

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

● NGUYỄN TRẦN THI - ĐỖ NGỌC MỸ

TÓM TẮT:

Nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận đa chiều (thực hiện đo lường trực tiếp và gián tiếp), trong việc đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh (NLCT) của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch (DN KDDL) trên địa bàn tỉnh Bình Định. Kết quả nghiên cứu cho thấy, NLCT của các DN KDDL chịu tác động trực tiếp bởi 5 nhân tố: cạnh tranh về giá, năng lực marketing, năng lực tài chính, năng lực tổ chức quản lý, thương hiệu; Chịu tác động gián tiếp bởi nhân tố phát triển du lịch bền vững (nhân tố phát hiện mới) gồm 5 thành phần: Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch, nguồn nhân lực, môi trường điểm đến, trách nhiệm xã hội, cơ chế chính sách địa phương.

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

1. Đặt vấn đề

Theo Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Bình Định lần thứ XX (2020), du lịch sẽ phát triển nhanh, trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh. Khách du lịch đến Bình Định và doanh thu du lịch hàng năm tăng trưởng 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 1 trong 5 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 tỉnh Bình Định.

Để kiểm định, phát hiện và đánh giá mức độ tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của các DN KDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định, tác giả đã thực hiện đề tài: “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”, từ đó đề xuất các hàm ý chính sách nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh Bình Định.

2. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp hỗn hợp (định tính kết hợp định lượng). Nghiên cứu được chia thành 3 giai đoạn, gồm:

Giai đoạn 1: Nghiên cứu sơ bộ, xây dựng mô hình nghiên cứu đề xuất, thảo luận 7 chuyên gia, nhà nghiên cứu có kinh nghiệm về doanh nghiệp và ngành du lịch tỉnh Bình Định. Hoàn thiện mô hình

nghiên cứu, thảo luận 30 chuyên gia tại các trường đại học, cơ quan chuyên môn, doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh Bình Định.

Giai đoạn 2: Nghiên cứu sơ bộ, điều tra sơ bộ 200 DN KDDL, đánh giá sơ bộ độ tin cậy của thang đo bằng phương pháp phân tích Cronbach Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và thiết lập bảng câu hỏi cho chương trình điều tra chính thức.

Giai đoạn 3: Nghiên cứu chính thức, điều tra khảo sát 315 DN KDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định, phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và kiểm định bằng phân tích mô hình hóa cấu trúc tuyến tính (SEM). Kết quả nghiên cứu sẽ được thảo luận cùng với 12 chuyên gia, nhà nghiên cứu trong và ngoài tỉnh Bình Định để diễn giải và minh chứng cho các luận điểm rút ra từ nghiên cứu định lượng.

Mô hình nghiên cứu chính thức như sau:

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Kết quả khảo sát 315 DN KDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định cho thấy, đa số các doanh nghiệp được khảo sát có tổng số lao động từ 50 lao động trở xuống, chiếm tỷ lệ 78,1%. Doanh nghiệp có từ 51 đến 100 lao động chiếm tỷ lệ 14,0%. Doanh nghiệp có số lao động trên 100 chiếm tỷ lệ 7,9%. Doanh nghiệp đa số là nhỏ và siêu nhỏ, tổng nguồn vốn từ 3 tỷ đồng trở xuống chiếm tỷ lệ 64,1%, từ trên 3 tỷ đồng đến 50 tỷ đồng chiếm tỷ lệ 29,2% và trên 50 tỷ đồng chiếm tỷ lệ 6,7%. Doanh nghiệp tư nhân chiếm 34,3%, Công ty TNHH chiếm 45,7%. Công ty cổ phần chiếm 7,6% và loại hình doanh nghiệp khác chiếm 12,4%. Về loại hình kinh doanh chính,

có: 83,2% doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú; 8,9% doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa; 3,5% doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế và 4,4% doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ khác như ăn uống, mua sắm phục vụ khách du lịch đạt chuẩn.

3.2. Phân tích hệ số độ tin cậy và nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích hệ số độ tin cậy Cronbachs Alpha, 2 biến quan sát bị loại ra khỏi mô hình nghiên cứu, mô hình còn lại 11 nhân tố với 52 biến quan sát và thang đo NLCT với 5 biến quan sát. Kết quả EFA tiếp tục có 1 biến quan sát bị loại ra khỏi mô hình nghiên cứu.

3.3. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

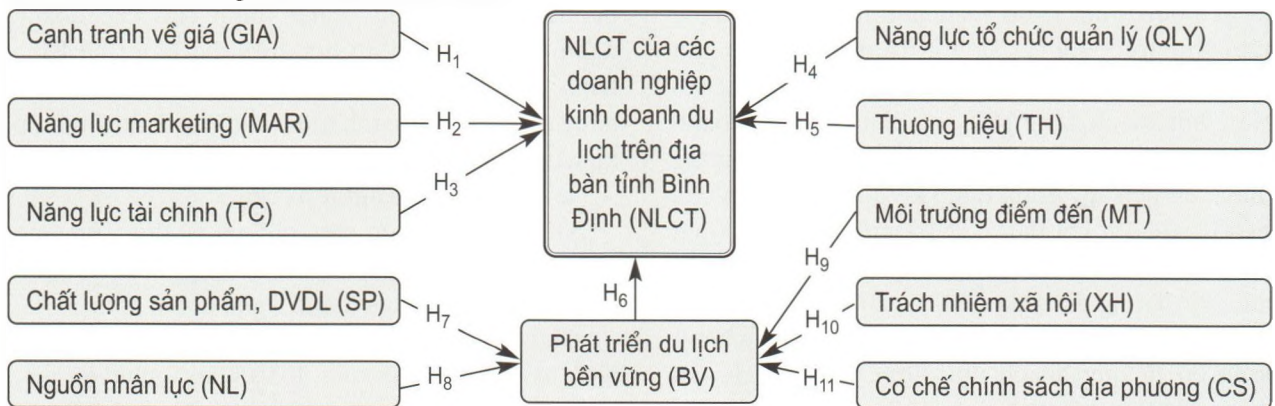
Kết quả CFA của mô hình đo lường sau cùng cho thấy, mô hình phù hợp với dữ liệu, các thành phần trong mô hình đạt giá trị hội tụ và tính đơn nguyên. Tất cả các hệ số tương quan ước lượng với sai số chuẩn (SE) cho giá trị P-value nhỏ hơn 0,05, nên hệ số tương quan của từng cặp khái niệm khác biệt so với 1 ở độ tin cậy 95%. Do đó, các khái niệm trong mô hình tới hạn đạt được giá trị phân biệt.

3.4. Kiểm định mô hình nghiên cứu (SEM)

Kết quả phân tích SEM mô hình lý thuyết cho ta thấy: Chi-square = 2259.218; bậc tự do df = 1428; giá trị P = 0.000; Chi-square/df = 1.582; GFI = 0.807; TLI = 0.903; CFI = 0.910; RMSEA = 0.043; chứng tỏ mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thực tế.

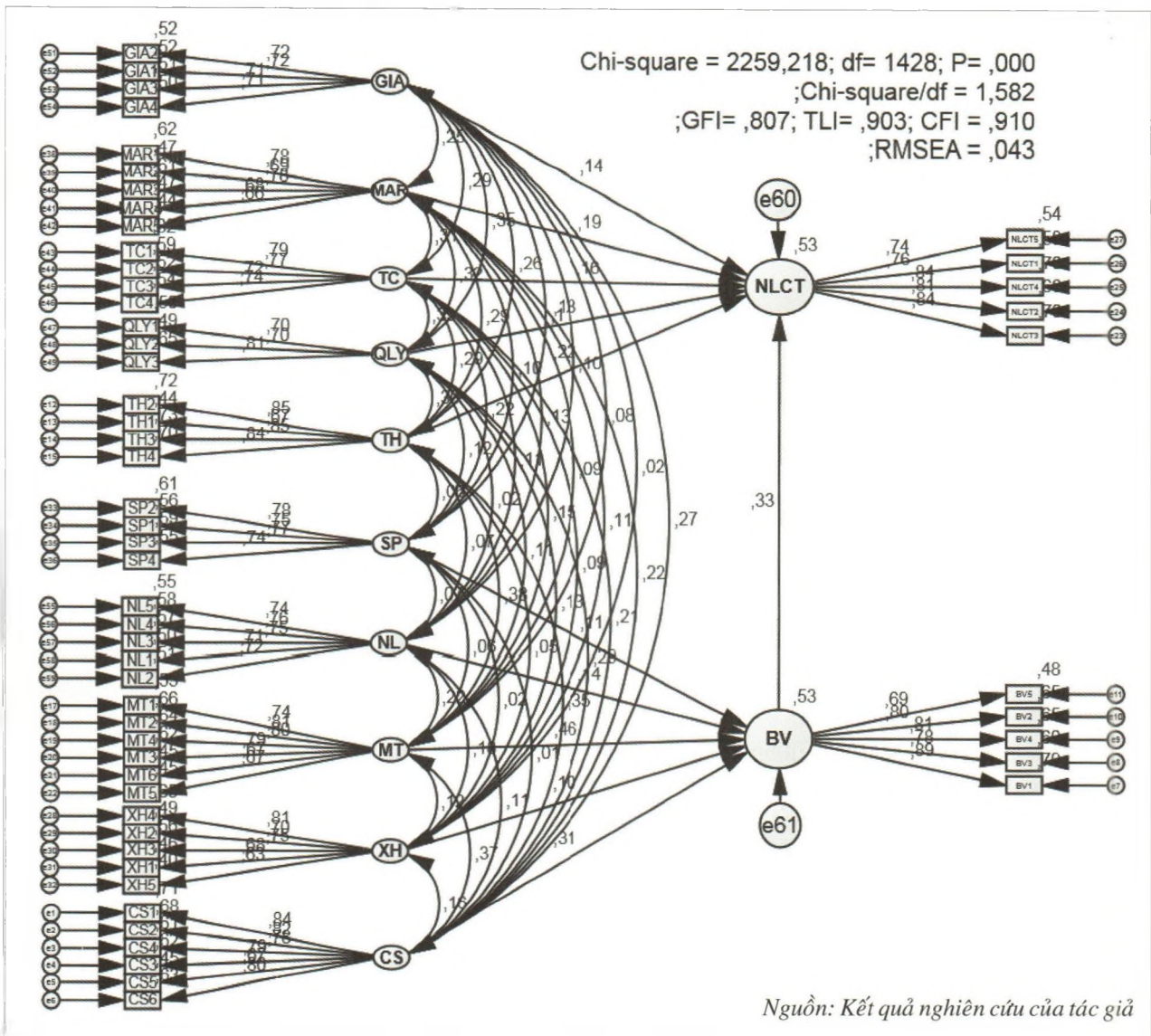
Kết quả ước lượng chuẩn hóa của các tham số cụ thể được thể hiện tại Bảng 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu chính thức



Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính

Hình 2: Kết quả SEM mô hình nghiên cứu (chuẩn hóa)



Từ kết quả phân tích SEM cho thấy, có 6 nhân tố tác động đến NLCT của các DN KDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định, các nhân tố được sắp xếp theo mức độ tác động từ cao xuống thấp như sau: (1) Phát triển du lịch bền vững; (2) Thương hiệu; (3) Năng lực marketing; (4) Năng lực tài chính; (5) Cạnh tranh về giá; (6) Năng lực tổ chức, quản lý.

Bên cạnh đó, có 5 nhân tố tác động đến phát triển du lịch bền vững, các nhân tố được sắp xếp theo mức độ tác động từ cao xuống thấp như sau: (1) Môi trường điểm đến; (2) Cơ chế chính sách của địa phương; (3) Nguồn nhân lực; (4) Chất lượng sản phẩm, dịch vụ; (5) Trách nhiệm xã hội.

Dựa trên nghiên cứu này, tác giả đã lấy mẫu lập

lại với kích thước N = 1000, để thực hiện ước lượng bootstrap; độ chệch (Bias), sai số chuẩn của độ chệch (SE-Bias) giữa ước lượng tối ưu ML và bootstrap có xuất hiện, tuy nhiên sai lệch chuẩn của độ chệch đều không có ý nghĩa thống kê, chứng tỏ kết quả ước lượng của nghiên cứu này đáng tin cậy và có thể suy rộng cho tổng thể.

4. Kết luận và hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu của đề tài cho thấy:

Một là, đề tài xác định và đo lường được các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của các DN KDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định.

Hai là, đề tài thực hiện cách tiếp cận đa chiều (thực hiện đo lường trực tiếp và gián tiếp), trong

Bảng 1. Kết quả kiểm định mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm trong mô hình (chuẩn hóa)

Quan hệ			Ước lượng trung bình	Sai lệch chuẩn (S.E.)	Giá trị tới hạn (C.R.)	Mức ý nghĩa (P)
BV	←	SP	.114	.041	2.342	.019
BV	←	NL	.142	.048	2.793	.005
BV	←	MT	.462	.055	7.878	***
BV	←	XH	.102	.033	2.042	.041
BV	←	CS	.307	.045	5.834	***
NLCT	←	GIA	.141	.065	2.497	.013
NLCT	←	MAR	.195	.051	3.528	***
NLCT	←	TC	.156	.049	2.718	.007
NLCT	←	QLY	.130	.063	2.144	.032
NLCT	←	BV	.332	.059	6.456	***
NLCT	←	TH	.217	.046	3.953	***

***: $p < 0,001$

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

việc đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của các DN KDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định. Kết quả nghiên cứu của đề tài cho thấy, NLCT của các DN KDDL chịu tác động trực tiếp bởi 5 nhân tố (cạnh tranh về giá, năng lực marketing, năng lực tài chính, năng lực tổ chức quản lý, thương hiệu) và chịu tác động gián tiếp bởi nhân tố phát triển du lịch bền vững (nhân tố phát hiện mới) gồm 5 thành phần (Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch, nguồn nhân lực, môi trường điểm đến, trách nhiệm xã hội, cơ chế chính sách địa phương). Mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến NLCT của các DN KDDL theo Bảng 2:

Trên cơ sở đó, đề tài đưa ra một số hàm ý nghiên cứu nhằm nâng cao NLCT của các DN KDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định. Cụ thể như sau:

4.1. Phát triển du lịch bền vững

Nâng cao nhận thức của các DN KDDL về phát triển du lịch bền vững, khuyến khích các DN KDDL có những hành động tuyên truyền, quảng bá, hướng dẫn một cách độc lập hoặc lồng ghép vào các sản phẩm du lịch nhằm nâng cao nhận thức cho du khách về phát triển du lịch bền vững, chẳng

Bảng 2. Mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến năng lực cạnh tranh

STT	Nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh	Tác động	Hệ số β
1	Phát triển bền vững	Trực tiếp	0.332
1.1	Môi trường điểm đến	Gián tiếp	0.462
1.2	Cơ chế chính sách địa phương	Gián tiếp	0.307
1.3	Nguồn nhân lực	Gián tiếp	0.142
1.4	Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch	Gián tiếp	0.114
1.5	Trách nhiệm xã hội	Gián tiếp	0.102
2	Thương hiệu	Trực tiếp	0.217
3	Năng lực marketing	Trực tiếp	0.195
4	Năng lực tài chính	Trực tiếp	0.156
5	Cạnh tranh về giá	Trực tiếp	0.141
6	Năng lực tổ chức, quản lý	Trực tiếp	0.130

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

hạn như bố trí phân loại rác tại nguồn, các poster không hút thuốc trong nhà hàng, khách sạn, khu du lịch... Các DN cần chú trọng việc tuân thủ và chấp hành tốt chính sách du lịch bền vững của tỉnh cũng như Luật Du lịch (2014), trong đó có nội dung về phát triển du lịch bền vững. Có chiến lược, kế hoạch rõ ràng trong việc hình thành các sản phẩm du lịch theo hướng bền vững.

Tập trung xây dựng môi trường điểm đến, hoàn thiện cơ chế chính sách về phát triển du lịch của địa phương, phát triển nguồn nhân lực trong ngành Du lịch của tỉnh, đa dạng hóa chất lượng sản phẩm, DVDL, nâng cao trách nhiệm xã hội của DN KDDL.

4.2. Phát triển thương hiệu các doanh nghiệp kinh doanh du lịch

Thương hiệu các DN KDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định cần bám sát với thương hiệu du lịch Bình Định, mang những nét đặc trưng, khác biệt của văn hóa, con người và các sản phẩm du lịch của Bình Định. Phải xây dựng và phát triển sáng tạo thương hiệu: trên cơ sở ngành hàng kinh doanh, xu hướng phát triển của ngành hàng, đặc tính của thị trường, chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp và cảm xúc của khách hàng. Xây dựng thương hiệu cần phải đi đôi với bảo vệ thương hiệu. Do đó, việc đăng ký sở hữu công nghiệp, đăng ký độc quyền nhãn hiệu hàng hóa là rất cần thiết và cần được coi trọng. Song song với việc đăng ký bảo hộ thương hiệu, cần mở rộng thị phần, nâng cao chất lượng hàng hóa và dịch vụ sau bán hàng để củng cố và tăng uy tín của thương hiệu. Ngoài ra, cần chú trọng quảng bá thương hiệu ở trong nước và nước ngoài.

4.3. Nâng cao năng lực marketing các doanh nghiệp kinh doanh du lịch

Tập trung đúng các thị trường khách du lịch trọng điểm, nâng cao khả năng thích ứng với các biến động của thị trường du lịch trong và ngoài nước như tình hình dịch bệnh Covid-19 trong thời gian qua, tình hình xung đột Nga - Ukraina. Cần xây dựng chiến lược marketing cụ thể cho doanh nghiệp, trong đó chú trọng mối quan hệ của DN với khách hàng. Các DN cần triển khai chiến lược truyền thông thương hiệu DN nói riêng và du lịch Bình Định nói chung theo tiêu chí “An toàn, văn minh, thân thiện và hấp dẫn”; đa dạng hóa các phương thức, công cụ quảng bá, chú trọng triển khai các hoạt động e-marketing. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong hoạt động marketing của DN, quảng bá du lịch, bảo đảm thực hiện thống nhất, chuyên nghiệp và hiệu quả; phát huy thế mạnh của kênh truyền thông mạng xã hội.

4.4. Nâng cao năng lực tài chính các doanh nghiệp kinh doanh du lịch

Đảm bảo chủ động được nguồn vốn chủ sở hữu, huy động được nguồn vốn đầu tư phát triển, đảm bảo khả năng thanh toán và khả năng sinh lời của DN. Ngoài các giải pháp như chuyển đổi số trong hoạt động quản lý và kinh doanh, liên kết hình thành các chuỗi sản phẩm ngành du lịch, để nâng cao năng lực tài chính, các DN KDDL trên địa bàn tỉnh Bình Định cần quan tâm. Đổi mới hệ thống quản trị nội bộ, tăng cường công tác phân tích, lập kế hoạch chiến lược, tăng cường quản lý tài chính,... Chủ động trong việc xây dựng dự án, phương thức đầu tư phù hợp với năng lực về vốn, công nghệ và con người mang tính chất mùa vụ - đặc trưng của ngành KDDL.

4.5. Nâng cao năng lực cạnh tranh về giá của các sản phẩm du lịch

Du lịch là một ngành được rất nhiều địa phương xác định là ngành kinh tế mũi nhọn. Bên cạnh đó, tỉnh Bình Định chỉ mới tập trung phát triển du lịch trong những năm gần đây, sau các địa phương khác trong vùng như Đà Nẵng, Khánh Hòa,... Chính vì vậy, giá cả các sản phẩm du lịch khó có thể cạnh tranh nếu không có sự nỗ lực của các DN KDDL và sự hỗ trợ từ chính quyền tỉnh. Việc liên kết các DN KDDL, các địa phương trong vùng là giải pháp để đa dạng hóa sản phẩm và cạnh tranh về giá cả dịch vụ du lịch.

4.6. Nâng cao năng lực tổ chức, quản lý các doanh nghiệp kinh doanh du lịch

Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, việc tổ chức, quản lý các DN nói chung và các DN KDDL nói riêng gặp nhiều khó khăn trong thời gian qua. Chính vì vậy, các DN KDDL cần có bộ máy tổ chức hoạt động hiệu quả, linh hoạt, tái cơ cấu lại nhân sự tại doanh nghiệp, liên kết, hợp tác với nhiều đối tác trong và ngoài tỉnh Bình Định. Một trong những giải pháp cần được tập trung, đó là chú trọng và đẩy mạnh việc chuyển đổi số, ứng dụng chuyển đổi số vào hệ thống kinh doanh, cắt giảm chi phí vận hành, tăng tính liên kết toàn hệ thống, ổn định và kiểm soát chất lượng dịch vụ, tăng lượng khách hàng tiếp cận, tương tác nhanh chóng với khách hàng, chăm sóc cá nhân hóa khách hàng, phục vụ khách hàng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đỗ Ngọc Mỹ (2017). *Nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng tỉnh Bình Định giai đoạn 2016 - 2030*. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp tỉnh - Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Bình Định.
2. Tỉnh ủy Bình Định (2020). *Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Bình Định lần thứ XX*.
3. Viện Nghiên cứu phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bình Định (2017 – 2018), *Báo cáo kết quả điều tra sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến Bình Định năm 2017 - 2018*.
4. Hair, A. (2010). *Multivariable Data Analysis*. Prentical-Hall International, Inc.
5. Nguyen TQ, Long NT, Nguyen T-L. Impacts of corporate social responsibility on the competitiveness of tourist enterprises: An empirical case of Ben Tre, Vietnam. *Tourism Economics*. 2019; 25(4): 539-568. doi:10.1177/1354816618805318.

Ngày nhận bài: 3/5/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/5/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/6/2022

Thông tin tác giả:

1. PGS. TS. ĐỖ NGỌC MỸ

Hiệu trưởng Trường Đại học Quy Nhơn

2. ThS. NGUYỄN TRẦN THỊ

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

**A STUDY ON THE FACTORS AFFECTING
THE COMPETITIVENESS OF TOURISM ENTERPRISES
IN BINH DINH PROVINCE**

● Assoc.Prof.Ph.D **DO NGOC MY**¹

● Master. **NGUYEN TRAN THI**²

¹Rector, Quy Nhon University

²Chief of Office, Institute for Socio-Economic Development Research
of Binh Dinh Province

ABSTRACT:

In this study, a multi-dimensional approach (direct and indirect measurement) is used to measure the factors affecting the competitiveness of tourism enterprises in Binh Dinh province. The study's results show that the competitiveness of tourism enterprises is directly affected by five factors, including price competition, marketing capacity, financial capacity, organizational management capacity, and brand. Meanwhile, the competitiveness of tourism enterprises is indirectly affected by factors of sustainable tourism development (new discovery factor). The sustainable tourism development consists of five components, namely quality of tourism products and services, human resources, destination environment, social responsibility, and local policy mechanisms.

Keywords: competitiveness, tourism enterprises, Binh Dinh province's tourism.