước về du lịch, góp phần giải quyết những khó khăn cho ngành Du lịch của huyện Mộc Châu trong giai đoạn sau đại dịch Covid-19 và phát huy tiềm năng của một khu du lịch quốc gia.

Thực trạng về du lịch Homestay tại huyện Mộc Châu, tỉnh Sơn La đã được Nguyễn Thị Hồng Vân (2016) nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy, Mộc Châu có đầy đủ các điều kiện làm nền tảng cho du lịch Homestay phát triển, tuy nhiên, mức độ phát triển và hiệu quả hoạt động du lịch Homestay ở đây chưa tương xứng với tiềm năng. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất 7 giải pháp cụ thể để phát triển hoạt động du lịch Homestay của Mộc Châu về chính sách phát triển; quy hoạch; đào tạo; tổ chức quản lý; đầu tư; quảng bá xúc tiến và cuối cùng là giải pháp về sản phẩm.

Tác giả Lê Văn Minh (2023) đã phân tích thực trạng phát triển du lịch cộng đồng, thực trạng các chính sách tác động đến du lịch cộng đồng ở một số địa phương của nước ta, từ đó nghiên cứu đề xuất các chính sách hỗ trợ, khuyến khích phát triển du lịch cộng đồng nhằm góp phần thực hiện các chủ trương của Đảng và Nhà nước về chương trình xóa đói giảm nghèo, ổn định an ninh chính trị vùng biên giới và phát huy các giá trị văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc.

Nghiên cứu của Hoàng Xuân Trọng (2016) về “Giải pháp marketing địa phương nhằm phát triển du lịch bền vững tại tỉnh Sơn La” đã hệ thống hóa một số lý luận cơ bản về Marketing địa phương trong mối quan hệ phát triển du lịch bền vững. Từ các phân tích thực trạng Marketing địa phương, từ đó đánh giá ưu điểm, hạn chế của hoạt động Marketing địa phương và xác định nguyên nhân. Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp, kiến nghị hoàn thiện Marketing địa phương nhằm phát triển du lịch bền vững tại tỉnh Sơn La...

1.1.3 Đánh giá khái quát tổng quan nghiên cứu và xác định khoảng trống nghiên cứu.

Hiện nay đã có nhiều nghiên cứu liên quan đến phát triển sản phẩm du lịch, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của quốc gia, vùng miền, khu vực được quan tâm nghiên cứu. Theo đó, ở góc độ chung, các nghiên cứu đã có chủ yếu hướng đến nghiên cứu xây dựng và phát triển hệ thống sản phẩm du lịch, định hướng xây dựng sản phẩm du lịch bền vững hoặc đặc thù tại các điểm đến dựa trên các tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hoá; ảnh hưởng của sản phẩm du lịch tới sự hài lòng của khách du lịch (Haid, M.; Albrecht, J.N (2020), Hajra C và Muhammed

Nishad C P (2019), Hajra C và Muhammed Nishad C P (2019), Đào Thị Thu Trang (2022), Trần Văn Quân (2018)...).

Đối với du lịch và sản phẩm du lịch tại Sơn La và khu du lịch quốc gia Mộc Châu, các nghiên cứu tập trung vào phát triển các loại hình du lịch dựa vào cộng đồng, du lịch homestay, du lịch xanh và bền vững ... (Nguyễn Minh Đức (2023) Nguyễn Thị Gấm (2023) Nguyễn Thị Hồng Vân (2016)...).

Theo đó, hiện chưa có các nghiên cứu đi sâu vào nội dung phát triển sản phẩm du lịch cho địa phương, đặc biệt gắn liền với Khu du lịch quốc gia, do đó việc nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch tại Khu Du lịch quốc gia Mộc Châu sẽ là nghiên cứu chuyên sâu, mang tính thời sự cấp thiết, vừa mang tính bổ sung, vừa là cơ sở khoa học để thực hiện các nghiên cứu ở tương lai trong phát triển sản phẩm du lịch và xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù của Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, cũng như các Khu du lịch quốc gia khác sau này.

Xuất phát từ những lý do khách quan trên, tác giả lựa chọn đề tài “ Phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La”, với mong muốn đề xuất một số giải pháp và khuyến nghị có tính khả thi nhằm nâng cao tính hấp dẫn, tính bền vững cho Khu du lịch quốc gia Mộc Châu trong thời gian tới.

1.2. Cơ sở lý luận

1.2.1 Sản phẩm du lịch

Khái niệm

Sản phẩm theo quan điểm theo quan điểm Marketing: “Sản phẩm là tất cả những cái, những yếu tố có thể thỏa mãn nhu cầu hay ước muốn được đưa ra chào bán trên thị trường với mục đích thu hút sự chú ý mua sắm, sử dụng hay tiêu dùng”. Theo quan niệm này sản phẩm bao gồm vật thể hữu hình và vô hình, trong đó vô hình chính là dịch vụ (Trần Minh Đạo, 2006).

Sản phẩm được coi là một trong những vấn đề quan trọng nhất đối với bất kì nền kinh tế nào, trong đó có ngành kinh tế du lịch. Trên thực tế có nhiều quan niệm khác nhau về sản phẩm du lịch, phụ thuộc vào góc nhìn, lập trường và mục đích của nhà nghiên cứu.

Nghiên cứu của Middleton (2012) phân tích sản phẩm du lịch dưới góc độ một hệ thống tích hợp, trong đó các thành phần khác nhau tương tác để tạo ra trải nghiệm tổng thể cho du khách. Middleton định nghĩa sản phẩm du lịch là một tổ hợp các yếu tố hữu hình và vô hình được thiết kế để đáp ứng nhu cầu và kỳ vọng của khách du lịch, bao gồm tài nguyên tự nhiên, văn hóa, các dịch vụ và cơ sở vật chất, cũng như hình ảnh và thương hiệu của điểm đến. Cấu trúc sản phẩm du lịch theo Middleton gồm 3 thành phần chính: 1. The Core Product (Sản phẩm cốt lõi); 2. The Tangible Product (Sản phẩm hữu hình); 3. The Augmented Product (Sản phẩm bổ sung).

Nghiên cứu của Stephen L.J. Smith (1994) nhấn mạnh rằng sản phẩm du lịch không chỉ là các dịch vụ hay tài nguyên riêng lẻ mà là một tổ hợp trải nghiệm. Sản phẩm du lịch là một tổ hợp các yếu tố hữu hình và vô hình, với trọng tâm là trải nghiệm tổng thể của khách du lịch. Tác giả chia sản phẩm du lịch thành năm thành phần chính, được gọi là The Five Components of Tourism Product, bao gồm: 1. Physical Plant (Cơ sở vật chất); 2. Service (Dịch vụ); 3. Hospitality (Sự hiếu khách); 4. Freedom of Choice (Sự tự do lựa chọn); 5. Involvement (Sự tham gia).

Tác giả Trần Thúy Anh và cộng sự cho rằng một sản phẩm du lịch trước hết là một sản phẩm văn hóa. Nó sẽ trở thành sản phẩm du lịch khi được sử dụng vào hoạt động kinh doanh du lịch nhằm thỏa mãn các nhu cầu của du khách. Tất cả sản phẩm du lịch đều là sản phẩm văn hóa, nhưng không phải mọi sản phẩm văn hóa đều phải là hay phải trở thành sản phẩm du lịch (Trần Thúy Anh và cộng sự, 2013).

Theo quan điểm của nhà nghiên cứu Nguyễn Phạm Hùng: “Sản phẩm du lịch là sản phẩm vô hình được tạo ra dựa trên sự tương tác và đồng hiện dựa trên các yếu tố tài nguyên du lịch - dịch vụ du lịch - khách du lịch, nhằm đáp ứng nhu cầu thưởng thức, trải nghiệm, khám phá những cái mới lạ và khác biệt về tự nhiên và văn hóa của du khách tại các điểm đến du lịch” (Nguyễn Phạm Hùng, 2019). Đây là một trong những quan điểm có tính khái quát, nhấn mạnh vai trò quan trọng của điểm đến du lịch trong các yếu tố cấu thành nên sản phẩm du lịch.

Theo Luật du lịch 2005 là văn bản luật đầu tiên trong lĩnh vực du lịch:

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

Dịch vụ du lịch là việc cung cấp các dịch vụ về lữ hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và những dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch” (Quốc hội, 2005)

Luật Du lịch 2005 đã được thay thế bởi Luật du lịch 2017 để phù hợp với bối cảnh phát triển mới của ngành du lịch, khái niệm về sản phẩm du lịch cũng có sự thay đổi đáng kể: “Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ trên cơ sở khai thác giá trị tài nguyên du lịch để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch” (Quốc hội, 2017).

Như vậy có thể hiểu rằng sản phẩm du lịch là một sản phẩm mang tính tổng hợp và vô hình, được hình thành trên cơ sở khai thác các giá trị tài nguyên du lịch kết hợp với hệ thống dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, trải nghiệm và khám phá của du khách. Bản chất của sản phẩm du lịch được thể hiện thông qua sự tương tác giữa điểm đến, dịch vụ và khách du lịch, trong đó điểm đến giữ vai trò trung tâm tạo nên giá trị và sức hấp dẫn của sản phẩm.

Đặc điểm của sản phẩm du lịch

Theo quan điểm của Philip Kotler, một chuyên gia về marketing phân tích sản phẩm trong bối cảnh tiếp thị: sản phẩm là bất cứ thứ gì có thể được cung cấp cho thị trường nhằm thỏa mãn nhu cầu hoặc mong muốn của khách hàng (Kotler, 1984). Vận dụng vào lĩnh vực du lịch, sản phẩm du lịch được hiểu là tổng hòa các yếu tố hữu hình và vô hình được kết hợp nhằm tạo ra giá trị và trải nghiệm cho du khách.

Theo các tác giả Medlik và Middleton (1973), sản phẩm du lịch có 4 đặc điểm nổi bật: Một là tính tổng hợp: Sản phẩm du lịch bao gồm nhiều yếu tố như tài nguyên, cơ sở vật chất, và dịch vụ được kết hợp để tạo ra trải nghiệm tổng thể. Hai là tính phụ thuộc: Sản phẩm du lịch phụ thuộc vào tài nguyên thiên nhiên, di sản văn hóa, và các dịch vụ hỗ trợ. Ba là tính kết nối: Du lịch đòi hỏi sự kết nối giữa nhiều nhà cung cấp dịch vụ, bao gồm giao thông, lưu trú, ăn uống và giải trí. Bốn là tính liên

tục: Các thành phần trong sản phẩm du lịch phải được tổ chức một cách liên tục và không gián đoạn để đảm bảo trải nghiệm suôn sẻ.

Hai tác giả Holloway và Plant (1988) lại nhấn mạnh các đặc điểm độc đáo của sản phẩm du lịch với 3 đặc điểm: Một là tính di chuyển: Khách du lịch phải di chuyển đến điểm đến để trải nghiệm sản phẩm. Hai là tính không thể trả lại: Khi sản phẩm du lịch đã được tiêu dùng, không thể hoàn trả hay đổi lại. Ba là phụ thuộc vào yếu tố cá nhân: Trải nghiệm của khách hàng bị ảnh hưởng bởi cảm xúc, kỳ vọng, và trạng thái tâm lý cá nhân.

Theo Stephen L.J. Smith (1994) sản phẩm du lịch là tổ hợp trải nghiệm và có 5 đặc điểm sau: Một là tính vô hình: Sản phẩm du lịch chủ yếu là trải nghiệm, không thể nhìn thấy hoặc sở hữu trước khi tiêu thụ. Hai là tính không thể tách rời: Sản phẩm và dịch vụ du lịch được tiêu thụ ngay tại điểm cung cấp, gắn liền với trải nghiệm của du khách. Ba là tính dị biệt (Unique): Mỗi sản phẩm du lịch có đặc điểm riêng biệt dựa trên địa điểm, văn hóa, lịch sử, và tài nguyên của điểm đến. Bốn là tính không đồng nhất: Trải nghiệm của mỗi du khách có thể khác nhau do sự tương tác cá nhân và các yếu tố môi trường. Năm là tính không thể lưu trữ: Các yếu tố như chỗ ngồi trên máy bay hoặc phòng khách sạn nếu không sử dụng sẽ mất giá trị kinh tế ngay lập tức.

Cooper et al. (1998) nghiên cứu tập trung vào tính chất quản lý của sản phẩm du lịch đã đưa ra 4 đặc điểm của sản phẩm du lịch: Một là tính không hiện hữu: Sản phẩm du lịch không tồn tại dưới dạng vật chất mà là các dịch vụ và trải nghiệm. Hai là tính chuỗi giá trị: Sản phẩm du lịch bao gồm nhiều dịch vụ liên kết, từ vận chuyển, lưu trú, đến các hoạt động giải trí. Ba là tính địa lý: Sản phẩm du lịch bị giới hạn bởi vị trí địa lý của điểm đến và tài nguyên sẵn có. Bốn là tính không ổn định: Do chịu ảnh hưởng của yếu tố mùa vụ, kinh tế, và chính trị.

Buhalis (2000) nghiên cứu sản phẩm du lịch từ góc độ quản lý điểm đến và đưa ra 4 đặc điểm: Một là tính điểm đến: Sản phẩm du lịch được định hình bởi các đặc trưng của điểm đến như tài nguyên, văn hóa, con người, và sự hiếu khách. Hai là tính phức hợp: Sản phẩm du lịch không phải là một dịch vụ đơn lẻ mà là sự kết hợp của nhiều yếu tố từ các nhà cung cấp khác nhau. Ba là tính động: Sản phẩm du lịch thay đổi

theo thời gian, xu hướng du lịch, và nhu cầu của khách hàng. Bốn là tính bền vững: Sản phẩm du lịch phải được phát triển sao cho không làm tổn hại tài nguyên và cộng đồng địa phương.

Các nhà nghiên cứu tuy có cách tiếp cận khác nhau nhưng đều thống nhất rằng sản phẩm du lịch là một khái niệm phức tạp, kết hợp nhiều yếu tố hữu hình và vô hình, với trọng tâm là tạo ra trải nghiệm cho khách du lịch. Như vậy các đặc điểm: tính tổng hợp, tính không đồng nhất, và tính phụ thuộc là những yếu tố đặc trưng cơ bản của sản phẩm du lịch.

1.2.1.1. Phân loại sản phẩm du lịch

Phân loại sản phẩm du lịch của một điểm đến giúp xác định các tiềm năng, đặc trưng và định hướng phát triển phù hợp. Sản phẩm du lịch có thể được phân loại dựa trên nhiều tiêu chí, bao gồm tính chất, nguồn gốc, và mục đích chuyên đi. Dưới đây là các phân loại chính:

a) Dựa trên tính chất:

Dựa trên tiêu chí tính chất chuyến đi, sản phẩm du lịch được phân loại thành các nhóm chính như: du lịch thuần túy, du lịch kết hợp, du lịch đại trà, du lịch chuyên đề, và du lịch cá nhân hóa. Trước hết, du lịch thuần túy là loại hình trong đó mục tiêu chính và duy nhất của chuyến đi là du lịch – tức là tham quan, nghỉ ngơi, giải trí, không bị chi phối bởi các mục đích công việc hay cá nhân khác. Đây là hình thức phổ biến với các tour trọn gói hoặc kỳ nghỉ dài ngày tại những địa điểm du lịch nổi tiếng như Đà Nẵng, Đà Lạt hay Phú Quốc.

Ngược lại, du lịch kết hợp là chuyến đi có sự lồng ghép giữa du lịch và các mục đích khác như công tác, học tập, thăm thân hoặc khám chữa bệnh. Chẳng hạn, một doanh nhân tham dự hội nghị tại Hà Nội có thể tranh thủ tham quan Văn Miếu - Quốc Tử Giám hoặc trải nghiệm ẩm thực phố cổ, thể hiện rõ sự kết hợp giữa công vụ và khám phá.

Du lịch đại trà là hình thức phổ biến với quy mô lớn, thường dành cho số đông du khách theo tour cố định, hành trình rõ ràng, dịch vụ tiêu chuẩn hóa. Loại hình này phù hợp với nhóm gia đình, cơ quan hoặc khách du lịch phổ thông, và được tổ chức

tại các điểm đến quen thuộc, dễ tiếp cận. Trái ngược với đó, du lịch chuyên đề phục vụ cho những đối tượng có nhu cầu hoặc sở thích đặc biệt, như du lịch nhiếp ảnh, du lịch ẩm thực, du lịch khảo cổ, hay du lịch thiên văn, với lịch trình được thiết kế riêng để đào sâu vào một lĩnh vực cụ thể.

Hiện nay, trong bối cảnh nhu cầu cá nhân ngày càng được đề cao, du lịch cá nhân hóa đang trở thành xu hướng mới. Hình thức này cho phép du khách chủ động lựa chọn điểm đến, lịch trình, dịch vụ theo sở thích và phong cách riêng, thường thông qua nền tảng số hoặc các công ty thiết kế tour riêng biệt.

Từ cách phân loại này, có thể thấy rằng tính chất chuyến đi đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và định hình sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu, mục tiêu và thói quen tiêu dùng của từng nhóm du khách, giúp định hướng phát triển sản phẩm du lịch theo hướng linh hoạt, hiệu quả và lấy khách hàng làm trung tâm.

b) Dựa trên nguồn gốc

Dưới góc độ nguồn gốc hình thành, sản phẩm du lịch có thể được phân loại thành ba nhóm chính: sản phẩm du lịch tự nhiên, sản phẩm du lịch nhân văn và sản phẩm du lịch nhân tạo. Trước hết, sản phẩm du lịch tự nhiên là những tài nguyên có sẵn trong môi trường tự nhiên như núi non, sông hồ, hang động, bãi biển, khí hậu... mà không hoặc ít chịu sự tác động của con người. Những điểm đến như Vịnh Hạ Long, núi Bà Đen hay vườn quốc gia Cúc Phương là minh chứng rõ nét cho sức hấp dẫn của loại hình sản phẩm này, khi du khách tìm đến để tận hưởng vẻ đẹp hoang sơ, kỳ vĩ và trong lành.

Bên cạnh đó, sản phẩm du lịch nhân văn được hình thành từ các giá trị văn hóa, lịch sử, tôn giáo và tập quán sinh hoạt của con người qua nhiều thời kỳ. Đây là những yếu tố gắn bó chặt chẽ với đời sống tinh thần và bản sắc dân tộc, từ đó tạo nên sức hút riêng biệt cho mỗi điểm đến. Cố đô Huế, phố cổ Hội An hay không gian văn hóa công chiêng Tây Nguyên là ví dụ điển hình, mang đến cho du khách trải nghiệm sâu sắc về lịch sử và văn hóa bản địa.

Cuối cùng, sản phẩm du lịch nhân tạo là những công trình, dịch vụ và khu vui chơi giải trí được con người thiết kế, xây dựng với mục đích phục vụ du lịch. Các khu

nghi dưỡng cao cấp, công viên giải trí như Bà Nà Hills, VinWonders hay hệ thống cáp treo vượt biển ở Phú Quốc là minh chứng cho sự phát triển mạnh mẽ của loại hình sản phẩm này, đặc biệt trong bối cảnh du lịch hiện đại hướng tới trải nghiệm tiện nghi, đa dạng và độc đáo.

Tuy phân chia thành ba nhóm riêng biệt, nhưng trong thực tế, các loại sản phẩm này thường có sự đan xen, bổ trợ lẫn nhau để tạo nên những điểm đến phong phú và hấp dẫn hơn. Việc phân loại sản phẩm du lịch theo nguồn gốc không chỉ giúp các nhà quản lý và doanh nghiệp du lịch có định hướng khai thác phù hợp, mà còn góp phần vào chiến lược phát triển du lịch bền vững, bảo tồn tài nguyên và giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc.

c) Dựa trên mục đích chuyến đi

Việc phân loại sản phẩm du lịch theo mục đích chuyến đi giúp các đơn vị lữ hành và cơ quan quản lý du lịch xây dựng sản phẩm phù hợp với từng nhóm đối tượng khách, từ đó nâng cao trải nghiệm và giá trị chuyến đi, đồng thời góp phần định hướng phát triển du lịch theo hướng chuyên biệt và bền vững.

Dựa trên tiêu chí mục đích chuyến đi, sản phẩm du lịch có thể được phân loại thành nhiều nhóm nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách, trong đó phổ biến nhất là: du lịch nghỉ dưỡng, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch tâm linh, du lịch công vụ và du lịch khám chữa bệnh.

Trước hết, du lịch nghỉ dưỡng là loại hình phổ biến nhất, khi du khách tìm đến các điểm đến có khí hậu trong lành, cảnh quan đẹp, dịch vụ tiện nghi để thư giãn và phục hồi sức khỏe. Những khu nghỉ dưỡng ven biển như ở Nha Trang, Phú Quốc hay Đà Nẵng là lựa chọn lý tưởng cho mục đích này.

Du lịch văn hóa hướng tới việc tìm hiểu, khám phá di sản lịch sử, phong tục tập quán, kiến trúc và nghệ thuật truyền thống. Những địa danh như Hội An, Huế, hoặc các lễ hội truyền thống như Lễ hội Đền Hùng, Festival Huế... là điểm đến tiêu biểu cho loại hình du lịch này.

Du lịch sinh thái lại nhấn mạnh yếu tố trải nghiệm thiên nhiên gắn với bảo vệ môi trường, thường diễn ra ở các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên, nơi du khách

có thể tham gia các hoạt động như trekking, quan sát động thực vật, hoặc trải nghiệm đời sống nông thôn.

Du lịch mạo hiểm ngày càng thu hút giới trẻ nhờ các hoạt động như leo núi, dù lượn, lặn biển hay khám phá hang động – tiêu biểu là du lịch khám phá hang Sơn Đoòng hay leo núi Tà Chì Nhù. Với những người có nhu cầu tâm linh, du lịch tâm linh là lựa chọn phù hợp, khi họ tìm đến chùa chiền, đền thờ để cầu an, cầu phúc, tiêu biểu như chùa Bái Đính, chùa Hương hay Yên Tử.

Du lịch công vụ (MICE) và du lịch y tế cũng ngày càng phát triển mạnh, đặc biệt trong bối cảnh hiện đại. Du lịch công vụ kết hợp hội họp, hội thảo với nghỉ dưỡng, thường diễn ra ở các trung tâm hội nghị lớn. Trong khi đó, du lịch y tế phục vụ mục đích khám chữa bệnh kết hợp nghỉ ngơi, phổ biến tại các cơ sở y tế hiện đại như ở TP. Hồ Chí Minh, Nha Trang, hoặc các khu suối khoáng nóng thiên nhiên.

1.2.1.2. Vai trò và ý nghĩa của sản phẩm du lịch với sự phát triển của du lịch

Sản phẩm du lịch đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển bền vững của ngành du lịch, không chỉ vì tính hấp dẫn mà còn vì ảnh hưởng của chúng đối với sự cạnh tranh và tính bền vững của các điểm đến. Một trong những yếu tố quan trọng là tăng tính cạnh tranh của điểm đến. Sự đa dạng và sáng tạo trong sản phẩm du lịch giúp điểm đến nổi bật và thu hút nhiều đối tượng du khách hơn. Papatheodorou (2023) chỉ ra rằng "sự đa dạng hóa các sản phẩm du lịch giúp tăng cường khả năng cạnh tranh của điểm đến thông qua việc cung cấp các trải nghiệm đa dạng và cá nhân hóa, từ đó đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch". Sản phẩm du lịch cũng giúp kéo dài mùa du lịch và giảm tính mùa vụ, một vấn đề thường gặp đối với các điểm đến chỉ có sản phẩm du lịch đặc thù trong một khoảng thời gian nhất định. Farmaki (2022) nghiên cứu tại Cyprus cho rằng việc đa dạng hóa các sản phẩm du lịch đã "giúp kéo dài mùa du lịch và giảm tính mùa vụ, đặc biệt là qua các sản phẩm du lịch văn hóa và sinh thái".

Một yếu tố khác là tăng thu nhập cho cộng đồng địa phương. Nghiên cứu của Narayan et al. (2023) chỉ ra rằng "ngành du lịch mang lại các cơ hội thu nhập trực

tiếp và gián tiếp cho cộng đồng địa phương thông qua việc tăng cường nhu cầu về sản phẩm nông sản, dịch vụ lưu trú và thủ công mỹ nghệ".

Sản phẩm du lịch còn giúp thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo, giữ cho điểm đến luôn hấp dẫn và đáp ứng được các xu hướng du lịch toàn cầu. Dyer (2024) trong nghiên cứu về sản phẩm du lịch bền vững nhấn mạnh rằng “việc đổi mới sản phẩm du lịch, bao gồm các yếu tố bền vững như bảo vệ môi trường và tôn trọng văn hóa, là yếu tố sống còn để duy trì sức hút của điểm đến trong môi trường cạnh tranh toàn cầu”.

Sản phẩm du lịch đóng góp vào bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, di sản địa phương. Baker et al. (2023) cho rằng các sản phẩm du lịch không chỉ phục vụ mục đích giải trí mà còn là công cụ quan trọng để bảo tồn và phát huy di sản văn hóa bản địa, như đã được chứng minh trong các nghiên cứu về du lịch văn hóa tại các làng nghề và di sản UNESCO .

Sản phẩm du lịch cũng góp phần thúc đẩy đầu tư vào phát triển hạ tầng. Gonzalez và Vera (2022) khẳng định rằng “sự phát triển sản phẩm du lịch làm gia tăng nhu cầu về cơ sở hạ tầng du lịch, đồng thời thúc đẩy các dự án đầu tư mới, tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của ngành”.

Sản phẩm du lịch tạo ra cơ hội cho sự phát triển nghề nghiệp và đào tạo nguồn nhân lực trong ngành du lịch. Yoon và Lee (2021) cho rằng "việc phát triển sản phẩm du lịch tạo ra nhu cầu lớn đối với các chuyên gia du lịch, đồng thời thúc đẩy đào tạo và phát triển nghề nghiệp trong ngành" .

Sản phẩm du lịch còn giúp giảm tác động tiêu cực của du lịch, đặc biệt là các vấn đề môi trường và xã hội. UNWTO (2022) nhấn mạnh rằng “du lịch bền vững không chỉ giúp bảo vệ môi trường mà còn giảm thiểu các tác động tiêu cực đến xã hội và văn hóa, đảm bảo sự phát triển lâu dài cho ngành du lịch” (UNWTO, 2022).

Sản phẩm du lịch cũng tạo ra cơ hội giao lưu văn hóa và tăng cường hiểu biết quốc tế. Kotler và Armstrong (2022) chỉ ra rằng “du lịch văn hóa, trải nghiệm tại các điểm đến di sản, không chỉ làm giàu cho du khách mà còn thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau giữa các quốc gia”.

1.3. Phát triển sản phẩm du lịch

1.3.1 Khái niệm

Phát triển là một khái niệm rộng, được sử dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau, nhưng về cơ bản, phát triển đề cập đến quá trình thay đổi tích cực nhằm cải thiện hoặc nâng cao một trạng thái, điều kiện hoặc hệ thống so với hiện tại. Quá trình này có thể diễn ra ở các cấp độ khác nhau, từ cá nhân, tổ chức đến cộng đồng, quốc gia hoặc toàn cầu.

Liên Hợp Quốc (UN): "Phát triển là một quá trình mở rộng các lựa chọn của con người, cải thiện chất lượng cuộc sống và tăng cường quyền tiếp cận các cơ hội kinh tế, xã hội và chính trị." (United Nations Development Programme, 1990)

Amartya Sen (Nhà kinh tế học đạt giải Nobel) cho rằng: "Phát triển là sự mở rộng các quyền tự do của con người, bao gồm tự do chính trị, tự do kinh tế, tự do xã hội và tự do bảo vệ môi trường." (Sen, 1999)

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD): "Phát triển là một quá trình cải thiện chất lượng cuộc sống, giảm nghèo đói, bất bình đẳng và đảm bảo rằng các nguồn lực hiện tại được sử dụng bền vững vì lợi ích của các thế hệ tương lai." (OECD, 2015).

Quan điểm của nhà nghiên cứu Nguyễn Văn Đáng (2013): "Phát triển là quá trình cải biến về lượng và chất của các yếu tố kinh tế, xã hội, văn hóa, và con người, nhằm nâng cao mức sống, chất lượng cuộc sống và đảm bảo sự bền vững trong tương lai."

Theo tác giả Nguyễn Minh Tuấn: "Phát triển là sự vận động, thay đổi có định hướng của các hệ thống kinh tế - xã hội nhằm đạt được trạng thái tiến bộ hơn, toàn diện hơn trong các lĩnh vực kinh tế, xã hội, và môi trường." (Nguyễn Minh Tuấn, 2008).

Nhà nghiên cứu Nguyễn Văn Hùng cho rằng: "Phát triển là một quá trình biến đổi tích cực, bao gồm cả tăng trưởng kinh tế và cải thiện các chỉ số xã hội, nhằm đạt được sự hài hòa giữa con người và môi trường." (Nguyễn Văn Hùng, 2015).

Trong phạm vi luận văn này, phát triển là mục đích hướng tới tích cực, tốt đẹp mà sản phẩm du lịch hướng tới dưới tác động của các yếu tố ảnh hưởng có tính quyết định.

1.3.2. Nội hàm của sự phát triển

1.3.2.1. Phát triển nói chung

Trong triết học, phát triển được hiểu là một phạm trù rộng lớn, phản ánh sự vận động, biến đổi mang tính tiến bộ của các sự vật, hiện tượng trong tự nhiên, xã hội và tư duy. Nội hàm của sự phát triển được giải thích qua các nguyên tắc và quy luật cơ bản của phép biện chứng duy vật.

Trong đó phát triển là một quá trình vận động và biến đổi mang tính khách quan, tính kế thừa, tính tiến bộ. Phát triển là một quá trình liên tục và toàn diện. Phát triển là sự thống nhất giữa tính khách quan và tính chủ quan. Trong khi phát triển tuân theo quy luật khách quan, nó cũng đòi hỏi sự tác động chủ quan của con người để thúc đẩy hoặc định hướng phát triển.

Phát triển không phải là một quá trình chung chung mà luôn gắn liền với hoàn cảnh lịch sử cụ thể. Các điều kiện kinh tế, chính trị, xã hội, và văn hóa sẽ chi phối hướng đi và tốc độ của sự phát triển.

Theo quan điểm triết học, phát triển là một quá trình biện chứng, phản ánh sự vận động, biến đổi và tiến bộ của các sự vật, hiện tượng. Nó được dẫn dắt bởi các quy luật khách quan nhưng đồng thời cũng chịu sự tác động từ ý chí và hành động của con người. Sự hiểu biết sâu sắc về nội hàm của phát triển sẽ giúp chúng ta định hướng và thúc đẩy các quá trình phát triển một cách hợp lý, bền vững và tiến bộ.

1.3.2.2. Phát triển sản phẩm du lịch

Phát triển sản phẩm du lịch không chỉ là yếu tố cốt lõi để thu hút và giữ chân du khách mà còn là cách để nâng cao giá trị kinh tế, xã hội và môi trường cho điểm đến. Quá trình này cần được thực hiện một cách bài bản, sáng tạo và bền vững, với sự tham gia của nhiều bên liên quan, đặc biệt là cộng đồng địa phương.

Phát triển sản phẩm du lịch là quá trình nghiên cứu, sáng tạo, cải tiến, hoặc làm mới các sản phẩm du lịch hiện có, đồng thời xây dựng các sản phẩm mới dựa trên tài nguyên, tiềm năng và nhu cầu của thị trường nhằm nâng cao trải nghiệm du khách, gia tăng giá trị kinh tế, và thúc đẩy sự bền vững về văn hóa, môi trường và xã hội.

Mục tiêu phát triển sản phẩm du lịch: Đáp ứng nhu cầu thị trường: Cung cấp các sản phẩm phù hợp với xu hướng và kỳ vọng của du khách. Nâng cao trải nghiệm du

khách: Tạo sự mới lạ, độc đáo và ý nghĩa trong hành trình của khách du lịch. Gia tăng giá trị kinh tế: Tăng chi tiêu và thời gian lưu trú của du khách, tạo nguồn thu ổn định cho điểm đến. Bảo tồn và phát huy văn hóa, môi trường: Đảm bảo khai thác tài nguyên du lịch một cách bền vững, giữ gìn bản sắc văn hóa địa phương. Tạo sự cạnh tranh cho điểm đến: Phát triển các sản phẩm độc đáo để định vị thương hiệu và gia tăng sức hút của điểm đến.

1.3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch

Bảng: Tổng hợp các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La

STT	Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu	Tác giả
1	Nhu cầu của khách du lịch	Bowen & Makens (2017); Swarbrooke & Horner (2007); Nguyễn Phạm Hùng (2022), Nguyễn Thị Thúy Ngân (2024)
2	Tài nguyên du lịch	Cooper et al. (2008); Goeldner & Ritchie (2012); Nguyễn Phạm Hùng (2022), Ngô Xuân Hào (2024); Hoàng Thanh Liêm (2022)
3	Dịch vụ du lịch	Middleton & Clarke (2001); Nguyễn Phạm Hùng (2022), Holloway & Humphreys (2019); Hoàng Thanh Liêm (2022)
4	Hạ tầng cơ sở và cơ sở vật chất kỹ thuật	Inskeep (1991); UNWTO (2019); Ngô Xuân Hào (2024)
5	Nhân lực du lịch	Baum (2015); Cooper et al. (2008); Hoàng Thanh Liêm (2022)
6	An toàn du lịch	Hall, Timothy & Duval (2004); UNWTO (2021); Nguyễn Thị Thúy Ngân (2024)

7	Sự tham gia của cộng đồng địa phương	Murphy (1985); Tosun (2006); Nguyễn Thị Thúy Ngân (2024)
8	Xúc tiến, quảng bá du lịch	Pike (2008); Ngô Xuân Hào (2024)
9	Cơ chế chính sách và tổ chức quản lý	Dredge & Jenkins (2007); Hoàng Thanh Liêm (2022)

Bảng 1.2. Tổng hợp các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Qua tổng hợp các công trình nghiên cứu có liên quan, có thể thấy rằng phát triển du lịch tại một điểm đến không chịu tác động bởi một yếu tố riêng lẻ mà là kết quả của sự tương tác giữa nhiều nhóm yếu tố khác nhau, bao gồm cả phía cầu du lịch, phía cung du lịch và môi trường quản lý điểm đến. Trong đó, nhu cầu của khách du lịch được xem là yếu tố có ý nghĩa định hướng đối với quá trình hình thành và phát triển sản phẩm du lịch, bởi sản phẩm chỉ có khả năng tồn tại và cạnh tranh khi đáp ứng được mong muốn, hành vi tiêu dùng và đặc điểm của từng phân khúc khách hàng. Theo Bowen, Makens và Baloglu (2017), hoạt động phát triển sản phẩm và marketing du lịch cần xuất phát từ việc nhận diện nhu cầu thị trường, hành vi tiêu dùng và kỳ vọng của khách du lịch (Kotler et al., 2017); tương tự, Swarbrooke và Horner (2007) cũng cho rằng động cơ, xu hướng và hành vi lựa chọn điểm đến của du khách là cơ sở quan trọng để các điểm đến thiết kế sản phẩm phù hợp.

Ở phía cung du lịch, tài nguyên du lịch được xem là nền tảng cơ bản tạo nên sức hấp dẫn ban đầu của điểm đến và là cơ sở để hình thành các loại hình sản phẩm du lịch. Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert và Wanhill (2008) cho rằng tài nguyên và sức hấp dẫn điểm đến là thành phần cốt lõi trong hệ thống du lịch, trong khi Goeldner và Ritchie (2012) nhấn mạnh rằng tài nguyên tự nhiên, tài nguyên văn hóa cùng các điều kiện hỗ trợ là cơ sở quan trọng để xây dựng hình ảnh, định vị và phát triển sản phẩm du lịch. Tuy nhiên, tài nguyên chỉ có thể trở thành sản phẩm du lịch hoàn chỉnh khi được kết hợp với hệ thống dịch vụ và hạ tầng phù hợp. Middleton và Clarke (2001) cho rằng sản phẩm du lịch là một tổ hợp gồm nhiều dịch vụ như lưu trú, ăn uống, vận chuyển, tham

quan và giải trí; còn Inskip (1991) khẳng định cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật là điều kiện quan trọng để khai thác hiệu quả tài nguyên, tổ chức hoạt động du lịch và hướng tới phát triển bền vững.

Cùng với tài nguyên, dịch vụ và hạ tầng, nguồn nhân lực du lịch giữ vai trò trực tiếp trong việc chuyển hóa các yếu tố vật chất thành trải nghiệm thực tế cho du khách. Baum (2015) cho rằng chất lượng nguồn nhân lực, kỹ năng nghề và năng lực phục vụ có ảnh hưởng rõ rệt đến chất lượng dịch vụ du lịch cũng như mức độ hài lòng của khách tại điểm đến. Trong bối cảnh du lịch ngày càng chú trọng đến trải nghiệm và cảm xúc của du khách, yếu tố con người càng có vai trò quan trọng trong việc tạo nên sự khác biệt cho sản phẩm du lịch.

Các nghiên cứu về phát triển du lịch bền vững cũng nhấn mạnh vai trò của an toàn du lịch và sự tham gia của cộng đồng địa phương. Hall, Timothy và Duval (2004) cho rằng an toàn và an ninh là những yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến hình ảnh điểm đến và quyết định lựa chọn của khách du lịch. Murphy (1985) tiếp cận du lịch từ góc độ cộng đồng và cho rằng người dân địa phương cần được xem là chủ thể quan trọng trong quá trình phát triển điểm đến; đồng thời, Tosun (2006) khẳng định sự tham gia của cộng đồng góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, bảo đảm lợi ích địa phương và tăng tính bền vững của hoạt động du lịch.

Trong điều kiện cạnh tranh giữa các điểm đến ngày càng mạnh mẽ, xúc tiến và quảng bá du lịch trở thành công cụ quan trọng nhằm thu hút khách, xây dựng hình ảnh và nâng cao năng lực cạnh tranh. Pike (2008) cho rằng marketing điểm đến có vai trò quan trọng trong việc định vị thương hiệu, truyền tải hình ảnh và tạo lợi thế cạnh tranh cho điểm đến du lịch. Cùng với đó, cơ chế chính sách và tổ chức quản lý du lịch giữ vai trò định hướng, điều phối và tạo môi trường thuận lợi cho các chủ thể tham gia phát triển du lịch. Theo Dredge và Jenkins (2007), chính sách và quy hoạch du lịch có ý nghĩa quan trọng trong việc tổ chức nguồn lực, điều phối các bên liên quan và bảo đảm định hướng phát triển du lịch bền vững.

Từ việc tổng hợp các quan điểm nghiên cứu trên, có thể xác định 9 nhóm yếu tố có ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La, bao gồm: nhu cầu của khách du lịch, tài nguyên du lịch, dịch vụ du lịch, hạ tầng cơ sở

và cơ sở vật chất kỹ thuật, nhân lực du lịch, an toàn du lịch, sự tham gia của cộng đồng địa phương, xúc tiến quảng bá du lịch, cơ chế chính sách và tổ chức quản lý. Đây là cơ sở khoa học để tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu, đồng thời tạo nền tảng cho việc đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu trong các phần tiếp theo của luận văn.

1.3.4. Mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch

Từ cách tiếp cận sản phẩm du lịch có trách nhiệm, tác giả Ngô Xuân Hào xác định được 6 nhóm yếu tố và khái niệm liên quan đến sản phẩm du lịch có trách nhiệm thành phố Phú Quốc tỉnh Kiên Giang. Các nhóm yếu tố là: 1) Tài nguyên du lịch (5 tiêu chí), 2) Marketing có trách nhiệm trong du lịch (5 tiêu chí), 3) Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch (6 tiêu chí), 4) Tính có trách nhiệm (5 tiêu chí), 5) Nguồn nhân lực du lịch có trách nhiệm (4 tiêu chí), và 6) Cầu du lịch (5 tiêu chí). (Ngô Xuân Hào, 2023)

Tác giả Hoàng Thanh Liêm đã đưa ra mô hình phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của điểm đến Bình Thuận chịu ảnh hưởng của 9 yếu tố, bao gồm: 1) Môi trường du lịch; 2) Dịch vụ du lịch; 3) Tài nguyên du lịch văn hóa; 4) Khoa học và công nghệ; 5) Nhân lực du lịch điểm đến; 6) Hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch; 7) Tài nguyên du lịch tự nhiên; 8) Chính sách phát triển sản phẩm; 9) Quản lý du lịch. (Hoàng Thanh Liêm, 2020)

Tác giả Nguyễn Thị Thúy Ngân nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển các sản phẩm du lịch văn hoá biển tỉnh Bình Thuận phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội, điều kiện tự nhiên và văn hóa của địa phương. Từ lý thuyết về sản phẩm du lịch văn hóa biển cũng như các phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng, tác giả xác định 12 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch văn hoá biển tỉnh Bình Thuận, bao gồm: 1) Tài nguyên du lịch văn hoá biển; 2) Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch; 3) Chiến lược định giá; 4) Vai trò của cư dân địa phương; 5) Thương hiệu du lịch văn hoá biển; 6/ Nhu cầu của du khách; 7)

Xu hướng du lịch văn hoá biển; 8) Vị trí của điểm đến du lịch du lịch; 9) Nguồn nhân lực du lịch; 10) Năng lực marketing; 11) Nguồn lực hỗ trợ; 12/ Năng lực ứng phó ảnh hưởng của dịch bệnh. (Nguyễn Thị Thúy Ngân, 2024)

1.3.5 Mô hình đề xuất của luận văn

Trên cơ sở kế thừa các mô hình nghiên cứu trước đây về phát triển sản phẩm du lịch, đồng thời căn cứ vào đặc thù của việc phát triển sản phẩm du lịch tại các khu du lịch quốc gia, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch tại **Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La**.

Trong mô hình nghiên cứu này:

- **Biến phụ thuộc:** Phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.
- **Biến độc lập:** gồm 9 yếu tố ảnh hưởng.

Các yếu tố được xác định bao gồm:

1. Nhu cầu của khách du lịch
2. Tài nguyên du lịch
3. Dịch vụ du lịch
4. Hạ tầng cơ sở và cơ sở vật chất kỹ thuật
5. Nhân lực du lịch
6. An toàn du lịch
7. Sự sẵn sàng tham gia du lịch của người dân địa phương
8. Xúc tiến, quảng bá du lịch
9. Cơ chế chính sách và tổ chức quản lý

Các yếu tố này được giả định có tác động trực tiếp đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

Mô hình nghiên cứu đề xuất

Sơ đồ mô hình nghiên cứu được thể hiện như sau:

1.3.6 Các giả thuyết nghiên cứu

Từ mô hình nghiên cứu đề xuất, tác giả xây dựng các giả thuyết nghiên cứu như sau:

H1: Nhu cầu của khách du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

H2: Tài nguyên du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

H3: Dịch vụ du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

H4: Hạ tầng cơ sở và cơ sở vật chất kỹ thuật có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

H5: Nhân lực du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

H6: An toàn du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

H7: Sự sẵn sàng tham gia du lịch của người dân địa phương có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

H8: Xúc tiến và quảng bá du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

H9: Cơ chế chính sách và tổ chức quản lý có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

1.3.6.1 Nhu cầu của khách du lịch

Nhu cầu của khách du lịch đóng vai trò cốt lõi trong việc phát triển sản phẩm du lịch, vì nó quyết định định hướng thiết kế, cung cấp và đổi mới các sản phẩm phù hợp với mong muốn và kỳ vọng của thị trường. Xuất phát từ việc tìm hiểu nhu cầu của khách hàng đến việc nắm bắt xu hướng, để tạo ra những sản phẩm độc đáo, đa dạng và đáp ứng đúng mục tiêu của từng nhóm khách hàng.

Đáp ứng nhu cầu của du khách không chỉ tăng cường trải nghiệm mà còn kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng chi tiêu du lịch, từ đó nâng cao giá trị kinh tế cho điểm đến. Đồng thời, việc phát triển sản phẩm dựa trên nhu cầu còn thúc đẩy sự cạnh tranh giữa các điểm đến, giúp xây dựng thương hiệu du lịch đặc trưng cho từng điểm đến.

Giả thuyết đặt ra là:

H1: Nhu cầu của khách du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

1.3.6.2 Tài nguyên du lịch

Tài nguyên du lịch là yếu tố quyết định tiềm năng và hướng phát triển sản phẩm du lịch của một điểm đến. Đây là nguồn cung cấp các yếu tố đặc trưng và độc đáo, bao gồm tài nguyên tự nhiên (cảnh quan, khí hậu, động thực vật) và tài nguyên văn hóa (di sản, lễ hội, ẩm thực, phong tục tập quán). Vai trò của tài nguyên trong phát triển sản phẩm du lịch thể hiện ở việc nó tạo ra sức hấp dẫn và định vị thương hiệu cho điểm đến. Các sản phẩm du lịch đặc trưng, gắn liền với tài nguyên riêng biệt, giúp thu hút du khách, nâng cao trải nghiệm và tạo nên dấu ấn khó quên.

Giả thuyết đặt ra là:

H2: Tài nguyên du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

1.3.6.3 Dịch vụ du lịch

Dịch vụ du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển sản phẩm du lịch, vì nó không chỉ là yếu tố hỗ trợ mà còn là một phần cấu thành trực tiếp, nâng cao giá trị và chất lượng của sản phẩm. Dịch vụ bao gồm hệ thống lưu trú, ăn uống, vận chuyển, hướng dẫn viên, vui chơi giải trí, và các tiện ích khác, góp phần đáp ứng toàn diện nhu cầu của du khách.

Dịch vụ du lịch tốt giúp gia tăng trải nghiệm tích cực, khiến du khách hài lòng và có ấn tượng lâu dài về điểm đến. Điều này không chỉ kéo dài thời gian lưu trú mà còn khuyến khích du khách quay lại hoặc giới thiệu điểm đến đến người khác. Sự đa dạng và sáng tạo trong các dịch vụ như các tour tùy chỉnh, ứng dụng công nghệ hỗ trợ du lịch, hay dịch vụ cao cấp góp phần làm nổi bật sản phẩm du lịch, tăng sức cạnh tranh cho điểm đến.

Giả thuyết đặt ra là:

H3: Dịch vụ du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

1.3.6.4 Hạ tầng cơ sở và cơ sở vật chất kỹ thuật

Hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật là nền tảng để cung cấp các dịch vụ và trải nghiệm chất lượng cho du khách. Hạ tầng bao gồm hệ thống giao thông (đường bộ, hàng không, đường sắt, cảng biển), viễn thông, điện nước, và vệ sinh môi trường, trong khi cơ sở vật chất kỹ thuật bao gồm các công trình lưu trú, nhà hàng, khu vui chơi, và các tiện ích du lịch khác...

Hạ tầng giao thông thuận lợi giúp tăng khả năng tiếp cận điểm đến, giảm thời gian và chi phí di chuyển, từ đó thu hút du khách và khuyến khích họ quay lại. Đồng thời, cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, như khách sạn, resort, và khu vui chơi giải trí, nâng cao trải nghiệm của du khách, tạo ra sự hài lòng và tăng giá trị sản phẩm du lịch.

Giả thuyết đặt ra là:

H4: Hạ tầng cơ sở và cơ sở vật chất kỹ thuật có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

1.3.6.5 Nhân lực du lịch

Con người là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch. Nhân lực du lịch là những người trực tiếp thực hiện, quản lý, và nâng cao chất lượng các sản phẩm, dịch vụ du lịch. Nhân lực bao gồm đội ngũ làm việc trong các lĩnh vực như hướng dẫn viên, lễ tân, quản lý khách sạn, nhà hàng, và các chuyên gia hoạch định chính sách du lịch.

Nhân lực chất lượng cao không chỉ giúp cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp mà còn góp phần tạo ra trải nghiệm đáng nhớ và tích cực cho du khách. Thái độ tận tình, kỹ năng giao tiếp tốt và kiến thức sâu rộng về văn hóa, lịch sử của điểm đến là những yếu tố quan trọng giúp thu hút và giữ chân du khách. Đội ngũ nhân lực giàu năng lực sáng tạo và đổi mới còn góp phần thiết kế các sản phẩm du lịch độc đáo, phù hợp với nhu cầu thị trường. Đồng thời, họ đóng vai trò thúc đẩy sự liên kết giữa các bên liên quan, từ chính quyền đến cộng đồng địa phương. Chất lượng nguồn nhân lực ảnh hưởng trực tiếp đến sản phẩm du lịch, nó cũng là một trong những yếu tố tạo nên sức cạnh tranh giữa các sản phẩm du lịch và điểm đến du lịch.

Giả thuyết đặt ra là:

H5: Nhân lực du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

1.3.6.6. An toàn du lịch

Môi trường du lịch an toàn, bao gồm cả an ninh, sức khỏe, và phòng chống rủi ro, giúp tạo lòng tin cho du khách, thu hút nhiều người đến và khuyến khích họ quay lại điểm đến. An toàn du lịch đảm bảo trải nghiệm của du khách không bị gián đoạn bởi các mối đe dọa như tội phạm, tai nạn, dịch bệnh hay thiên tai. Các biện pháp bảo đảm an toàn, như hệ thống cứu hộ, dịch vụ y tế, quy trình phòng cháy chữa cháy, và bảo vệ môi trường, góp phần nâng cao giá trị của sản phẩm du lịch và giảm thiểu rủi ro cho cả du khách lẫn nhà cung cấp dịch vụ. Một điểm đến được coi là an toàn sẽ gia tăng tính cạnh tranh trên thị trường, đặc biệt trong bối cảnh du khách ngày càng quan tâm đến yếu tố an toàn khi lựa chọn điểm đến. Sự kết hợp giữa các sản phẩm du lịch hấp dẫn và môi trường an toàn giúp điểm đến xây dựng thương hiệu mạnh mẽ, thúc đẩy sự phát triển bền vững và toàn diện.

Giả thuyết đặt ra là:

H6: An toàn du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

1.3.6.7. Sự tham gia của người dân địa phương

Sự tham gia của người dân địa phương đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển sản phẩm du lịch, vì họ là những người sở hữu kiến thức sâu sắc về văn hóa, lịch sử và tài nguyên của điểm đến. Sự tham gia của người dân không chỉ tạo nên tính chân thực, độc đáo cho sản phẩm du lịch mà còn giúp xây dựng mối liên kết bền vững giữa du lịch và cộng đồng.

Người dân địa phương góp phần cung cấp các sản phẩm, dịch vụ như homestay, hướng dẫn du lịch, sản phẩm thủ công mỹ nghệ và ẩm thực đặc trưng. Điều này không chỉ nâng cao trải nghiệm của du khách mà còn thúc đẩy việc bảo tồn văn hóa, giữ gìn các giá trị truyền thống và môi trường.

Sự tham gia của người dân địa phương không chỉ làm phong phú thêm sản phẩm du lịch mà còn đảm bảo tính bền vững, gia tăng giá trị kinh tế và tạo nên nét độc đáo của sản phẩm du lịch.

Giả thuyết đặt ra là:

H7: Sự sẵn sàng tham gia du lịch của người dân địa phương có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

1.3.6.8. Xúc tiến, quảng bá du lịch

Xúc tiến quảng bá du lịch giúp đưa sản phẩm đến gần hơn với du khách, tạo nhận thức về giá trị, và thúc đẩy quyết định lựa chọn điểm đến. Thông qua các hoạt động truyền thông, quảng cáo, hội chợ du lịch và chiến dịch tiếp thị số, xúc tiến quảng bá giúp sản phẩm du lịch tiếp cận đúng đối tượng khách hàng mục tiêu.

Quảng bá hiệu quả không chỉ làm nổi bật sự độc đáo, khác biệt của sản phẩm mà còn góp phần xây dựng thương hiệu mạnh mẽ cho điểm đến, nâng cao vị thế cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế. Ngoài ra, các chiến lược xúc tiến đúng hướng còn kích thích sự gia tăng nhu cầu du lịch, kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu của du khách.

Hơn nữa, xúc tiến quảng bá đóng vai trò kết nối giữa các bên liên quan, từ doanh nghiệp, chính quyền đến cộng đồng địa phương, nhằm tạo nên hệ sinh thái du lịch bền vững.

Giả thuyết đặt ra là:

H8: Xúc tiến và quảng bá du lịch có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

1.3.6.9. Cơ chế, chính sách và tổ chức quản lý du lịch

Cơ chế, chính sách giúp xây dựng môi trường pháp lý và hành chính thuận lợi, thúc đẩy phát triển sản phẩm du lịch. Chính sách đúng đắn có thể khuyến khích đầu tư vào hạ tầng, cơ sở vật chất, và nguồn nhân lực, từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch. Các chính sách ưu đãi về thuế, tín dụng, hoặc hỗ trợ phát triển doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và cộng đồng địa phương, sẽ thúc đẩy sự sáng tạo và đa dạng hóa sản phẩm. Các cơ chế liên quan đến bảo tồn tài nguyên, bảo vệ môi trường và phát huy giá trị văn hóa đảm bảo sự phát triển bền vững của sản phẩm du lịch. Chính sách quảng bá và xúc tiến du lịch hiệu quả còn giúp tăng cường khả năng cạnh tranh và thu hút du khách.

Tổ chức quản lý du lịch đóng vai trò định hướng, điều phối, và thúc đẩy sự phát triển sản phẩm du lịch.

Tổ chức quản lý du lịch đóng vai trò kết nối giữa các bên liên quan, bao gồm chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương và du khách, để cùng phối hợp xây dựng sản phẩm du lịch chất lượng, đa dạng và đáp ứng nhu cầu thị trường.

Giả thuyết đặt ra là:

H9: Cơ chế chính sách và tổ chức quản lý có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

Tiểu kết chương 1

Chương 1 của luận văn đã trình bày cơ sở lý luận và tổng quan các nghiên cứu liên quan đến phát triển sản phẩm du lịch, qua đó xây dựng nền tảng lý thuyết cho nghiên cứu tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La. Trên cơ sở tổng hợp các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước, chương này đã làm rõ các khái niệm cơ bản về du lịch, sản phẩm du lịch và phát triển sản phẩm du lịch, đồng thời phân tích các mô hình nghiên cứu tiêu biểu của một số học giả trong lĩnh vực du lịch. Các nghiên cứu này cho thấy sản phẩm du lịch là sự kết hợp tổng thể của nhiều yếu tố khác nhau nhằm tạo ra trải nghiệm cho du khách tại điểm đến. Từ việc kế thừa các mô hình nghiên cứu trước đây, luận văn đã tổng hợp các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch, bao gồm nhu cầu của khách du lịch, tài nguyên du lịch, dịch vụ du lịch, hạ tầng cơ sở và cơ sở vật chất kỹ thuật, nguồn nhân lực du lịch, an toàn du lịch, sự tham gia của cộng đồng địa phương, hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch và cơ chế chính sách, tổ chức quản lý du lịch. Trên cơ sở đó, luận văn đã đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu với chín yếu tố nêu trên làm biến độc lập tác động đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại điểm đến. Những cơ sở lý luận, mô hình nghiên cứu được trình bày trong chương này là nền tảng quan trọng để các chương tiếp theo phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La.

CHƯƠNG 2. HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH TẠI KHU DU LỊCH QUỐC GIA MỘC CHÂU, TỈNH SƠN LA

2.1. Khái quát về tiềm năng và điều kiện phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Mộc Châu

2.1.1. Khái quát về điều kiện kinh tế xã hội

Hai huyện Mộc Châu, Vân Hồ nằm trên quốc lộ 6, có quốc lộ 43 chạy qua, có biên giới Việt - Lào, cửa khẩu quốc tế Lóng Sập với quy mô 12 ha; là cửa khẩu quốc tế có vị trí địa đầu, là động lực kinh tế của tỉnh Sơn La và khu du lịch quốc gia Mộc Châu; là trung tâm thương mại, đáp ứng nhu cầu xuất nhập cảnh, xuất nhập khẩu, là điểm du lịch biên giới, là trung tâm mua sắm; là đầu mối giao thương của tỉnh Sơn La, các tỉnh Tây Bắc với các nước Lào, Myanmar, Thái Lan...

Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, thuộc tỉnh Sơn La, có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch bền vững, trong đó kinh tế địa phương cũng đang từng bước chuyển mình tích cực. Vị trí cách Hà Nội khoảng 180 km cùng hệ thống giao thông thuận tiện qua Quốc lộ 6 giúp Mộc Châu trở thành điểm kết nối quan trọng giữa Tây Bắc và vùng đồng bằng Bắc Bộ, thuận lợi cho khách tham quan và giao thương. Kinh tế Mộc Châu chủ yếu dựa vào nông nghiệp, với các sản phẩm đặc trưng như chè, sữa bò và các loại quả ôn đới, tạo nền tảng vững chắc cho phát triển du lịch nông nghiệp và trải nghiệm văn hóa địa phương. Cộng đồng gồm 12 dân tộc anh em với nhiều lễ hội truyền thống đa dạng cũng góp phần làm nên nét đặc sắc văn hóa riêng biệt. Hạ tầng du lịch ngày càng phát triển với hàng trăm cơ sở lưu trú, nhà hàng và điểm mua sắm, thu hút hơn 1,5 triệu lượt khách mỗi năm, đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế địa phương.

2.1.2. Tài nguyên du lịch tự nhiên

(1) Vị trí địa lý

Khu du lịch quốc gia Mộc Châu nằm trên địa bàn Mộc Châu (mới) và Vân Hồ được tách ra từ huyện Mộc Châu (cũ) theo Nghị quyết số 72/NQ-CP ngày 10/6/2013 của Chính phủ về việc điều chỉnh địa giới hành chính huyện Mộc Châu để thành lập huyện Vân Hồ thuộc tỉnh Sơn La.

Vùng Mộc Châu gồm 2 huyện Mộc Châu và Vân Hồ nằm trên cao nguyên đá vôi vùng Tây Bắc với độ cao trung bình hơn 1.050 m so với mặt nước biển, về hướng Đông Nam của tỉnh Sơn La

(2) Địa hình

Vùng Mộc Châu mang đặc trưng của miền núi Tây Bắc, địa hình bị chia cắt mạnh, có nhiều núi cao hiểm trở và nhiều thung lũng rộng, độ cao trung bình từ 950–1.050 m so với mặt nước biển, có cao nguyên rộng lớn và tương đối bằng phẳng.

Cao nguyên Mộc Châu kéo dài 80 km, bề ngang nơi rộng nhất đạt tới 25 km, có độ cao trung bình so với mặt biển là 1.050 m. Các khu vực xung quanh vùng Mộc Châu như Hòa Bình, Sơn La đều có độ cao trung bình thấp hơn so với vùng Mộc Châu.

(3) Khí hậu

Vùng Mộc Châu nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới gió mùa, mùa đông lạnh khô, mùa hè mát ẩm và mưa nhiều. Vùng Mộc Châu có độ cao lớn, lại nằm giữa sông Đà và sông Mã, do đó khí hậu ở đây quanh năm mát mẻ, nhiệt độ không khí trung bình/năm khoảng 18,5°C, lượng mưa trung bình/năm khoảng 1.560 mm. Độ ẩm không khí trung bình 85%. Nhiệt độ trung bình hàng năm của vùng Mộc Châu thấp hơn so với các khu vực lân cận như Thành phố Sơn La (21,100°C), Hòa Bình (23,000°C), Điện Biên (23,000°C). Nền nhiệt độ thấp như vậy được coi là lý tưởng ở đất nước nhiệt đới như Việt Nam, chỉ có ở các khu vực nổi tiếng về du lịch nghỉ dưỡng ở Việt Nam như Sa Pa, Tam Đảo, Bà Nà, Đà Lạt, Bạch Mã... mới có những điều kiện khí hậu tương tự.

(4) Thủy văn

Sông Đà là sông lớn nhất và nằm giáp với vùng Mộc Châu ở phía Đông Bắc và có vai trò quan trọng đối với vùng Mộc Châu. Sông Đà vừa là nguồn nước mặt, vừa là tuyến giao thông thủy của vùng Mộc Châu, đồng thời sông Đà cũng có vai trò quan trọng đối với việc điều hòa tạo ra khí hậu quanh năm mát mẻ cho vùng Mộc Châu.

(5) Đất đai thổ nhưỡng

Diện tích đất tự nhiên của vùng Mộc Châu là 206.150 ha, trong đó đất sản xuất nông nghiệp 41.133,93 ha, chiếm 19,95% tổng diện tích đất tự nhiên; đất lâm nghiệp

95.966,20 ha, chiếm 46,55%; đất ở 1.199,69 ha, chiếm 0,58%; đất chuyên dùng 3.441,59 ha, chiếm 1,67%; đất sông suối và mặt nước chuyên dùng 2.970,07 ha, chiếm 1,44%; còn lại là các loại đất khác.

Vùng Mộc Châu có quỹ đất rộng, diện tích đất chưa sử dụng còn lớn. Đây là điều kiện thuận lợi để khai thác phát triển nông, lâm nghiệp và du lịch.

(6) Thảm thực vật

Tài nguyên rừng của vùng Mộc Châu khá phong phú với khoảng 456 loài thực vật và 49 loài động vật hoang dã trong đó có nhiều loài quý hiếm. Đất đai ở đây phù hợp với nhiều loại cây, có điều kiện xây dựng hệ thống rừng phòng hộ và tạo các vùng rừng kinh tế hàng hoá có giá trị kinh tế cao.

Tài nguyên rừng của vùng Mộc Châu có giá trị quan trọng đối với phát triển du lịch là khu rừng đặc dụng Xuân Nha với diện tích 18.267,5 ha (Trong đó thuộc huyện Vân Hồ là 13.613,4 ha) có nhiều loại gỗ và động vật quý hiếm có khả năng tạo thành điểm du lịch sinh thái hấp dẫn. Tuy nhiên, do nằm ở khu vực giáp biên giới, thủ tục hành chính chặt chẽ và phức tạp nên khả năng tổ chức các hoạt động du lịch ở khu vực này được đánh giá là ít thuận lợi.

Khu du lịch Mộc Châu có vị trí địa lý thuận lợi cho phát triển du lịch, là cửa ngõ đặc biệt quan trọng kết nối Sơn La và các tỉnh khu vực Tây Bắc và thủ đô Hà Nội và các tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng trên tuyến giao thông huyết mạch quốc lộ 6 (trong tương lai là tuyến cao tốc Hà Nội - Hòa Bình - Mộc Châu - Sơn La - Điện Biên Phủ). Trong không gian phát triển du lịch vùng Trung du miền núi Bắc Bộ, Mộc Châu là một trong những khu du lịch quốc gia quan trọng nhất trong hành lang Tây Bắc theo quốc lộ 6. Mộc Châu còn có cửa khẩu quốc gia Lóng Sập, thông với tỉnh Hủa Phăn, cố đô Luang PraBang của CHDCND Lào, là điều kiện thuận lợi để đón khách quốc tế đi theo hướng này. Với lợi thế nằm ở độ cao trung bình 1.050 m, nằm giữa sông Đà ở phía Đông Bắc và sông Mã ở phía Tây Nam có tác dụng như hai hệ thống điều hòa không khí tự nhiên đã mang lại cho khu du lịch Mộc Châu khí hậu đặc trưng của vùng cao nguyên, ôn hòa, mát mẻ quanh năm, có nhiệt độ trung bình từ 18-22°C, là điều kiện lý tưởng để phát triển du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe.

Địa hình khá đa dạng, được phân thành các dạng chính, bao gồm: đồi núi thấp dọc thung lũng kiến tạo (độ cao dưới 300m) và do phân cắt cao nguyên karst (300 - 600m); địa hình cao nguyên karst (độ cao 600 - 1.000m); địa hình trung bình trên núi đá vôi (độ cao trên 1.000m) và trên đá trầm tích. Sự phân bậc về địa hình đã tạo cho khu du lịch Mộc Châu những dạng cảnh quan đặc sắc, sở hữu nhiều phong cảnh đẹp, hệ thống hang động, thác nước, cảnh quan núi rừng hùng vĩ như: hang Dơi (Mộc Châu) - đã được xếp hạng danh thắng cấp quốc gia. Ngoài ra, còn có các di tích danh thắng được công nhận là di tích cấp tỉnh như: Ngũ động Bản Ôn, thác Dải Yếm (Mộc Châu); thác Tạt Nàng, thác Nàng Tiên (Vân Hồ); và một số điểm tài nguyên khác như: hồ Bản Áng, rừng thông bản Áng, núi Pha Luông, khu bảo tồn thiên nhiên Xuân Nha (Mộc Châu); hệ thống suối nước nóng tại bản Phụ Mầu (xã Chiềng Yên, huyện Vân Hồ),... Mùa hoa đào, hoa mận, hoa ban (tháng 1 - 3); mùa hoa dã quỳ, hoa cải trắng (tháng 10 - 12) nở rộ, cùng cảnh quan đồng ruộng, nương rẫy, đồi chè, đồng cỏ đã tạo nên khung cảnh thiên nhiên đầy màu sắc. Khu du lịch quốc gia Mộc Châu có sự đa dạng và phong phú về các hệ sinh thái với tính đa dạng sinh học tương đối cao, tập trung chủ yếu ở các khu bảo tồn thiên nhiên trên địa bàn; điển hình là rừng nguyên sinh, dài từ khu bảo tồn Xuân Nha (Vân Hồ).

Đây là những tài nguyên quý giá, rất thuận lợi cho phát triển các loại hình du lịch: du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, tham quan thắng cảnh, khám phá thiên nhiên,...

Tài nguyên du lịch cấp quốc gia và một số giá trị tài nguyên du lịch nổi bật có giá trị cho phát triển du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, tham quan:

Khu du lịch Mộc Châu có giá trị tài nguyên du lịch tự nhiên hết sức nổi bật đặc trưng riêng so với các khu du lịch khác:

Trước hết phải nói đến khí hậu, với nền nhiệt độ lý tưởng từ 18-25°C chỉ có ở các khu vực nổi tiếng về du lịch nghỉ dưỡng ở Việt Nam, vì vậy ngay cả giữa những ngày hè, khu du lịch quốc gia Mộc Châu vẫn mát mẻ, dễ chịu như một chiếc điều hòa tự nhiên khổng lồ.

Khu du lịch Quốc Gia Mộc Châu có cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp và hùng vĩ. Đây vừa là cao nguyên, vừa là vùng thảo nguyên rộng lớn, bát ngát những đồi chè, những cánh đồng cỏ, cánh đồng hoa cải trắng, thung lũng hoa mơ, hoa mận, hoa đào và

những đôi hoa ban; nhiều dòng thác đẹp ngỡ ngàng, những dãy núi hùng vĩ, có nhiều nơi để săn mây. Đặc biệt đây là vùng nông nghiệp nổi tiếng với các sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao, rất đặc trưng và riêng có như Chè Mộc Châu, sữa Mộc Châu, hoa Mộc Châu, rau Mộc Châu, trái cây Mộc Châu (Dâu Tây, Mận Hậu, Bơ, Hồng giòn...) tạo nên thương hiệu và sản phẩm du lịch nổi tiếng khắp trong và ngoài nước. Một số khu du lịch, điểm du lịch tiêu biểu như:

- *Hồ và rừng thông bản Áng*: thuộc xã Đông Sang, huyện Mộc Châu, cách trung tâm thị trấn Mộc Châu khoảng 3km. Rừng thông có diện tích 43ha, với những hàng thông xanh cao vút, trải dài trên những triền đồi nâu đỏ, bao quanh một hồ nước rộng 5ha. Là điểm đến yêu thích của khách du lịch với các hoạt động: dã ngoại, ngắm cảnh ven hồ, chụp ảnh và khám phá rừng thông, đạp xe, tham quan các khu vườn của người dân địa phương, thưởng thức ẩm thực Tây Bắc, cắm trại, trải nghiệm du lịch cộng đồng,...

- *Hang Dơi (Sơn Mộc Hương)*: nằm ở thị trấn Mộc Châu, huyện Mộc Châu, tỉnh Sơn La, được biết đến là một trong những hang động đẹp nhất của tỉnh Sơn La và được mệnh danh là “Tây Thiên đệ nhất động”. Đây là hang động Karst đá vôi điển hình, có diện tích 6.915m², kết cấu của hang bao gồm 3 khoang lớn, nền hang bằng phẳng tạo thành không gian rộng và rất thoáng.

Với những giá trị độc đáo, Hang Dơi đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận là di tích danh lam thắng cảnh cấp quốc gia từ năm 1998. Đây hiện là một trong những điểm đến tiềm năng thu hút khách du lịch khi đến Mộc Châu, đặc biệt là đối tượng khách ưa thích du lịch mạo hiểm, thích khám phá, trải nghiệm và chiêm ngưỡng vẻ đẹp của thiên nhiên.

- *Thác Dải Yếm*: thuộc bản Vật, xã Mường Sang, huyện Mộc Châu, cách trung tâm thị trấn Mộc Châu khoảng 10km, đường đi khá thuận lợi. Thác Dải Yếm đẹp nhất vào thời điểm từ tháng 4 đến tháng 10. Nơi đây giàu tiềm năng cho khai thác phát triển loại hình du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, du lịch cộng đồng. Tại đây đã hình thành khu du lịch thác Dải Yếm, với các công trình được đầu tư, xây dựng như: Cầu kính tình yêu, Ga hẹn hò, Đền tình yêu, Cổng mặt trời,... và các hoạt động khá thú vị: trượt zipline, chèo thuyền kayak, xe đạp trên nước, check-in chụp ảnh, trải

nghiệm du lịch cộng đồng tại bản Vặt,... Thác Dải Yếm hiện là một trong những điểm du lịch hấp dẫn nhất của khách du lịch khi đến Mộc Châu.

- *Thung lũng mận Nà Ka*: Nằm ở thị trấn Nông Trường và xã Tân Lập với diện tích khoảng 100h, được ví như là thiên đường của loài hoa mận trắng, là xứ sở thần tiên giữa núi rừng Tây Bắc. Đây là tài nguyên du lịch quý giá, có giá trị phát triển cả về du lịch và nông nghiệp, có thể khai thác được 2 mùa (mùa hoa và mùa quả). Đây là địa điểm hấp dẫn, thu hút rất đông khách du lịch đến trải nghiệm. Đây là tài nguyên du lịch nổi bật để phát triển du lịch xanh, bền vững, du khách có thể quay trở lại hàng năm để trải nghiệm.

- *Cảnh quan đồi chè, đồng ruộng*: Một số đồi chè đẹp và ấn tượng của Mộc Châu, bao gồm: đồi chè Trái tim (nông trường Mộc Châu), đồi chè Shan Tuyết (Làng chè), đồi chè Mộc Sương (xã Tân Lập), đồi chè tiểu khu Hoa Ban ở Chiềng Đi (Vân Hồ),... Hiện nay, trên địa bàn khu du lịch đã hình thành nhiều sản phẩm du lịch sinh thái, trải nghiệm gắn với cây chè, như Làng chè của Công ty cổ phần Vinatea Mộc Châu, khu vực đồi chè trái tim, vùng nguyên liệu chất lượng cao gắn với phát triển du lịch sinh thái của Công ty TNHH Chè Mộc Sương... với các hoạt động khai thác du lịch như: săn sương sớm ở đồi chè, check-in đồi chè, tham gia các hoạt động trải nghiệm nông nghiệp như hái chè, làm trà ô long,...

Ở khu du lịch Mộc Châu, diện tích ruộng bậc thang không nhiều nhưng cũng là một trong những giá trị làm phong phú thêm tài nguyên của khu du lịch Mộc Châu. Ruộng bậc thang chủ yếu thuộc địa phận Pha Phách, Nà Kiến (Đông Sang); Chiềng Khừa, Pha Luông, suối Tính (Chiềng Sơn),... trong đó được đánh giá đẹp nhất là khu ruộng bậc thang thuộc Bản Nà Sàng, xã Chiềng Xuân, huyện Vân Hồ. Đây là những giá trị tài nguyên có tiềm năng để phát triển du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp nông thôn, du lịch cộng đồng.

- *Những cánh đồng hoa cải trắng*: Hoa cải trắng được trồng rộng khắp cao nguyên Mộc Châu, nở rộ nhất từ đầu tháng 11 đến tháng 12 hàng năm. Đây là tài nguyên du lịch đặc trưng, tạo sức hấp dẫn riêng có của Khu du lịch quốc gia Mộc Châu.

- *Đỉnh núi Pha Luông hùng vĩ - xã Chiềng Sơn, huyện Mộc Châu, Sơn La*: nằm gần khu vực biên giới Việt - Lào, cách trung tâm thị trấn Mộc Châu chừng 40 km, nằm

trong top 19 điểm du lịch Tây Bắc đẹp hoang sơ với khung cảnh núi non hùng vĩ, hòa trong những đám mây mờ ảo. Đỉnh Pha Luông hiện đang được Tập đoàn Sun Group đề xuất chủ trương, điều chỉnh quy hoạch, lập Đồ án quy hoạch chi tiết và triển khai đầu tư dự án Cáp treo tại đây. Đỉnh Pha Luông có tiềm năng trở thành sản phẩm du lịch cao cấp tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu.

- *Suối khoáng nóng Chiềng Yên - Vân Hồ*: Suối khoáng nóng ở Bản Phụ Mẫu - Chiềng Yên - Vân Hồ - Sơn La (cách TT Mộc Châu khoảng 25 km, gần phía về Hòa Bình, Hà Nội) nằm ngay dưới chân núi Bò, có nhiệt độ trung bình từ 35-40 độ C, rất có lợi cho sức khỏe. Đây là tài nguyên quý giá để phát triển sản phẩm chăm sóc sức khỏe kết hợp với nhiều sản phẩm du lịch hấp dẫn khác tại Chiềng Yên như du lịch cộng đồng, trải nghiệm với Suối cá ở bản Bướn vẫn còn nguyên sơ, có một không hai được người dân bảo vệ, không đánh bắt...

Thiên nhiên đã ưu đãi cho khu du lịch Mộc Châu hệ thống tài nguyên du lịch tự nhiên độc đáo, phong phú và ấn tượng. Năm 2022–2023, Khu du lịch Mộc Châu liên tục được Tổ chức Giải thưởng Du lịch Thế giới (World Travel Awards) bình chọn đạt giải thưởng: “*Điểm đến Thiên nhiên hàng đầu Việt Nam*”; “*Điểm đến Thiên nhiên Khu vực hàng đầu Châu Á*” và “*Điểm đến Thiên nhiên khu vực hàng đầu thế giới*”; “*Điểm đến Thiên nhiên địa phương hàng đầu thế giới*”. Năm 2024: Được vinh danh *Điểm đến thiên nhiên hàng đầu Việt Nam 2024* và *Điểm đến thiên nhiên hàng đầu châu Á 2024*. Năm 2025, lần thứ tư liên tiếp nhận danh hiệu *Điểm đến thiên nhiên hàng đầu châu Á 2025*; đồng thời tiếp tục được trao danh hiệu *Điểm đến thiên nhiên hàng đầu thế giới 2025, đánh dấu lần thứ ba đạt giải cấp thế giới (2022, 2023, 2025)*. Các danh hiệu này đã minh chứng cho hệ thống tài nguyên du lịch tự nhiên đặc sắc của Khu du lịch Mộc Châu, rất có giá trị trong khai thác và đa dạng sản phẩm du lịch, góp phần phát triển du lịch của huyện Mộc Châu, huyện Vân Hồ nói riêng và của tỉnh Sơn La nói chung.

2.1.3 Tài nguyên du lịch văn hóa

Tài nguyên du lịch văn hóa Mộc Châu là vùng đất chứa đựng những giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể giàu tiềm năng cho phát triển du lịch. Trong khu du lịch hiện có: 04 di tích cấp quốc gia (di tích danh lam thắng cảnh Hang Dơi; di tích

lịch sử Đồn Mộc Ly; di tích lịch sử địa điểm lưu niệm Trung đoàn 52 Tây Tiến; di tích khảo cổ hang mộ Tạng Mè) và gần 20 di tích cấp tỉnh. Nơi đây còn lưu giữ nhiều giá trị văn hóa đặc sắc đồng bào các dân tộc Thái, Mông, Dao, Xinh Mun, La Ha, Mường... với 07 di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia (nghĩ lễ Lập tỉnh của người Dao; nghệ thuật múa xòe của người Thái; lễ hội Hết Chá của người Thái; nghệ thuật múa khèn của người Mông; lễ cúng dòng họ của người Mông; nghĩ lễ truyền thống trong lễ cưới của người Dao tiền; nghệ thuật tạo hoa văn trên vải của người Mông Hoa), trong đó có 01 di sản văn hóa đã được UNESCO ghi danh vào danh sách Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại là Nghệ thuật Xòe Thái. Nhiều làng, bản dân tộc còn giữ được những giá trị sinh hoạt văn hóa truyền thống: kiến trúc nhà ở truyền thống của đồng bào các dân tộc; nghề truyền thống (dệt thổ cẩm, nghề đan mây tre), lễ hội truyền thống (lễ hội hoa ban, lễ cấp sắc, lễ hết chá, lễ cúng dòng họ, lễ cầu an, lễ mừng cơm mới, lễ cầu mùa ...), ẩm thực truyền thống (gà nướng, Pa pỉnh tộp, canh bon, thịt hun khói, canh chua, cá giăng, xôi ngũ sắc, bê chao, rượu men lá rừng...), cùng với các sản vật đặc trưng của Mộc Châu như: các sản phẩm từ sữa, chè Ô long, dâu tây, mận... Đây là những tài nguyên có thể khai thác tốt cho phát triển du lịch, đặc biệt là loại hình du lịch cộng đồng. Một số bản làng có tiềm năng cho phát triển loại hình du lịch cộng đồng tại Sơn La như: bản Áng (xã Đông Sang), bản Tà Sọ (xã Chiềng Hắc), bản Vặt (xã Mường Sang) thuộc huyện Mộc Châu; bản Phụ Mầu, bản Hua Tật, bản Chiềng Đi (xã Vân Hồ) thuộc huyện Vân Hồ,...

Tài nguyên du lịch cấp quốc gia và một số giá trị tài nguyên du lịch văn hóa tiêu biểu cho phát triển du lịch của khu du lịch quốc gia Mộc Châu:

- Di tích lịch sử địa điểm lưu niệm Trung đoàn 52 Tây Tiến: thuộc tiểu khu 12, thị trấn Mộc Châu, huyện Mộc Châu. Trung đoàn 52 Tây Tiến được thành lập vào năm 1947 (tiền thân là Đại đội Vệ quốc đoàn), có nhiệm vụ phối hợp với quân đội Lào bảo vệ vững chắc vùng biên giới của Tổ quốc. Hiện nay, tại khu vực di tích có các công trình: nhà truyền thống, khu tường niệm chính (Văn bia), khu vực nhà bia ghi danh, khu hoài niệm (Đài quan sát). Mỗi hạng mục trong khu di tích đều gắn với những câu chuyện, kỷ niệm và chiến công của đoàn quân Tây Tiến. Khu di tích

Trung đoàn 52 Tây Tiến là một trong những điểm tài nguyên có thể khai thác cho các sản phẩm du lịch như: tham quan, tìm hiểu về di tích lịch sử cách mạng; các chương trình du lịch gắn với giáo dục về truyền thống đấu tranh cách mạng, tri ân các anh hùng liệt sĩ; du lịch hoài niệm... Di tích đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận là di tích cấp quốc gia (theo Quyết định số 4012/QĐ-BVHTTDL ngày 25/10/2017).

- Di tích khảo cổ hang mộ Tạng Mè: nằm ở bản Lồi, xã Suối Bàng, huyện Vân Hồ. Hang Tạng Mè với những giá trị về lịch sử văn hóa tín ngưỡng, là tư liệu quý về nhân chủng học, Hang mộ Tạng Mè đã được Bộ Văn hóa thể thao và Du lịch công nhận là di tích cấp quốc gia (theo Quyết định số 523/QĐ-BVHTTDL ngày 05/3/2014). Di tích rất có giá trị khai thác phát triển thành các dòng sản phẩm để phục vụ phân khúc thị trường khách đặc biệt có nhu cầu du lịch kết hợp với nghiên cứu tìm hiểu các di tích, di chỉ khảo cổ, góp phần đa dạng hóa sản phẩm, vừa tăng khả năng thu hút khách du lịch đến với khu du lịch Mộc Châu. Tuy nhiên, để khai thác di tích khảo cổ Hang Mè trở thành một điểm đến, một sản phẩm du lịch sẽ còn nhiều trở ngại, hiện nay di tích gần như chưa có hoạt động khai thác du lịch chính thức, các hoạt động chỉ dừng lại ở mức tự phát, chưa có ban quản lý di tích để quản lý và bảo tồn di tích; đường giao thông đến di tích còn khó khăn, không đảm bảo an toàn; chưa có các dịch vụ du lịch,...

- Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại “Nghệ thuật Xòe Thái”

Nghệ thuật Xòe Thái là một trong 13 di sản văn hóa phi vật thể của Việt Nam, được UNESCO công nhận vào năm 2021. Đây là một hình thức sinh hoạt không thể thiếu trong các hoạt động văn hóa, đời sống tinh thần của cộng đồng người Thái. Di sản văn hóa phi vật thể Xòe Thái là tài nguyên có giá trị cho phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng gắn với trải nghiệm văn hóa nghệ thuật dân gian tại các bản làng sinh sống của người Thái trong khu du lịch Mộc Châu.

Với các giá trị tài nguyên phong phú, độc đáo mang đến tiềm năng để phát triển sản phẩm du lịch cho Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu. Tuy nhiên, hiện trạng khai thác tài nguyên cho phát triển du lịch thời gian qua vẫn chưa phát huy hết giá trị và nội lực vốn có. Để khu du lịch Mộc Châu trở thành một điểm đến hấp dẫn, trong thời

gian tới cần đẩy mạnh khai thác trên nguyên tắc bảo tồn và phát huy các giá trị tài nguyên độc đáo, riêng có của Mộc Châu, xây dựng các sản phẩm du lịch mới mang tính đặc thù, đồng thời chú trọng đầu tư hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, đưa Mộc Châu thực sự trở thành khu du lịch quốc gia trọng điểm của cả nước.

2.1.4 Cơ sở vật chất kỹ thuật hạ tầng

Hạ tầng du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu phát triển nhanh, bền vững với 350 cơ sở lưu trú trong đó có 54 cơ sở lưu đã được xếp hạng sao và đánh giá đạt chuẩn phục vụ khách du lịch (08 khách sạn từ 1 - 3 sao và 1 khách sạn 4 sao; 01 homestay đạt tiêu chuẩn ASEAN năm 2020-2021; 42 cơ sở lưu trú du lịch đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch); có 396 cơ sở phục vụ ăn uống trong đó có 03 cơ sở ăn uống đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch; có 58 cơ sở mua sắm phục vụ khách du lịch trong đó có 02 cơ sở mua sắm đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch. Năm 2023 thu hút trên 2,5 triệu lượt khách du lịch, tổng thu du lịch đạt gần 3.000 tỷ đồng (Tourism Malaysia, 2023).

Nhiều khu, điểm, cơ sở dịch vụ du lịch đã được đầu tư có hạ tầng đồng bộ, đáp ứng tốt yêu cầu phát triển du lịch như:

- (1) Khu du lịch Rừng thông bản Áng với diện tích trên 70ha, có hồ nước, rừng thông, khu nghỉ dưỡng khu vui chơi giải trí;
- 2) Khu du lịch Mộc Châu Iland có cầu kính Bạch Long dài nhất thế giới, khu nhà tre rộng nhất Việt Nam có sức chứa 1.200 người, Khách sạn đoàn tàu độc đáo, khu nghỉ các vì sao, khu vui chơi giải trí, dịch vụ xe điện, là điểm nhấn thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế.
- (3) Điểm du lịch Thác Dải yếm có cảnh quan và hệ thống hạ tầng đồng bộ, có cầu kính tình yêu độc đáo, khu giới thiệu sản phẩm các dân tộc và nhiều điểm check-in hấp dẫn...
- (4) Homestay A Chu với sự khác biệt được thiết kế bằng các vật liệu thiên nhiên, phòng nghỉ thân thiện, phòng tắm ngoài trời, trải nghiệm làm bánh dày, giao lưu văn nghệ cộng đồng cùng gia đình A Chu.

(5) Khu nghỉ dưỡng The Nordic Village tại bản Hua Tạt, xã Vân Hồ. Có thể nói đây là một trong những hạ tầng du lịch cao cấp nằm ở giữa rừng thông xanh ngát với những homestay có kiến trúc độc đáo như các ngôi làng ở Bắc Âu, có thể đáp ứng các yêu cầu ăn, nghỉ, các dịch vụ và trải nghiệm của khách du lịch cao cấp.

(6) Tổ hợp nghỉ dưỡng và vui chơi giải trí Happy Land Mộc Châu, là điểm du lịch bao trọn một thung lung lũng rộng lớn ở bản Lùn, xã Mường Sang, huyện Mộc Châu với đầy đủ hạ tầng và dịch vụ du lịch để phục vụ khách du lịch (gồm đầy đủ dịch vụ lưu trú, ăn uống, mua sắm tham quan ngắm cảnh, chụp ảnh, vui chơi giải trí...)

Khu du lịch Mộc Châu hiện có 396 cơ sở kinh doanh ăn uống, có khả năng phục vụ trên 3 triệu lượt khách/năm. Trong số các cơ sở ăn uống hiện có, nhiều cơ sở ăn uống được phân bố trong các khách sạn đạt tiêu chuẩn 3-4 sao như khách sạn Mường Thanh, Thảo Nguyên resort. Một số nhà hàng tiêu biểu trên địa bàn Khu du lịch quốc gia 36 Mộc Châu sức chứa trên 500.000 lượt khách/năm như nhà hàng Đông Hải, nhà hàng ẩm thực Tuấn Gù, nhà hàng Cá Hồi Hang Dơi, nhà hàng Cá Hồi 64, Khách sạn Mường Thanh Mộc Châu, Khu du lịch Mộc Châu Island, Resort Thảo Nguyên... Về các khu mua sắm, hiện nay ở Mộc Châu đã có 250 cơ sở mua sắm, với nhiều mặt hàng phong phú, đa dạng; trong đó có 20 khu kinh doanh dịch vụ mua sắm được công nhận đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch.

Hiện Mộc Châu có khoảng 28 cơ sở kinh thể thao. Trong đó có sân vận động trung tâm huyện, sức chứa 5.000 người; sân vận động Công ty sữa Mộc Châu sức chứa 10.000 người; sân thể thao Thị trấn nông trường, sức chứa 500 người; sân bóng nhân tạo có 15 sân tại các xã, thị trấn; các khu điểm có cơ sở thể thao như khách sạn Mường Thanh, khách sạn và Reasot Thảo Nguyên, khách sạn Công đoàn... Có 3 sân tennis đạt tiêu chuẩn (ở Khách sạn Sao Xanh, Khách sạn Thảo Nguyên, Khách sạn Công đoàn).

Cơ sở vật chất kỹ thuật và hạ tầng du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu được đầu tư tương đối đồng bộ, với hệ thống lưu trú, nhà hàng, khu vui chơi giải trí, mua sắm và các điểm du lịch đáp ứng khá tốt nhu cầu của lượng khách ngày càng gia tăng. Nhiều công trình hiện đại đã góp phần nâng cao sức hấp dẫn và năng lực phục vụ của điểm đến. Tuy nhiên, chất lượng dịch vụ và mức độ đồng bộ giữa các hạng

mục vẫn chưa thật sự đồng đều; do đó cần tiếp tục nâng cấp cơ sở vật chất, đa dạng hóa tiện ích và nâng cao tiêu chuẩn phục vụ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu trải nghiệm ngày càng cao.

2.1.5 Nhân lực du lịch

Cùng với sự phát triển của ngành du lịch, nguồn nhân lực phục vụ du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu ngày càng gia tăng về số lượng. Lực lượng lao động tham gia hoạt động du lịch bao gồm lao động tại các cơ sở lưu trú, nhà hàng, khu, điểm du lịch, doanh nghiệp lữ hành và cộng đồng dân cư tham gia cung cấp các dịch vụ du lịch cộng đồng, homestay, ẩm thực và bán sản phẩm địa phương. Sự phát triển của du lịch đã tạo thêm nhiều việc làm, góp phần chuyển dịch cơ cấu lao động địa phương từ nông nghiệp sang lĩnh vực dịch vụ.

Trong những năm gần đây, chất lượng nguồn nhân lực du lịch tại Mộc Châu từng bước được nâng cao thông qua các chương trình đào tạo, tập huấn nghiệp vụ và bồi dưỡng kỹ năng phục vụ khách du lịch. Đội ngũ lao động đã có sự cải thiện về nhận thức, kỹ năng giao tiếp và khả năng tham gia vào các hoạt động kinh doanh du lịch. Bên cạnh đó, sự tham gia của cộng đồng dân cư trong phát triển du lịch cộng đồng đã góp phần khai thác hiệu quả các giá trị văn hóa bản địa và nâng cao thu nhập cho người dân.

Tuy nhiên, nguồn nhân lực du lịch tại Mộc Châu vẫn còn một số hạn chế. Tỷ lệ lao động được đào tạo chuyên sâu về du lịch chưa cao; trình độ ngoại ngữ, kỹ năng quản lý và kỹ năng phục vụ khách quốc tế còn hạn chế. Chất lượng lao động giữa các cơ sở kinh doanh du lịch chưa đồng đều, đặc biệt tại các điểm du lịch cộng đồng và cơ sở kinh doanh nhỏ lẻ. Đây là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ và khả năng nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch địa phương.

2.1.6 Nhu cầu thị trường

Nhu cầu du lịch đối với Khu du lịch quốc gia Mộc Châu có xu hướng tăng trưởng mạnh trong những năm gần đây. Với lợi thế về khí hậu mát mẻ quanh năm, cảnh quan thiên nhiên đặc sắc, hệ thống tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa phong phú, Mộc Châu đã trở thành điểm đến hấp dẫn đối với khách du lịch trong nước và

quốc tế. Năm 2023, khu du lịch quốc gia Mộc Châu đón khoảng 2,5 triệu lượt khách, chiếm hơn 53% tổng lượng khách du lịch đến tỉnh Sơn La (Ủy ban nhân dân thị xã Sa Pa, 2023), cho thấy sức hút lớn của điểm đến này trên thị trường du lịch vùng Tây Bắc.

Thị trường khách du lịch đến Mộc Châu chủ yếu là khách nội địa đến từ Hà Nội và các tỉnh đồng bằng Bắc Bộ, với mục đích tham quan, nghỉ dưỡng, trải nghiệm thiên nhiên và khám phá văn hóa bản địa. Bên cạnh đó, nhu cầu trải nghiệm các sản phẩm du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp, du lịch cộng đồng và du lịch nghỉ dưỡng ngày càng gia tăng, phù hợp với lợi thế tài nguyên của địa phương. Hiện nay, Mộc Châu đã hình thành nhiều nhóm sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách như du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, du lịch nghỉ dưỡng và du lịch chuyên đề.

Mặc dù lượng khách và doanh thu du lịch tăng trưởng khá nhanh, nhu cầu của thị trường ngày càng hướng tới các sản phẩm có chất lượng cao, mang tính trải nghiệm và cá nhân hóa. Điều này đòi hỏi các sản phẩm du lịch tại Mộc Châu phải không ngừng được hoàn thiện về chất lượng dịch vụ, nội dung trải nghiệm và khả năng đáp ứng các phân khúc khách hàng khác nhau. Đồng thời, thực tế cho thấy thời gian lưu trú và mức chi tiêu của khách du lịch vẫn chưa tương xứng với tiềm năng của điểm đến, phản ánh yêu cầu tiếp tục đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch trong thời gian tới.

2.2. Thực trạng sản phẩm du lịch của Khu du lịch quốc gia Mộc Châu

Khu du lịch quốc gia Mộc Châu đã hình thành và phát triển 05 nhóm sản phẩm du lịch hết sức đặc sắc và hấp dẫn, từng bước tạo nên thương hiệu nổi tiếng cho du lịch Tây Bắc nói chung, Sơn La nói riêng, cụ thể:

2.2.1. Sản phẩm du lịch sinh thái, nông nghiệp

Du lịch sinh thái dựa vào thiên nhiên, gắn với bản sắc văn hóa địa phương, có sự tham gia của cộng đồng dân cư, kết hợp giáo dục về bảo vệ môi trường, những hành động tham quan, ngoạn cảnh, dã ngoại, khám phá, cảm thụ nhạy cảm thiên nhiên, làng bản...vv, có trách nhiệm đối với môi trường, vừa phát triển vừa bảo tồn, giảm

thiểu tác động tiêu cực đến môi trường; bảo vệ không gian thiên nhiên và các giá trị văn hóa của quá khứ và hiện tại trong đó; tạo các ảnh hưởng tích cực về mặt kinh tế - xã hội cho cộng đồng địa phương, quản lý và bảo vệ, làm giàu hệ sinh thái đang triển khai thực hiện hiệu quả trong các khu, điểm, tour, tuyến du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu.

Không gian du lịch sinh thái ở Khu du lịch quốc gia Mộc Châu phong phú đa dạng, với hai nhóm chính: (1) Du lịch sinh thái thiên nhiên dựa vào tài nguyên thiên nhiên tham quan trải nghiệm với những cánh đồng cỏ, cánh đồng chè, hoa cải, những đồi hoa Ban, những dãy núi hùng vĩ, thác nước (thác Dải Yếm); (2) Du lịch sinh thái rừng Xuân Nha, Pa Cốp...

Du lịch nông nghiệp đang rất phát triển tại Khu du lịch Mộc Châu, là một loại hình du lịch phục vụ khách du lịch dựa trên nền tảng của hoạt động sản xuất nông nghiệp với mục tiêu giải trí hoặc giáo dục. Du khách được trải nghiệm các hoạt động như thăm quan trang trại nuôi trồng các sản phẩm nông nghiệp, thu hoạch nông sản và tìm hiểu về đời sống các loài vật nuôi hoặc tham gia quá trình sản xuất nông nghiệp, gắn với trải nghiệm và giáo dục phù hợp với các nhóm trẻ em, học sinh, sinh viên và với đối tượng khách du lịch có nhu cầu trải nghiệm hoạt động du lịch xanh. Một số địa điểm và hoạt động du lịch nông nghiệp đã và đang thu hút khách du lịch như: hái dâu tây và thưởng thức các sản phẩm từ dâu tây VietGAP tại Chimi Farm 1, Chimi Farm 2, Hoa Mộc Châu Farm, trải nghiệm thăm vườn mận, vườn mơ mùa hoa và thu hoạch quả tại thung lũng mận Nà Ka, Thung lũng mận Mu Nấu, trải nghiệm chăm sóc bò sữa như một người nông dân chính hiệu vô cùng thú vị tại Trang Trại Du Lịch Bò Sữa Dairy Farm (Mộc Châu), trải nghiệm hái chè và sản xuất chè tại khu đồi chè trái tim hay làng chè Mộc Châu...Loại hình du lịch này còn gắn với các sự kiện du lịch gắn với trải nghiệm sản phẩm nông nghiệp như: Ngày hội hái quả (tại Thung lũng mận Nà Ka), hội chè cao nguyên, hội thi Hoa hậu Bò sữa (Mộc Châu)...

2.2.2 Sản phẩm du lịch văn hóa, lịch sử

Du lịch văn hóa, lịch sử cũng là một trong những sản phẩm du lịch hấp dẫn tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, đó là hoạt động khám phá, trải nghiệm, nghiên cứu, mở

rộng kiến thức, kinh nghiệm hiểu biết về các giá trị văn hóa dân tộc; phong tục, tập quán, ca dao tục ngữ, dân ca, dân vũ, dân nhạc, phát huy giá trị di tích lịch sử - văn hóa.

Du lịch văn hoá, lịch sử tại Khu du lịch Mộc Châu có 04 nhóm: (1) Lễ hội truyền thống đặc sắc (Lễ hội Hoa Ban, Lễ Hết Chá; Lễ hội Cầu Mưa); (2) Các giá trị kiến trúc, nghệ thuật (Khu du lịch Mộc Châu có 11 di sản văn hóa, trong đó có 04 di sản văn hóa vật thể và 07 di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia); (3) Các giá trị văn hoá dân gian, nếp sống nương rẫy, trang phục của đồng bào dân tộc (tại các bản du lịch cộng đồng, homestay, chợ phiên, ngày hội văn hóa các dân tộc...); (4). Các giá trị lịch sử, cách mạng tại Sơn La (Di tích lịch sử lưu niệm Trung đoàn Tây Tiến, Đồn Mộc Ly)

2.2.3 Sản phẩm du lịch cộng đồng

Du lịch cộng đồng là “loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi”; đây là một hình thái du lịch dựa trên những giá trị về văn hóa của cộng đồng; được phát triển bởi cộng đồng dân cư tự thực hiện, tổ chức, quản lý và khai thác phục vụ du khách nghỉ dưỡng và khám phá về các lịch sử văn hóa, ẩm thực hay thăm quan thắng cảnh, nét đẹp của văn hóa bản địa. Loại hình này đang được phát triển mạnh và đặc biệt phù hợp với cộng đồng dân tộc thiểu số. Du lịch cộng đồng nổi bật là sự khai thác những giá trị văn hóa và truyền thống của vùng miền; thưởng thức những đặc sản truyền thống đến từ nền văn hóa ẩm thực, làng nghề; khách tham quan được hòa mình vào với thiên nhiên, mang tới các trải nghiệm bình yên, thú vị và tạo một không gian thoải mái, trong lành tại các vùng quê. .

Khu du lịch Mộc Châu với 12 dân tộc có lịch sử phát triển lâu đời, giàu bản sắc dân tộc, có phong tục tập quán và không gian sống đặc sắc ...nên rất thích hợp phát triển loại hình du lịch này nhằm nâng cao mức sống của dân cư cũng như đóng góp vào chuỗi giá trị sản phẩm du lịch của tỉnh. Hiện nay, Khu du lịch Mộc Châu đã có nhiều bản du lịch cộng đồng tiêu biểu như: Bản Hua Tát xã Vân Hồ (huyện Vân Hồ); bản Áng xã Đông Sang, bản Dọi xã Tân Lập, bản Vặt xã Mường Sang, Bản Tà Sủi xã Chiềng Hắc (huyện Mộc Châu)...

2.2.4 Sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng, giải trí và sức khỏe.

Du lịch nghỉ dưỡng là loại hình du lịch giúp cho con người phục hồi sức khỏe và lấy lại tinh thần sau những ngày làm việc mệt mỏi, những căng thẳng thường xuyên xảy ra trong cuộc sống hàng ngày; ngoài ra còn có thể kết hợp với việc bồi bổ sức khỏe hoặc chữa bệnh; không gian cho loại du lịch này thường là nơi có khí hậu tốt, không khí trong lành, cảnh thiên nhiên tươi đẹp và có nhiều dịch vụ chăm sóc sức khỏe cũng như thư giãn, chăm sóc sắc đẹp, phục hồi sức khỏe...

Khu du lịch Mộc Châu là nơi có khí hậu trong lành, mát mẻ, có suối khoáng nóng, có nhiều cơ sở dịch vụ chăm sóc sức khỏe, tắm thuốc, vì vậy rất phù hợp với du lịch nghỉ dưỡng, sinh thái, văn hóa, chữa bệnh...nhiều cơ sở dịch vụ du lịch, cơ sở lưu trú du lịch, homestay được đầu tư, xây dựng đã và đang phục vụ tốt nhu cầu nghỉ dưỡng của khách du lịch.

Theo hướng gắn phát triển Du lịch vui chơi giải trí: trước đây du khách đi du lịch với mục đích tham quan, khám phá những địa danh, danh lam thắng cảnh, văn hóa, tôn giáo, nếp sống của con người tại vùng đất đó. Thì ngày nay với sự phát triển kinh tế-xã hội, mục đích du lịch của du khách có sự thay đổi thay vì tham quan khám phá thì sẽ hướng về nghỉ dưỡng, tính vui chơi giải trí cao hơn. Năm bắt được xu thế đó, các khu, điểm du lịch trên địa bàn Khu du lịch Mộc Châu đang đầu tư, phát triển tham quan ngắm cảnh gắn với nhiều loại hình vui chơi giải trí giúp du khách có nhiều sự lựa chọn hơn (Khu du lịch Mộc Châu Island, xã Mường Sang, huyện Mộc Châu - với điểm nhấn là cầu kính Bạch Long, thì ở đây còn có nhiều dịch vụ vui chơi giải trí đang được đầu tư: nhà hàng Tabamboo được dựng từ 60.000 cây tre tầm vông, tham quan hang động Chim Thần, Zipline, đường trượt Air Sline, khu vui chơi ngoài trời Bouncing Clound...Khu du lịch Happy Land Mộc Châu (ở đây du khách có thể thăm quan, chụp ảnh với các thảm hoa rực rỡ sắc màu, trải nghiệm chợ phiên vùng cao, trang trại cừu happy fam và thử thách bản thân với nhiều trò chơi mạo hiểm như trò chơi bóng lăn cỏ, lăn nước...); Khu du lịch Rừng thông bản Áng (Phonix Mộc Châu, với Khu nhà kính nông nghiệp công nghệ cao được đầu tư hiện đại áp dụng công nghệ và kỹ thuật tiên tiến tạo ra những sản phẩm nông nghiệp lần

đầu tiên xuất hiện tại Mộc Châu như: dâu tây Nhật Bản, dưa Nam Mỹ, dưa Pepino, cà chua Cherry, rau thủy canh,...Nhà tập Golf 3 tầng với tổng diện tích 800m², khu du lịch tâm linh, khu vui chơi cảm giác mạnh); Khu chợ đêm Mộc Châu...

2.2.5 Sản phẩm du lịch chuyên đề (thể thao; hội thảo, hội nghị, ẩm thực...và du lịch đồng đội - teambuilding).

Du lịch chuyên đề là hình thái du lịch tham quan, vui chơi giải trí kết hợp học tập tìm hiểu chuyên sâu một vấn đề nào đó, chẳng hạn như: Du lịch thể thao, du lịch hội thảo hội nghị, du lịch ẩm thực... du lịch đồng đội - teambuilding là cầu nối mang mọi người đến gần nhau để cùng đạt được mục tiêu chung, tăng tính đoàn kết nội bộ, nâng cao tinh thần tập thể.... Hiện Mộc Châu có đủ các tài nguyên du lịch như sinh thái, văn hóa lịch sử, nghỉ dưỡng chữa bệnh và hệ thống hạ tầng xã hội khác đủ điều kiện để phát triển loại hình du lịch này. Nhiều năm trở lại đây, Mộc Châu đã tổ chức thành công giải marathon đường mòn Việt Nam thu hút hàng ngàn vận động viên và khách du lịch trong, ngoài nước đến với Mộc Châu tham gia trải nghiệm; ngoài ra còn có sản phẩm du lịch Mộc Châu siêu vườn trường đã thu hút hàng ngàn học sinh, sinh viên các trường trong và ngoài tỉnh đến trải nghiệm thực tế về hoạt động sản xuất nông nghiệp, hoạt động giáo dục truyền thống thông qua các di tích lịch sử.

2.3 Các phương pháp nghiên cứu

2.3.1 Phương pháp nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính được thực hiện nhằm khám phá, bổ sung và làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La; đồng thời đánh giá thực trạng phát triển sản phẩm du lịch dưới góc nhìn của các chủ thể có kinh nghiệm và hiểu biết thực tiễn về hoạt động du lịch tại địa phương. Kết quả nghiên cứu định tính được sử dụng làm cơ sở để kiểm tra mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu đề xuất, hoàn thiện hệ thống biến quan sát và xây dựng bảng hỏi phục vụ nghiên cứu định lượng.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu bán cấu trúc đối với 20 đối tượng, gồm 08 chuyên gia du lịch và 12 đại diện doanh nghiệp du lịch. Các chuyên gia được

lựa chọn là những người có chuyên môn, kinh nghiệm nghiên cứu, quản lý hoặc hoạt động trong lĩnh vực du lịch; nhóm doanh nghiệp gồm những người đang trực tiếp tham gia quản lý, kinh doanh và phát triển các sản phẩm, dịch vụ du lịch. Danh sách đối tượng phỏng vấn được mã hóa từ CG1 đến CG8 đối với nhóm chuyên gia và từ DN1 đến DN12 đối với nhóm doanh nghiệp. Thành phần mẫu có sự đa dạng về trình độ chuyên môn và kinh nghiệm thực tiễn, trong đó 50% có trình độ đại học, 35% sau đại học và 15% thuộc các trình độ khác; 45% có từ 5–10 năm kinh nghiệm và 30% có trên 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch.

Nội dung phỏng vấn tập trung vào các vấn đề liên quan đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, gồm: mức độ đa dạng hóa sản phẩm; khả năng hình thành và phát triển sản phẩm du lịch đặc thù; phát triển các sản phẩm và dịch vụ bổ trợ; hoạt động xúc tiến, quảng bá và định vị thương hiệu; cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật; nguồn nhân lực du lịch; bảo vệ và khai thác tài nguyên du lịch; liên kết giữa các chủ thể trong phát triển sản phẩm; và cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển du lịch. Nội dung này được thể hiện trong bảng hướng dẫn phỏng vấn sâu tại Phụ lục 2 của luận văn.

Các cuộc phỏng vấn được tiến hành theo hình thức trực tiếp hoặc trực tuyến tùy điều kiện thực tế, với thời lượng dự kiến từ 30–45 phút. Trong quá trình phỏng vấn, người nghiên cứu sử dụng các câu hỏi gợi mở nhằm khuyến khích đối tượng được hỏi chia sẻ quan điểm, kinh nghiệm và những nhận định cụ thể về thực trạng phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu.

Thông tin thu thập được ghi chép, tổng hợp và xử lý bằng phương pháp phân tích nội dung (Content Analysis). Các ý kiến có nội dung tương đồng được mã hóa, phân loại và nhóm thành các chủ đề nghiên cứu. Trên cơ sở đó, nghiên cứu nhận diện những vấn đề nổi bật, những hạn chế, nguyên nhân và các định hướng ưu tiên trong phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu.

Kết quả nghiên cứu định tính cho thấy các chuyên gia và doanh nghiệp tương đối thống nhất về những lợi thế của Mộc Châu, đồng thời chỉ ra các vấn đề cần quan tâm như đa dạng hóa và tạo tính đặc thù cho sản phẩm, phát triển dịch vụ bổ trợ,

nâng cao chất lượng hạ tầng và nguồn nhân lực, tăng cường xúc tiến quảng bá, bảo vệ tài nguyên, củng cố liên kết và hoàn thiện cơ chế chính sách.

Trên cơ sở các kết quả trên, nghiên cứu định tính được sử dụng để rà soát sự phù hợp của các yếu tố trong mô hình nghiên cứu với thực tiễn địa bàn Mộc Châu, đồng thời làm căn cứ hoàn thiện các biến quan sát và bảng hỏi trước khi tiến hành khảo sát định lượng. Kết quả định tính cũng là nguồn thông tin quan trọng để kết hợp với kết quả định lượng trong việc đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu.

2.3.2 Phương pháp nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu định lượng được thực hiện nhằm lượng hóa mức độ đánh giá của khách du lịch đối với các yếu tố liên quan đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu; đồng thời kiểm định mô hình nghiên cứu và xác định mức độ tác động của từng yếu tố đến phát triển sản phẩm du lịch tại địa bàn nghiên cứu. Nghiên cứu định lượng được triển khai sau nghiên cứu định tính nhằm kiểm chứng bằng dữ liệu thực nghiệm những vấn đề đã được nhận diện từ cơ sở lý luận và kết quả phỏng vấn chuyên gia, doanh nghiệp.

Đối tượng và phương pháp chọn mẫu. Đối tượng khảo sát là khách du lịch Việt Nam đã và đang tham quan, trải nghiệm các sản phẩm và dịch vụ du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu. Đây là nhóm đối tượng có trải nghiệm trực tiếp với điểm đến, do đó có khả năng cung cấp những đánh giá thực tế về tài nguyên, dịch vụ, hạ tầng, nhân lực, an toàn, hoạt động xúc tiến quảng bá, nhu cầu thị trường và các yếu tố liên quan đến phát triển sản phẩm du lịch.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, thông qua việc tiếp cận khách du lịch tại các điểm tham quan, cơ sở lưu trú và các cơ sở dịch vụ du lịch trên địa bàn Mộc Châu. Việc lựa chọn phương pháp này phù hợp với điều kiện tiếp cận đối tượng khảo sát tại điểm đến và đặc điểm của nghiên cứu thực nghiệm trong lĩnh vực du lịch.

Trong quá trình khảo sát, tác giả phát ra 250 phiếu, sau khi kiểm tra và sàng lọc thu được 233 phiếu hợp lệ, đạt tỷ lệ 93,2%, được sử dụng cho các bước xử lý và phân

tích dữ liệu. Mẫu khảo sát có sự phân bố tương đối đa dạng về giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập và trình độ học vấn.

Thiết kế bảng hỏi và thang đo. Bảng hỏi được xây dựng trên cơ sở tổng hợp các nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm trước đây, kết hợp với kết quả nghiên cứu định tính và đặc điểm thực tế của Khu du lịch quốc gia Mộc Châu. Mô hình nghiên cứu chính thức gồm 09 yếu tố độc lập: (1) Nhu cầu của khách du lịch; (2) Tài nguyên du lịch; (3) Dịch vụ du lịch; (4) Hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật; (5) Nhân lực du lịch; (6) An toàn du lịch; (7) Sự tham gia của cộng đồng địa phương; (8) Xúc tiến và quảng bá du lịch; và (9) Cơ chế chính sách và quản lý. Biến phụ thuộc của mô hình là Phát triển sản phẩm du lịch. Hệ thống biến quan sát được kế thừa từ các nghiên cứu trước và điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu tại Mộc Châu. Các biến quan sát được đo lường bằng thang đo Likert 5 mức độ, trong đó: (1) Rất không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Bình thường; (4) Đồng ý; và (5) Rất đồng ý. Thang đo được sử dụng để lượng hóa mức độ đánh giá của khách du lịch đối với các phát biểu phản ánh từng yếu tố trong mô hình nghiên cứu.

Quy trình thu thập và xử lý dữ liệu. Bảng hỏi được phát trực tiếp cho khách du lịch tại các điểm du lịch, cơ sở lưu trú và các cơ sở dịch vụ du lịch trên địa bàn Mộc Châu. Sau khi thu thập, các phiếu được kiểm tra và sàng lọc nhằm loại bỏ các phiếu không hợp lệ hoặc thiếu thông tin. Các phiếu hợp lệ được mã hóa và nhập dữ liệu để phục vụ phân tích thống kê.

Phương pháp phân tích dữ liệu. Trên cơ sở 233 quan sát hợp lệ, nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS để hỗ trợ xử lý và thống kê dữ liệu, đồng thời sử dụng SmartPLS để thực hiện phân tích mô hình phương trình cấu trúc bình phương tối thiểu từng phần (PLS-SEM). PLS-SEM được lựa chọn nhằm đánh giá đồng thời mô hình đo lường và mô hình cấu trúc, qua đó kiểm định mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu.

Quy trình phân tích dữ liệu được thực hiện theo các bước:

Thứ nhất, thống kê mô tả được sử dụng để khái quát đặc điểm mẫu khảo sát theo các tiêu chí nhân khẩu học gồm giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập và trình độ học vấn. Kết quả cho thấy 233 phiếu hợp lệ được sử dụng trong nghiên cứu, với cơ cấu mẫu tương đối đa dạng.

Thứ hai, đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha nhằm kiểm tra mức độ nhất quán nội tại giữa các biến quan sát trong từng thang đo. Kết quả thực tế của nghiên cứu cho thấy các hệ số Cronbach's Alpha dao động từ 0,817 đến 0,960 và tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu; không có thang đo nào bị loại.

Thứ ba, đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số rho_A. Đây là chỉ tiêu được sử dụng trong mô hình PLS-SEM để đánh giá mức độ nhất quán nội tại của các biến quan sát. Kết quả thực tế cho thấy các giá trị rho_A dao động từ 0,831 đến 0,960 và đều đạt yêu cầu.

Thứ tư, đánh giá độ tin cậy tổng hợp bằng Composite Reliability (CR). Chỉ số này được sử dụng để đánh giá mức độ nhất quán của các biến quan sát trong từng biến tiềm ẩn. Kết quả nghiên cứu cho thấy CR của các thang đo dao động từ 0,878 đến 0,974, đều đáp ứng yêu cầu của mô hình PLS-SEM.

Thứ năm, đánh giá giá trị hội tụ thông qua Average Variance Extracted (AVE). Kết quả thực tế cho thấy giá trị AVE của các thang đo dao động từ 0,644 đến 0,926 và đều lớn hơn 0,5, qua đó xác nhận các thang đo đạt yêu cầu về giá trị hội tụ.

Thứ sáu, sau khi các thang đo được xác nhận đạt yêu cầu về độ tin cậy và giá trị hội tụ, nghiên cứu tiến hành phân tích mô hình cấu trúc bằng PLS-SEM để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu và xác định mức độ tác động của từng yếu tố đến phát triển sản phẩm du lịch. Kết quả phân tích cho thấy biến phụ thuộc “Phát triển sản phẩm du lịch” có hệ số xác định $R^2 = 0,755$, nghĩa là mô hình giải thích được 75,5% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Các hệ số tác động của các yếu tố trong mô hình lần lượt được sử dụng để xác định mức độ ảnh hưởng và thứ tự ưu tiên trong việc đề xuất giải pháp.

Như vậy, việc kết hợp nghiên cứu định tính và định lượng cho phép luận văn tiếp cận vấn đề phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu từ cả góc

độ định tính – khám phá và giải thích thực trạng và định lượng – đo lường, kiểm định mức độ tác động của các yếu tố. Kết quả của hai phương pháp được sử dụng kết hợp với phân tích thực trạng để làm cơ sở khoa học cho việc đề xuất các giải pháp và khuyến nghị phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu.

2.4 Kết quả nghiên cứu định tính

2.4.1 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua hình thức phỏng vấn sâu bán cấu trúc đối với tổng số 20 đối tượng khảo sát, bao gồm đại diện doanh nghiệp du lịch và chuyên gia du lịch có kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch, quản lý điểm đến và phát triển sản phẩm du lịch.

Trong đó, nhóm doanh nghiệp du lịch gồm các đơn vị lữ hành, cơ sở lưu trú, homestay, khu du lịch và doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch tại Mộc Châu và Hà Nội. Nhóm chuyên gia du lịch bao gồm giảng viên, nhà nghiên cứu, cán bộ quản lý nhà nước về du lịch và các chuyên gia có kinh nghiệm trong lĩnh vực phát triển du lịch vùng Tây Bắc.

Về cơ cấu đối tượng khảo sát, nhóm doanh nghiệp du lịch chiếm tỷ lệ cao hơn nhằm đảm bảo phản ánh được góc nhìn thực tiễn trong quá trình khai thác và phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu. Trong khi đó, nhóm chuyên gia du lịch cung cấp góc nhìn học thuật và định hướng phát triển du lịch bền vững.

Xét về kinh nghiệm công tác, phần lớn đối tượng tham gia phỏng vấn đều có thời gian hoạt động trong lĩnh vực du lịch từ 5 năm trở lên. Điều này cho thấy các ý kiến thu thập được có tính chuyên môn và độ tin cậy tương đối cao.

Bên cạnh đó, phần lớn các đối tượng được phỏng vấn đều có trình độ chuyên môn từ đại học trở lên và có hiểu biết thực tiễn về hoạt động phát triển du lịch tại Mộc Châu. Đây là cơ sở quan trọng nhằm đảm bảo chất lượng của nghiên cứu định tính và tính phù hợp của hệ thống thang đo trong nghiên cứu.

2.4.5 Các kết quả chính

Kết quả nghiên cứu định tính được tổng hợp từ các cuộc phỏng vấn sâu với nhóm chuyên gia, cán bộ quản lý nhà nước về du lịch và đại diện doanh nghiệp du lịch đang hoạt động tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu. Các ý kiến thu thập được cho thấy những nhận định tương đối thống nhất về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu tỉnh Sơn La cũng như thực trạng phát triển sản phẩm du lịch, đồng thời chỉ ra những định hướng và giải pháp cần ưu tiên.

- Về đa dạng hóa sản phẩm du lịch

Các chuyên gia và doanh nghiệp đều đánh giá hệ thống sản phẩm du lịch tại Mộc Châu đã có sự phát triển đáng kể trong những năm gần đây với các nhóm sản phẩm nổi bật như du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp, du lịch cộng đồng và du lịch nghỉ dưỡng. Tuy nhiên, cơ cấu sản phẩm vẫn còn tập trung vào khai thác tài nguyên tự nhiên và các điểm tham quan truyền thống, trong khi các sản phẩm trải nghiệm chuyên sâu, sản phẩm phục vụ khách lưu trú dài ngày và khách có mức chi tiêu cao còn hạn chế. Nhiều ý kiến cho rằng cần tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm theo hướng tăng cường các hoạt động trải nghiệm văn hóa bản địa, du lịch đêm, du lịch thể thao ngoài trời và các sản phẩm gắn với nông nghiệp công nghệ cao.

- Về phát triển sản phẩm du lịch đặc thù

Các đối tượng được phỏng vấn đều thống nhất rằng lợi thế nổi bật của Mộc Châu nằm ở khí hậu ôn hòa, cảnh quan cao nguyên đặc sắc, các vùng chè, hoa, nông nghiệp công nghệ cao và bản sắc văn hóa của các dân tộc Thái, Mông, Dao. Đây là những nguồn lực quan trọng để hình thành các sản phẩm du lịch đặc thù có khả năng tạo dấu ấn riêng cho điểm đến. Tuy nhiên, việc khai thác các giá trị này hiện vẫn chưa thực sự đồng bộ, nhiều sản phẩm còn trùng lặp với các địa phương khác trong khu vực Tây Bắc. Do đó, cần xây dựng các sản phẩm mang tính khác biệt cao, gắn với bản sắc văn hóa địa phương và trải nghiệm đặc trưng của vùng cao nguyên Mộc Châu.

- Về phát triển các sản phẩm du lịch hỗ trợ

Kết quả nghiên cứu cho thấy hệ thống dịch vụ hỗ trợ phục vụ du lịch đã từng bước được cải thiện nhưng chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách.

Các dịch vụ vui chơi giải trí về đêm, mua sắm đặc sản, chăm sóc sức khỏe, tổ chức sự kiện và các hoạt động trải nghiệm cao cấp còn thiếu hoặc chưa phát triển tương xứng với tiềm năng. Đây được xem là một trong những nguyên nhân làm giảm thời gian lưu trú và mức chi tiêu của khách du lịch tại Mộc Châu.

- Về xúc tiến, quảng bá và định vị thương hiệu sản phẩm du lịch

Phần lớn ý kiến cho rằng hoạt động xúc tiến quảng bá đã góp phần nâng cao mức độ nhận diện điểm đến Mộc Châu trên thị trường du lịch trong nước. Tuy nhiên, việc quảng bá vẫn chủ yếu tập trung vào hình ảnh thiên nhiên và mùa hoa, trong khi các giá trị văn hóa, sản phẩm đặc thù và trải nghiệm du lịch chưa được truyền thông một cách hệ thống. Thương hiệu du lịch Mộc Châu tuy đã được biết đến rộng rãi nhưng chưa thực sự được định vị rõ nét trong tâm trí du khách so với các điểm đến cạnh tranh khác.

- Về phát triển cơ sở hạ tầng - vật chất kỹ thuật

Các chuyên gia đánh giá hệ thống giao thông kết nối đến Mộc Châu đã được cải thiện đáng kể, đặc biệt sau khi nhiều dự án hạ tầng giao thông được triển khai. Hệ thống cơ sở lưu trú, nhà hàng và điểm tham quan cũng có sự phát triển cả về số lượng và chất lượng. Tuy nhiên, một số khu vực du lịch vẫn còn hạn chế về hạ tầng phụ trợ, bãi đỗ xe, hệ thống biển chỉ dẫn, nhà vệ sinh công cộng và các công trình phục vụ khách du lịch. Đây là những yếu tố cần tiếp tục được đầu tư nhằm nâng cao chất lượng trải nghiệm của du khách.

- Về phát triển nguồn nhân lực du lịch

Kết quả phỏng vấn cho thấy nguồn nhân lực du lịch tại địa phương đã có sự cải thiện nhưng vẫn còn thiếu về số lượng và hạn chế về chất lượng. Năng lực ngoại ngữ, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng phục vụ khách quốc tế và khả năng ứng dụng công nghệ số của một bộ phận lao động du lịch còn chưa đáp ứng yêu cầu phát triển trong bối cảnh mới. Vì vậy, đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực được xem là một trong những nhiệm vụ trọng tâm trong thời gian tới.

- Về bảo vệ tài nguyên du lịch

Các ý kiến đều khẳng định tài nguyên thiên nhiên và văn hóa là nền tảng cốt lõi cho sự phát triển du lịch Mộc Châu. Tuy nhiên, áp lực gia tăng khách du lịch, hoạt động

xây dựng và khai thác tài nguyên thiếu kiểm soát có thể làm suy giảm giá trị của các nguồn tài nguyên này. Do đó, việc bảo tồn cảnh quan thiên nhiên, gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc và quản lý môi trường du lịch theo hướng bền vững là yêu cầu cấp thiết.

-Về liên kết phát triển sản phẩm du lịch

Các chuyên gia nhận định rằng mối liên kết giữa cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương và các địa phương lân cận đã được hình thành nhưng chưa thực sự chặt chẽ. Hoạt động liên kết xây dựng sản phẩm, chia sẻ nguồn khách và phối hợp xúc tiến quảng bá còn thiếu tính hệ thống. Tăng cường liên kết vùng và liên kết giữa các bên liên quan được xem là giải pháp quan trọng nhằm nâng cao sức cạnh tranh của du lịch Mộc Châu.

- Về xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm du lịch

Kết quả nghiên cứu cho thấy các cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển du lịch của tỉnh Sơn La đã tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động đầu tư và kinh doanh du lịch. Tuy nhiên, vẫn còn những khó khăn liên quan đến thủ tục đầu tư, tiếp cận nguồn vốn, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và cộng đồng tham gia phát triển du lịch. Các đối tượng được phỏng vấn đề xuất cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế chính sách theo hướng thông thoáng, đồng bộ và tạo động lực mạnh mẽ hơn cho phát triển sản phẩm du lịch.

Tổng hợp kết quả nghiên cứu định tính cho thấy Mộc Châu sở hữu nhiều lợi thế nổi bật để phát triển các sản phẩm du lịch có tính cạnh tranh cao. Tuy nhiên, quá trình phát triển vẫn tồn tại những hạn chế liên quan đến sự đa dạng sản phẩm, chất lượng dịch vụ hỗ trợ, nguồn nhân lực, liên kết phát triển và cơ chế chính sách. Những kết quả này là cơ sở quan trọng để làm căn cứ đề xuất các giải pháp phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu trong thời gian tới.

2.5. Kết quả nghiên cứu định lượng.

Từ kết quả nghiên cứu định tính cho thấy các doanh nghiệp du lịch và chuyên gia đều thống nhất rằng quá trình phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu chịu tác động bởi nhiều yếu tố khác nhau. Các ý kiến thu thập được không

chỉ giúp nhận diện những yếu tố có khả năng tác động đến phát triển sản phẩm du lịch mà còn phản ánh chiều hướng ảnh hưởng của từng yếu tố trong thực tiễn.

Kết quả nghiên cứu định tính chưa khẳng định mức độ ảnh hưởng cũng như ý nghĩa thống kê của từng yếu tố. Vì vậy, nghiên cứu định lượng được thực hiện nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu, đánh giá độ tin cậy của các thang đo và xác định mức độ tác động của từng nhân tố đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu. Kết quả nghiên cứu định lượng sẽ là cơ sở khoa học để minh chứng cho các phát hiện từ nghiên cứu định tính, đồng thời xác định những yếu tố có ảnh hưởng đáng kể, từ đó làm căn cứ đề xuất các giải pháp và kiến nghị phù hợp nhằm phát triển sản phẩm du lịch tại địa phương.

2.5.1 Phương pháp đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của sản phẩm du lịch

Dữ liệu phục vụ nghiên cứu được thu thập thông qua phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi đối với khách du lịch Việt Nam đã và đang tham quan tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu. Bảng hỏi được thiết kế dựa trên các nghiên cứu trước và sử dụng thang đo Likert 5 mức độ, với các mức từ 1 đến 5 tương ứng với: (1) Rất không đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Bình thường, (4) Đồng ý và (5) Rất đồng ý. Thang đo này giúp lượng hóa mức độ đánh giá của người trả lời đối với các biến quan sát trong mô hình nghiên cứu.

Mô hình nghiên cứu chính thức

Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm trong và ngoài nước về phát triển sản phẩm du lịch, đồng thời dựa vào kết quả phân tích tổng hợp các yếu tố ảnh hưởng đã được trình bày ở các phần trước, luận văn đề xuất mô hình nghiên cứu chính thức nhằm phân tích các yếu tố tác động đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La. Mô hình nghiên cứu được xây dựng với mục tiêu xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố khác nhau đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại điểm đến, từ đó làm cơ sở đề xuất các giải pháp phù hợp. Theo đó, mô hình nghiên cứu của luận văn bao gồm một biến phụ thuộc là phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu và chín biến độc lập phản ánh các yếu tố có khả năng tác động đến quá trình phát triển sản phẩm du lịch. Các yếu

tổ này bao gồm: nhu cầu của khách du lịch, tài nguyên du lịch, dịch vụ du lịch, hạ tầng cơ sở và cơ sở vật chất kỹ thuật, nhân lực du lịch, an toàn du lịch, sự tham gia của cộng đồng địa phương, xúc tiến quảng bá du lịch và cơ chế chính sách, tổ chức quản lý du lịch. Những yếu tố này được xác định dựa trên cơ sở kế thừa các mô hình nghiên cứu trước đây cũng như phù hợp với điều kiện thực tiễn của hoạt động du lịch tại Mộc Châu.

Trong mô hình nghiên cứu, các yếu tố độc lập được giả định có tác động trực tiếp đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại điểm đến. Mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố sẽ được kiểm định thông qua dữ liệu khảo sát và các phương pháp phân tích định lượng như kiểm định độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá và phân tích hồi quy tuyến tính. Kết quả phân tích sẽ giúp xác định những yếu tố có tác động mạnh đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

Chọn mẫu nghiên cứu và phương pháp thu thập số liệu

Để phục vụ cho nghiên cứu định lượng, luận văn lựa chọn đối tượng khảo sát là khách du lịch Việt Nam đã và đang tham quan tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La. Đây là nhóm đối tượng có trải nghiệm trực tiếp với các sản phẩm du lịch tại điểm đến, do đó có thể đưa ra những đánh giá thực tế về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch. Phương pháp chọn mẫu được sử dụng trong nghiên cứu là phương pháp chọn mẫu thuận tiện, thông qua việc tiếp cận và phát bảng hỏi trực tiếp cho du khách tại các điểm tham quan, cơ sở lưu trú và các khu dịch vụ du lịch trên địa bàn Mộc Châu.

Kích thước mẫu nghiên cứu được xác định dựa trên yêu cầu của các phương pháp phân tích thống kê được sử dụng trong nghiên cứu định lượng. Theo Hair và cộng sự (2010), kích thước mẫu tối thiểu cần đạt từ 5 đến 10 lần số biến quan sát khi tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA). Trong nghiên cứu này, mô hình nghiên cứu bao gồm 33 biến quan sát, do đó kích thước mẫu tối thiểu cần đạt là 165 quan sát (33×5). Bên cạnh đó, Comrey và Lee (1992) cho rằng kích thước mẫu khoảng 200 quan sát được xem là phù hợp đối với các nghiên cứu sử dụng phân tích nhân tố, trong khi Tabachnick và Fidell (2007) cũng nhấn mạnh rằng kích thước mẫu cần đủ lớn để đảm bảo độ tin cậy và khả năng khái quát hóa của các mô hình hồi quy. Vì

vậy, để đảm bảo độ tin cậy của dữ liệu nghiên cứu, tác giả tiến hành phát bảng hỏi với số lượng khoảng 200 phiếu khảo sát, nhằm thu thập được số lượng phiếu hợp lệ từ 165 đến 200 quan sát phục vụ cho quá trình phân tích dữ liệu.

Phương pháp thu thập số liệu được thực hiện thông qua khảo sát bằng bảng hỏi. Bảng hỏi được xây dựng dựa trên các biến quan sát trong mô hình nghiên cứu và sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đo lường mức độ đồng ý của người trả lời đối với các phát biểu liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch (Likert, 1932). Quá trình khảo sát được thực hiện bằng cách phát bảng hỏi trực tiếp cho du khách tại các điểm du lịch, khu lưu trú và các cơ sở dịch vụ du lịch tại Mộc Châu. Sau khi thu thập dữ liệu, các phiếu khảo sát được kiểm tra và sàng lọc nhằm loại bỏ những phiếu không hợp lệ hoặc thiếu thông tin. Các phiếu hợp lệ sau đó được mã hóa và nhập vào phần mềm SPSS để tiến hành xử lý và phân tích dữ liệu.

Kết quả dữ liệu thu thập được là cơ sở để thực hiện các bước phân tích tiếp theo như kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng Cronbach's Alpha (Cronbach, 1951), phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy tuyến tính nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

2.5.2 Thống kê mô tả theo đặc điểm nhân khẩu học

Trong quá trình triển khai nghiên cứu, tác giả đã phát ra tổng cộng 250 phiếu khảo sát đối với khách du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu. Sau quá trình thu thập và rà soát, có 233 phiếu khảo sát hợp lệ được đưa vào xử lý và phân tích dữ liệu, đạt tỷ lệ 93,2%. Mẫu nghiên cứu được thu thập theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện kết hợp khảo sát ngẫu nhiên đối với khách du lịch đang tham quan và trải nghiệm tại Mộc Châu.

Về giới tính, mẫu khảo sát có sự phân bố tương đối cân đối giữa nam và nữ. Trong đó, nữ giới chiếm tỷ lệ cao hơn với 133 người (57,1%), trong khi nam giới có 100 người (42,9%). Sự chênh lệch này không quá lớn và phản ánh tương đối phù hợp với thực tế khách du lịch hiện nay, khi nữ giới thường có xu hướng tham gia các hoạt động du lịch trải nghiệm và nghỉ dưỡng nhiều hơn.

Xét về độ tuổi, nhóm khách du lịch từ 36 đến 45 tuổi chiếm tỷ lệ lớn nhất với 93 người (39,9%), tiếp theo là nhóm trên 45 tuổi với 90 người (38,6%). Nhóm từ 26 đến 35 tuổi có 38 người, chiếm 16,3%, trong khi nhóm từ 18 đến 25 tuổi chỉ chiếm 5,2% với 12 người khảo sát. Kết quả này cho thấy phần lớn khách du lịch đến Mộc Châu thuộc nhóm trung niên và có độ tuổi tương đối ổn định. Đây cũng là nhóm khách có xu hướng quan tâm đến các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng, sinh thái và trải nghiệm văn hóa.

Về nghề nghiệp, nhóm công chức/viên chức chiếm tỷ lệ cao nhất với 88 người (37,8%), tiếp theo là nhóm nhân viên văn phòng với 74 người (31,8%) và nhóm kinh doanh với 59 người (25,3%). Ngoài ra, nhóm nghề nghiệp khác chỉ chiếm 5,2% với 12 người khảo sát. Cơ cấu nghề nghiệp này cho thấy phần lớn khách du lịch tham gia khảo sát là những người có công việc ổn định và có nhu cầu du lịch nghỉ dưỡng tương đối cao.

Đối với thu nhập trung bình hàng tháng, nhóm khách có thu nhập trên 15 triệu đồng/tháng chiếm tỷ lệ lớn nhất với 115 người (49,4%). Nhóm có thu nhập từ 10–15 triệu đồng/tháng chiếm 30,9% với 72 người, trong khi nhóm có thu nhập từ 5–10 triệu đồng/tháng chiếm 19,7% với 46 người khảo sát. Kết quả này phản ánh phần lớn khách du lịch đến Mộc Châu có mức thu nhập khá, phù hợp với xu hướng phát triển các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng và du lịch trải nghiệm có chất lượng.

Về trình độ học vấn, nhóm có trình độ đại học chiếm tỷ lệ cao nhất với 147 người (63,1%), tiếp theo là nhóm sau đại học với 67 người (28,8%). Trong khi đó, nhóm có trình độ cao đẳng và trung học phổ thông chiếm tỷ lệ tương đối thấp, lần lượt là 5,2% và 3,0%. Điều này cho thấy phần lớn khách du lịch tham gia khảo sát có trình độ học vấn tương đối cao, đồng thời phản ánh xu hướng khách du lịch hiện nay ngày càng quan tâm nhiều hơn đến các sản phẩm du lịch trải nghiệm, sinh thái và văn hóa. Nhìn chung, mẫu nghiên cứu có sự phân bố tương đối đa dạng về giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập và trình độ học vấn. Mặc dù mẫu được lựa chọn theo phương pháp khảo sát thuận tiện kết hợp ngẫu nhiên, kết quả khảo sát vẫn phản ánh tương đối phù hợp đặc điểm của nhóm khách du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

trong bối cảnh hiện nay. Đây là cơ sở quan trọng nhằm đảm bảo độ tin cậy cho các phân tích tiếp theo của nghiên cứu.

2.5.3 Phân tích mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu

Để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu, nghiên cứu sử dụng phương pháp mô hình cấu trúc tuyến tính bình phương tối thiểu riêng phần (PLS-SEM) thông qua phần mềm SmartPLS. Phương pháp này phù hợp với các nghiên cứu trong lĩnh vực khoa học xã hội có nhiều biến tiềm ẩn và mô hình nghiên cứu phức tạp (Hair et al., 2017).

Quá trình phân tích định lượng được thực hiện nhằm kiểm định độ tin cậy, giá trị của thang đo và đánh giá mức độ tác động của các yếu tố trong mô hình nghiên cứu. Trước hết, nghiên cứu sử dụng hệ số Cronbach's Alpha để kiểm tra mức độ nhất quán nội tại của các biến quan sát trong từng thang đo. Sau đó, các chỉ số rho_A và Composite Reliability được sử dụng để đánh giá độ tin cậy tổng hợp của thang đo trong mô hình PLS-SEM. Giá trị hội tụ của thang đo được xem xét thông qua hệ số Average Variance Extracted (AVE), nhằm xác định mức độ giải thích của biến tiềm ẩn đối với các biến quan sát. Sau khi các thang đo đạt yêu cầu về độ tin cậy và giá trị hội tụ, nghiên cứu tiếp tục sử dụng phương pháp PLS-SEM để phân tích mô hình cấu trúc, kiểm định mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc, qua đó xác định mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu

2.5.4 Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo với hệ số Cronbach's Alpha

Để đánh giá độ tin cậy của các thang đo trong mô hình nghiên cứu, tác giả sử dụng hệ số Cronbach's Alpha nhằm kiểm tra mức độ nhất quán nội tại giữa các biến quan sát trong cùng một thang đo.

Theo Nunnally và Bernstein (1994), thang đo được xem là đạt yêu cầu khi hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,7. Trong nghiên cứu này, kết quả kiểm định cho thấy tất cả các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn ngưỡng tiêu chuẩn, dao động từ 0,817 đến 0,960. Điều này cho thấy các biến quan sát trong từng thang đo

có mức độ tương quan chặt chẽ và đảm bảo độ tin cậy để tiếp tục thực hiện các bước phân tích tiếp theo.

Cụ thể, thang đo “Cơ chế chính sách” có hệ số Cronbach’s Alpha cao nhất đạt 0,960, cho thấy các biến quan sát phản ánh rất tốt nội dung của yếu tố này. Tiếp theo là các thang đo “Xúc tiến quảng bá du lịch” đạt 0,948; “Phát triển sản phẩm du lịch” đạt 0,945; “Nhân lực du lịch” đạt 0,939 và “Sự tham gia của cộng đồng địa phương” đạt 0,938. Các kết quả này phản ánh mức độ nhất quán nội tại rất cao giữa các biến quan sát trong từng thang đo.

Các thang đo “An toàn du lịch”, “Dịch vụ du lịch”, “Hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật” và “Nhu cầu khách du lịch” cũng có hệ số Cronbach’s Alpha lần lượt đạt 0,926; 0,911; 0,901 và 0,886, đều vượt ngưỡng tiêu chuẩn và đảm bảo độ tin cậy tốt. Trong số các thang đo, “Tài nguyên du lịch” có hệ số Cronbach’s Alpha thấp nhất với giá trị 0,817. Tuy nhiên, giá trị này vẫn lớn hơn 0,7 nên vẫn đảm bảo yêu cầu về độ tin cậy theo tiêu chuẩn của Hair et al. (2017).

Kết quả kiểm định cho thấy không có thang đo nào bị loại khỏi mô hình nghiên cứu. Đồng thời, các biến quan sát đều đạt yêu cầu về độ tin cậy và có thể tiếp tục sử dụng trong các bước phân tích tiếp theo như đánh giá giá trị hội tụ, phân tích mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết nghiên cứu.

Nhìn chung, kết quả kiểm định Cronbach’s Alpha cho thấy hệ thống thang đo được sử dụng trong nghiên cứu có độ tin cậy cao, phù hợp với bối cảnh nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

2.5.5 Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số rho_A

Bên cạnh việc sử dụng hệ số Cronbach’s Alpha, nghiên cứu tiếp tục sử dụng hệ số rho_A để đánh giá độ tin cậy của các thang đo trong mô hình PLS-SEM. Theo Hair et al. (2017), hệ số rho_A được xem là chỉ tiêu đánh giá độ tin cậy phù hợp hơn đối với mô hình PLS-SEM do có khả năng phản ánh chính xác hơn mức độ nhất quán nội tại giữa các biến quan sát trong cùng một thang đo.

Theo tiêu chuẩn đánh giá của Hair et al. (2017), thang đo được xem là đạt độ tin cậy khi hệ số rho_A lớn hơn 0,7.

Kết quả kiểm định cho thấy tất cả các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều có giá trị ρ_A lớn hơn 0,8, dao động từ 0,831 đến 0,960. Điều này chứng tỏ các biến quan sát trong từng thang đo có tính nhất quán cao và đảm bảo độ tin cậy để tiếp tục thực hiện các bước phân tích tiếp theo.

Cụ thể, thang đo “Cơ chế chính sách” có hệ số ρ_A cao nhất đạt 0,960, cho thấy các biến quan sát phản ánh rất tốt nội dung của yếu tố này. Tiếp theo là các thang đo “Xúc tiến quảng bá du lịch” đạt 0,949; “Phát triển sản phẩm du lịch” đạt 0,947; “Nhân lực du lịch” và “Tham gia của cộng đồng địa phương” cùng đạt 0,943. Các kết quả này phản ánh mức độ nhất quán nội tại rất cao giữa các biến quan sát trong từng thang đo.

Các thang đo “An toàn du lịch”, “Dịch vụ du lịch”, “Hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật” và “Nhu cầu khách du lịch” có hệ số ρ_A lần lượt đạt 0,929; 0,916; 0,915 và 0,909. Điều này cho thấy các biến quan sát trong các thang đo này có mối liên hệ chặt chẽ và phản ánh phù hợp nội dung của biến tiềm ẩn.

Trong số các thang đo, “Tài nguyên du lịch” có hệ số ρ_A thấp nhất với giá trị 0,831. Tuy nhiên, giá trị này vẫn lớn hơn ngưỡng tiêu chuẩn 0,7 nên vẫn đảm bảo độ tin cậy theo tiêu chuẩn của Hair et al. (2017).

Nhìn chung, kết quả kiểm định hệ số ρ_A cho thấy toàn bộ các thang đo trong nghiên cứu đều đạt yêu cầu về độ tin cậy. Điều này khẳng định hệ thống thang đo được xây dựng phù hợp với bối cảnh nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu và có thể tiếp tục sử dụng trong các bước phân tích tiếp theo như đánh giá giá trị hội tụ và phân tích mô hình cấu trúc.

2.5.6 Kết quả kiểm định độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability)

Sau khi kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach’s Alpha và ρ_A , nghiên cứu tiếp tục đánh giá độ tin cậy tổng hợp của các thang đo thông qua chỉ số Composite Reliability (CR). Theo Hair et al. (2017), Composite Reliability là chỉ tiêu quan trọng trong mô hình PLS-SEM nhằm đánh giá mức độ nhất quán nội tại giữa các biến quan sát trong cùng một thang đo.

Theo tiêu chuẩn đánh giá, thang đo được xem là đạt yêu cầu về độ tin cậy tổng hợp khi giá trị Composite Reliability lớn hơn 0,7 (Hair et al., 2017).

Kết quả phân tích cho thấy tất cả các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều có giá trị Composite Reliability lớn hơn 0,8, dao động từ 0,878 đến 0,974. Điều này chứng tỏ các thang đo đều đạt độ tin cậy tổng hợp tốt và các biến quan sát trong từng thang đo có sự liên kết chặt chẽ với nhau.

Cụ thể, thang đo “Cơ chế chính sách” có giá trị Composite Reliability cao nhất đạt 0,974, cho thấy các biến quan sát phản ánh rất tốt nội dung của yếu tố này. Tiếp theo là các thang đo “Xúc tiến quảng bá du lịch” đạt 0,962; “Phát triển sản phẩm du lịch” đạt 0,961; “Tham gia của cộng đồng địa phương” đạt 0,960 và “Nhân lực du lịch” đạt 0,957. Các kết quả này phản ánh mức độ tin cậy tổng hợp rất cao giữa các biến quan sát trong từng thang đo.

Các thang đo “An toàn du lịch”, “Dịch vụ du lịch”, “Hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật” và “Nhu cầu khách du lịch” có giá trị Composite Reliability lần lượt đạt 0,953; 0,938; 0,930 và 0,921. Điều này cho thấy các biến quan sát trong các thang đo này có mức độ liên kết chặt chẽ và phản ánh phù hợp nội dung của các biến tiềm ẩn.

Trong số các thang đo, “Tài nguyên du lịch” có giá trị Composite Reliability thấp nhất với 0,878. Tuy nhiên, giá trị này vẫn lớn hơn ngưỡng tiêu chuẩn 0,7 nên vẫn đảm bảo yêu cầu về độ tin cậy tổng hợp theo tiêu chuẩn của Hair et al. (2017).

Nhìn chung, kết quả kiểm định Composite Reliability cho thấy toàn bộ các thang đo trong nghiên cứu đều đạt yêu cầu về độ tin cậy tổng hợp. Điều này khẳng định hệ thống thang đo có tính ổn định và phù hợp với bối cảnh nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu. Đồng thời, kết quả này cũng tạo cơ sở khoa học để tiếp tục thực hiện các bước đánh giá giá trị hội tụ và phân tích mô hình cấu trúc trong nghiên cứu.

2.5.7 Đánh giá giá trị hội tụ thông qua hệ số Average Variance Extracted (AVE)

Sau khi kiểm định độ tin cậy của thang đo thông qua các chỉ số Cronbach’s Alpha, rho_A và Composite Reliability, nghiên cứu tiếp tục đánh giá giá trị hội tụ của các thang đo thông qua hệ số Average Variance Extracted (AVE).

Theo Hair et al. (2017), giá trị hội tụ của thang đo được đảm bảo khi hệ số AVE lớn hơn 0,5. Điều này cho thấy biến tiềm ẩn có khả năng giải thích được ít nhất 50% phương sai của các biến quan sát.

Kết quả phân tích cho thấy tất cả các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều có giá trị AVE lớn hơn 0,5, dao động từ 0,644 đến 0,926. Điều này chứng tỏ các biến quan sát trong từng thang đo có mức độ hội tụ tốt và phản ánh phù hợp nội dung của các biến tiềm ẩn trong mô hình nghiên cứu.

Cụ thể, thang đo “Cơ chế chính sách” có giá trị AVE cao nhất đạt 0,926, cho thấy các biến quan sát giải thích rất tốt nội dung của biến tiềm ẩn này. Tiếp theo là các thang đo “Tham gia của cộng đồng địa phương” đạt 0,890; “An toàn du lịch” đạt 0,871; “Xúc tiến quảng bá du lịch” đạt 0,865 và “Phát triển sản phẩm du lịch” đạt 0,859. Các kết quả này phản ánh mức độ hội tụ rất cao giữa các biến quan sát trong từng thang đo.

Bên cạnh đó, các thang đo “Nhân lực du lịch”, “Dịch vụ du lịch”, “Hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật” và “Nhu cầu khách du lịch” có giá trị AVE lần lượt đạt 0,846; 0,790; 0,770 và 0,745. Điều này cho thấy các biến quan sát trong các thang đo này có khả năng giải thích tốt cho biến tiềm ẩn tương ứng.

Trong số các thang đo, “Tài nguyên du lịch” có giá trị AVE thấp nhất với 0,644. Tuy nhiên, giá trị này vẫn lớn hơn ngưỡng tiêu chuẩn 0,5 nên vẫn đảm bảo yêu cầu về giá trị hội tụ theo tiêu chuẩn của Hair et al. (2017).

Nhìn chung, kết quả phân tích AVE cho thấy toàn bộ các thang đo trong nghiên cứu đều đạt yêu cầu về giá trị hội tụ. Điều này khẳng định các biến quan sát trong từng thang đo có mức độ tương quan chặt chẽ và phản ánh phù hợp nội dung của các biến nghiên cứu trong mô hình phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

Kết quả này đồng thời tạo cơ sở khoa học để tiếp tục thực hiện các bước phân tích mô hình cấu trúc và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

2.5.8 Kết quả đánh giá độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo

Sau khi tiến hành kiểm định độ tin cậy và giá trị hội tụ của các thang đo thông qua các chỉ số Cronbach's Alpha, rho_A, Composite Reliability (CR) và Average

Variance Extracted (AVE), kết quả cho thấy toàn bộ các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều đạt yêu cầu theo tiêu chuẩn của Hair et al. (2017).

Cụ thể, hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo dao động từ 0,817 đến 0,960, trong đó thấp nhất là thang đo “Tài nguyên du lịch” với giá trị 0,817 và cao nhất là thang đo “Cơ chế chính sách” với giá trị 0,960. Tất cả các giá trị này đều lớn hơn ngưỡng tiêu chuẩn 0,7, cho thấy các thang đo có độ tin cậy tốt và các biến quan sát trong từng thang đo có tính nhất quán nội tại cao.

Đối với hệ số rho_A, kết quả phân tích cho thấy các giá trị dao động từ 0,831 đến 0,960. Trong đó, thang đo “Cơ chế chính sách” tiếp tục có giá trị cao nhất đạt 0,960, trong khi thang đo “Tài nguyên du lịch” có giá trị thấp nhất là 0,831. Tuy nhiên, tất cả các giá trị rho_A đều lớn hơn 0,7 nên đều đạt yêu cầu về độ tin cậy theo tiêu chuẩn của Hair et al. (2017).

Kết quả kiểm định độ tin cậy tổng hợp Composite Reliability cho thấy các giá trị dao động từ 0,878 đến 0,974. Trong đó, thang đo “Cơ chế chính sách” đạt giá trị cao nhất với 0,974; tiếp theo là các thang đo “Xúc tiến quảng bá du lịch” đạt 0,962; “Phát triển sản phẩm du lịch” đạt 0,961; “Tham gia của cộng đồng địa phương” đạt 0,960 và “Nhân lực du lịch” đạt 0,957. Giá trị Composite Reliability của tất cả các thang đo đều lớn hơn 0,7, chứng tỏ các biến quan sát trong từng thang đo có mức độ liên kết chặt chẽ và phản ánh tốt nội dung của biến tiềm ẩn.

Bên cạnh đó, giá trị AVE của các thang đo dao động từ 0,644 đến 0,926 và đều lớn hơn ngưỡng tiêu chuẩn 0,5. Trong đó, thang đo “Cơ chế chính sách” có giá trị AVE cao nhất đạt 0,926, cho thấy các biến quan sát giải thích rất tốt nội dung của biến tiềm ẩn này. Thang đo “Tài nguyên du lịch” có giá trị AVE thấp nhất với 0,644 nhưng vẫn đảm bảo yêu cầu về giá trị hội tụ theo tiêu chuẩn.

Nhìn chung, kết quả phân tích cho thấy tất cả các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều đạt yêu cầu về độ tin cậy và giá trị hội tụ, đủ điều kiện để tiếp tục phân tích mô hình cấu trúc. Điều này chứng tỏ các biến quan sát được xây dựng trong bảng hỏi khảo sát có khả năng phản ánh tốt nội dung của các biến nghiên cứu và phù hợp với bối cảnh nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

2.5.9 Kết quả phân tích mô hình cấu trúc (PLS-SEM)

Kết quả phân tích mô hình cấu trúc cho thấy hệ số xác định của biến phụ thuộc “Phát triển sản phẩm du lịch” đạt:

R²=0,755

Theo Hair et al. (2017), giá trị R² lớn hơn 0,75 được xem là mức giải thích mạnh đối với các nghiên cứu trong lĩnh vực khoa học xã hội. Điều này cho thấy các biến độc lập trong mô hình giải thích được khoảng 75,5% sự biến thiên của biến phụ thuộc “Phát triển sản phẩm du lịch”.

Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố có mức độ tác động khác nhau đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu.

Trong đó, yếu tố “Cơ chế chính sách” có tác động tích cực mạnh nhất đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu với hệ số $\beta = 0,389$.

Kết quả này cho thấy chính sách quản lý, quy hoạch phát triển du lịch, cơ chế thu hút đầu tư, hỗ trợ doanh nghiệp và định hướng phát triển điểm đến có vai trò đặc biệt quan trọng trong quá trình hình thành, hoàn thiện và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch tại địa phương. Trong bối cảnh Mộc Châu đã được công nhận là Khu du lịch quốc gia, cơ chế chính sách không chỉ tạo hành lang pháp lý cho hoạt động phát triển du lịch mà còn góp phần điều phối nguồn lực, định hướng không gian phát triển sản phẩm, nâng cao hiệu quả liên kết giữa nhà nước, doanh nghiệp và cộng đồng địa phương. Kết quả này phù hợp với quan điểm của UNWTO (2011), khi cho rằng chính sách phát triển, quản lý điểm đến và sự phối hợp giữa các bên liên quan là nền tảng quan trọng để phát triển sản phẩm du lịch theo hướng bền vững (UNWTO, 2011).

Yếu tố “Sự tham gia của cộng đồng địa phương” có tác động tích cực khá mạnh với hệ số: $\beta=0,314$

Kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố Sự tham gia của cộng đồng địa phương có tác động tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu. Điều này phản ánh vai trò ngày càng quan trọng của cộng đồng dân cư trong quá trình khai thác tài nguyên du lịch, bảo tồn các giá trị văn hóa bản địa và cung cấp

các dịch vụ phục vụ khách du lịch. Thực tế tại Mộc Châu cho thấy nhiều sản phẩm du lịch cộng đồng, trải nghiệm văn hóa dân tộc, ẩm thực địa phương và lưu trú homestay đang được hình thành và phát triển dựa trên sự tham gia trực tiếp của người dân địa phương. Sự tham gia này không chỉ góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch mà còn giúp gia tăng tính chân thực của trải nghiệm du lịch, nâng cao lợi ích kinh tế cho cộng đồng và tạo động lực cho việc bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống.

Kết quả nghiên cứu phù hợp với quan điểm của Murphy (1985), người cho rằng cộng đồng địa phương cần được xem là trung tâm của quá trình phát triển du lịch và là một trong những chủ thể quan trọng trong việc hoạch định, quản lý và khai thác các hoạt động du lịch. Theo Murphy, sự tham gia của cộng đồng không chỉ giúp nâng cao hiệu quả phát triển du lịch mà còn góp phần giảm thiểu các tác động tiêu cực của du lịch đối với môi trường xã hội và văn hóa địa phương. Đồng thời, kết quả nghiên cứu cũng tương đồng với nghiên cứu của Tosun (2006), trong đó tác giả nhấn mạnh rằng sự tham gia của cộng đồng là điều kiện quan trọng để bảo đảm phát triển du lịch bền vững, bởi cộng đồng địa phương vừa là đối tượng chịu tác động trực tiếp từ hoạt động du lịch, vừa là lực lượng tham gia cung cấp dịch vụ, bảo tồn tài nguyên và duy trì bản sắc văn hóa của điểm đến. Mức độ tham gia của cộng đồng càng cao thì khả năng phát triển du lịch theo hướng bền vững và mang lại lợi ích lâu dài cho địa phương càng lớn.

Tiếp theo, yếu tố “Dịch vụ du lịch” có tác động tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu với hệ số $\beta = 0,217$.

Kết quả cho thấy chất lượng các dịch vụ lưu trú, ăn uống, vận chuyển, hướng dẫn, tham quan và các dịch vụ hỗ trợ có vai trò quan trọng trong việc hoàn thiện sản phẩm du lịch và nâng cao trải nghiệm của du khách. Trong thực tiễn phát triển du lịch, sản phẩm du lịch không chỉ được tạo nên bởi tài nguyên điểm đến mà còn bởi toàn bộ hệ thống dịch vụ đi kèm trong quá trình du khách tiếp cận, sử dụng và cảm nhận điểm đến. Kết quả phù hợp với quan điểm của Kotler, Bowen và Makens (2016), khi cho rằng chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực du lịch – khách sạn có ảnh

hưởng trực tiếp đến sự hài lòng, trải nghiệm và hành vi quay trở lại của khách du lịch.

Yếu tố “Hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật” có tác động tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch với hệ số $\beta = 0,181$. Kết quả phản ánh vai trò quan trọng của hệ thống giao thông, cơ sở lưu trú, bãi đỗ xe, biển chỉ dẫn, hạ tầng kỹ thuật và các công trình phục vụ khách du lịch trong quá trình phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu. Hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật không trực tiếp tạo ra toàn bộ giá trị trải nghiệm, nhưng là điều kiện nền tảng giúp du khách tiếp cận điểm đến thuận lợi hơn, sử dụng dịch vụ dễ dàng hơn và kéo dài thời gian lưu trú tại địa phương. Kết quả phù hợp với quan điểm của Inskeep (1991) về hệ thống hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật là điều kiện quan trọng để khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch và bảo đảm sự phát triển du lịch bền vững.

Yếu tố “Tài nguyên du lịch” có tác động tích cực đến phát triển sản phẩm du lịch với hệ số $\beta = 0,122$. Kết quả này cho thấy tài nguyên du lịch vẫn là nền tảng quan trọng trong việc hình thành sức hấp dẫn ban đầu của điểm đến và tạo cơ sở để xây dựng các loại hình sản phẩm du lịch tại Mộc Châu. Với lợi thế về khí hậu cao nguyên, cảnh quan đồi chè, thác nước, bản làng dân tộc và các giá trị văn hóa địa phương, Mộc Châu có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái, nông nghiệp, cộng đồng và nghỉ dưỡng. Tuy vậy, mức tác động chưa cao cho thấy tài nguyên du lịch nếu chỉ tồn tại dưới dạng tiềm năng thì chưa đủ để tạo ra sản phẩm có sức cạnh tranh mạnh; để phát huy hiệu quả, tài nguyên cần được tổ chức khai thác theo hướng chuyên sâu, có tính trải nghiệm, có sự liên kết với dịch vụ và được quản lý theo định hướng bền vững. Kết quả này phù hợp với quan điểm của Goeldner và Ritchie (2012), khi cho rằng tài nguyên tự nhiên và văn hóa là cơ sở quan trọng để hình thành sức hấp dẫn và phát triển sản phẩm của điểm đến du lịch.

Yếu tố “An toàn du lịch” có tác động tích cực nhưng ở mức thấp hơn so với các yếu tố khác, với hệ số $\beta = 0,090$. Kết quả cho thấy an toàn du lịch là điều kiện cần thiết đối với hoạt động du lịch, bởi cảm nhận an toàn có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến, sự yên tâm trong quá trình trải nghiệm và mức độ hài lòng của du khách. Tuy nhiên, trong bối cảnh Mộc Châu được du khách nhìn nhận là điểm đến

tương đối an toàn, yếu tố này có thể chưa tạo ra sự khác biệt rõ rệt trong đánh giá về phát triển sản phẩm du lịch so với các yếu tố như chính sách, cộng đồng, dịch vụ hay hạ tầng. Nói cách khác, an toàn du lịch đóng vai trò như một điều kiện nền tảng bảo đảm cho hoạt động du lịch diễn ra thuận lợi, nhưng chưa phải là yếu tố tạo nên lợi thế cạnh tranh nổi bật của sản phẩm du lịch Mộc Châu.

Ngược lại, ba yếu tố gồm “Nhu cầu khách du lịch”, “Nhân lực du lịch” và “Xúc tiến quảng bá du lịch” có tác động âm đến phát triển sản phẩm du lịch với hệ số lần lượt là $\beta = -0,126$; $\beta = -0,119$ và $\beta = -0,163$. Cho thấy giữa yêu cầu phát triển sản phẩm du lịch và năng lực đáp ứng thực tế của điểm đến vẫn còn tồn tại những khoảng cách nhất định.

Đối với yếu tố Nhu cầu khách du lịch, hệ số tác động âm cho thấy sản phẩm du lịch hiện nay tại Mộc Châu chưa theo kịp sự thay đổi trong xu hướng và nhu cầu của du khách. Trong bối cảnh khách du lịch ngày càng quan tâm đến các trải nghiệm chuyên sâu, du lịch xanh, du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe và các hoạt động mang tính cá nhân hóa, nhiều sản phẩm du lịch tại Mộc Châu vẫn chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên sẵn có và các hoạt động tham quan truyền thống. Điều này dẫn đến khoảng cách giữa kỳ vọng của du khách và khả năng đáp ứng của sản phẩm du lịch địa phương, từ đó làm giảm hiệu quả phát triển sản phẩm.

Đối với yếu tố Nhân lực du lịch, kết quả nghiên cứu phản ánh những hạn chế về chất lượng nguồn nhân lực tại điểm đến. Mặc dù lực lượng lao động du lịch tại Mộc Châu ngày càng gia tăng, song trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ, ngoại ngữ và khả năng phục vụ khách quốc tế vẫn còn những hạn chế nhất định. Điều này ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ, khả năng tổ chức các hoạt động trải nghiệm và mức độ hài lòng của du khách, từ đó làm giảm hiệu quả khai thác và phát triển sản phẩm du lịch. Đối với yếu tố Xúc tiến quảng bá du lịch, hệ số tác động âm có thể phản ánh hiệu quả quảng bá chưa tương xứng với tiềm năng của điểm đến. Hoạt động xúc tiến hiện nay vẫn còn mang tính phân tán, thiếu sự liên kết giữa các cơ quan quản lý, doanh nghiệp và cộng đồng địa phương. Nội dung quảng bá chủ yếu tập trung vào hình ảnh cảnh quan thiên nhiên mà chưa làm nổi bật các giá trị khác biệt của sản phẩm du lịch Mộc Châu. Đồng thời, việc ứng dụng công nghệ số và truyền thông hiện đại

trong quảng bá điểm đến tuy đã được triển khai nhưng chưa thật sự đồng bộ và hiệu quả, dẫn đến khả năng tiếp cận thị trường mục tiêu còn hạn chế.

Kết quả nghiên cứu này cho thấy phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu không chỉ phụ thuộc vào sự tồn tại của nhu cầu thị trường, nguồn nhân lực hay hoạt động xúc tiến quảng bá, mà quan trọng hơn là khả năng đáp ứng, khai thác và chuyển hóa các yếu tố đó thành những sản phẩm du lịch có chất lượng, phù hợp với nhu cầu của du khách và có khả năng cạnh tranh trên thị trường.

2.6. Đánh giá chung về phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu

2.6.1 Những mặt đạt được

Mộc Châu đã hình thành hệ thống sản phẩm du lịch tương đối đa dạng, bao gồm du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp, du lịch cộng đồng, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch văn hóa và các sản phẩm trải nghiệm. Nhiều điểm đến đã tạo được sức hút với khách du lịch như Rừng thông Bản Áng, thác Dải Yếm, Mộc Châu Island, cầu kính Bạch Long, các đồi chè, vườn hoa, bản du lịch cộng đồng và các điểm trải nghiệm nông nghiệp. Hệ thống sản phẩm này phản ánh khá rõ lợi thế về tài nguyên tự nhiên, khí hậu, cảnh quan và văn hóa bản địa của Mộc Châu.

Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch được cải thiện rõ hơn so với giai đoạn trước. Giao thông kết nối giữa Hà Nội, các tỉnh Tây Bắc và Mộc Châu thuận lợi hơn, tạo điều kiện tăng khả năng tiếp cận điểm đến. Hệ thống lưu trú phát triển nhanh với sự tham gia của khách sạn, resort, homestay, farmstay và các khu nghỉ dưỡng. Một số khu, điểm du lịch được đầu tư theo hướng hiện đại, có khả năng tạo điểm nhấn cho du lịch Mộc Châu.

Chất lượng dịch vụ du lịch có sự chuyển biến tích cực. Các dịch vụ lưu trú, ăn uống, tham quan, vận chuyển và trải nghiệm tại một số điểm du lịch đã được cải thiện, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách du lịch. Sự xuất hiện của các sản phẩm mới và các mô hình kinh doanh du lịch gắn với nông nghiệp, cộng đồng, nghỉ dưỡng đã góp phần làm phong phú trải nghiệm của du khách.

Cộng đồng địa phương tham gia ngày càng rõ nét vào hoạt động du lịch. Người dân tham gia cung cấp dịch vụ homestay, ẩm thực, hướng dẫn trải nghiệm văn hóa, bán

sản phẩm nông nghiệp và sản phẩm địa phương. Sự tham gia này giúp sản phẩm du lịch Mộc Châu có tính bản địa hơn, đồng thời tạo thêm sinh kế và nâng cao nhận thức của cộng đồng về bảo tồn tài nguyên, văn hóa.

Hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch đã góp phần nâng cao mức độ nhận diện của điểm đến. Hình ảnh Mộc Châu gắn với cao nguyên xanh, mùa hoa, đồi chè, văn hóa dân tộc và các sản phẩm trải nghiệm được lan tỏa rộng rãi trên mạng xã hội, truyền thông số và các sự kiện du lịch. Điều này hỗ trợ tích cực cho việc thu hút khách du lịch, nhất là nhóm khách trẻ và khách nội địa.

Cơ chế, chính sách phát triển du lịch có tác động quan trọng trong việc định hướng và thúc đẩy phát triển sản phẩm. Các quy hoạch, chương trình phát triển du lịch và chính sách thu hút đầu tư đã tạo nền tảng để Mộc Châu phát triển theo hướng điểm đến sinh thái, văn hóa, nghỉ dưỡng và trải nghiệm.

2.6.2 Những hạn chế

Sản phẩm du lịch tại Mộc Châu vẫn phụ thuộc nhiều vào tài nguyên sẵn có, nhất là cảnh quan thiên nhiên, khí hậu và mùa hoa. Tính sáng tạo trong thiết kế sản phẩm chưa cao, số lượng sản phẩm đặc thù có khả năng tạo khác biệt rõ rệt so với các điểm đến khác trong vùng Tây Bắc còn hạn chế. Một số sản phẩm có nội dung trải nghiệm tương đối giống nhau, thiếu chiều sâu và chưa tạo được giá trị gia tăng lớn cho du khách.

Chất lượng dịch vụ du lịch chưa đồng đều giữa các khu, điểm du lịch và giữa các cơ sở kinh doanh. Các dịch vụ bổ trợ như vui chơi giải trí, mua sắm, trải nghiệm ban đêm, sản phẩm lưu niệm, dịch vụ chăm sóc sức khỏe và hoạt động chuyên đề còn ít. Điều này làm giảm khả năng kéo dài thời gian lưu trú và tăng mức chi tiêu của khách du lịch.

Hạ tầng phục vụ du lịch tại một số điểm đến chưa đồng bộ. Hệ thống bãi đỗ xe, nhà vệ sinh công cộng, biển chỉ dẫn, điểm cung cấp thông tin du lịch và các công trình hỗ trợ khách còn hạn chế. Một số tuyến đường kết nối đến bản du lịch cộng đồng, điểm tham quan tự nhiên hoặc khu vực trải nghiệm nông nghiệp vẫn chưa thuận tiện, ảnh hưởng đến chất lượng trải nghiệm của du khách.

Nguồn nhân lực du lịch chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu phát triển theo hướng chuyên nghiệp. Một bộ phận lao động địa phương còn thiếu kỹ năng phục vụ, kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và kiến thức về quản trị dịch vụ. Tính chuyên nghiệp trong vận hành sản phẩm, thuyết minh, tổ chức trải nghiệm và chăm sóc khách hàng chưa đồng đều giữa các cơ sở.

Hoạt động xúc tiến, quảng bá còn thiếu tính chiến lược và chưa gắn chặt với định vị sản phẩm du lịch đặc thù. Hình ảnh Mộc Châu được nhận diện khá rộng rãi nhưng thông điệp thương hiệu chưa thật sự rõ nét. Công tác quảng bá còn phụ thuộc nhiều vào mạng xã hội và các sự kiện theo mùa, trong khi liên kết với doanh nghiệp lữ hành, kênh truyền thông chuyên nghiệp và thị trường khách quốc tế còn hạn chế.

Liên kết phát triển sản phẩm giữa các điểm đến, doanh nghiệp và địa phương trong vùng chưa chặt chẽ. Các tour tuyến kết nối Mộc Châu với Sơn La, Hòa Bình, Điện Biên, Hà Nội và các điểm đến Tây Bắc chưa được khai thác thường xuyên theo hướng sản phẩm liên vùng có chất lượng cao. Sự phối hợp giữa cơ quan quản lý, doanh nghiệp, cộng đồng và nhà đầu tư trong xây dựng sản phẩm vẫn cần được tăng cường.

Công tác quản lý tài nguyên, môi trường và bảo tồn văn hóa còn đặt ra nhiều yêu cầu. Việc phát triển nhanh các hoạt động du lịch nếu thiếu kiểm soát có thể gây áp lực đến cảnh quan, môi trường và bản sắc văn hóa địa phương. Một số điểm du lịch cộng đồng còn phát triển tự phát, chưa có quy chuẩn rõ ràng về chất lượng dịch vụ, bảo tồn văn hóa và phân chia lợi ích.

Nhìn chung, Mộc Châu đã có nền tảng thuận lợi để phát triển sản phẩm du lịch, nhưng quá trình phát triển vẫn cần chuyển từ khai thác tài nguyên sang thiết kế sản phẩm có chiều sâu, có thương hiệu và có khả năng cạnh tranh.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 đã hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn liên quan đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu. Nội dung chương tập trung làm rõ các khái niệm về du lịch, sản phẩm du lịch, phát triển sản phẩm du lịch và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch. Đồng thời, chương cũng tổng hợp và

phân tích các nghiên cứu trước đây trong và ngoài nước nhằm xác định khoảng trống nghiên cứu và xây dựng cơ sở khoa học cho mô hình nghiên cứu của đề tài.

Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước, đề tài xác định 9 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu gồm: nhu cầu khách du lịch, tài nguyên du lịch, dịch vụ du lịch, hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật, nhân lực du lịch, an toàn du lịch, sự tham gia của cộng đồng địa phương, xúc tiến quảng bá du lịch và cơ chế chính sách. Biến phụ thuộc của mô hình là phát triển sản phẩm du lịch.

Chương 2 cũng trình bày quy trình nghiên cứu bao gồm nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phỏng vấn sâu đối với doanh nghiệp du lịch và chuyên gia du lịch nhằm hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu và hoàn thiện hệ thống thang đo. Nghiên cứu định lượng được triển khai thông qua khảo sát khách du lịch với bảng hỏi sử dụng thang đo Likert 5 mức độ. Các phương pháp phân tích dữ liệu được sử dụng gồm kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, rho_A, Composite Reliability, AVE và phân tích mô hình PLS-SEM.

Kết quả nghiên cứu định tính cho thấy các đối tượng khảo sát đều đánh giá Mộc Châu có nhiều tiềm năng phát triển du lịch nhờ lợi thế về tài nguyên tự nhiên, khí hậu và bản sắc văn hóa. Tuy nhiên, hệ thống sản phẩm du lịch vẫn còn tồn tại những hạn chế liên quan đến tính đặc trưng, chất lượng dịch vụ, hạ tầng du lịch, nguồn nhân lực và hoạt động xúc tiến quảng bá.

Thông qua việc phân tích thực trạng và đánh giá chung về phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu, chương 2 đã chỉ ra những kết quả đạt được cũng như những hạn chế còn tồn tại trong quá trình phát triển du lịch tại địa phương. Đây là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu trong các chương tiếp theo của luận văn.

CHƯƠNG 3. ĐỀ XUẤT VÀ KHUYẾN NGHỊ VỀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH TẠI KHU DU LỊCH QUỐC GIA MỘC CHÂU, TỈNH SƠN LA

3.1. Những căn cứ đề xuất

3.1.1. Chủ trương, chính sách, định hướng phát triển của Nhà nước và địa phương

Việc công nhận Khu du lịch quốc gia Mộc Châu có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao vị thế, chuyển dịch cơ cấu kinh tế và thúc đẩy sự phát triển du lịch đầy tiềm năng của vùng đất Mộc Châu và Vân Hồ. Đây sẽ là một bước tiến quan trọng, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Sơn La nói chung và khu du lịch quốc gia Mộc Châu nói riêng; góp phần tăng trưởng kinh tế cho khu vực, đẩy nhanh hơn tốc độ phát triển của tỉnh. Đây là cơ hội để Khu du lịch quốc gia Mộc Châu tiếp tục phấn đấu hoàn thiện nâng cao chất lượng du lịch về mọi mặt, đồng thời đảm nhiệm vai trò du lịch là hạt nhân, trung tâm phát triển kinh tế, thương mại, du lịch, dịch vụ của vùng Tây Bắc phù hợp với Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020, cũng như tinh thần của Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, nhằm khai thác, phát huy hiệu quả các nguồn lực, tài nguyên du lịch của đất nước, tận dụng cơ hội thuận lợi trong nước và quốc tế, tạo bước phát triển đột phá cho ngành du lịch trong thời kỳ mới, đồng thời còn là nguyện vọng của Đảng bộ, chính quyền và các tầng lớp nhân dân trên địa bàn huyện Mộc Châu và Vân Hồ. Năm 2022, Khu du lịch quốc gia Mộc Châu được Tổ chức giải thưởng Du lịch Thế giới (World Travel Awards) bình chọn đạt giải thưởng (Điểm đến Thiên nhiên hàng đầu Việt Nam); (Điểm đến Thiên nhiên Khu vực hàng đầu Châu Á) và (Điểm đến Thiên nhiên khu vực hàng đầu thế giới). Năm 2023 khu du lịch quốc gia Mộc Châu tiếp tục được Tổ chức giải thưởng Du lịch Thế giới (World Travel Awards) bình chọn đạt giải thưởng (Điểm đến Thiên nhiên hàng đầu Việt Nam); (Điểm đến Thiên nhiên Khu vực hàng đầu Châu Á) và (Điểm đến Thiên nhiên địa phương hàng đầu thế giới).

Khu du lịch Mộc Châu được xác định là một trong 49 khu du lịch có tiềm năng của cả nước phát triển thành khu du lịch quốc gia theo Quyết định số 201/QĐ-TTg ngày 22/01/2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Với mục tiêu xây dựng huyện Mộc Châu và huyện Vân Hồ thành Khu Du lịch quốc gia, tỉnh Sơn La đã và đang dành nhiều ưu tiên tập trung đầu tư trọng điểm về nhân lực, hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ chế thu hút đầu tư.

Việc công nhận Khu du lịch quốc gia không những tạo nên một thương hiệu mạnh mẽ, bền vững cho du lịch Sơn La mà còn góp phần quảng bá cho khu vực Tây Bắc và du lịch Việt Nam. Do vậy việc công nhận Khu du lịch quốc gia Mộc Châu là quá trình thực hiện các mục tiêu phát triển du lịch theo quyết định 201/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ; Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16 tháng 1 năm 2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Nghị quyết số 15-NQ/ĐH ngày 24/9/2020 của Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XV nhiệm kỳ 2020-2025 và Kết luận số 94-KL/TU ngày 23/01/2021 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030

3.1.2. Chiến lược, định hướng phát triển của doanh nghiệp du lịch

Chiến lược phát triển của các doanh nghiệp du lịch tại Mộc Châu hiện nay tập trung vào đa dạng hóa sản phẩm du lịch trên cơ sở khai thác lợi thế về cảnh quan thiên nhiên, khí hậu cao nguyên, tài nguyên nông nghiệp và bản sắc văn hóa dân tộc. Các chương trình du lịch đang có xu hướng chuyển từ tham quan đơn thuần sang kết hợp nghỉ dưỡng, trải nghiệm nông nghiệp, du lịch cộng đồng, vui chơi giải trí và trải nghiệm văn hóa bản địa nhằm nâng cao giá trị trải nghiệm cho du khách và kéo dài thời gian lưu trú. Các sản phẩm du lịch theo mùa như mùa hoa, mùa chè, mùa mận, săn mây và trải nghiệm văn hóa dân tộc được nhiều doanh nghiệp khai thác nhằm giảm tính thời vụ và tạo sự hấp dẫn cho điểm đến.

Hoạt động liên kết giữa doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, khu điểm du lịch và cộng đồng địa phương ngày càng được chú trọng thông qua các chương trình khảo sát, kết nối và xây dựng sản phẩm mới. Theo thông tin từ Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, chương trình Famtrip “Tinh hoa Mộc Châu 2024” có sự tham gia của 94 đơn

vị lữ hành trên cả nước nhằm khảo sát, đánh giá và xây dựng các chương trình du lịch mới tại Mộc Châu. Điều này cho thấy xu hướng tăng cường hợp tác giữa các doanh nghiệp để nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị trường khách du lịch của điểm đến.

Các doanh nghiệp du lịch tại Mộc Châu cũng có xu hướng đầu tư phát triển các khu, điểm du lịch có khả năng tạo điểm nhấn và nâng cao trải nghiệm cho du khách. Nhiều sản phẩm mới như Mộc Châu Island, cầu kính Bạch Long, các mô hình homestay, glamping và khu nghỉ dưỡng sinh thái đã góp phần mở rộng hệ thống sản phẩm du lịch tại địa phương. Đồng thời, việc nâng cấp cơ sở lưu trú, phát triển dịch vụ nghỉ dưỡng và các sản phẩm có giá trị gia tăng cao đang được nhiều doanh nghiệp quan tâm nhằm hướng đến nhóm khách có khả năng chi tiêu cao và nhu cầu nghỉ dưỡng chất lượng hơn.

Song song với hoạt động đầu tư sản phẩm, các doanh nghiệp tăng cường ứng dụng công nghệ số trong quảng bá và kinh doanh du lịch thông qua mạng xã hội, nền tảng đặt dịch vụ trực tuyến, video trải nghiệm và các ứng dụng du lịch thông minh. Hoạt động truyền thông số góp phần nâng cao khả năng tiếp cận khách du lịch tự túc, khách trẻ và khách gia đình – nhóm khách đang chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu khách du lịch đến Mộc Châu hiện nay (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, 2025).

Xu hướng phát triển du lịch gắn với cộng đồng địa phương cũng được nhiều doanh nghiệp chú trọng nhằm nâng cao tính bản địa và sự khác biệt của sản phẩm du lịch. Các hoạt động trải nghiệm văn hóa dân tộc, lưu trú homestay, thưởng thức ẩm thực địa phương và trải nghiệm nông nghiệp được khai thác theo hướng tăng cường sự tham gia của người dân địa phương. Điều này không chỉ góp phần tạo sinh kế cho cộng đồng mà còn phù hợp với định hướng phát triển du lịch bền vững của Khu du lịch quốc gia Mộc Châu.

3.1.3. Căn cứ vào thực trạng phát triển

Kết quả nghiên cứu thực trạng phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu cho thấy địa phương sở hữu nhiều lợi thế nổi bật về tài nguyên du lịch tự nhiên, tài nguyên du lịch văn hóa, vị trí địa lý và điều kiện khí hậu. Hệ thống sản phẩm du lịch từng bước được hình thành và phát triển với các nhóm sản phẩm chủ

đạo như du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp, du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa và du lịch nghỉ dưỡng. Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch đã có những chuyển biến tích cực, góp phần nâng cao năng lực phục vụ khách du lịch và gia tăng sức hấp dẫn của điểm đến.

Các yếu tố như tài nguyên du lịch, dịch vụ du lịch, sản phẩm du lịch, cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật, nguồn nhân lực, an toàn du lịch, xúc tiến quảng bá, sự tham gia của cộng đồng địa phương và cơ chế chính sách đều có ảnh hưởng nhất định đến sự phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu. Trong đó, một số yếu tố được đánh giá có mức độ tác động cao và cần được ưu tiên trong quá trình hoạch định chính sách và tổ chức thực hiện.

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, quá trình phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu vẫn còn tồn tại một số hạn chế. Hệ thống sản phẩm du lịch chưa thực sự đa dạng và khác biệt; một số sản phẩm còn trùng lặp với các địa phương khác trong khu vực. Dịch vụ hỗ trợ phục vụ du khách chưa phát triển tương xứng với tiềm năng. Chất lượng nguồn nhân lực du lịch còn chưa đồng đều. Hoạt động xúc tiến quảng bá và định vị thương hiệu điểm đến chưa tạo được sức lan tỏa mạnh mẽ trên thị trường. Công tác liên kết phát triển du lịch, sự tham gia của cộng đồng địa phương và việc khai thác tài nguyên theo hướng bền vững vẫn cần tiếp tục được hoàn thiện.

Khách du lịch ngày càng quan tâm đến các sản phẩm mang tính trải nghiệm, cá nhân hóa, gắn với bản sắc văn hóa địa phương và phát triển bền vững.

3.2. Những đề xuất góp phần phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu, tỉnh Sơn La

3.2.1. Đa dạng hóa ý tưởng phát triển sản phẩm du lịch

Kết quả nghiên cứu cho thấy hệ thống sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu đã có bước phát triển đáng kể trong những năm gần đây. Tuy nhiên, cơ cấu sản phẩm vẫn tập trung chủ yếu vào các hoạt động tham quan cảnh quan thiên nhiên, trải nghiệm nông nghiệp và du lịch cộng đồng truyền thống. Sự tương đồng giữa các điểm đến trong khu vực Tây Bắc làm giảm khả năng cạnh tranh, trong khi nhiều phân khúc khách du lịch mới chưa được khai thác hiệu quả. Thực trạng này

đòi hỏi việc phát triển sản phẩm du lịch phải được thực hiện theo hướng đa dạng hóa nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú của thị trường.

Quá trình đa dạng hóa sản phẩm cần dựa trên nguyên tắc khai thác tổng hợp các nguồn lực tự nhiên, văn hóa và kinh tế địa phương. Các sản phẩm du lịch sinh thái và nông nghiệp tiếp tục giữ vai trò nền tảng nhưng cần được nâng cấp theo hướng gia tăng trải nghiệm thực tế của du khách. Hoạt động tham quan đơn thuần cần được chuyển đổi thành các chương trình trải nghiệm gắn với sản xuất chè, chăn nuôi bò sữa, thu hoạch nông sản, chế biến thực phẩm địa phương và tìm hiểu đời sống cư dân bản địa.

Xu hướng du lịch hiện nay cho thấy nhu cầu đối với các hoạt động khám phá, vận động ngoài trời và trải nghiệm cá nhân hóa ngày càng gia tăng. Điều này tạo cơ sở để Mộc Châu phát triển các sản phẩm trekking, đạp xe địa hình, cắm trại sinh thái, leo núi, dù lượn và các hoạt động thể thao gắn với cảnh quan tự nhiên của cao nguyên. Việc hình thành các sản phẩm mới không chỉ góp phần mở rộng thị trường khách mà còn kéo dài thời gian lưu trú và nâng cao mức chi tiêu tại điểm đến.

3.2.2. Về phát triển sản phẩm du lịch đặc thù

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các điểm đến du lịch, sản phẩm đặc thù giữ vai trò quyết định đối với khả năng nhận diện và định vị thương hiệu. Mặc dù sở hữu nhiều nguồn tài nguyên nổi bật, Mộc Châu hiện vẫn chưa hình thành được hệ thống sản phẩm đặc thù có tính nhận diện cao và đủ sức tạo nên lợi thế cạnh tranh bền vững.

Việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù cần xuất phát từ những giá trị khác biệt mà các địa phương khác khó có khả năng sao chép. Khí hậu ôn hòa quanh năm, cảnh quan cao nguyên đặc trưng, hệ sinh thái nông nghiệp đa dạng và bản sắc văn hóa của cộng đồng dân tộc Thái, Mông, Dao là những nguồn lực quan trọng để tạo dựng các sản phẩm mang dấu ấn riêng của Mộc Châu.

Định hướng phát triển trong thời gian tới cần tập trung vào việc xây dựng hình ảnh Mộc Châu như một điểm đến của du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp và du lịch văn hóa vùng cao. Các sản phẩm chuyên đề gắn với mùa hoa, mùa chè, mùa mận,

không gian văn hóa dân tộc và các lễ hội truyền thống cần được tổ chức thành chuỗi trải nghiệm hoàn chỉnh thay vì tồn tại dưới dạng các hoạt động riêng lẻ. Giá trị khác biệt của sản phẩm không chỉ được tạo nên từ tài nguyên mà còn được hình thành thông qua câu chuyện điểm đến, chất lượng trải nghiệm và mức độ tham gia của cộng đồng địa phương.

3.2.3. Về phát triển các sản phẩm du lịch bổ trợ

Một trong những nguyên nhân làm hạn chế thời gian lưu trú và mức chi tiêu của khách du lịch tại Mộc Châu là hệ thống dịch vụ bổ trợ chưa phát triển tương xứng với tiềm năng. Các hoạt động vui chơi giải trí, mua sắm, chăm sóc sức khỏe và trải nghiệm về đêm còn thiếu tính đa dạng, chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu của nhiều phân khúc khách hàng.

Phát triển các sản phẩm bổ trợ cần được xem là giải pháp nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm du lịch. Trọng tâm trước hết là xây dựng hệ thống không gian mua sắm gắn với sản phẩm OCOP, nông sản địa phương, sản phẩm thủ công truyền thống và quà lưu niệm mang bản sắc vùng cao. Sự phát triển của các sản phẩm này không chỉ phục vụ nhu cầu tiêu dùng của du khách mà còn tạo thêm cơ hội sinh kế cho cộng đồng địa phương.

Các dịch vụ chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng và trị liệu cần được nghiên cứu phát triển dựa trên lợi thế về khí hậu và môi trường sinh thái. Hoạt động vui chơi giải trí ban đêm cần được đầu tư theo hướng hình thành các không gian văn hóa, ẩm thực và nghệ thuật đặc sắc, tạo động lực kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch.

3.2.4. Về xúc tiến, quảng bá và định vị thương hiệu sản phẩm du lịch

Hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch Mộc Châu đã đạt được nhiều kết quả tích cực trong thời gian qua. Tuy nhiên, hình ảnh điểm đến hiện nay vẫn chủ yếu gắn với mùa hoa và cảnh quan thiên nhiên, trong khi những giá trị về văn hóa, trải nghiệm và sản phẩm đặc thù chưa được truyền tải một cách đầy đủ tới thị trường.

Yêu cầu đặt ra là phải xây dựng chiến lược thương hiệu du lịch Mộc Châu theo hướng nhất quán và có tính khác biệt. Công tác quảng bá cần chuyển từ giới thiệu tài nguyên sang truyền thông giá trị trải nghiệm mà du khách có thể nhận được tại

điểm đến. Trọng tâm của hoạt động truyền thông không chỉ là vẻ đẹp của cảnh quan mà còn là bản sắc văn hóa, phong cách sống và những trải nghiệm đặc trưng của vùng cao nguyên.

Ứng dụng công nghệ số cần được xem là giải pháp quan trọng trong bối cảnh chuyển đổi số của ngành du lịch. Hệ thống website, nền tảng mạng xã hội, cơ sở dữ liệu du lịch và các sản phẩm truyền thông số cần được đầu tư theo hướng chuyên nghiệp nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thị trường trong nước và quốc tế.

3.2.5. Về phát triển cơ sở hạ tầng - vật chất kỹ thuật

Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật du lịch là điều kiện quan trọng bảo đảm chất lượng trải nghiệm của du khách. Mặc dù hệ thống giao thông kết nối đến Mộc Châu đã được cải thiện đáng kể trong thời gian gần đây, một số công trình phục vụ du lịch vẫn chưa đáp ứng yêu cầu phát triển của Khu du lịch quốc gia.

Định hướng đầu tư cần tập trung vào việc hoàn thiện hệ thống giao thông kết nối giữa các khu, điểm du lịch; nâng cấp hệ thống biển chỉ dẫn, bãi đỗ xe, nhà vệ sinh công cộng và các công trình phục vụ khách du lịch. Chất lượng cơ sở lưu trú cần được nâng cao theo hướng đa dạng hóa phân khúc từ bình dân đến cao cấp nhằm đáp ứng nhu cầu của nhiều nhóm khách khác nhau.

Hạ tầng số cũng cần được xem là một bộ phận quan trọng của hệ thống hạ tầng du lịch hiện đại. Việc xây dựng cơ sở dữ liệu tập trung, ứng dụng du lịch thông minh và hệ thống quản lý điểm đến bằng công nghệ số sẽ góp phần nâng cao hiệu quả quản lý và chất lượng phục vụ khách du lịch.

3.2.6. Về phát triển nguồn nhân lực du lịch

Chất lượng nguồn nhân lực có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng sản phẩm và khả năng cạnh tranh của điểm đến. Kết quả nghiên cứu cho thấy nguồn nhân lực du lịch tại Mộc Châu còn tồn tại những hạn chế nhất định về trình độ chuyên môn, ngoại ngữ và kỹ năng phục vụ khách du lịch. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực cần được triển khai theo hướng nâng cao năng lực thực hành nghề nghiệp. Nội dung đào tạo cần tập trung vào kỹ năng giao tiếp, kỹ năng phục vụ khách quốc tế, nghiệp vụ quản lý du lịch, marketing số và ứng dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh du lịch.

Vai trò của cộng đồng địa phương cần được phát huy thông qua các chương trình đào tạo về du lịch cộng đồng, bảo tồn văn hóa và phát triển sinh kế gắn với hoạt động du lịch. Việc nâng cao năng lực cho người dân không chỉ góp phần cải thiện chất lượng dịch vụ mà còn tạo nền tảng cho sự phát triển du lịch bền vững.

3.2.7. Về bảo vệ tài nguyên du lịch

Tài nguyên du lịch là nền tảng hình thành và phát triển sản phẩm du lịch. Áp lực gia tăng khách du lịch cùng với quá trình đầu tư, xây dựng và khai thác tài nguyên có thể làm suy giảm chất lượng môi trường và giá trị văn hóa nếu thiếu các biện pháp quản lý phù hợp. Công tác bảo vệ tài nguyên cần được thực hiện theo hướng kết hợp giữa khai thác và bảo tồn. Hệ thống quy hoạch phát triển du lịch phải bảo đảm duy trì được tính nguyên vẹn của cảnh quan tự nhiên và các giá trị văn hóa truyền thống. Hoạt động đầu tư tại các khu vực nhạy cảm về môi trường cần được kiểm soát chặt chẽ nhằm hạn chế các tác động tiêu cực đến hệ sinh thái.

Nhận thức của cộng đồng và doanh nghiệp về phát triển du lịch bền vững cần được nâng cao thông qua các chương trình tuyên truyền và giáo dục môi trường. Việc xây dựng mô hình du lịch xanh sẽ góp phần bảo tồn tài nguyên và nâng cao hình ảnh điểm đến.

3.2.8. Về liên kết phát triển sản phẩm du lịch

Liên kết là điều kiện quan trọng để nâng cao hiệu quả khai thác tài nguyên và phát triển sản phẩm du lịch theo hướng bền vững. Thực tế cho thấy mối liên kết giữa các chủ thể tham gia hoạt động du lịch tại Mộc Châu vẫn chưa thực sự chặt chẽ, dẫn đến tình trạng phát triển sản phẩm còn phân tán và thiếu tính đồng bộ.

Việc tăng cường liên kết cần được thực hiện trên cả phương diện liên kết ngành và liên kết vùng. Quan hệ hợp tác giữa cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp du lịch, cộng đồng địa phương và các tổ chức liên quan cần được củng cố nhằm hình thành chuỗi giá trị du lịch hoàn chỉnh.

Mộc Châu cần đẩy mạnh hợp tác với các địa phương trong vùng Tây Bắc và khu vực Hà Nội để phát triển các tuyến du lịch liên vùng, mở rộng không gian du lịch và tăng khả năng tiếp cận thị trường khách. Hiệu quả liên kết sẽ góp phần nâng cao

năng lực cạnh tranh và tạo động lực phát triển cho toàn bộ hệ thống sản phẩm du lịch.

3.2.9 Về xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm du lịch

Cơ chế, chính sách đóng vai trò định hướng và tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động phát triển du lịch. Kết quả nghiên cứu cho thấy một số chính sách hiện hành đã góp phần thúc đẩy đầu tư và phát triển sản phẩm du lịch, tuy nhiên vẫn còn tồn tại những hạn chế liên quan đến thủ tục hành chính, khả năng tiếp cận nguồn lực và hiệu quả phối hợp quản lý.

Việc hoàn thiện cơ chế chính sách cần tập trung vào mục tiêu khuyến khích đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển du lịch theo hướng bền vững. Chính sách ưu đãi cần ưu tiên cho các dự án phát triển sản phẩm đặc thù, du lịch cộng đồng, du lịch xanh và chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch.

Hiệu quả quản lý nhà nước cần được nâng cao thông qua việc hoàn thiện cơ chế phối hợp giữa các cấp, các ngành và các địa phương. Môi trường đầu tư minh bạch, thủ tục hành chính thuận lợi và chính sách hỗ trợ đồng bộ sẽ tạo điều kiện để Mộc Châu khai thác hiệu quả các nguồn lực phát triển, từng bước khẳng định vị thế của một Khu du lịch quốc gia có sức cạnh tranh cao trong hệ thống du lịch Việt Nam.

3.2.10. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ và chuyển đổi số trong phát triển sản phẩm du lịch

Khoa học công nghệ có vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu. Trong bối cảnh chuyển đổi số đang trở thành xu thế tất yếu của ngành du lịch, việc tăng cường ứng dụng khoa học công nghệ không chỉ góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch mà còn tạo điều kiện đổi mới phương thức quản lý, kinh doanh và khai thác tài nguyên du lịch theo hướng hiện đại, hiệu quả hơn. Trên cơ sở đó, Mộc Châu cần đẩy mạnh xây dựng cơ sở dữ liệu du lịch số, phát triển hệ thống thông tin du lịch thông minh và ứng dụng các nền tảng số trong hoạt động quản lý điểm đến nhằm cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác và kịp thời cho du khách cũng như các doanh nghiệp du lịch.

Việc ứng dụng khoa học công nghệ cần được triển khai đồng bộ trong hoạt động xúc tiến quảng bá, kinh doanh dịch vụ và nâng cao trải nghiệm du lịch. Các doanh nghiệp du lịch cần tăng cường sử dụng hệ thống đặt dịch vụ trực tuyến, thanh toán không dùng tiền mặt, quản lý dữ liệu khách hàng và các công cụ marketing số nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và khả năng tiếp cận thị trường. Cùng với đó, việc ứng dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR) trong quảng bá và giới thiệu sản phẩm du lịch sẽ góp phần nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến, mở rộng khả năng tiếp cận khách du lịch trong nước và quốc tế. Để bảo đảm hiệu quả của quá trình chuyển đổi số, cần chú trọng đào tạo kỹ năng công nghệ cho đội ngũ lao động du lịch, từng bước hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy phát triển du lịch bền vững tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu.

3.3. Những khuyến nghị

3.3.1. Với các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch

Các cơ quan quản lý nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện quy hoạch phát triển du lịch gắn với định hướng phát triển Khu du lịch quốc gia Mộc Châu; tăng cường quản lý hoạt động du lịch và kiểm soát chất lượng dịch vụ tại điểm đến.

Cần ưu tiên bố trí nguồn lực đầu tư hạ tầng du lịch, hỗ trợ xúc tiến quảng bá và thu hút đầu tư phát triển sản phẩm du lịch chất lượng cao. Đồng thời, cần xây dựng cơ chế phối hợp giữa các ngành, các địa phương và doanh nghiệp trong quá trình phát triển du lịch nhằm bảo đảm tính đồng bộ và hiệu quả.

Công tác đào tạo nguồn nhân lực, bảo tồn tài nguyên du lịch và quản lý môi trường du lịch cũng cần được chú trọng nhằm hướng tới phát triển du lịch bền vững.

3.3.2. Với Ban quản lý Khu du lịch quốc gia Mộc Châu

Ban quản lý Khu du lịch quốc gia Mộc Châu cần tăng cường vai trò điều phối trong quản lý điểm đến và phát triển sản phẩm du lịch. Cần chủ động phối hợp với doanh nghiệp, cộng đồng địa phương và các cơ quan quản lý nhằm xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch đồng bộ, có tính liên kết và mang bản sắc riêng của Mộc Châu.

Đồng thời, cần tăng cường công tác quản lý chất lượng dịch vụ, quản lý môi trường du lịch và kiểm soát hoạt động khai thác tài nguyên du lịch tại các điểm đến. Việc hỗ trợ cộng đồng tham gia phát triển du lịch, tổ chức các hoạt động xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu du lịch Mộc Châu cũng cần được triển khai thường xuyên và hiệu quả hơn.

Nội dung các giải pháp và khuyến nghị được xây dựng trên cơ sở định hướng nghiên cứu của luận văn về phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu

3.3.3. Khuyến nghị với doanh nghiệp du lịch

Doanh nghiệp du lịch là lực lượng trực tiếp tổ chức khai thác tài nguyên, thiết kế, cung ứng và thương mại hóa các sản phẩm du lịch, đồng thời giữ vai trò nòng cốt trong quá trình đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu. Vì vậy, các doanh nghiệp cần chủ động nghiên cứu nhu cầu thị trường, xu hướng tiêu dùng và hành vi khách du lịch để xây dựng các sản phẩm mới có tính sáng tạo, khác biệt và mang bản sắc riêng của Mộc Châu. Bên cạnh việc khai thác hiệu quả các sản phẩm du lịch hiện có, doanh nghiệp cần tăng cường đầu tư phát triển các sản phẩm đặc thù gắn với du lịch nông nghiệp, du lịch văn hóa cộng đồng, du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe và các sản phẩm trải nghiệm bốn mùa nhằm nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến, kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu của du khách.

Cùng với vai trò tiên phong trong đổi mới sản phẩm, doanh nghiệp cần chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ, tiêu chuẩn hóa quy trình phục vụ và xây dựng môi trường du lịch chuyên nghiệp, thân thiện. Đồng thời, cần tăng cường liên kết với các doanh nghiệp khác, cộng đồng địa phương, Ban quản lý Khu du lịch quốc gia Mộc Châu và các cơ quan quản lý nhà nước để hình thành chuỗi giá trị du lịch đồng bộ từ tham quan, lưu trú, ẩm thực đến mua sắm và giải trí. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong quản lý, kinh doanh và quảng bá sản phẩm; quan tâm đào tạo nguồn nhân lực và thực hiện trách nhiệm bảo vệ tài nguyên, môi trường, gìn giữ bản sắc văn hóa địa phương. Đây là những yếu tố quan trọng góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng thương hiệu du lịch Mộc Châu và thúc đẩy phát triển du lịch theo hướng bền vững.

Tiểu kết chương 3

Trên cơ sở các định hướng phát triển du lịch của Nhà nước, tỉnh Sơn La, Khu du lịch quốc gia Mộc Châu và kết quả nghiên cứu thực trạng ở Chương 2, Chương 3 đã đề xuất hệ thống giải pháp và khuyến nghị nhằm phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu theo hướng chất lượng, đặc sắc và bền vững. Các giải pháp được xây dựng dựa trên việc phát huy hiệu quả tiềm năng tài nguyên du lịch, nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách du lịch và phù hợp với xu hướng phát triển du lịch trong giai đoạn mới.

Nội dung chương tập trung vào các nhóm giải pháp chủ yếu gồm: đa dạng hóa sản phẩm du lịch; phát triển sản phẩm du lịch đặc thù; phát triển các sản phẩm du lịch bổ trợ; đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá và định vị thương hiệu; phát triển cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch; tăng cường liên kết phát triển sản phẩm; hoàn thiện cơ chế, chính sách hỗ trợ; đồng thời đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ và chuyển đổi số trong phát triển sản phẩm du lịch.

Bên cạnh các giải pháp, chương cũng đưa ra những khuyến nghị đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, Ban quản lý Khu du lịch quốc gia Mộc Châu và các doanh nghiệp du lịch. Trong đó, cơ quan quản lý nhà nước cần tăng cường công tác quy hoạch, quản lý, thu hút đầu tư và hỗ trợ phát triển du lịch; Ban quản lý Khu du lịch quốc gia Mộc Châu cần phát huy vai trò điều phối, giám sát và kết nối các chủ thể tham gia hoạt động du lịch; các doanh nghiệp du lịch cần giữ vai trò nòng cốt trong việc đầu tư, đổi mới, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, đồng thời tăng cường liên kết, ứng dụng công nghệ số và phát triển kinh doanh theo hướng bền vững. Những giải pháp và khuyến nghị này là cơ sở quan trọng để khai thác hiệu quả tiềm năng, lợi thế của Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, nâng cao sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh của điểm đến, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch bền vững trong thời gian tới.

KẾT LUẬN

Phát triển sản phẩm du lịch là một trong những nội dung quan trọng đối với quá trình nâng cao sức hấp dẫn và năng lực cạnh tranh của điểm đến. Đối với Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, vấn đề này càng có ý nghĩa thiết thực khi địa phương đang sở hữu nhiều lợi thế về cảnh quan thiên nhiên, khí hậu cao nguyên, tài nguyên nông nghiệp và bản sắc văn hóa các dân tộc. Đây là nền tảng quan trọng để Mộc Châu phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng, có khả năng thu hút du khách và đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Trên cơ sở tổng hợp lý luận và thực tiễn, luận văn đã làm rõ các vấn đề liên quan đến sản phẩm du lịch, phát triển sản phẩm du lịch và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch. Nghiên cứu xây dựng mô hình gồm 9 yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, bao gồm: nhu cầu khách du lịch, tài nguyên du lịch, dịch vụ du lịch, hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật, nhân lực du lịch, an toàn du lịch, sự tham gia của cộng đồng địa phương, xúc tiến quảng bá du lịch và cơ chế chính sách. Việc kết hợp giữa nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng đã giúp đề tài có cái nhìn tương đối toàn diện hơn về thực trạng phát triển sản phẩm du lịch tại địa phương.

Kết quả nghiên cứu cho thấy Mộc Châu đã đạt được nhiều chuyển biến tích cực trong phát triển sản phẩm du lịch. Hệ thống sản phẩm ngày càng đa dạng hơn với các loại hình như du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch nông nghiệp và du lịch trải nghiệm văn hóa. Một số khu, điểm du lịch mới được đầu tư đã góp phần làm phong phú trải nghiệm của du khách và nâng cao hình ảnh điểm đến. Cơ sở hạ tầng, cơ sở lưu trú, hoạt động xúc tiến quảng bá và sự tham gia của cộng đồng địa phương cũng có những cải thiện nhất định, tạo tiền đề cho Mộc Châu phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp và bền vững hơn.

Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu vẫn còn một số hạn chế. Nhiều sản phẩm còn dựa chủ yếu vào khai thác tài nguyên sẵn có, tính đặc thù và chiều sâu trải nghiệm chưa thật sự rõ nét. Chất lượng dịch vụ giữa các điểm đến và cơ sở kinh doanh chưa đồng đều; sản phẩm bổ trợ, dịch vụ vui chơi giải trí, hoạt động ban đêm và sản phẩm lưu niệm còn hạn chế.

Nguồn nhân lực du lịch cần được nâng cao hơn về kỹ năng, tính chuyên nghiệp và khả năng phục vụ khách. Hoạt động liên kết giữa các bên liên quan trong phát triển sản phẩm du lịch cũng cần được tăng cường để tạo nên chuỗi giá trị đồng bộ hơn.

Từ những kết quả nghiên cứu trên, luận văn đã đề xuất một số nhóm giải pháp nhằm phát triển sản phẩm du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mộc Châu trong thời gian tới. Các giải pháp tập trung vào đa dạng hóa sản phẩm, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù, hoàn thiện tour tuyến và không gian du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ, phát triển sản phẩm bổ trợ, đẩy mạnh xúc tiến quảng bá và định vị thương hiệu. Cùng với đó là các giải pháp về đầu tư hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực, bảo vệ môi trường tự nhiên và văn hóa, tăng cường liên kết giữa chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng và hoàn thiện cơ chế chính sách hỗ trợ phát triển du lịch.

Có thể khẳng định rằng, Mộc Châu có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển sản phẩm du lịch theo hướng đặc sắc, bền vững và có sức cạnh tranh. Việc phát triển sản phẩm du lịch không chỉ cần dựa vào lợi thế tài nguyên mà còn đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ giữa quản lý nhà nước, doanh nghiệp du lịch, cộng đồng địa phương và các bên liên quan. Khi các giải pháp được triển khai một cách phù hợp và thực chất, sản phẩm du lịch Mộc Châu sẽ có thêm cơ hội nâng cao chất lượng, kéo dài thời gian lưu trú của du khách, gia tăng chỉ tiêu du lịch và đóng góp tích cực hơn cho sự phát triển của địa phương.

Do giới hạn về thời gian, phạm vi khảo sát và nguồn lực nghiên cứu, luận văn chưa thể bao quát đầy đủ mọi khía cạnh của phát triển sản phẩm du lịch tại Mộc Châu. Các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng khảo sát đối với khách quốc tế, doanh nghiệp lữ hành ngoài tỉnh, cộng đồng địa phương và nhà đầu tư; đồng thời đi sâu hơn vào các vấn đề như hành vi tiêu dùng du lịch, phát triển du lịch xanh, chuyển đổi số trong quảng bá sản phẩm và xây dựng thương hiệu điểm đến. Đây sẽ là những hướng nghiên cứu có ý nghĩa nhằm tiếp tục hoàn thiện cơ sở khoa học và thực tiễn cho phát triển du lịch Mộc Châu trong thời gian tới.

