



DOI:10.22144/ctu.jvn.2018.088

CÁC YẾU TỐ XÁC ĐỊNH NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU

Nguyễn Thanh Sang^{1*} và Nguyễn Phú Sơn²

¹Trường Cao đẳng nghề tỉnh Bạc Liêu

²Trung tâm Chuyển giao Công nghệ và Dịch vụ, Trường Đại học Cần Thơ

*Người chịu trách nhiệm về bài viết: Nguyễn Thanh Sang (email: thanhsangbl2000@yahoo.com)

Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 30/01/2018

Ngày nhận bài sửa: 14/04/2018

Ngày duyệt đăng: 21/06/2018

Title:

Factors determining the competitiveness of tourism destinations in Bac Lieu province

Từ khóa:

Du lịch, Bạc Liêu, điểm đến du lịch, năng lực cạnh tranh

Keywords:

Bac Lieu, competitive, tourism destination

ABSTRACT

Many studies on tourism have shown that the competitiveness of a tourist destination is a combination of natural resources, human resources and technical resources, the policies and people of a destination shape the attraction of attracting visitors, satisfying the needs of visitors, and at the same time helping the destination to determine its position relative to the destination other competitors. In this study, the author collects information, analyzes and assessments of visitors on the factors determining the competitiveness of Bac Lieu tourism destinations including places of interest, infrastructure, information restaurants, hotels, entertainment, shopping... These factors are considered that important to satisfy the demand of visitors for a destination. Therefore, the study of the factors affecting the competitiveness is the key that determine the success of a destination.

TÓM TẮT

Nhiều kết quả nghiên cứu về du lịch đã chỉ ra rằng năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch là tập hợp các yếu tố: nguồn tài nguyên tự nhiên, tài nguyên nhân văn, cơ sở vật chất kỹ thuật, các chính sách, con người của một điểm đến, hình thành nên khả năng hấp dẫn thu hút khách, làm thỏa mãn nhu cầu của du khách và đồng thời giúp điểm đến du lịch xác định được vị trí của mình so với các đối thủ cạnh tranh khác. Trong nghiên cứu này, việc thu thập thông tin, phân tích, đánh giá của du khách về những yếu tố xác định năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch Bạc Liêu bao gồm danh lam thắng cảnh, cơ sở hạ tầng, thông tin tổ chức điểm đến, dịch vụ nhà hàng, khách sạn, khu vui chơi, giải trí, mua sắm... được thực hiện. Những yếu tố này được xem là những yếu tố quan trọng để thỏa mãn nhu cầu của du khách đối với một điểm đến du lịch. Cho nên, nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh điểm đến là chìa khóa quyết định thành công của một điểm đến.

Trích dẫn: Nguyễn Thanh Sang và Nguyễn Phú Sơn, 2018. Các yếu tố xác định năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch tỉnh Bạc Liêu. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 54(4D): 229-236.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch là một trong những nhu cầu tất yếu của con người từ thời cổ đại đến nay. Theo xu thế phát

triển chung, du lịch đã trở thành công nghiệp không khói có tốc độ phát triển ngày càng nhanh. Hiện nay, du lịch đã trở thành ngành kinh tế quan trọng, góp phần tích cực vào việc tăng trưởng kinh

tế, cải thiện kết cấu hạ tầng, giải quyết nhiều việc làm, mang lại nguồn thu lớn trong GDP. Một số nước trong khu vực Đông Nam Á như Thái Lan, Malaysia,... đã coi du lịch như một ngành kinh tế mũi nhọn, khai thác tốt tiềm năng du lịch, mở ra cơ hội để phát triển kinh tế đất nước.

Trong những năm gần đây ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu (Bạc Liêu) đạt được những kết quả đáng khích lệ về tăng trưởng du lịch, nhưng đứng trước xu thế hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, thì ngành du lịch của tỉnh đặt ra không ít khó khăn và cần có những hướng phát triển mới. Nhiều điểm đến du lịch trong khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) đang dần trở thành điểm đến thành công, có thương hiệu trên thị trường du lịch trong nước và quốc tế. Qua số liệu thống kê của tỉnh cho thấy, tổng số lượt khách đến Bạc Liêu trong năm 2016 là 1.100.000 khách/năm (báo cáo Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch, 2016). Đây là con số khá thấp so với các tỉnh trong khu vực ĐBSCL. Điều này cho thấy việc phát triển du lịch Bạc Liêu chưa thật sự tương xứng với tiềm năng trước áp lực cạnh tranh ngày càng gia tăng từ các điểm đến khác. Chính vì vậy, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh (NLCT) điểm đến du lịch Bạc Liêu là cần thiết, giúp cho các nhà hoạch định chính sách có những giải pháp phù hợp cho ngành du lịch nhằm thu hút du khách đến Bạc Liêu ngày càng nhiều hơn, đưa Bạc Liêu thành điểm đến hấp dẫn, có vị thế cạnh tranh trong khu vực ĐBSCL, góp phần vào sự phát triển kinh tế xã hội của địa phương trong thời kỳ hội nhập. Xuất phát từ những vấn đề nêu trên, “Các yếu tố xác định NLCT điểm đến du lịch tỉnh Bạc Liêu” là cần thiết phải được phân tích. Vì vậy, mục tiêu chủ yếu của bài viết nhằm xác định các yếu tố tạo nên NLCT của Bạc Liêu, từ đó đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao NLCT cho ngành du lịch Bạc Liêu.

2 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý luận

Ngày nay, cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch được các nhà nghiên cứu, quản lý và hoạch định chính sách rất quan tâm. Việc đo lường NLCT đã được thảo luận rộng rãi trong nhiều ngành như khoa học chính trị, khoa học quản lý, kinh tế. NLCT được xem là một nhân tố quan trọng tạo nên thành công của nhiều quốc gia, vì nó giúp nâng cao thu nhập thực tế, cải thiện mức sống thông qua cung cấp hàng hóa và dịch vụ (Crouch và Ritchie, 1999). Do sự tăng trưởng thương mại giữa các nước ngày càng cao nên Michael Porter (1990) đã đề xuất mô hình phân tích mới để xác định lợi thế

cạnh tranh trong một ngành, nhằm xây dựng một khung lý thuyết thương mại quốc tế. Mô hình kim cương của Porter giải thích NLCT của doanh nghiệp theo ba hướng cơ bản sau đây: môi trường cạnh tranh toàn cầu, chiến lược cạnh tranh và cơ cấu tổ chức. Mô hình của Porter có thể áp dụng trong NLCT và duy trì ổn định cho doanh nghiệp. Ở nhiều nước trên thế giới, khu vực dịch vụ du lịch ngày càng quan trọng đối với nền kinh tế. Vì vậy các quốc gia, tỉnh, thành phố đều quan tâm đến du lịch và dùng mọi nỗ lực và kinh phí để nâng cao hình ảnh du lịch và sức hấp dẫn ở mỗi nơi. Poon (1993) là nhà học giả có nhiều kinh nghiệm trong nghiên cứu cạnh tranh du lịch cho rằng, điểm đến du lịch phải đảm bảo bốn nguyên tắc chính sau đây: đặt môi trường lên hàng đầu, đưa du lịch thành ngành kinh tế cao nhất, tăng cường các kênh phân phối trên thị trường, xây dựng thành một khu vực tư nhân năng động. Hassan (2000) cho rằng “NLCT của điểm đến là khả năng sáng tạo và tích hợp các sản phẩm giá trị cao nhằm duy trì nguồn tài nguyên để đứng vững vị trí trên thị trường so với các đối thủ cạnh tranh khác”.

Theo Crouch and Ritchie (1999) các yếu tố thu hút nguồn lực của điểm đến được xem là sự hấp dẫn của điểm đến quyết định đến NLCT. Bao gồm các đặc tính tự nhiên, khí hậu, đặc điểm về văn hóa, cơ sở hạ tầng, thái độ với du khách, chi phí, mức giá, các mối quan hệ về kinh tế xã hội và tính độc đáo của sản phẩm du lịch. Nghiên cứu cũng đề xuất những yếu tố này cần được xem là nguồn lực quan trọng trong NLCT điểm đến. Theo Yooshik Yoon (2002), nhiệm vụ quan trọng của các điểm đến là làm thế nào để tăng cường khả năng cạnh tranh điểm đến một cách có hiệu quả. Khả năng cạnh tranh của một địa điểm du lịch là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng tích cực đến tăng trưởng của thị trường. Do đó, các nhà quản lý du lịch phải khám phá những lợi thế cạnh tranh và phân tích cạnh tranh thực tế để có cách tiếp cận khác nhau về mô hình NLCT. Ritchie và Crouch (2000) cho rằng NLCT là khả năng tạo ra giá trị gia tăng và nhờ đó cải thiện sự thịnh vượng của quốc gia và phát triển kinh tế xã hội. Một trong những mục tiêu phát triển du lịch, là tạo ra nhiều sản phẩm và dịch vụ du lịch có giá trị cho du khách hiện tại hoặc tương lai, để điểm đến và cộng đồng người dân nhận được lợi ích xã hội và kinh tế (Yooshik Yoon, 2002). Mô hình NLCT điểm đến được đề xuất bởi Crouch và Ritchie (1999) chỉ ra rằng cần phải hiểu được mối quan hệ và sự tác động lẫn nhau giữa các lực lượng của NLCT. Ngoài ra, nghiên cứu cũng đề xuất cần phân tích có hệ thống theo trường phái định lượng về lợi thế so sánh và NLCT điểm đến.

Bảng 1: Các biến đo lường NLCT điểm đến du lịch Bạc Liêu

| Ký hiệu biến | Diễn giải biến *** | Nguồn tham khảo |
|--------------|---|---|
| V1 | Khí hậu tại Bạc Liêu phù hợp cho hoạt động du lịch. | |
| V2 | Tại các điểm đến du lịch Bạc Liêu có nhiều phong cảnh thiên nhiên | |
| V3 | Tại các điểm đến du lịch Bạc Liêu có phong cảnh nhân tạo đẹp | |
| V4 | Bạc Liêu có điểm đến du lịch tâm linh (Phật Bà Nam Hải) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan. | |
| V5 | Bạc Liêu có điểm tham quan văn hóa nghệ thuật truyền thống (Khu lưu niệm nghệ thuật đờn ca tài tử và nhạc sĩ Cao Văn Lầu) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan. | |
| V6 | Bạc Liêu có điểm tham quan đáng ghi nhớ (Nhà cổ Công tử Bạc Liêu) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan. | |
| V7 | Bạc Liêu có nền nghệ thuật truyền thống (cải lương, vọng cổ) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan. | |
| V8 | Có nhiều chỗ lưu trú an ninh và sạch đẹp tại các điểm đến du lịch. | |
| V9 | Chất lượng dịch vụ chỗ ở tại các điểm đến rất tốt. | |
| V10 | Có nhiều dịch vụ ăn uống xung quanh các điểm đến . | |
| V11 | Chất lượng dịch vụ ăn uống tốt. | |
| V12 | Có nhiều loại hình giải trí buổi tối tại các điểm đến. | |
| V13 | Có sự đa dạng của các mặt hàng mua sắm tại các điểm đến. | |
| V14 | Sự có mặt của các nhà cung cấp dịch vụ (vận tải, viễn thông,...) góp phần dễ dàng và tiện lợi cho thông tin liên lạc. | Ritchie và Crouch (1993), Ritchie và Crouch (2000), Yooshik Yoon (2002) |
| V15 | Các điểm đến sạch sẽ và có cảnh quan đẹp. | |
| V16 | Quản lý an ninh, trật tự tại các điểm đến du lịch tốt . | |
| V17 | Phòng tắm công cộng và nhà vệ sinh sạch sẽ. | |
| V18 | Có nhiều biển báo đa ngôn ngữ. | |
| V19 | Dễ dàng tiếp cận với bản đồ điểm đến/tờ rơi/tờ bướm. | |
| V20 | Bảo tồn di sản văn hoá tại điểm đến có giá trị cao. | |
| V21 | Bảo tồn văn hóa truyền thống địa phương tốt. | |
| V22 | Bảo tồn môi trường tại các điểm đến tốt. | |
| V23 | Hiệu quả làm việc của nhân viên du lịch và nhân viên khách sạn cao. | |
| V24 | Mạng wifi rộng rãi tại các điểm đến du lịch. | |
| V25 | Giá cả chung tại điểm đến du lịch hợp lý. | |
| V26 | Tình hình tội phạm (trộm cướp, móc túi, ...) không có. | |
| V27 | Tình hình chèo kéo, nài nỉ du khách không xảy ra | |
| V28 | Sự thân thiện của người dân địa phương cao. | |
| V29 | Người dân địa phương hiểu được nhiều ngôn ngữ vùng miền. | |
| V30 | Khả năng giao tiếp ngoại ngữ của nhân lực làm việc tại các điểm đến du lịch tốt. | |

Nguồn: Tổng hợp của tác giả, 2017;

*** Ghi chú: Các biến được xây dựng dựa trên kế thừa từ kết quả nghiên cứu trước và có hiệu chỉnh cho phù hợp với đối tượng nghiên cứu là NLCT điểm đến du lịch Bạc Liêu; Các thang đo được đo bằng thang đo Likert 5 mức độ

2.2 Phạm vi khảo sát

Nghiên cứu tập trung vào khách du lịch nội địa đến tham quan và du lịch tại các địa điểm du lịch trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu: Phật Bà Nam Hải, nhà Công tử Bạc Liêu, Nhà thờ Tắc Sậy, Quảng trường Hùng Vương, Khu lưu niệm Nghệ thuật Đờn ca tài

tử Nam Bộ và nhạc sĩ Cao Văn Lầu, Vườn nhãn Bạc Liêu, Sân chim Bạc Liêu.

2.3 Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phân tích EFA được ứng dụng trong nghiên cứu này nhằm xác định các yếu tố xác định NLCT của các điểm đến du lịch Bạc Liêu.

Phương pháp phân tích nhân tố EFA được sử dụng chủ yếu trong nghiên cứu. Để đáp ứng yêu cầu về cỡ mẫu đối với phương pháp phân tích này, dữ liệu từ 290 khách du lịch được thu thập bằng phương pháp phỏng vấn trực tiếp. Cỡ mẫu nghiên cứu là 290 quan sát được chọn theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện là phù hợp với nguyên tắc được nêu bởi Tabachnik and Fidell (1991) và Nguyễn Đình Thọ (2014).

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Đánh giá độ tin cậy của các biến quan sát

Kết quả phân tích ở Bảng 2 cho thấy, sau khi đã loại 10 biến “rác” (V1, V3, V11, V12, V13, V17, V19, V23, V26 và V27) do có tương quan giữa biến – tổng nhỏ hơn 0,3 ra khỏi mô hình thì kết quả kiểm định độ tin cậy được đảm bảo. Hệ số Cronbach’s Alpha tổng là 0,907 > 0,6 và các biến còn lại đều có tương quan giữa biến - tổng đều lớn hơn 0,3. Chính vì vậy, 20 biến quan sát còn lại đủ độ tin cậy để tiếp tục đưa vào phân tích nhân tố khám phá ở bước tiếp theo (Nunnally, 1978; Peterson, 1994) nhằm xác định các nhân tố chủ yếu tạo nên NLCT của du lịch tỉnh Bạc Liêu.

Bảng 2: Kết quả kiểm định Cronbach Alpha

| Biến | Trung bình thang đo nếu xóa biến | Trung bình phương sai nếu loại biến | Tương quan giữa biến – tổng | Cronbach's Alpha nếu loại biến |
|------|----------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| V2 | 64,44 | 86,790 | 0,683 | 0,899 |
| V4 | 63,49 | 89,889 | 0,472 | 0,905 |
| V5 | 63,78 | 88,014 | 0,578 | 0,902 |
| V6 | 63,70 | 88,402 | 0,553 | 0,903 |
| V7 | 63,72 | 89,310 | 0,528 | 0,903 |
| V8 | 64,30 | 87,439 | 0,671 | 0,900 |
| V9 | 64,45 | 88,128 | 0,705 | 0,899 |
| V10 | 64,19 | 91,672 | 0,466 | 0,905 |
| V14 | 64,11 | 90,179 | 0,544 | 0,903 |
| V15 | 64,38 | 87,654 | 0,687 | 0,900 |
| V16 | 64,22 | 88,494 | 0,631 | 0,901 |
| V18 | 65,10 | 88,513 | 0,551 | 0,903 |
| V20 | 64,14 | 88,941 | 0,600 | 0,902 |
| V21 | 64,10 | 88,981 | 0,616 | 0,901 |
| V24 | 64,46 | 88,018 | 0,622 | 0,901 |
| V28 | 64,36 | 89,697 | 0,365 | 0,910 |
| V25 | 64,34 | 89,614 | 0,511 | 0,904 |
| V22 | 63,95 | 91,475 | 0,407 | 0,906 |
| V29 | 64,94 | 90,710 | 0,432 | 0,906 |
| V30 | 64,93 | 91,648 | 0,411 | 0,906 |

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát, 2017

3.2 Phân tích nhân tố khám phá các yếu tố xác định NLCT của điểm đến du lịch tỉnh Bạc Liêu

Kết quả phân tích EFA được trình bày trong Bảng 3 cho thấy các yêu cầu được đảm bảo: Hệ số KMO=0,888 nằm trong khoảng từ 0,5 đến 1, giá trị

kiểm định Bartlett có ý nghĩa (sig=0,000 < 0,05), giá trị Eigenvalues = 1,062 > 1. Đồng thời, giá trị phần trăm cộng dồn Cumulative = 68,65% cho biết 5 nhân tố mới được hình thành giải thích được 68,65% độ biến thiên của dữ liệu. Hệ số tải nhân tố của các biến quan sát đều lớn hơn 0,5 đạt yêu cầu.

Bảng 3: Kết quả phân tích nhân tố

| Biến | Diễn giải biến | Nhân tố | | | | |
|---------------------------------|--|---------|-------|-------|-------|-------|
| | | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 |
| V15 | Các điểm đến sạch sẽ và có cảnh quan đẹp | 0,772 | | | | |
| V8 | Có nhiều chỗ lưu trú an ninh và sạch đẹp tại các điểm đến du lịch | 0,748 | | | | |
| V25 | Giá cả chung tại điểm đến du lịch hợp lý | 0,747 | | | | |
| V24 | Mạng wifi rộng rãi tại các điểm đến du lịch | 0,643 | | | | |
| V9 | Chất lượng dịch vụ chỗ ở tại các điểm đến rất tốt | 0,612 | | | | |
| V2 | Tại các điểm đến du lịch Bạc Liêu có nhiều phong cảnh thiên nhiên | 0,528 | | | | |
| V6 | Bạc Liêu có điểm tham quan đáng ghi nhớ (Nhà cổ Công tử Bạc Liêu) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan | | 0,863 | | | |
| V5 | Bạc Liêu có điểm tham quan văn hóa nghệ thuật truyền thống (Khu lưu niệm nghệ thuật đờn ca tài tử và nhạc sĩ Cao Văn Lầu) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan | | 0,863 | | | |
| V4 | Bạc Liêu có điểm đến du lịch tâm linh (Phật Bà Nam Hải) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan | | 0,771 | | | |
| V7 | Bạc Liêu có nền nghệ thuật truyền thống (cải lương, vọng cổ) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan | | 0,719 | | | |
| V29 | Người dân địa phương hiểu được nhiều ngôn ngữ vùng miền | | | 0,786 | | |
| V30 | Khả năng giao tiếp ngoại ngữ của nhân lực làm việc tại các điểm đến du lịch tốt | | | 0,769 | | |
| V18 | Có nhiều biển báo đa ngôn ngữ | | | 0,687 | | |
| V28 | Sự thân thiện của người dân địa phương cao | | | 0,521 | | |
| V10 | Có nhiều dịch vụ ăn uống xung quanh các điểm đến | | | | 0,787 | |
| V14 | Sự có mặt của các nhà cung cấp dịch vụ (vận tải, viễn thông,...) góp phần dễ dàng và tiện lợi cho thông tin liên lạc. | | | | 0,677 | |
| V16 | Quản lý an ninh, trật tự tại các điểm đến du lịch tốt | | | | 0,611 | |
| V21 | Bảo tồn văn hóa truyền thống địa phương tốt | | | | | 0,758 |
| V20 | Bảo tồn di sản văn hoá tại điểm đến có giá trị cao | | | | | 0,726 |
| V22 | Bảo tồn môi trường tại các điểm đến tốt | | | | | 0,570 |
| KMO = 0,880; | | | | | | |
| Sig. Bartlett's = 0,000; | | | | | | |
| Eigenvalues = 1,062; | | | | | | |
| Cumulative = 68,65% | | | | | | |

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát, 2017

Như vậy, kết quả phân tích nhân tố từ Bảng 3 đã chỉ ra có 5 (F1, F2, F3, F4, F5) nhân tố mới được hình thành từ 20 biến quan sát. Các biến quan sát có cùng xu hướng đánh giá của du khách được hội tụ thành một nhóm. Mỗi nhóm nhân tố sẽ được đặt tên cho phù hợp với đặc điểm biểu hiện, tên gọi cụ thể được trình bày trong Bảng 4.

Nhân tố F1 bao gồm các biến: V15-Các điểm đến sạch sẽ và có cảnh quan đẹp; V8-Có nhiều chỗ lưu trú an ninh và sạch đẹp tại các điểm đến du lịch; V25-Giá cả chung tại điểm đến du lịch hợp lý; V24-Mạng wifi rộng rãi tại các điểm đến du lịch; V9-Chất lượng dịch vụ chỗ ở tại các điểm đến rất tốt; V2-Tại các điểm đến du lịch Bạc Liêu có nhiều phong cảnh thiên nhiên. Nhìn chung, các yếu tố

thuộc nhóm nhân tố này nói về cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch. Du lịch là ngành tạo ra nhiều sản phẩm và đa dạng về thể loại dịch vụ, hàng hoá nhằm thoả mãn nhu cầu của khách du lịch. Cho nên, cơ sở vật chất kỹ thuật đóng một vai trò hết sức quan trọng trong quá trình tạo ra và thực hiện sản phẩm du lịch cũng như quyết định mức độ khai thác tiềm năng du lịch. Sự phát triển của ngành du lịch bao giờ cũng gắn liền với việc xây dựng và hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật. Chính vì vậy, nhân tố F1 được gọi tên là: “Cơ sở vật chất - kỹ thuật”.

Bảng 4: Các nhân tố mới được hình thành từ phân tích EFA

| Ký hiệu | Biến quan sát | Tên nhân tố |
|---------|-----------------------------------|-------------------------|
| F1 | 6 biến: V15, V8, V25, V24, V9, V2 | Cơ sở vật chất kỹ thuật |
| F2 | 4 biến: V6, V5, V4, V7 | Tính hấp dẫn |
| F3 | 4 biến: V29, V30, V18, V28 | Hình ảnh điểm đến |
| F4 | 3 biến: V10, V14, V16 | Dịch vụ du lịch |
| F5 | 3 biến: V21, V20, V22 | Quản lý điểm đến |

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát, 2017

Nhân tố F2 bao gồm: V4-Bạc Liêu có điểm đến du lịch tâm linh (Phật Bà Nam Hải) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan; V5-Bạc Liêu có điểm tham quan văn hóa nghệ thuật truyền thống (Khu lưu niệm nghệ thuật đờn ca tài tử Nam Bộ và nhạc sĩ Cao Văn Lầu) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan; V6-Bạc Liêu có điểm tham quan đáng ghi nhớ (Nhà cổ Công tử Bạc Liêu) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan; V7-Bạc Liêu có nền nghệ thuật truyền thống (cải lương, vọng cổ) được xem là nơi hấp dẫn du khách tham quan. Điểm đến du lịch chứa đựng rất nhiều yếu tố tác động đến nhu cầu du lịch của con người và là một động lực thu hút khách đến du lịch. Những yếu tố này rất phong phú và đa dạng, nhưng điều quan trọng nó phải tạo ra sự chú ý và sức thu hút đối với du khách. Bạc Liêu có một nguồn tài nguyên văn hóa đa dạng và phong phú đã tạo nên một sức hấp dẫn đặc biệt đối với du khách. Các biến quan sát trong nhóm nhân tố F2 cùng thể hiện nên tính hấp dẫn của du lịch Bạc Liêu. Chính vì vậy, nhân tố này được đặt tên là “Tính hấp dẫn” của điểm đến du lịch Bạc Liêu.

Nhân tố F3 bao gồm: V18-Có nhiều biển báo đa ngôn ngữ; V29-Người dân địa phương hiểu

được nhiều ngôn ngữ vùng miền; V30-Khả năng giao tiếp ngoại ngữ của nhân lực làm việc tại các điểm đến du lịch tốt; V28-Sự thân thiện của người dân địa phương cao. Bên cạnh tính hấp dẫn, ấn tượng tốt về mặt hình ảnh cũng là yếu tố quan trọng tạo nên tính hấp dẫn của một điểm đến du lịch. Hình ảnh không chỉ nói về cảnh quan mà nó còn được thể hiện ở chính con người bản địa thông qua sự chào đón nồng hậu, khả năng giao tiếp và sự thân thiện. Nhân tố F3 nói lên được hình ảnh của người dân Bạc Liêu tại các điểm đến du lịch. Chính vì vậy, nhân tố này được đặt tên là “Hình ảnh điểm đến”.

Nhân tố F4 bao gồm: V10-Có nhiều dịch vụ ăn uống xung quanh các điểm đến; V14-Sự có mặt của các nhà cung cấp dịch vụ (vận tải, viễn thông,...) góp phần dễ dàng và tiện lợi cho thông tin liên lạc; V16-Quản lý an ninh, trật tự tại các điểm đến du lịch tốt. Nhóm nhân tố này nói lên hoạt động cung cấp các dịch vụ về lễ hành, vận chuyển, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và quản lý các dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Chất lượng dịch vụ được du khách hài lòng và đánh giá tốt sẽ tạo nên NLCT cao cho điểm đến du lịch. Nhân tố này được đặt tên là “Dịch vụ du lịch”.

Nhân tố F5 bao gồm: V20-Bảo tồn di sản văn hoá tại điểm đến có giá trị cao; V21-Bảo tồn văn hóa truyền thống địa phương tốt; V22-Bảo tồn môi trường tại các điểm đến tốt. Các nhân tố này thể hiện việc bảo quản và thực hiện kế hoạch toàn diện để quản lý du lịch của một điểm đến. Phát triển du lịch bền vững và đạt hiệu quả tối ưu là mục tiêu cuối cùng của hầu hết các điểm đến du lịch. Để đạt được những mục tiêu đó, công tác quản lý điểm đến đóng một vai trò rất quan trọng. Chính vì vậy, nhân tố F5 bao gồm các biến nói lên sự bảo tồn tài nguyên du lịch để phát triển điểm đến bền vững nên nhân tố này được đặt tên là “Quản lý điểm đến”.

Như vậy, có tất cả 5 nhân tố tạo nên NLCT của điểm đến du lịch Bạc Liêu bao gồm: F1: Cơ sở vật chất kỹ thuật, F2: Tính hấp dẫn, F3: Hình ảnh điểm đến, F4: Dịch vụ du lịch và F5: Quản lý điểm đến. Mỗi nhân tố được cấu thành từ nhiều yếu tố quan sát khác nhau cùng thể hiện nên đặc điểm của nhân tố đó. Qua kết quả phân tích, ta có ước lượng điểm nhân tố của năm nhân tố. Xét các điểm nhân tố trong từng phương trình ước lượng điểm nhân tố, nhân tố có điểm cao nhất sẽ có ảnh hưởng đến nhân tố chung nhiều nhất.

Bảng 5: Ma trận hệ số điểm nhân tố

| Biến | Nhân tố | | | | | |
|------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--|
| | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 | |
| V2 | 0,129 | 0,049 | 0,042 | -0,032 | -0,015 | |
| V4 | -0,007 | 0,238 | -0,106 | -0,076 | 0,094 | |
| V5 | -0,078 | 0,363 | 0,125 | -0,079 | -0,154 | |
| V6 | -0,052 | 0,344 | 0,03 | -0,024 | -0,138 | |
| V7 | -0,015 | 0,246 | -0,041 | 0,012 | -0,046 | |
| V8 | 0,298 | 0,048 | -0,084 | -0,007 | -0,184 | |
| V9 | 0,158 | -0,016 | 0,044 | 0,128 | -0,145 | |
| V10 | -0,103 | -0,109 | -0,193 | 0,558 | 0,103 | |
| V14 | -0,198 | 0,052 | 0,021 | 0,429 | -0,004 | |
| V15 | 0,309 | 0,000 | -0,048 | -0,068 | -0,108 | |
| V16 | 0,051 | -0,039 | -0,045 | 0,320 | -0,076 | |
| V18 | 0,017 | -0,078 | 0,305 | -0,211 | 0,195 | |
| V20 | -0,114 | -0,073 | 0,027 | 0,053 | 0,429 | |
| V21 | 0,054 | -0,117 | -0,127 | -0,011 | 0,446 | |
| V24 | 0,231 | -0,124 | 0,048 | -0,171 | 0,158 | |
| V28 | 0,011 | -0,04 | 0,175 | 0,176 | -0,184 | |
| V25 | 0,362 | -0,084 | -0,144 | -0,143 | 0,03 | |
| V22 | -0,158 | 0,067 | 0,025 | -0,008 | 0,318 | |
| V29 | -0,137 | 0,102 | 0,427 | -0,115 | -0,059 | |
| V30 | -0,106 | -0,009 | 0,376 | -0,04 | -0,004 | |

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát, 2017

$$F1 = 0,129V2 + 0,298V8 + 0,158V9 + 0,309V15 + 0,231V24 + 0,362V25$$

$$F2 = 0,238V4 + 0,363V5 + 0,344V6 + 0,246V7$$

$$F3 = 0,305V18 + 0,175V28 + 0,427V29 + 0,376V30$$

$$F4 = 0,558V10 + 0,429V14 + 0,320V16$$

$$F5 = 0,429V20 + 0,446V21 + 0,318V22$$

Qua 5 phương trình ước lượng điểm nhân tố, ta thấy biến V25 (Giá cả chung tại điểm đến du lịch hợp lý) có điểm nhân tố cao nhất 0,362 nên có ảnh hưởng nhiều nhất đến nhân tố chung F1; tương tự biến V5 (Bạc Liêu có điểm tham quan văn hóa nghệ thuật truyền thống) với điểm nhân tố 0,363 có ảnh hưởng nhiều nhất đến nhân tố chung F2; biến V29 (Người dân địa phương hiểu được nhiều ngôn ngữ vùng miền) có điểm nhân tố cao nhất là 0,427 nên có ảnh hưởng nhiều nhất đến nhân tố chung F3; tương tự, biến V10 (Có nhiều dịch vụ ăn uống xung quanh các điểm đến) có ảnh hưởng nhiều nhất đến nhân tố chung F4 do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất 0,558; và cuối cùng biến V21 (Bảo tồn văn hoá truyền thống địa phương tốt) có ảnh hưởng nhiều nhất đến nhân tố chung F5 do có hệ số điểm nhân tố cao nhất là 0,446. Theo đó, trong tất cả các yếu tố, biến V10 (Có nhiều dịch vụ ăn uống xung quanh các điểm đến) là yếu tố có ảnh hưởng nhiều nhất đến NLCT điểm đến du lịch Bạc Liêu do có hệ số điểm nhân tố lớn nhất.

4 KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

4.1 Kết luận

Kết luận: Nghiên cứu các yếu tố xác định NLCT điểm đến du lịch tỉnh Bạc Liêu được thực hiện nhằm xác định các yếu tố tạo nên NLCT điểm đến du lịch Bạc Liêu. Kết quả đã chỉ ra rằng có 5 nhân tố tạo nên NLCT điểm đến du lịch Bạc Liêu bao gồm: Cơ sở vật chất kỹ thuật, Tính hấp dẫn, Hình ảnh điểm đến, Dịch vụ du lịch và Quản lý điểm đến. Trong tất cả các yếu tố, “Có nhiều dịch vụ ăn uống xung quanh các điểm đến” thuộc nhân tố Dịch vụ du lịch là có sự ảnh hưởng quan trọng nhất đến NLCT điểm đến du lịch Bạc Liêu.

4.2 Hàm ý quản trị

Điều này ngụ ý rằng, bên cạnh sự hấp dẫn sẵn có của tài nguyên du lịch thì chất lượng dịch vụ du lịch (đặc biệt là dịch vụ ăn uống) là một yếu tố thu hút và kích thích sự quay lại của du khách. Làm sao để tạo dịch vụ ăn uống không những đáp ứng về mặt chất lượng (an toàn vệ sinh thực phẩm, giá cả hợp lý,...) mà còn phải thể hiện được nét đặc trưng của ẩm thực địa phương? Chính điều này sẽ tạo nên sự riêng biệt và nâng cao NLCT của điểm đến du lịch Bạc Liêu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Crouch, G.I. and J.R.B. Ritchie. (1994), ‘Destination Competitiveness: Exploring Foundations for a Long-Term Research Program’, *Proceedings of*

- the Administrative Sciences Association of Canada 1994 Annual Conference*, June 25-28, Halifax, Nova Scotia, 79-88.
- Crouch, G.I. and J.R.B. Ritchie. (1999), 'Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity', *Journal of Business Research*, Vol 44, Issue 3, March, Pages 137-152.
- Nguyễn Đình Thọ, 2014. Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. NXB Lao Động - Xã Hội, 593 trang.
- Hassan, Salah S. (2000), 'Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry', *Journal of Travel Research*, Vol 38 Issue 3, Pages 239-245.
- Michael Porter. (1990), 'The Competitive advantage of nations', *Harvard Business Review*, March - April, Pages 73 - 93.
- Nunnally, C. 1978. *Psychometric Theory*. 2nd edition. New York: McGraw-Hill, 701 pages.
- Peterson, R. 1995. Relationship marketing and the consumer. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol 23 Issue 4, Pages 278- 281.
- Poon, A. (1993), 'Tourism, Technology and Competitive Strategies, CAB International'. Wallingford, UK, 106 pages.
- Ritchie, J.R.B. and G.I. Crouch. (1993), 'Competitiveness in International Tourism: A Framework for Understanding and Analysis', *Proceedings of the 43rd Congress of the Association Internationale d'Experts Scientifique du Tourisme*, 17-23 October, San Carlos de Bariloche, Argentina, Pages 23-71.
- Ritchie, J. R. B., and Crouch, G. I. (2000), 'The competitive destination, a sustainable perspective', *Tourism Management*, Vol 21 Issue 1, Pages 1-7.
- Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Bạc Liêu (2016), *Báo cáo tổng kết phát triển du lịch tỉnh Bạc Liêu*.
- Tabachnick, B. & Fidell, L. S. 1989. *Using Multivariate Statistics*. New York: HarperCollins, 746 pages.
- Yooshik Yoon (2002), 'Development of a Structural Model for Tourism Destination Competitiveness from Stakeholders' Perspectives', *University Libraries, Virginia Polytechnic Institute and State University*, Pages 202 - 213.