XÂY DỰNG MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP KINH DOANH DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BÌNH ĐỊNH

● NGUYỄN TRẦN THI

TÓM TẮT:

Nghiên cứu đã xây dựng mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết nghiên cứu gồm 9 nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch (DNKDDL) trên địa bàn tỉnh Bình Định. Sau khi xây dựng được mô hình nghiên cứu đề xuất, tác giả đã tiến hành xây dựng bảng câu hỏi và phỏng vấn 30 chuyên gia tại các trường đại học, cơ quan chuyên môn, DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định, từ đó hiệu chỉnh đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất, các thang đo và các biến quan sát. Mô hình nghiên cứu đề xuất của đề tài bao gồm 11 nhân tố ảnh hưởng (NTAH) đến năng lực cạnh tranh (NLCT) của các DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định.

Từ khóa: năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp du lịch, du lịch Bình Định.

1. Đặt vấn đề

Hội nghị lần thứ 5 BCHTW Đảng khóa XII đã ban hành Nghị quyết về phát triển kinh tế tư nhân, với mục tiêuphát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa,đưa kinh tế tư nhân phát triển nhanh, bền vững, đa dạng với tốc độ tăng trưởng cao cả về số lượng, quy mô, chất lượng và tỷ trọng trong tổng sản phẩm nội địa.

Theo NQĐH Đảng bộ tỉnh Bình Định lần thứ XX (2020), du lịch phát triển nhanh, trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh. Khách du lịch đến tỉnh và doanh thu du lịch hàng năm tăng khá. Năm 2016 đạt 3,2 triệu lượt khách, doanh thu 1.497 tỷ đồng; năm 2019 đạt 4,8 triệu lượt khách, tăng 18% so với năm 2018. doanh thu đạt 6.000 tỷ đồng. Tuy nhiên, năm 2020, lượng khách du lịch suy giảm đáng kể do ảnh hưởng của dịch Covid-19, chỉ đạt 2,22 triệu lượt khách, tổng doanh thu ước đạt 2.370 tỷ đồng, giảm 56% so với cùng kỳ. Trong giai đoạn 2021 - 2025, du lịch được xác định là một trong năm trụ cột tăng trưởng, tiến hành đồng bộ từ quy hoạch địa điểm, quy hoạch sản phẩm đến đầu tư, quản lý hoạt động du lịch hướng đến phát triển bền vững. Xây dựng Bình Định thành điểm du lịch "3 tốt" và "3 không". Tích cực quảng bá du lịch trong nước và

ngoài nước, lấy điểm nhấn là: "Quy Nhơn - Thành phố du lịch sạch ASEAN", "Quy Nhơn - Điểm đến du lịch".

Có rất nhiều tác giả đã nghiên cứu về các NTAH đến NLCT của các doanh nghiệp trong nhiều lĩnh vực khác nhau trong ngành Du lịch, mỗi tác giả đều sử dụng các phương pháp tiếp cận khác nhau, nhằm kiểm định, phát hiện và đánh giá mức độ tác động của nhiều yếu tố khác nhau đến các vấn đề liên quan đến ngành du lịch của từng địa phương khác nhau trong và ngoài nước. Trong nghiên cứu này, tác giả lựa chọn nội dung "Xây dựng mô hình nghiên cứu các NTAH đến NLCT của các DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định" để hình thành mô hình nghiên cứu phù hợp với thực trạng hiện nay.

2. Cơ sở lý luận về NLCT các DN KDDL

NLCT của DNKDDL là khả năng của doanh nghiệp (DN) có thể tạo ra và tích hợp giá trị gia tăng của các sản phẩm - dịch vụ nhằm duy trì nguồn lực của mình, đảm bảo hiệu quả về mặt tài chính, giữ vững vị trí trên thị trường, ổn định và phát triển bền vững trong tương lai. NLCT của các DN này chịu ảnh hưởng bởi những yếu tố, gồm: khả năng cạnh tranh về giá; chất lượng sản phẩm, dịch vụ; năng lực marketing; năng lực tổ chức, quản lý; thương hiệu; nguồn nhân lực; trách nhiệm xã hội của DN; điều kiện môi trường điểm đến tại địa phương.

Từ các nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước, tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu đề xuất đối với nghiên cứu các NTAH đến NLCT của các DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định gồm các nhân tố sau:

- Cạnh tranh về giá: Giá cả chính là giá của hàng hóa, dịch vụ, là mức giá mà được xã hội thừa nhận. Cạnh tranh về giá trong du lịch phụ thuộc vào giá trị tương ứng của hàng hóa, dịch vụ phục vụ nhu cầu của khách du lịch (Dwyer, Forsyth và Rao, 2000).

- Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch: Chất lượng của sản phẩm, dịch vụ được đo bằng thị phần của sản phẩm, dịch vụ đó. Vì thế, nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, kiểm soát chất lượng sản phẩm kết hợp với việc đảm bảo chất lượng yếu tố đầu vào, độ tin cậy, thời gian cung cấp sản phẩm dịch vụ, là những tác nhân quan trọng ảnh hưởng đến NLCT của DN (Barkema, 1993; Levins, 2000).

- Năng lực marketing: Theo Kotler và cộng sự (2006), năng lực marketing của DN được thể hiện ở khả năng theo dõi, đáp ứng được những thay đổi của khách hàng, đối thủ cạnh tranh và môi trường.

- Năng lực tổ chức, quản lý: Theo Porter, (1980) năng lực tổ chức, quản lý trong DN được xem là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của DN, được thể hiện ở các mặt như trình độ của đội ngũ cán bộ quản lý (trình độ học vấn, kiến thức); trình độ tổ chức, quản lý DN (Khả năng tổ chức bộ máy quản lý, phân định chức năng - nhiệm vụ của các bộ phận); năng lực hoạch định (hoạch định kế hoạch, chiến lược); tốc độ thay thế nhân sự trước các biến đổi.

- Năng lực tổ chức dịch vụ: Theo A.Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L.Berry (1985), một trong các yếu tố mà DN tạo được chỗ đứng trên thị trường đó là khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ với khách hàng và tạo sự tín nhiệm nơi khách hàng. DN có khả năng tổ chức dịch vụ tốt sẽ tạo lợi thế cạnh tranh để đưa sản phẩm kinh doanh đến với khách hàng nhanh và hiệu quả hơn. Từng thành viên được trang bị về kiến thức của sản phẩm sẽ có khả năng thỏa mãn những mong đợi của khách hàng trong mỗi giao dịch và qua đó hình thành văn hóa của DN trong ngành mà DN đang hoạt động.

- Thương hiệu: Trong du lịch, hình ảnh của công ty du lịch, khu du lịch được xác định là một khái niệm của tất cả niềm tin, ý tưởng và ấn tượng (Crompton, 1979).

- Nguồn nhân lực: Theo Brian và cộng sự (2001), nguồn nhân lực được coi là một tài sản của DN vì họ đóng một vai trò then chốt trong việc thực hiện mục tiêu, chiến lược và cũng là một nguồn tạo ra khả năng cạnh tranh cho DN.

- Trách nhiệm xã hội: Theo Sethi (1975), trách nhiệm xã hội của DN là nâng hành vi của DN lên một mức phù hợp với các quy phạm, giá trị và kỳ vọng xã hội đang phổ biến.

- Môi trường điểm đến: Theo Go và Govers (2000), NLCT của khu du lịch, công ty du lịch bị

ảnh hưởng bởi các thành phần như môi trường cạnh tranh, môi trường toàn cầu, nguồn lực cốt lõi, các yếu tố hỗ trợ, khả năng quản lý, các yếu tố tình huống.

Như vậy, từ các nghiên cứu trước đây, tác giả đã kế thừa và đề xuất các NTAH đến NLCT của các DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định gồm 9 nhân tố: (1) Cạnh tranh về giá; (2) Chất lượng sản phẩm, dịch vụ; (3) Năng lực marketing; (4) Năng lực tổ chức, quản lý; (5) Năng lực tổ chức dịch vụ; (6) Thương hiệu; (7) Nguồn nhân lực;(8) Trách nhiệm xã hội; (9) Môi trường điểm đến.

3. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính. Sau khi xây dựng mô hình nghiên cứu đề xuất, tác giả tiến hành xây dựng mẫu phiếu phỏng vấn chuyên gia để hoàn chỉnh mô hình nghiên cứu, kiểm chứng lại các cơ sở lý thuyết trong mô hình có phù hợp với đặc trưng DNKDDL tỉnh Bình Định hay không. Đối tượng phỏng vấn chuyên gia là 30 chuyên gia tại các trường đại học, cơ quan chuyên môn, DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định. Nội dung phỏng vấn chuyên gia và thảo luận nhóm xoay quanh các thành phần trong từng NTAH đến NLCT của DNKDDL tỉnh Bình Định dựa trên nền các thành phần thang đo góc rút ra từ nghiên cứu tài liệu, các công trình nghiên cứu trước đó.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Các nhân tố được chấp nhận

Kết quả phỏng vấn 30 chuyên gia tại các trường đại học, cơ quan chuyên môn, DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định cho thấy, các NTAH đến năng lực cạnh tranh của DNKDDL tỉnh Bình Định bao gồm: (1) Cạnh tranh về giá; (2) Chất lượng sản phẩm, dịch vụ; (3) Năng lực marketing; (4) Năng lực tổ chức, quản lý; (5) Thương hiệu; (6) Nguồn nhân lực; (7) Trách nhiệm xã hội; (8) Môi trường điểm đến.

4.2. Các nhân tố bị loại ra khỏi mô hình

Đối với thang đo "Năng lực tổ chức dịch vụ", mặc dù đây chính là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến NLCT của DNKDDL. Tuy nhiên, theo đa số ý kiến các chuyên gia, nhà quản lý cho rằng không đưa thang đo này vào mô hình nghiên cứu, bởi nội hàm của năng lực tổ chức dịch vụ là một phần nhỏ trong các yếu tố chất lượng sản phẩm, dịch vụ; Yếu tố năng lực tổ chức, quản lý và Yếu tố nguồn nhân lực. Chính vì vậy, các chuyên gia đề xuất loại thang đo này ra khỏi mô hình nghiên cứu.

4.3. Các nhân tố được đề xuất thêm

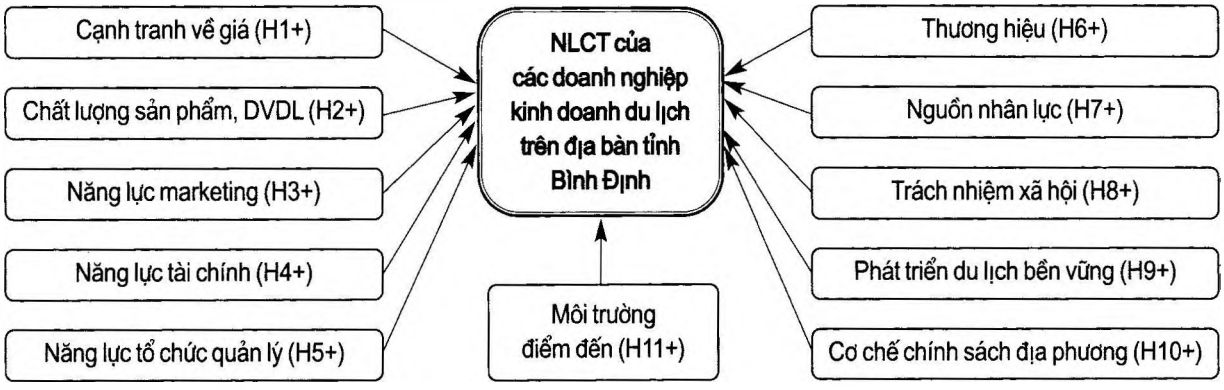
Ngoài các nhân tố mà tác giả đã đề xuất dựa trên các công trình nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước, các chuyên gia được phỏng vấn đã đề xuất thêm 3 nhân tố mới ảnh hưởng đến NLCT của DNKDDL tỉnh Bình Định phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế - xã hội hiện nay của tỉnh, bao gồm:

- *Năng lực tài chính:* Năng lực tài chính của DN là khả năng đảm bảo nguồn lực tài chính cho hoạt động của DN nhằm đạt được các mục đích mà DN đã đề ra. Như vậy, năng lực tài chính của DN được thể hiện ở khả năng đảm bảo nguồn vốn mà DN có khả năng huy động đáp ứng nhu cầu vốn cho các hoạt động của DN; được thể hiện ở quy mô vốn, khả năng huy động và sử dụng vốn có hiệu quả, năng lực quản lí tài chính,... trong DN.

- *Phát triển du lịch bền vững:* Du lịch là ngành kinh tế mang tính tổng hợp, liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Vì vậy, việc tạo ra chuỗi các giá trị để hình thành nên sản phẩm du lịch là do rất nhiều lĩnh vực, rất nhiều ngành kinh tế cùng tham gia để cung ứng chứ không chỉ mỗi ngành Du lịch. Phát triển du lịch bền vững là giải pháp giúp DN nâng cao chuẩn mực kinh doanh, để có thể thâm nhập thị trường hiện hữu, đồng thời phát triển bền vững cũng mở cơ hội thị trường rộng lớn cho DN. Du lịch Bình Định hiện có thế mạnh về phát triển các loại hình du lịch biển, đảo, du lịch khám phá, việc phát triển du lịch một cách bền vững không chỉ trách nhiệm của chính quyền mà còn là trách nhiệm và đòi hỏi nhận thức rõ từ các DNKDDL của tỉnh.

- *Cơ chế chính sách của địa phương:* Theo Kim và Lee (2005), về cơ chế chính sách phát triển ngành Du lịch, DN du lịch tại địa phương bao gồm kế hoạch phát triển cơ sở hạ tầng du lịch của địa phương, các hoạt động quản lý ngành du lịch, chi phí đầu tư cho du lịch, chính sách thuế và giá cả các dịch hỗ trợ. Bên cạnh đó, chủ trương của tỉnh Bình

Hình 1: Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh



Nguồn: Kết quả phỏng vấn chuyên gia

Định vẫn là tạo cơ chế, chính sách thu hút các nhà đầu tư, đặc biệt là những "con sếu đầu đàn" trong ngành Du lịch, từ đó thúc đẩy các DN khác đầu tư vào Bình Định.

4.4. Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh

Qua những phân tích trên, tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu bao gồm 11 NTAH đến NLCT của DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định gồm: (1) Cạnh tranh về giá; (2) Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch; (3) Năng lực Marketing; (4) Năng lực tài chính; (5) Năng lực tổ chức, quản lý; (6) Thương hiệu; (7) Nguồn nhân lực; (8) Trách nhiệm xã hội; (9) Phát triển du lịch bền vững; (10) Cơ chế chính sách của địa phương; (11) Môi trường điểm đến. (Hình 1)

5. Kết luận

Sau khi xây dựng được mô hình nghiên cứu đề xuất, tác giả đã tiến hành xây dựng bảng câu hỏi và phỏng vấn 30 chuyên gia tại các trường đại học, cơ quan chuyên môn, DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định, từ đó hiệu chỉnh đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất, các thang đo và các biến quan sát. Mô hình nghiên cứu đề xuất của đề tài bao gồm 11 NTAH đến NLCT của các DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định gồm: (1) Cạnh tranh về giá; (2) Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch; (3) Năng lực Marketing; (4) Năng lực tài chính; (5) Năng lực tổ chức, quản lý; (6) Thương hiệu; (7) Nguồn nhân lực; (8) Trách nhiệm xã hội; (9 Phát triển du lịch bền vững; (10) Cơ chế chính sách của địa phương; (11) Môi trường điểm đến. Để có cái nhìn rõ hơn, trong các nghiên cứu tiếp theo, cần tiến hành điều tra, khảo sát và phân tích định lượng để khám phá nhân tố và đưa ra được mức độ quan trọng của từng nhân tố đến NLCT của các DNKDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Barkema, A. (1993). Reaching Consumers in the Twenty First Century: The Short Way Around the Barn. *American Journal of Agricultural Economics,* 75(5), 1126-1131.

2. Brian E. Becker, Mark A. Huselid, Dave Ulrich. (2001). Making HR a Strategic Asset. [Online] Available at *https://www.markhuselid.com/pdfs/articles/2001_Financial_Times.pdf*

3. Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research,* 14(4), 18-23.

4. Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: A comparison of 19 destinations. *Tourism Management,* 21(1), 9-22.

5. Go, F. M., & Govers, R. (2000). Integrated quality management for tourist destinations: A European perspective on achieving competitiveness. *Tourism Management,* 21(1), 79-88.

6. Kotler P., Keller K. L., Ang S. H., Leong S. M. & Tan C. T. (2006). *Marketing Management-An Asian Perspective.* Singapore: Pearson.

7. Levins, R. A. (2000). A New Generation of Power. Choices, *Second Quarter:* 43-46.

8. Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing,* 49 (Fall), 41-50.

9. Porter, M. E. (1980). *Competition strategy-Techniques for Analyzing Industries and Competitors.* New York: The Free Press.

10. Sethi, S. Prakash. (1975). Dimention of coporate social performance: An Analyticial Framework For Measurement And Analysis. *California Management Review,* 17(3), 58-64.

Ngày nhận bài: 2/10/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/11/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/11/2021

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN TRẦN THI

Chánh Văn phòng, Viện Nghiên cứu Phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bình Định

DEVELOPING THE RESEARCH MODEL TO INVESTIGATE FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVENESS OF TOURISM ENTERPRISES IN BINH DINH PROVINCE

● Master. **NGUYEN TRAN THI**

Chief of Office

Binh Dinh Province Institute of Socio-Economic Development Research

ABSTRACT:

This study built a research model and research hypotheses consisting of 9 factors which affect the competitiveness of tourism enterprises in Binh Dinh Province. The study also developed a questionnaire and interviewed 30 experts working at universities, agencies, and tourism enterprises in Binh Dinh Province to adjust the research model, scales and observed variables. The study's proposed research model includes 11 factors affecting the competitiveness of tourism enterprises in Binh Dinh Province.

Keywords: competitiveness, tourism enterprises, Binh Dinh Provinces tourism sector.