

XÂY DỰNG VÀ KIỂM ĐỊNH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

▼ TS. TRẦN THỊ THÙY TRANG*

NGHIÊN CỨU NÀY NHẪM MỤC ĐÍCH XÁC ĐỊNH CÁC YẾU TỐ CHÍNH YẾU NĂNG LỰC CẠNH TRANH, XÂY DỰNG VÀ KIỂM ĐỊNH MÔ HÌNH NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN. BẰNG LÝ THUYẾT VỀ ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH, CÁC NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM RITCHIE VÀ CROUCH (2000), CROUCH (2007), DWYER VÀ KIM (2003) VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH, MỘT MÔ HÌNH NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN ĐƯỢC XÂY DỰNG VỚI 4 NHÓM YẾU TỐ. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU SẼ GỢI Ý CÁC CHÍNH SÁCH QUẢN TRỊ DU LỊCH TRONG VIỆC NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH, HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO CÁC NHÀ HOẠCH ĐỊNH CHÍNH SÁCH VÀ QUẢN LÝ TRONG NGÀNH DU LỊCH CŨNG NHƯ CÁC NGÀNH LIÊN QUAN. THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH LÀ ĐIỂM ĐẾN ĐƯỢC CHỌN ĐỂ NGHIÊN CỨU.

Năng lực cạnh tranh điểm đến

Cạnh tranh được hiểu là sự chạy đua nhằm mục đích lôi kéo khách hàng, gia tăng thị phần của một thị trường hàng hóa, dịch vụ cụ thể. Theo Porter (2008), “cạnh tranh là tạo ra năng suất và năng suất là giá trị sản lượng do một đơn vị lao động hoặc vốn sinh ra, nó phụ thuộc vào chất lượng và đặc điểm của sản phẩm”. Theo OECD (2013), “năng lực cạnh tranh ở các cấp độ trong du lịch là năng lực cạnh tranh của một điểm đến có khả năng tối ưu hóa sức hấp dẫn của nó đối với du khách, người dân địa phương và doanh nghiệp để cung cấp chất lượng, đổi mới và sự hấp dẫn dịch vụ du lịch cho người tiêu dùng để đạt được thị phần ở thị trường trong nước và trên toàn cầu, trong khi đảm bảo rằng các nguồn lực sẵn có hỗ trợ du lịch được sử dụng có hiệu quả một cách bền vững”.

Ritchie và Crouch (1993, 2000), sắp xếp tài nguyên du lịch trong một nghiên cứu về mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến đã coi tài nguyên du lịch như là nguồn lực cốt lõi và mức độ hấp dẫn, bao gồm các yếu tố thành phần: môi trường vật chất và khí hậu, văn hóa

và lịch sử, quan hệ thị trường, kết hợp các hoạt động, các sự kiện đặc biệt, vui chơi và giải trí...

Xây dựng mô hình năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch

Nghiên cứu này chọn 4 nhóm yếu tố chính phỏng theo mô hình của Porter có điều chỉnh cho phù hợp khuôn khổ. Dựa trên các nghiên cứu thực nghiệm có trước, kết quả nghiên cứu định tính và mục tiêu của nghiên cứu, một mô hình được xây dựng để đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến trong lĩnh vực du lịch.



Quy trình nghiên cứu: đã phỏng vấn sâu 10 chuyên gia có kinh nghiệm trong quản trị chiến lược và quản lý dịch vụ du lịch. Theo đó, năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch có 4 nhóm yếu tố chính và 32 biến thành phần. “Các điều kiện về yếu tố đầu vào và mức độ hấp dẫn du lịch”: 9 thành phần; “chiến lược, cơ cấu và đối thủ cạnh tranh của địa phương”: 9 thành phần; “các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan”: 5 thành phần; “các điều kiện về nhu cầu thị trường du lịch”: 9 thành phần.

Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp định lượng nhằm kiểm định thang đo và mô hình nghiên cứu bằng hồi quy tuyến tính bội, đối tượng khảo sát là những nhà quản trị, quản lý, nhân viên ngành Du lịch của các cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp du lịch, có thời gian công tác từ 3 năm trở lên. Phương pháp thu thập dữ liệu được thực hiện kết hợp phỏng vấn trực tiếp và bảng câu hỏi. Có 320 bảng câu hỏi được phát ra, thu về 272; 24 bảng không đạt yêu cầu. Kết quả, có 248 bảng câu hỏi trả lời được sử dụng cho phân tích dữ liệu của nghiên cứu.

*Đại học Văn Hiến - Thành phố Hồ Chí Minh

Kết quả phân tích các yếu tố

Hệ số tin cậy Cronbach's alpha, kết quả phân tích cho thấy, nhóm yếu tố "các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan", biến "kế hoạch hành động quốc gia về Du lịch" có hệ số tương quan biến tổng (0.47) > 0.3, nhưng nếu loại biến này thì hệ số Cronbach alpha biến tổng sẽ tăng từ 0.772 lên 0.868 nên bị loại. Vì vậy, nhóm yếu tố "các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan" còn lại 8 biến thành phần; nhóm yếu tố "các điều kiện về nhu cầu du lịch", biến "phương thức lưu thông" có hệ số tương quan biến tổng (3.3) > 0.3 và nếu loại biến này thì hệ số Cronbach's alpha biến tổng sẽ tăng từ 0.742 lên 0.765 nên bị loại, và biến "phân khúc thị trường" có hệ số tương quan biến tổng (4.34) > 0.3 và nếu loại biến này thì hệ số Cronbach's alpha biến tổng sẽ tăng từ 0.775 lên 0.798 nên bị loại. Vì vậy nhóm yếu tố "các điều kiện về nhu cầu du lịch" còn lại 7 biến thành phần. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's alpha, có 4 nhóm yếu tố chính với 29 biến thành phần cho phân tích nhân tố tiếp theo.

Phân tích nhân tố, nhóm yếu tố "các điều kiện về yếu tố đầu vào và mức độ hấp dẫn du lịch", biến "nhận thức và hình ảnh" có hệ số tải nhân tố (0.47), nhóm yếu tố "các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan", biến "tầm nhìn" có hệ số tải nhân tố (0.51) và nhóm yếu tố "các điều kiện về nhu cầu du lịch", biến "phân khúc thị trường" có hệ số tải nhân tố (0.49), tuy nhiên các biến không có sự khác biệt lớn giữa 3 biến này với các biến của các yếu tố còn lại cho nên bị loại. Kết quả, thang đo năng lực cạnh tranh có 4 nhân tố với 26 biến được trích tại giá trị Eigenvalue = 2.074, phương sai trích được là 58,92% và hệ số KMO = 0.877. Các biến quan sát của 4 nhân tố đều có hệ số tải nhân tố trên 0.5 và có sự phân biệt > 0.3, vì vậy đều được sử dụng cho phân tích mô hình bằng hồi quy tuyến tính bội.

Kết quả phân tích hệ số Cronbach's alpha sau khi phân tích nhân tố và loại các biến của 4 yếu tố cho thấy các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng > 0.3 và phù hợp, và hệ số Cronbach's alpha của 4 nhóm khá lớn so với yêu cầu 0.7 nên đều được

chấp nhận. Và kết quả phân tích biến phụ thuộc đánh giá năng lực cạnh tranh đều đạt yêu cầu.

Kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh điểm đến

Kết quả kiểm định mô hình

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội bằng phương pháp Enter cho thấy, 4 yếu tố của năng lực cạnh tranh: yếu tố đầu vào và mức độ hấp dẫn du lịch của địa phương (HD); chiến lược, cơ cấu và đối thủ cạnh tranh (CL); các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan (HT); các điều kiện về nhu cầu du lịch (DK) đều có ảnh hưởng dương đến yếu tố đánh giá năng lực cạnh tranh (NLCT) ở mức ý nghĩa thống kê Sig. < 0.05. Và hệ số R2 hiệu chỉnh là 59.3%, có nghĩa 59.3% năng lực cạnh tranh được giải thích bởi 4 yếu tố. Mỗi quan hệ nhân quả giữa các yếu tố năng lực cạnh tranh được thể hiện bằng phương trình hồi quy sau: $NLCT = 0.441*HD + 0.158*DK + 0.159*HT + 0.322*CL + e_i$. "Yếu tố đầu vào và mức độ hấp dẫn du lịch" của địa phương (HD) có ảnh hưởng cao nhất với $\beta = 0.441$; thứ hai chiến lược, cơ cấu và đối thủ cạnh tranh (CL) với $\beta = 0.322$; các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan (HT) với $\beta = 0.159$, và các điều kiện về nhu cầu du lịch (DK) với $\beta = 0.158$.

Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu

Kết quả phân tích ANOVA giá trị của kiểm định F = 91 (Sig. = 0.000), nghĩa là có ít nhất một biến độc lập quan hệ tuyến tính với biến phụ thuộc. Do đó, các biến độc lập trong mô hình có quan hệ tuyến tính với biến phụ thuộc và giải thích sự thay đổi của biến phụ thuộc, cụ thể 59.3%. Điều này chứng tỏ mô hình hồi quy xây dựng phù hợp với bộ dữ liệu và có thể sử dụng được, và 4 biến độc lập đều có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 5%.

Kết quả phân tích phân dư dựa vào đồ thị tần số Histogram là xấp xỉ chuẩn, phần dư có giá trị trung bình (Mean) = $3.01*10^{-16} \sim 0$ và giá trị độ lệch chuẩn Std. Dev = $0.992 \sim 1$, đồ thị P - P plot cho thấy phân phối phần dư có thể xem như chuẩn, giả thuyết phân phối chuẩn của phần dư không bị vi phạm.

Nghiên cứu đã xây dựng và kiểm định mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch bao gồm 4 nhóm yếu tố chính và 26 biến thành phần phù hợp với bộ dữ liệu, trong đó: nhóm "các điều kiện về yếu tố đầu vào và mức độ hấp dẫn du lịch" gồm 8 biến thành phần: nguồn tài nguyên tự nhiên, nguồn tài nguyên văn hóa, khả năng tiếp cận điểm đến, an toàn và an ninh, y tế và vệ sinh, sức tải và sức chứa, sự hài lòng của du khách, năng lực cạnh tranh giá trong du lịch.

Nhóm "các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan" gồm 5 biến thành phần: cơ sở hạ tầng, các điều kiện về nguồn lực, năng lực kinh doanh của doanh nghiệp, số lượng các nhà cung cấp có năng lực tại địa phương, số lượng các cụm/ngành du lịch.

Nhóm "chiến lược, cơ cấu và đối thủ cạnh tranh của địa phương" gồm 7 biến thành phần: định vị và xây dựng thương hiệu, các quy định chế độ chính sách kế hoạch chiến lược du lịch, phân tích cạnh tranh và hợp tác, ứng dụng thương mại điện tử trong du lịch, cấu trúc chuỗi cung ứng du lịch, cơ chế khuyến khích du lịch, marketing du lịch.

Nhóm "các điều kiện về nhu cầu thị trường du lịch" gồm 6 biến thành phần: nhận thức của du khách, nhận thức của doanh nghiệp, nhận thức của chính quyền địa phương, hệ thống giao thông, nhận thức của người dân, môi trường du lịch.

Kết quả nghiên cứu sẽ gợi ý các chính sách quản trị du lịch trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, hình ảnh điểm đến và năng lực cạnh tranh cho các nhà hoạch định chính sách và quản lý trong ngành Du lịch, cũng như các ngành liên quan. ■

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch (2014), Báo cáo chuyên đề Du lịch Việt Nam thực trạng và phát triển.
2. Choe và Roberts (2011). "Competitive Cities in the 21st Century Cluster-Based local Economic Development CCED". Australian Government, Asian Development Bank ADB.
3. Crouch G.I. (2007). "A modelling Destination Competitiveness: A survey and analysis of the impact of competitiveness attributes". Copy right CRC for sustainable tourism Pty Ltd 2007...