

# Lợi thế điểm đến trong việc thu hút vốn đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực khách sạn tại vùng duyên hải Nam Trung bộ

Nguyễn Văn Mạnh

Đại học Kinh tế Quốc dân

Trần Thanh Phong

Đại học Quy Nhơn

Nghiên cứu của chúng tôi tập trung làm rõ những nhân tố tạo nên tính hấp dẫn của điểm đến ở khía cạnh thu hút vốn đầu tư du lịch mà rất nhiều nghiên cứu trước đây ở lĩnh vực du lịch chưa được làm rõ. Nghiên cứu này cũng làm rõ chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI-Provincial Competitiveness Index) đóng góp 1 phần trong việc tạo nên tính hấp dẫn của điểm đến. Đây là nhân tố mà chưa có nghiên cứu nào đưa vào hoặc đề xuất một cách đầy đủ. Nghiên cứu chỉ ra có 3 nhóm động cơ chính của nhà đầu tư đó là: (1) tìm kiếm tài nguyên du lịch; (2) tìm kiếm thị trường; (3) tìm kiếm sự hiệu quả. Từ đó, chúng tôi chỉ ra được 5 nhóm nhân tố chính tạo nên tính hấp dẫn của điểm đến đó là: Thị trường du lịch tiềm năng; Lợi thế tài nguyên du lịch; Lợi thế chi phí; Lợi thế cơ sở hạ tầng du lịch và Môi trường đầu tư (PCI).

## 1. Các nghiên cứu thực nghiệm trước đây

Dunning và McQueen (1981): “Lý thuyết chiết trung về sản phẩm quốc tế: Trường hợp nghiên cứu về ngành khách sạn quốc tế”. Lợi thế sở hữu: đề xuất 11 biến đo lường; Lợi thế vị trí: 4 biến đo lường; Lợi thế nội hóa: 5 biến đo lường. Tuy nhiên các biến quan sát giải thích cho từng nhóm nhân tố chưa đầy đủ và có sự nhập nhằng lẫn nhau, chưa phù hợp.

Dunning và Kundu (1995) với nghiên cứu: “Quốc tế hóa ngành công nghiệp khách sạn: Một số phát hiện mới từ một nghiên cứu thực địa”. Kết quả nghiên cứu Lợi thế điểm đến chỉ ra rằng: Quy mô thị trường, tốc độ tăng trưởng, cơ hội du lịch, cơ sở hạ tầng và sự ổn định chính trị và kinh tế là có ảnh hưởng đến thu hút vốn đầu tư vào lĩnh vực khách sạn quốc tế.

Dunning (2002) với nghiên cứu: “Lý thuyết và thực nghiệm hoạt động kinh doanh quốc tế”. Kết quả chỉ ra rằng động cơ tìm kiếm sự hiệu quả và tìm kiếm tài nguyên được Dunning lồng ghép vào nhân tố chi phí và yếu tố chung khác. Tuy nhiên vì nghiên cứu này đã phân tập trung cho doanh nghiệp hoạt động sản xuất, do vậy yếu tố tìm kiếm tài nguyên chưa được đề cập đầy đủ cho ngành du lịch — khách sạn

Adam và Amuquandoh (2013) với nghiên cứu: “Nhân tố của vị trí khách sạn tại Khu đô thị Kumasi, Ghana” Kết quả chỉ ra 6 yếu tố ảnh hưởng được xếp theo mức độ ảnh hưởng giảm dần: Luật pháp và các quy định có liên quan; Kinh tế; Đặc điểm của địa phương; Văn hóa xã hội của địa phương; Đặc điểm vị trí đặt khách sạn; Vấn đề vận chuyển.

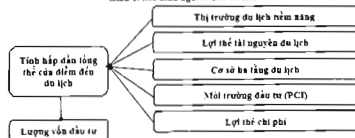
Assaf và cộng sự (2015) với nghiên cứu: “Thu hút khách sạn quốc tế: yếu tố địa phương là quan trọng

nhất” Kết quả định lượng đã chỉ ra sự nồng nhiệt chào đón khách, chất lượng cơ sở hạ tầng giao thông, tỷ lệ sở hữu nước ngoài và quy mô của nền kinh tế chủ nhà có ảnh hưởng đáng kể nhất đến thu hút các khách sạn quốc tế đến một điểm du lịch. Ti lệ tội phạm có vẻ là yếu tố tác động tiêu cực nhất.

Puciato và cộng sự (2017) với nghiên cứu: “Những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định về vị trí khách sạn dựa vào quy mô của họ ở Ba Lan”. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng khả năng tiếp cận thông tin, lập kế hoạch và ưu đãi đầu tư, tài sản du lịch. Đối với các doanh nghiệp khách sạn vừa và lớn, quan trọng nhất là tài sản du lịch và giá đất.

## 2. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



(Nguồn: tác giả đề xuất)

Nghiên cứu được thực hiện thông qua 2 bước nghiên cứu chính đó là:

Nghiên cứu sơ bộ: Một là, Tác giả tiến hành phỏng vấn sâu các 8 chuyên gia trong lĩnh vực thu hút vốn đầu tư du lịch gồm: 3 trưởng phòng phòng kế hoạch đầu tư thuộc tỉnh Đà Nẵng, Bình Định, Khánh Hòa; 2 phó giáo sư, 1 tiến sĩ là giảng viên trong lĩnh vực du

lịch; 2 nhà đầu tư khách sạn 4 sao. Hai là, tác giả tiến hành khảo sát từ 150 phiếu khảo sát được gửi đến các nhà quản lý và chủ sở hữu khu du lịch, các công viên giải trí có quy mô 3 sao trở lên. Tác giả tiến hành kiểm định thang đo bằng phân tích Cronbach's alpha và phân tích nhân tố khám phá, nhằm điều chỉnh thang đo cho phù hợp.

Nghiên cứu chính thức: Tác giả tiến hành gửi 400 phiếu khảo sát được gửi đến các nhà quản lý và chủ sở hữu khu du lịch có quy mô 3 sao trở lên, thuộc 8 tỉnh Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ, kết quả thu được 281 bảng trả lời hợp lệ. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá và phương pháp hồi quy gốc OLS.

### 3. Kết quả nghiên cứu

#### 3.1 Kết quả kiểm định thang đo bằng phân tích hệ số Cronbach's Alpha

Bảng 1: Tổng hợp số liệu kiểm định thang đo bằng phân tích Cronbach's Alpha

Nhân tố	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha	Tương quan biến tổng (nhỏ nhất)	Cronbach's Alpha nếu loại biến (lớn nhất)
Tài nguyên (TN)	7	0,869	0,720	0,866
Thu trọng (KT)	5	0,881	0,646	0,868
Hệ tầng (HT)	4	0,716	0,616	0,694
Môi trường (MT)	7	0,810	0,964 (MT1)	0,866 (MT1)
Chi phí (CP)	4	0,796	0,532	0,721
Hấp dẫn (HD)	5	0,827	0,570	0,808

Kết quả ở bảng 1 ta thấy rằng biến MT1 có hệ số tương quan nhỏ hơn 0,3 và nếu loại biến thì hệ số Cronbach's Alpha là 0,866 lớn hơn 0,810. Tuy nhiên vì đây là biến quan trọng ta không loại liên mà tiếp tục kiểm tra ở bước phân tích nhân tố khám phá EFA (Hair và cộng sự, 2010)

#### 3.2 Kết quả kiểm định thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Bảng 2: Kết quả KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,95
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3617,877
	df	378
	Sig.	0,000

Bảng 3: Kết quả Rotated Component Matrix					
	Component				
	1	2	3	4	5
TN2	0,832				
TN5	0,743				
TN3	0,706				
TN7	0,682				
TN1	0,643				
TN4	0,635				
TN6		0,757			
KT3		0,754			
KT6		0,747			
KT5		0,669			
KT2		0,628			
KT1		0,617			
KT4			0,993		
MT3			0,709		
MT4			0,774		
MT5			0,766		
MT6			0,747		
MT7			0,720		
HT3				0,782	
HT4				0,695	
HT1				0,612	
HT2				0,584	
HT5				0,565	
CP1					0,796
CP2					0,714
CP3					0,691

Kết quả kiểm định hệ số KMO = 0,895 thì chứng tỏ dữ liệu nghiên cứu này rất tốt, đạt yêu cầu để phân tích EFA (Kaiser, 1974; Kaiser và Rice, 1974).

Kết quả kiểm định Bartlett có hệ số Sig = 0,000 < 0,05, điều này có nghĩa các biến quan sát dùng để đo lường biến tổng có tương quan với nhau (Bartlett, 1937; Bartlett, 1950).

Kết quả phân tích hệ số Total Variance Explained = 58,482% và chỉ số Eigenvalues = 1,282 lớn hơn 1, chứng tỏ 5 nhân tố biến độc lập giải thích được cho sự thay đổi của biến phụ thuộc được 58,482%. Chỉ số này như vậy là đạt yêu cầu (Hair và cộng sự, 2010)

Kết quả phân tích nhân tố khám phá đã chuyển biến đo lường MT1: "Địa phương có sẵn mặt bằng, đất đai và luôn tạo điều kiện giao đất cho doanh nghiệp thuê lâu dài" sang nhóm biến đo lường "Cơ sở hạ tầng du lịch" điều này là hoàn toàn phù hợp.

Kết quả cũng loại biến TN6: "Ấm thực đa dạng và hấp dẫn thu hút nhiều du khách".

Kết quả phân tích EFA biến độc lập có hệ số KMO = 0,846 đạt yêu cầu, hệ số Total Variance Explained = 59,241% đạt yêu cầu, 5 biến giải thích cho nhân tố HD đều đạt giá trị hội tụ, phân biệt và lớn hơn 0,7 là đạt yêu cầu.

#### 3.3 Kiểm định mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Kiểm định mức độ giải thích của mô hình: Kết quả chỉ ra hệ số R2 hiệu chỉnh là 0,540 có nghĩa là các biến độc lập giải thích được 54% cho nhân tố phụ thuộc.

Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình: Kết quả chỉ ra hệ số Sig. = 0,000 < 0,05. Với kết quả này ta có thể khẳng định các biến độc lập là có tương quan với biến phụ thuộc.

Bảng 4: Coefficients - Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-7,132E-17	,038		,000	1,000	
MT	,253	,038	,253	9,303	,000	1,000
TN	,106	,038	,105	10,873	,000	1,000
KT	,424	,038	,424	12,488	,000	1,000
HT	,117	,038	,117	2,256	,025	1,000
CP	,215	,038	,215	1,985	,043	1,000

Phương trình hồi quy có thể viết lại như sau:  
 $HD = -7,132E-17 + 0,253*MT + 0,106*TN + 0,424*KT + 0,117*HT + 0,215*CP$

Tựu chung lại, ta có nói rằng các nhân tố TN, KT, HT, MT, CP có tác động cùng chiều đến nhân tố HD "Tình hấp dẫn của điểm đến đầu tư du lịch thu hút các nhà đầu tư". Trong đó, 3 nhân tố KT: "Tiềm năng thị trường du lịch"; MT: "Môi trường đầu tư"; CP: "Lợi thế chi phí" có tác động nhiều nhất đối với quyết định đầu tư khách sạn.

Các nhà đầu tư Khách sạn lại ít chú trọng vào yếu tố tài nguyên du lịch bởi vì họ chỉ quan tâm đến lượng

khách đến tỉnh đó, tiềm năng phát triển du lịch để đầu tư kinh doanh có hiệu quả. Thực chất 1 tỉnh mà có lượng khách du lịch đến nhiều và tăng chứng tỏ tài nguyên du lịch, các điểm tham quan giải trí thu hút khách. Chính vì vậy các nhà đầu tư khách sạn lại tập trung vào yếu tố tiềm năng phát triển du lịch mà ít chú trọng đến hạ tầng vì gần như các tỉnh khu vực vùng Duyên hải Nam Trung Bộ có cơ sở hạ tầng gần tương đồng nhau, đồng thời các tỉnh có lượng khách lớn, tiềm năng phát triển du lịch lớn thì chính quyền địa phương đã đầu tư cơ sở hạ tầng tương đối tốt.

#### 4. Hàm ý chính sách

Với kết quả trên hàm ý rằng: Nhân tố thị trường du lịch (tiềm năng, lợi thế chi phí, môi trường đầu tư là những nhân tố hấp dẫn nhất đối với lượng vốn FDI vào du lịch. Nhân tố tài nguyên du lịch và hạ tầng du lịch được các nhà đầu tư đánh giá ít quan trọng. Điều này không có nghĩa là các tỉnh không nên chú trọng vấn đề này, mà là các nhân tố này có ảnh hưởng, tuy nhiên các nhà đầu tư khách sạn chưa nhìn thấy được tác động trực tiếp của các nhân tố này. Một tỉnh, địa phương muốn thu hút khách họ cần có tài nguyên du lịch, có lợi thế bờ biển dài và đẹp, có các tài nguyên văn hóa và sự kiện du lịch nổi bật (Polyzos và Minetos, 2011).

Lời khuyên đối với các địa phương muốn phát triển du lịch, thu hút vốn đầu tư thì cần phải tập trung khai thác các lợi thế của địa phương:

Một là, khai thác lợi thế tài nguyên du lịch tự nhiên bằng cách xây dựng cơ sở hạ tầng, quảng bá tài nguyên tự nhiên thu hút đầu tư. Về tài nguyên nhân văn thì phải phát triển thành những sự kiện văn hóa lớn về quy mô, có sự khác biệt để thu hút khách. Điều này, cũng chính là phát triển thị trường du lịch tiềm năng. Minh chứng rõ nhất là Huế có lễ hội Diều lớn nhất Việt Nam, có di tích Đại nội Huế, các làng của các Vua thời phong kiến...; Đà Nẵng có lễ hội pháo hoa, lễ hội kính khí cầu, có khu du lịch Vinpearland Nam Hội An; Quảng Nam có Khu phố cổ Hội An; Nha Trang có khu Vinpearland Nha Trang, có các tour biển đảo nổi tiếng khu vực....

Hai là, để tạo ra thị trường du lịch tiềm năng thì chính quyền địa phương phải tập trung nguồn vốn đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, xây dựng bờ biển, công viên, tạo ra các điểm tham quan giải trí công cộng có sự khác biệt thu hút khách./

#### Tài liệu tham khảo

Adam Issahaku và Francis Eric Amuquandoh (2013), Dimensions of hotel location in the Kumasi Metropolis, Ghana, Tạp chí Tourism Management Perspectives, Số 8, Trang: 1-8.

Assaf A. George, Alexander Josiassen và Frank W. Agbola (2015), Attracting international hotels: Locational factors that matter most, Tạp chí Tourism Management, Số 47(Supplement C), Trang: 329-340.

Bartlett Maurice S (1950), Tests of significance in factor analysis, Tạp chí British Journal of statistical psychology, Số 3(2), Trang: 77-85.

Bartlett Maurice Stevenson (1937), Properties of sufficiency and statistical tests, Tạp chí Proc. R. Soc. Lond. A, Số 160(901), Trang: 268-282.

Dunning John H (2002), Theories and paradigms of international business activity, Edward Elgar, UK.

Dunning John H. và Matthew McQueen (1981), The Eclectic Theory of International Production: A Case Study of the International Hotel Industry, Tạp chí Managerial and Decision Economics (pre-1986), Số 2(4), Trang: 197.

Dunning John H. và Sumit K. Kundu (1995), The internationalization of the hotel industry - Some findings from a field study, Tạp chí International Review, Số 35(2), Trang: 101.

Hair Joseph, Black William, Babin Barry và Anderson Rolph (2010), Multivariate Data Analysis, Xuất bản lần thứ 7th, Nhà xuất bản Prentice-Hall, Upper Saddle River.

Kaiser Henry F (1974), An index of factorial simplicity, Tạp chí Psychometrika, Số 39(1), Trang: 31-36.

Kaiser Henry F và John Rice (1974), Little jiffy, mark IV, Tạp chí Educational and psychological measurement, Số 34(1), Trang: 111-117.

Polyzos Serafeim và Dionysios Minetos (2011), An ordinal regression analysis of tourism enterprises' location decisions in Greece, Tạp chí Anatolia—An International Journal of Tourism and Hospitality Research, Số 22(01), Trang: 102-119.

Puciato Daniel, Agnieszka Gawlik, Boleslaw Goranczewski, Piotr Olesniewicz, Barbara Wos, Sona Jandová, Julita Markiewicz-Patkowska và Mariusz Solysik (2017), The factors influencing the decision on the location of hotels depending on their size in Poland, Tạp chí E+M Ekonomie a Management, Số 20(2), Trang: 216-225.