

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

1.1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Trong các chương trình phát triển du lịch tại Nghệ An, du lịch biển đảo được xác định là một trọng tâm trong chiến lược tổng thể phát triển du lịch của tỉnh. Chủ trương phát triển du lịch biển đảo thành một ngành kinh tế mũi nhọn là hợp lý nhưng cách thức triển khai còn nhiều bất cập, chưa đưa lại hiệu quả tối ưu.

Mặc dù các nghiên cứu trước đây về phát triển du lịch biển đảo do Nghệ An thực hiện đã đề cập đến những mặt mạnh, mặt yếu của du lịch biển tỉnh nhà nhưng những nhận định đưa ra vẫn chủ yếu mang tính định tính. Các giải pháp đưa ra rất nhiều nhưng chưa đề ra được đâu là giải pháp đột phá cần phải ưu tiên thực hiện. Vì thế một đánh giá cụ thể, định lượng chi tiết về năng lực cạnh tranh du lịch biển của Nghệ An so với các địa phương khác, nhất là các địa phương lân cận có một ý nghĩa hết sức to lớn. Đây là cơ sở để Nghệ An sử dụng các nguồn lực về tự nhiên, vốn, nhân lực, chính sách một cách hiệu quả, tránh dàn trải, phân tán như thời gian vừa qua. Việc áp dụng các mô hình mà thế giới đã áp dụng thành công vì thế hứa hẹn sẽ đem lại một cách đánh giá khác với trước đây. Ngoài ra, điều này còn có ý nghĩa học thuật, bổ sung vào những phương pháp đánh giá đã được xây dựng, nhấn mạnh vào một điểm đến du lịch cụ thể.

Chính vì vậy, đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo của tỉnh Nghệ An có ý nghĩa cấp thiết. Kết quả của nghiên cứu có thể bổ sung vào lý luận về cạnh tranh của điểm đến du lịch biển, đảo tại các quốc gia có nền kinh tế chuyển đổi với nhiều khác biệt về thể chế kinh tế - xã hội như Việt Nam.

1. . Tổng quan tình hình nghiên cứu có liên quan

1.2.1. Tình hình nghiên cứu lý thuyết về mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

1.2.1.1. Các nghiên cứu truyền thống về đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

Năng lực cạnh tranh trong du lịch cũng được xác định giống với năng lực cạnh tranh theo nghĩa truyền thống. Theo đó, các yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh được tập trung về phía cung. Cụ thể, tăng năng suất, chất

lượng sản phẩm với chi phí thấp, tạo khác biệt và chuyên môn hóa nhất được coi là những phương thức cơ bản để giành chiến thắng trên thương trường (Bordas, 1994). Các công trình tiêu biểu đầu tiên về mô hình lý thuyết dùng để đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch là của các tác giả như Chon và Mayer (1995), Evans và cộng sự (1995), Jones và Haven-Tang (2005), Pearce (1997), Kozak và Remington (1999)

1.2.2.2. Các nghiên cứu hiện đại về đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

Năng lực cạnh tranh du lịch theo nghĩa hiện đại cũng giống với năng lực cạnh tranh trong các loại thị trường hiện đại khác bao gồm đầy đủ các yếu tố trong cả cung và cầu cùng môi trường hoạt động của cung và cầu, đồng thời phải xem xét cả mối liên hệ, tác động tương hỗ, qua lại giữa các yếu tố. Các công trình tiêu biểu là của các tác giả như Crouch và Ritchie (1999), Hassan (2000), Go và Govers (2000), Dwyer và Kim (2003), Enright và Newton (2004), Jones và Haven-Tang (2005), Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF (2007)), Haugland và cộng sự (2011).

1.2.2. Các nghiên cứu thực nghiệm về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

Trong phần lớn trường hợp, các học giả áp dụng những mô hình lý thuyết để đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch cho những điểm đến hoặc sản phẩm du lịch cụ thể. Hai mô hình lý thuyết thường được nhiều nghiên cứu áp dụng nhất là Crouch và Ritchie (1999) và Dwyer và Kim (2003). Các nghiên cứu đó là của Hudson và cộng sự (2004), Enright và Newton (2005), Gomezelj và Mihalič (2008), Cracolici và Nijkamp (2008), Cracolici và cộng sự (2008), Tanja và cộng sự (2011) Đối với trong nước thì có các nghiên cứu của Trương Thị Ngọc Thuyền (2010), Nguyễn Anh Tuấn (2010), Nguyễn Thị Thu Vân (2012), Trần Thị Tuyết (2013)

Tóm lại, điều kiện cần mà mọi điểm đến du lịch cần phải có là những tài nguyên du lịch (về tự nhiên, văn hóa, lịch sử...) dùng làm cơ sở ban đầu để thu hút du khách. Tuy nhiên, để có một năng lực cạnh tranh mạnh thì còn cần đến rất nhiều điều kiện đủ bổ trợ, nâng cao giá trị của điều kiện cần. Chính vì vậy, các mô hình hiện đại phải đưa vào xem xét cùng lúc nhiều yếu tố, cả về phía cung và phía cầu, trong một môi trường động với nhiều

thay đổi.

1.3. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu của luận án là lựa chọn, phát triển và áp dụng một mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh đối với du lịch biển, đảo của Nghệ An. Kết quả của việc áp dụng mô hình là cơ sở để khuyến nghị giải pháp chính sách cho chính quyền tỉnh nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch biển, đảo Nghệ An.

1.4. Giả thuyết và câu hỏi nghiên cứu

Giả thuyết 1: Nghệ An không có nhiều thuận lợi về tài nguyên sẵn có nhưng lại chủ yếu khai thác dựa vào các lợi thế tài nguyên sẵn có để cạnh tranh. Do đó điểm đến du lịch biển, đảo Nghệ An chưa thể phát triển thành một điểm đến du lịch biển, đảo trong топ đầu của cả nước.

Giả thuyết 2: Để cải thiện năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch biển, đảo Nghệ An, cách tốt nhất là đánh giá đúng cầu thị trường, nâng cao chất lượng quản lý, môi trường chính sách, đồng thời bổ sung, nâng cấp các tài nguyên du lịch tạo thêm cũng như các yếu tố phụ trợ.

Với mục tiêu nghiên cứu và giả thuyết như trên, các câu hỏi nghiên cứu sau đây cần được trả lời:

1. Cơ sở lý thuyết nào được lựa chọn để xây dựng mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch biển, đảo Nghệ An?
2. Tình hình phát triển du lịch biển, đảo của Nghệ An thời gian qua như thế nào?
3. Áp dụng mô hình nào để đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch biển, đảo Nghệ An?
4. Năng lực cạnh tranh của du lịch biển, đảo Nghệ An đạt mức nào?
5. Những lợi thế mà Nghệ An có thể khai thác và dựa vào để phát triển du lịch biển, đảo là gì, so với các địa phương khác trong cả nước ra sao?
6. Bối cảnh, xu thế phát triển của ngành du lịch quốc tế, khu vực và nội địa thời gian tới thế nào?
7. Những giải pháp chính sách nào Nghệ An cần thực hiện để nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo?

1.5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu:* Đối tượng nghiên cứu của luận án là năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch biển đảo Nghệ An.

- *Phạm vi nghiên cứu:* Về nội dung: nghiên cứu và xây dựng mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo của tỉnh Nghệ An; Về không gian: phạm vi nghiên cứu chỉ giới hạn ở Nghệ An và các tỉnh, thành được lựa chọn để so sánh với Nghệ An; Về thời gian: phạm vi nghiên cứu chỉ tập trung chủ yếu giai đoạn 2005-2014, thông qua phân tích số liệu, báo cáo cho thời kỳ này

1.6. Phương pháp nghiên cứu

1.6.1. Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu của luận án sẽ được xây dựng và vận dụng trên cơ sở lựa chọn, kế thừa từ mô hình tích hợp đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch của Dwyer và Kim (2003). Cụ thể và chi tiết về xây dựng mô hình nghiên cứu của luận án sẽ được trình bày chi tiết tại chương 4.

1.6.2. Phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng cả hai phương pháp phân tích định tính và phân tích định lượng

1.6.2.1. Phương pháp chọn mẫu

+ Lựa chọn mẫu điều tra: gồm 2 nhóm đối tượng: (1) các chuyên gia (đó là các chuyên gia du lịch làm việc tại các trường đại học, viện nghiên cứu, cơ quan quản lý nhà nước cả ở cấp trung ương và cấp địa phương, các doanh nhân, nhân viên kinh doanh du lịch; (2) khách du lịch (khách nội địa và quốc tế)

+ Quy mô và cách chọn mẫu: Đối với nhóm chuyên gia thì dự kiến số lượng phiếu điều tra phỏng vấn xin ý kiến là 150 phiếu (150 người). Các chuyên gia được chọn một cách có chọn lọc nhằm đảm bảo thu thập được những thông tin chính xác. Đối với khách du lịch dự kiến 250 phiếu cho cả khách nội địa và nước ngoài. Thời điểm lấy ý kiến đánh giá của du khách chọn thời điểm đông khách tại các bãi biển của Nghệ An. Nguyên tắc chọn du khách phỏng vấn theo cách thức ngẫu nhiên.

- Thiết kế phiếu theo thang đo được đo lường bằng thang Likert 5 điểm, trong đó 1 là Rất kém; 2 là Kém; 3 là Trung bình; 4 là Khá và 5 là Tốt.

- Thời gian thực hiện tiến hành phỏng vấn, điều tra từ tháng 4 đến tháng 7 năm 2014

1.6.2.2. Phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu

- **Nghiên cứu tài liệu tại bàn:** Tập hợp, sưu tầm và phân tích các nghiên cứu có liên quan đã được công bố.

- **Phương pháp chuyên gia**

- **Phương pháp nghiên cứu so sánh**

- **Phương pháp thu thập số liệu:** Số liệu thứ cấp: Thu thập các số liệu thứ cấp có liên quan qua Niên giám thống kê, các tài liệu, báo cáo của các cơ quan có liên quan và các dự án về du lịch, kế thừa bộ số liệu của các nghiên cứu trước có liên quan đến đề tài. Dữ liệu sơ cấp: Thu thập số liệu sơ cấp thông qua điều tra xã hội học. Đối tượng điều tra là các chuyên gia và các khách du lịch (đã trình bày ở trên)

- **Phương pháp xử lý số liệu:** Sử dụng xác suất thống kê để kiểm định độ tin cậy về kết quả điều tra phỏng vấn của các đối tượng. Sử dụng phần mềm SPSS20.0 để phân tích Cronbach Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA.

1.7. Đóng góp và hạn chế của nghiên cứu

1.7.1. Đóng góp của nghiên cứu

a) Những đóng góp mới về mặt học thuật, lý luận

- Qua nghiên cứu tổng quan, luận án đã phản ánh được xu thế đánh giá NLCT của điểm đến du lịch cần phải kết hợp cả cung và cầu. Việc các nghiên cứu trước đây chỉ dựa trên phân tích cung dễ dẫn đến sai lệch và thiếu tính tổng thể khi đưa ra các chỉ số NLCT của điểm đến du lịch.

- Luận án đã tiếp cận xu thế mới để lựa chọn mô hình phù hợp với đặc thù du lịch biển, đảo Việt Nam có thể áp dụng cho Nghệ An. Mô hình này đưa ra một đánh giá tương đối đầy đủ, toàn diện về NLCT du lịch biển, đảo Nghệ An và một số địa phương khác của Việt Nam trên cơ sở phát triển, bổ sung các yếu tố và tiêu chí đánh giá thuộc phía cầu trong mô hình gốc mà Dwyer và Kim (2003) đề xuất. Các tiêu chí này được nghiên cứu, lựa chọn từ kết quả đánh giá tổng quan về lý thuyết và thực nghiệm cũng như từ kết quả đánh giá những điều kiện và thực trạng phát triển du lịch biển, đảo Nghệ An. Theo đó, mô hình đánh giá NLCT của du lịch biển, đảo Nghệ An gồm có 2 phần: (1) phần gốc là mô hình của Dwyer và Kim (2003) gồm 5 nhóm yếu tố với 118 tiêu chí đánh giá và (2) phần mở rộng bao gồm các yếu tố thuộc

phía cầu mà chưa được đề cập đến trong mô hình gốc cũng như các mô hình khác trước đó bao gồm 7 nhóm yếu tố với 47 tiêu chí đánh giá.

b) Những đóng góp mới về mặt thực tiễn

- Sử dụng phương pháp phân tích hệ số Cronbach Alpha và phương pháp phân tích nhân tố khám phá, luận án kết luận rằng các nhóm yếu tố và tiêu chí đánh giá của phần gốc và phần mở rộng của mô hình đều có ý nghĩa. Vì vậy luận án đã sử dụng các nhóm yếu tố và tiêu chí của phần gốc và mở rộng để đánh giá NLCT của du lịch biển, đảo Nghệ An;

- Luận án đánh giá được năng lực cạnh tranh của du lịch biển đảo Nghệ An đồng thời so sánh với các địa phương có liên quan;

- Tổng hợp được xu thế phát triển du lịch trong, ngoài nước thời gian tới và những bài học kinh nghiệm trong phát triển du lịch;

- Khuyến nghị được một số giải pháp chính sách nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch biển tại Nghệ An một cách hiệu quả và bền vững nhất;

1.7.2. Hạn chế của nghiên cứu

Nghiên cứu vẫn có thể mắc phải những sai sót (nhất là trong quá trình thu thập và xử lý số liệu) và chưa phản ánh chính xác nhất những tiêu chí quyết định năng lực cạnh tranh du lịch của một địa phương tại Việt Nam. Nghiên cứu không có điều kiện so sánh, đánh giá kết quả đạt được và chỉ có ý nghĩa tương đối trong hoàn cảnh của Việt Nam.

1.8. Kết cấu của nghiên cứu

Kết cấu luận án chia thành 5 chương, gồm: Chương 1 Giới thiệu tổng quan nghiên cứu; Chương 2: Cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch; Chương 3: Thực trạng phát triển của du lịch biển, đảo Nghệ An; Chương 4: Đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch biển, đảo Nghệ An; Chương 5: Khuyến nghị chính sách nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch biển, đảo Nghệ An.

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

2.1. Lý luận về điểm đến du lịch

2.1.1. Khái niệm điểm đến du lịch

Tổ chức Du lịch Thế giới (UN-WTO), đã đưa ra định nghĩa về điểm đến du lịch (Tourism Destination): “Điểm đến du lịch là vùng không gian mà

khách du lịch ở lại ít nhất một đêm, bao gồm các sản phẩm du lịch, các dịch vụ cung cấp, các tài nguyên du lịch thu hút khách, có ranh giới hành chính để quản lý và có sự nhận diện về hình ảnh để xác định khả năng cạnh tranh trên thị trường”.

2.1.2. Tính hấp dẫn của điểm đến du lịch

Tính hấp dẫn là một trong những yếu tố quan trọng để đánh giá tài nguyên du lịch và xây dựng điểm du lịch. Yếu tố quan trọng nhất để tạo nên tính hấp dẫn điểm du lịch chính là giá trị của tài nguyên ở điểm du lịch cho một loại hoạt động du lịch hoặc cho toàn bộ các hoạt động du lịch nói chung.

2.1.3. Điểm đến du lịch biển, đảo

Du lịch biển, đảo là một loại hình du lịch theo địa hình hay còn được gọi là loại hình du lịch sinh thái. Du lịch biển, đảo cũng có những nét khác biệt so với các loại hình du lịch khác. Du lịch biển, đảo chịu ảnh hưởng rất lớn bởi sự biến động của tự nhiên như khí hậu, thủy triều..., vì thế du lịch biển, đảo mang tính chất mùa vụ.

2.2. Năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

2.2.1. Năng lực cạnh tranh

Hiểu một cách cơ bản nhất thì năng lực cạnh tranh là khả năng vượt trội đối thủ, nhờ đó mà đạt được mục tiêu khi tiến hành các hoạt động phát triển kinh tế hay sản xuất, kinh doanh. Năng lực cạnh tranh có thể được dùng cho quốc gia/địa phương, doanh nghiệp hay thậm chí sản phẩm.

2.2.2. Khái niệm năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

Ritchie và Crouch (1999) định nghĩa “năng lực cạnh tranh của một điểm đến du lịch là khả năng tạo ra giá trị gia tăng, vì thế tăng thu nhập, của cải, thông qua quản lý tài sản và các quy trình, sự hấp dẫn, lôi cuốn và những địa điểm lân cận cũng như thông qua tích hợp các mối quan hệ này trong một mô hình kinh tế - xã hội cho phép khai thác, đồng thời gìn giữ nguồn vốn tự nhiên của điểm đến cho các thế hệ tương lai”. Trong định nghĩa này, năng lực cạnh tranh du lịch có đầy đủ những ý nghĩa chung, đồng thời có nhiều điểm tương đồng với các định nghĩa khác.

2.2.3. Một số cách tiếp cận về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

2.3. Mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

Công trình của Crouch và Ritchie (1999) được đa số ghi nhận lần đầu

tiên tích hợp tương đối đầy đủ, toàn diện các yếu tố cần phải có đối với năng lực cạnh tranh du lịch, cả từ phía cung và phía cầu. Công trình này thường được gọi là *mô hình lý thuyết về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch*. Theo các ông, năng lực cạnh tranh và sự bền vững của phát triển du lịch được quyết định theo nhiều chiều khác nhau. Ở chiều thứ nhất, nó được hình thành từ những tài nguyên sẵn có (gọi là lợi thế so sánh) và việc khai thác các tài nguyên này (gọi là lợi thế cạnh tranh). Chiều thứ hai thông dụng hơn xác định năng lực cạnh tranh trong du lịch gồm có ba cấu phần chính: (1) các yếu tố và tài nguyên phụ trợ; (2) các tài nguyên và điểm thu hút chủ chốt (hay được hiểu là tài nguyên du lịch); (3) quản lý lập kế hoạch.

Đặc biệt, trên cơ sở kết quả của Crouch và Ritchie (1999), Dwyer và Kim (2003) đã phát triển thành công mô hình tích hợp đa yếu tố để đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch, giải quyết sự thiếu liên kết, tương tác giữa các yếu tố trong mô hình gốc (Tanja và cộng sự, 2011). Trong mô hình này, các tác giả tập hợp và đa dạng hóa những yếu tố quan trọng trong năng lực cạnh tranh của quốc gia, doanh nghiệp cũng như các điểm đến du lịch. Mô hình này cũng nhấn mạnh rõ hơn tầm quan trọng của các yếu tố về phía cầu. Theo đó hiểu biết, nhận thức của du khách về một điểm đến du lịch là một yếu tố then chốt quyết định lượng khách. Mô hình lý thuyết của Dwyer và Kim (2003) đưa ra những nhóm yếu tố chính sau đây khi đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch: (i) Các tài nguyên; (ii) Các điều kiện hoàn cảnh; (iii) Cầu; (iv) Quản lý; (v) Mối liên hệ giữa các yếu tố. Vì vậy, cấu trúc và nguyên tắc lập mô hình trên đây là cơ sở, xuất phát điểm về mặt lý luận để thực hiện các nghiên cứu, đánh giá về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch. Trong nghiên cứu này cũng vậy, cơ sở lý luận để xây dựng mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh của du lịch biển, đảo Nghệ An sẽ dựa trên hai mô hình của Crouch và Ritchie (1999) và Dwyer và Kim (2003).

CHƯƠNG 3

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH BIỂN, ĐẢO TẠI NGHỆ AN

3.1. Điều kiện phát triển du lịch biển, đảo của Nghệ An

3.1.1. Điều kiện tự nhiên

3.1.1.1. Vị trí địa lý

Nghệ An nằm ở phía Đông Nam Bắc Bộ và tọa lạc tại trung tâm của khu vực Bắc Trung Bộ.

3.1.1.2. Địa hình, đất đai, thủy văn.

Diện tích tự nhiên của Nghệ An là 16.488 km², rộng nhất cả nước, Vùng đồng bằng nằm dọc bờ biển có diện tích nhỏ nhất nhưng là nơi tập trung đông dân cư và các cơ sở hành chính, kinh tế, kỹ thuật.

3.1.1.3. Khí hậu, thời tiết

Nghệ An nằm trong vùng nhiệt đới gió mùa.

3.1.1.4. Tài nguyên du lịch biển, đảo

Với đường bờ biển dài 82 km, Nghệ An có một hệ thống tương đối phong phú, đa dạng các tài nguyên có thể khai thác để phát triển du lịch biển, đảo. Cả 5 địa phương duyên hải của Nghệ An là thành phố Vinh, thị xã Cửa Lò, các huyện Nghi Lộc, Diễn Châu và Quỳnh Lưu đều sở hữu những tiềm năng du lịch biển, đảo nhất định.

3.1.1.5. Các tài nguyên du lịch khác

Với diện tích đất rừng chiếm hơn 40% diện tích toàn tỉnh, Nghệ An có một thảm thực vật đa dạng với có hơn 1.500 loài thực vật bậc cao

3.1.1.6. Những lợi thế và bất lợi về điều kiện tự nhiên cho phát triển du lịch biển đảo

Với những đặc điểm tự nhiên nêu trên, có thể kết luận rằng so với nhiều địa phương khác trong cả nước, Nghệ An được đánh giá có khá nhiều tiềm năng và lợi thế về tự nhiên để phát triển du lịch biển, đảo. Tuy nhiên, những lợi thế nói trên chỉ dừng lại ở việc đáp ứng những nhu cầu nghỉ dưỡng, giải trí cơ bản. Nghệ An cũng phải đối mặt với một số bất lợi không nhỏ về mặt tự nhiên là khí hậu mang tính mùa vụ rõ rệt.

3.1.2. Điều kiện lịch sử, văn hóa

Nghệ An có khoảng 1049 di tích, danh thắng, trong đó có 186 di tích, danh thắng đã được xếp hạng cấp quốc gia và cấp tỉnh. Nhiều di tích đã trở thành điểm du lịch hấp dẫn như: Khu di tích văn hóa, lịch sử Kim Liên - quê hương Chủ tịch Hồ Chí Minh, di tích vua Mai Hắc Đế ...

3.1.3. Điều kiện nhân khẩu, kinh tế, xã hội

3.1.3.1. Nhân khẩu

Nghệ An là tỉnh có dân số tương đối lớn, tới nay đã đạt quy mô hơn

3 triệu người, đứng thứ tư trong cả nước

3.1.3.2. Kinh tế

Tốc độ tăng trưởng GDP hàng năm của Nghệ An thời kỳ 2006-2013 đạt 9%. Đặc biệt dịch vụ đã trở nên ngày càng đa dạng và tăng trưởng khá, đạt mức bình quân 10,5%/năm thời kỳ 2006-2013

3.1.3.3. Xã hội

Các vấn đề xã hội ở Nghệ An nhìn chung cũng có nhiều chuyển biến tích cực nhưng nhiều kết quả chưa bền vững.

3.1.3.4. Những lợi thế và bất lợi về điều kiện nhân khẩu, kinh tế, xã hội ảnh hưởng đến phát triển du lịch biển, đảo

Sự đa dạng và tăng trưởng nhanh của các ngành nghề kinh tế, thu nhập của dân cư đang không ngừng tăng lên và nguồn lao động dồi dào là lợi thế cho phát triển du lịch biển, đảo. Tuy vậy, những lợi thế này chỉ phù hợp nhất với các loại hình du lịch phổ thông, truyền thống.

3.1.4. Điều kiện hạ tầng

Nghệ An có đầy đủ các phương tiện giao thông chính từ hàng không, đường bộ, đường sắt, đường sông, đường biển kết nối với các trục tuyến quốc gia, quốc tế. Hệ thống hạ tầng năng lượng, viễn thông, cấp thoát nước, đô thị tại các vùng duyên hải được quan tâm phát triển đồng bộ. Tuy nhiên vẫn là phát triển về số lượng mà chất lượng của cơ sở hạ tầng vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu.

3.1.5. Điều kiện môi trường luật lệ, chính sách

Nhiều chủ trương, chính sách phát triển du lịch được Nghệ An ban hành và triển khai thực hiện từ rất sớm như Nghị quyết 12-NQ/TU, Nghị quyết số 01/NQ, Đề án phát triển du lịch biển, đảo Nghệ An đến năm 2020Môi trường luật lệ, chính sách để phát triển du lịch nói chung, du lịch biển, đảo nói riêng của Nghệ An là hết sức thuận lợi.

3.1.6. Điều kiện cầu thị trường

Cầu thị trường đối với du lịch biển, đảo của Nghệ An tập trung chủ yếu ở Hà Nội và chính Nghệ An. Trong nhận thức của những nguồn cầu chủ chốt này, du lịch biển, đảo của Nghệ An được xác định thuộc loại hình nghỉ dưỡng, giải trí cơ bản. Cầu từ các nguồn khách quốc tế cũng như khách nội địa khác mới ở dạng tiềm năng.

3.2. Thực trạng phát triển du lịch biển, đảo tại Nghệ An

3.2.1. Kết quả hoạt động du lịch

3.2.1.1. *Lượng khách*

Trong giai đoạn 2002-2013, tốc độ tăng trưởng khách hàng năm là 16%, cao hơn so với con số tương ứng của cả nước là 9,75%. Tổng lượt khách du lịch biển, đảo Nghệ An từ mức hơn nửa triệu lượt năm 2002 đã lên tới 3,2 triệu lượt năm 2013. Khách du lịch tới vùng ven biển Nghệ An chủ yếu là khách trong (phần lớn đến từ Hà Nội và các tỉnh phía Bắc (50-55%)), bình quân thời kỳ 2002-2013 chiếm gần 97%. Khách quốc tế mặc dù còn khiêm tốn nhưng có xu hướng tăng trưởng nhanh hơn trong thời kỳ 2002-2013 (bình quân 20,5%/năm). Nguồn khách du lịch quốc tế chủ yếu đến từ thị trường Đông Nam Á (trên 60%), ngoài ra là Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, các nước châu Âu, châu Mỹ nhưng chưa nhiều.

3.2.1.2. *Số ngày nghỉ của khách*

Số ngày nghỉ bình quân nhìn chung là ngắn, trung bình 1,6 ngày trong thời kỳ 2002-2013 và tương đối ổn định. Không có nhiều sự khác biệt giữa số ngày nghỉ của khách nội địa và khách quốc tế.

3.2.1.3. *Doanh thu du lịch*

Doanh thu du lịch từ biển, đảo của Nghệ An có tốc độ tăng hết sức nhanh trong hơn một thập kỷ qua. Doanh thu đã vượt lên từ mức rất thấp 132 tỷ Đồng năm 2002 lên tới hơn 2000 tỷ năm 2013.

3.2.1.4. *Lao động, việc làm du lịch*

Trong hơn 10 năm qua, ngành kinh tế này đã mở rộng khá nhanh nếu xét trên góc độ thu hút lao động. Từ mức dưới 3000 năm 2002, Nghệ An đã có hơn 7000 lao động trực tiếp hoạt động trong lĩnh vực du lịch biển, đảo vào năm 2013.

3.2.1.5. *Đánh giá kết quả du lịch biển, đảo Nghệ An*

Du lịch biển, đảo Nghệ An có sự mở rộng tương đối nhanh theo chiều rộng nhưng chưa đạt nhiều nhiều thành tựu có chiều sâu.

3.2.2. *Sản phẩm du lịch*

Sản phẩm du lịch biển Nghệ An hiện nay chủ yếu vẫn là tắm biển, nghỉ dưỡng. Các sản phẩm du lịch của Nghệ An vẫn còn nghèo nàn, trùng lặp và mang nặng tính thời vụ.

3.2.3. *Hình ảnh du lịch Nghệ An*

Nhìn tổng thể thì hình ảnh du lịch Nghệ An đã có sự chuyển biến rất tích cực nhưng một số tiêu cực vẫn chưa được xử lý triệt để..

3.2.4. *Đầu tư phát triển du lịch biển, đảo*

Các dự án đầu tư vào Nghệ An về du lịch mới chỉ đang tập trung nhiều vào xây dựng các cơ sở lưu trú với thứ hạng bình thường. Nghệ An còn thiếu nhiều các khu du lịch có chất lượng cao.

3.2.5. *Cơ sở hạ tầng du lịch*

Cơ sở hạ tầng du lịch về cơ bản mới đáp ứng được đối tượng du khách bình dân. Khách quốc tế và khách trong nước có thu nhập cao còn có ít lựa chọn khi tới Nghệ An.

3.2.6. *Quản lý nhà nước*

3.2.6.1. *Bộ máy quản lý nhà nước về du lịch*

Bộ máy quản lý nhà nước về du lịch từ tỉnh đến các huyện, thành, thị được củng cố, đồng thời phân công, phân cấp rõ ràng hơn.

3.2.6.2. *Quy hoạch phát triển du lịch*

Công tác quy hoạch du lịch cả tỉnh nói chung, vùng biển nói riêng đã được các cấp chú trọng. Một số khu du lịch biển đã được quy hoạch

3.2.6.3. *Tạo môi trường kinh doanh cho các doanh nghiệp du lịch*

Về quản lý kinh doanh, Nghệ An đã làm khá tốt công tác hướng dẫn, tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp du lịch.

3.2.6.4. *Quản lý an ninh, an toàn tại các điểm du lịch*

Nghệ An đã nhận thức rõ an ninh trật tự là một trong những điều kiện cơ bản cần phải đáp ứng để có thể thu hút khách du lịch.

3.2.6.5. *Quản lý vệ sinh, môi trường*

Công tác bảo vệ môi trường thường xuyên được các cấp, các ngành quan tâm chỉ đạo và coi là điều kiện sống còn đối với hoạt động du lịch.

3.2.7. *Đánh giá chung*

Nhìn chung, phát triển du lịch biển, đảo Nghệ An đã có nhiều thành tựu trong thời gian qua. nhưng du lịch biển, đảo Nghệ An vẫn chỉ mới ở giai đoạn đầu của quá trình phát triển. Kết quả đạt được vẫn chưa tương xứng, phù hợp với tiềm năng và lợi thế vốn có của mình. Những tồn tại chính như trên đã phân tích là: sự nghèo nàn, đơn điệu với giá trị gia tăng thấp của các sản phẩm, loại hình dịch vụ du lịch; cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng được du khách cao cấp; chất lượng nguồn nhân lực chưa cao; phát triển nhiều mặt còn manh mún, không phù hợp...

CHƯƠNG 4

ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH BIỂN, ĐẢO NGHỆ AN

4.1. Xây dựng mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo của Nghệ An

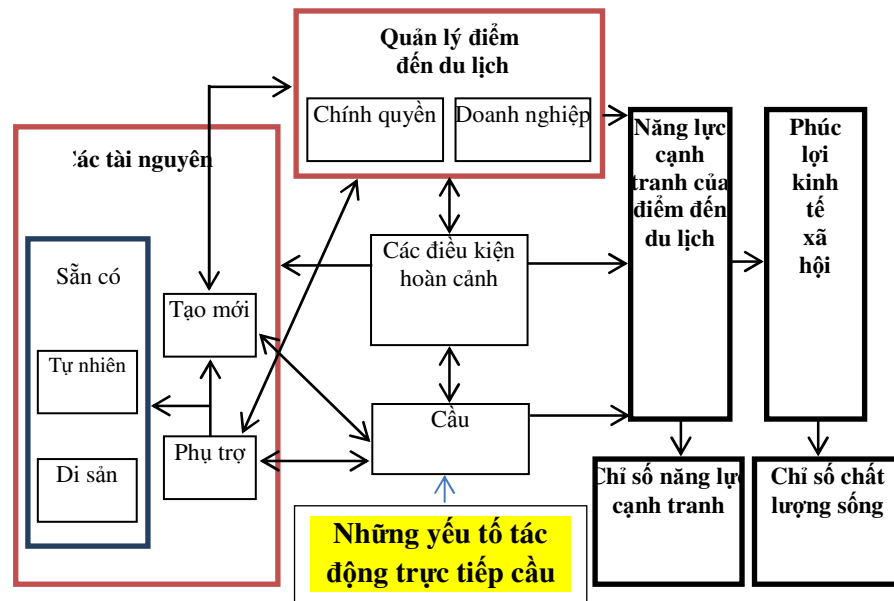
4.1.1. Khái quát về mô hình

Từ kết quả nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm ở Chương 1 và Chương 2, có thể kết luận một mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch tốt cần đưa ra kết quả đối với những yếu tố sau đây: (i) Yếu tố về phẩm cấp và mức độ phổ biến; (ii) Yếu tố về chính sách, kế hoạch phát triển du lịch; (iii) Yếu tố về quản lý; (iv) Yếu tố về tài nguyên du lịch chủ chốt; (v) Yếu tố phụ trợ; (vi) Yếu tố thị trường.

4.1.2. Khung mô hình

Mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo Nghệ An có cấu trúc gồm 2 phần: phần gốc là mô hình của Dwyer và Kim (2003) và phần mở rộng nhằm đánh giá chi tiết hơn các yếu tố tác động trực tiếp đến cầu. Phần gốc của mô hình được đánh giá thông qua ý kiến của chuyên gia trong khi phần mở rộng được đánh giá thông qua ý kiến của du khách.

Sơ đồ 4.1: Mô hình đánh giá NLCT của du lịch biển, đảo Nghệ An*



* Phần gốc: Các khối nền trắng; Phần mở rộng: Khối nền vàng.

4.1.3. Phần gốc mô hình

Phần gốc của mô hình du lịch Nghệ An gồm 5 nhóm yếu tố được liên kết với nhau theo mô hình Dwyer và Kim (2003). Tổng cộng cả 5 nhóm yếu tố: (1) Các tài nguyên; (2) Các điều kiện hoàn cảnh; (3) Quản lý điểm đến du lịch; (3) Cầu; (5) các chỉ số kết quả hoạt động có 118 tiêu chí đánh giá, ít hơn so với mô hình Dwyer và Kim (2003) 29 tiêu chí.

4.1.4. Phần mở rộng mô hình

Những nhóm yếu tố chính thuộc phần mở rộng được đưa vào phân tích và lấy ý kiến của du khách là: (1) Sản phẩm/điểm thu hút du lịch; (2) An ninh - Trật tự; (3) Vệ sinh - Môi trường; (4) Cơ sở hạ tầng - Tiện ích; (5) Giá cả; (6) Cư dân, nhân viên, cán bộ bản địa; (7) Thương hiệu du lịch biển, đảo Nghệ An. Phân tích thực tiễn ở Chương 3 cũng đã chỉ rõ những yếu tố này có ảnh hưởng rất lớn đến quyết định đi du lịch Nghệ An của du khách. Tổng cộng có 47 tiêu chí đánh giá các yếu tố thuộc phần mở rộng của mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo Nghệ An.

3.1.5. Xây dựng thang đo và thiết kế bảng hỏi

Thang đo Likert cũng được áp dụng cho mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo Nghệ An. Theo đó, có 5 mức đánh giá (được số hóa từ 1 tới 5) đối với từng tiêu chí: **1 là Rất kém; 2 là Kém; 3 là Trung bình; 4 là Khá; và 5 là Tốt.**

4.1.5.1. Bảng hỏi ý kiến chuyên gia

Một bảng hỏi gồm các câu hỏi về thông tin cá nhân người được khảo sát và 118 nhận định, tương ứng với 118 tiêu chí trong mô hình đã được xây dựng. Để có được sự so sánh, liên hệ với các địa phương có liên quan, ngoài Nghệ An thì một vài địa điểm du lịch biển, đảo khác của Việt Nam cũng được lựa chọn để khảo sát đánh giá là Thanh Hóa, Hà Tĩnh, Đà Nẵng và Khánh Hòa.

4.1.5.2. Bảng hỏi ý kiến du khách

Bảng hỏi thứ hai dùng để lấy ý kiến của du khách, phục vụ việc đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo của Nghệ An thông qua phần mở rộng của mô hình. Một bảng hỏi gồm các câu hỏi về thông tin cá nhân và chuyến thăm của du khách và 47 nhận định, tương ứng với 47 tiêu chí trong phần mở rộng của mô hình đã được xây dựng.

4.1.6. Điều tra khảo sát

Việc khảo sát lấy ý kiến được tiến hành trong thời gian từ tháng 4-7 năm 2014. Nguyên tắc của việc lấy ý kiến du khách là lựa chọn ngẫu nhiên còn với chuyên gia là chọn một cách có chọn lọc. Sau đó, đối tượng khảo sát đều được đảm bảo hiểu chính xác nội dung từng câu hỏi trong bảng hỏi trước khi đưa ra trả lời.

4.2. Kết quả đánh giá dựa trên phần gốc của mô hình

Một số đặc điểm cá nhân chính của các chuyên gia được hỏi ý kiến là có hơn 60% chuyên gia là nam và gần 40% chuyên gia là nữ. Tuổi bình quân của các chuyên gia là 43 trong đó nhóm tuổi có tỷ trọng lớn nhất từ 41-50 (40%), theo sau bởi nhóm tuổi 31-40 (36%) và nhóm tuổi 51-60 (15,3%).

Kết quả là có đến 60% làm quản lý nhà nước, gần 30% nghiên cứu, giảng dạy và 10% làm kinh doanh. Về địa bàn làm việc, sinh sống của người được hỏi ý kiến, do điều kiện thực tế, phần lớn đối tượng ở khu vực phía Bắc, trong đó tập trung nhiều nhất ở trung ương, Hà Nội và Nghệ An. Cụ thể, 30% đang làm việc cho các cơ quan trung ương, 28% ở Nghệ An và gần 21% ở Hà Nội. Tất cả 5 địa phương được đánh giá đều có đại diện chuyên gia trả lời ý kiến.

. Kết quả kiểm định là các chuyên gia có ý kiến đánh giá tương đối ít khác biệt mặc dù họ có thể khác nhau về nhiều đặc điểm cá nhân. Ngoài ra, độ lệch chuẩn đánh giá của các chuyên gia cũng tương đối nhỏ trong phần lớn các trường hợp.¹

4.2.1. Về các tài nguyên phát triển du lịch biển, đảo

Các tài nguyên phát triển du lịch của Nghệ An được tổng hợp (bằng tính bình quân giản đơn). Nghệ An nhìn chung được đánh giá đạt trên mức trung bình (3,2), cao hơn so với Thanh Hóa (2,9), Hà Tĩnh (2,8) nhưng thấp hơn Đà Nẵng (3,9), Khánh Hòa (4,0). Trong ba chỉ số tổng hợp tài nguyên thì các tài nguyên thừa kế và yếu tố phụ trợ của Nghệ An đạt mức 3,4 trong khi các tài nguyên tạo thêm chỉ đạt 2,8. Độ lệch chuẩn bình quân các tiêu chí cũng tương đối thấp (chỉ khoảng 15%-30% giá trị bình quân), thể hiện

sự tập trung trong kết quả trả lời của các chuyên gia.

4.2.1.1. Về các tài nguyên thừa kế

Các tài nguyên thừa kế của Nghệ An đạt mức giữa so với những địa phương được đánh giá và đạt trên mức bình quân (3,4). Trong tài nguyên thừa kế thì tài nguyên tự nhiên của Nghệ An được đánh thấp hơn so với tài nguyên văn hóa, di sản (lần lượt là 3,2 và 3,5).

4.2.1.2. Về các tài nguyên tạo thêm

Nhìn chung Nghệ An được đánh giá có tài nguyên tạo thêm dưới mức trung bình (2,8), cao hơn so với Thanh Hóa (2,6), Hà Tĩnh (2,4) nhưng thấp hơn tương đối nhiều so với Đà Nẵng (3,9) và Khánh Hòa (3,9). Trong các tài nguyên tạo thêm thì vui chơi, giải trí của Nghệ An có vị trí thấp nhất (2,5) trong khi cơ sở hạ tầng được đánh giá cao nhất (3,3).

4.2.1.3. Về các yếu tố phụ trợ

Các yếu tố phụ trợ của Nghệ An đạt mức giữa trong các địa phương được nghiên cứu, đạt mức trung bình khá (3,4), nhìn chung cao hơn Thanh Hóa (3,0), Hà Tĩnh (3,0) và thấp hơn Đà Nẵng (4,1), Khánh Hòa (4,1). Sự thân thiện, mến khách của Nghệ An là yếu tố phụ trợ được cho điểm cao nhất (3,8) trong khi chất lượng dịch vụ được đánh giá thấp nhất (3,2).

4.2.2. Về quản lý của chính quyền tỉnh đối với du lịch tại địa phương

Nhìn chung, về quản lý du lịch, Nghệ An cũng được đánh giá đạt trên mức trung bình (3,3), ở mức giữa trong các địa phương được nghiên cứu. Phần lớn các nhóm tiêu chí đánh giá đều đạt trên mức Trung bình (3,0) và tương đối gần nhau. Hai nhóm tiêu chí quản lý quảng bá du lịch và phát triển nguồn nhân lực được cho điểm tốt nhất (3,4), nhưng cũng không cao hơn nhiều so với nhóm tiêu chí được cho điểm kém nhất là ra chính sách, lập kế hoạch và phát triển du lịch (3,2).

4.2.3. Về các điều kiện hoàn cảnh

Các điều kiện hoàn cảnh của Nghệ An đạt trên mức trung bình (3,3), nhìn chung cao hơn Thanh Hóa (3,0), Hà Tĩnh (3,0) nhưng thấp hơn Đà Nẵng (3,9), Khánh Hòa (3,8). Tất cả các tiêu chí, nhóm tiêu chí điều kiện hoàn cảnh của Nghệ An đều đạt trên mức trung bình. Nhóm tiêu chí điều kiện hoàn cảnh của Nghệ An được cho điểm cao nhất là Trật tự/An ninh/An toàn (3,6) trong khi thấp nhất là môi trường cạnh tranh vi mô (3,2).

¹ Kết quả kiểm định các giả thiết và tính toán sẽ được cung cấp nếu có yêu cầu.

4.2.4. Về cầu

Cầu được đánh giá ở mức giữa trong các địa phương được so sánh. So với các tiêu chí khác, cầu thị trường của Nghệ An được đánh giá ở mức trung bình khá (3,5). Hai tiêu chí thuộc cầu là du khách đã có trải nghiệm và du khách ưu tiên lựa chọn lần lượt là 3,6 và 3,5.

4.2.5. Về kết quả hoạt động du lịch

Giống với các đánh giá trên đây, kết quả hoạt động du lịch của Nghệ An nhìn chung được đánh giá trên mức trung bình một chút (3,1), cao hơn Thanh Hóa (2,7), Hà Tĩnh (2,6) nhưng thấp hơn Đà Nẵng (4,0), Khánh Hòa (4,1). Các nhóm chỉ tiêu về khách, chi tiêu, đóng góp, đầu tư, cạnh tranh về giá, hỗ trợ của chính quyền của Nghệ An được cho điểm tương đối sát nhau và đều tốt hơn Thanh Hóa, Hà Tĩnh nhưng kém hơn Đà Nẵng, Khánh Hòa. Những kết quả này là rất phù hợp với tình hình thực tiễn, do vậy là một cơ sở quan trọng cho thấy ý kiến của chuyên gia là đáng tin cậy.

4.3. Kết quả đánh giá dựa trên phân mở rộng của mô hình

4.3.1. Thông tin về du khách

4.3.1.1. Đặc điểm của du khách

Nhìn chung, khách trẻ tuổi đã có gia đình và con cái là đối tượng khách hàng chính của du lịch biển, đảo Nghệ An. Ngoài ra, du khách đến với du lịch biển, đảo Nghệ An đa phần đã có gia đình (gần 2/3). Về cơ bản, những ngành nghề có trình độ chuyên môn thấp, do đó thu nhập nhỏ chiếm tỷ lệ lớn. Nhìn chung, Hà Nội và chính Nghệ An là hai nguồn khách quan trọng nhất đối với du lịch biển đảo Nghệ An. Hai địa phương này lần lượt đóng góp tới 38,5% và 33,9% tổng số khách

4.3.1.2. Thông tin về chuyến thăm của du khách

Về mục đích, thăm quan, nghỉ dưỡng và lễ hội là những mục đích chính của du khách du lịch biển, đảo Nghệ An. Bình quân mỗi khách đã đi thăm Nghệ An tới hơn 4 lần. Chỉ có 18,3% số du khách mới tới Nghệ An 1 lần. Tỷ lệ du khách đi thăm Nghệ An 3 lần là lớn nhất, lên tới gần 24%. Để thực hiện chuyến thăm, phần lớn du khách tự tiến hành tổ chức (gần 70%). Số du khách phải thuê dịch vụ tổ chức và đi cùng cơ quan, đoàn thể mỗi loại chỉ chiếm khoảng 12%. Có tới 51% du khách tự có sẵn hiểu biết về du lịch biển, đảo của Nghệ An và gần 21% du khách kiếm thông tin từ người quen. Đường bộ là

phương tiện đi lại chính của du khách (76,5%), tiếp theo là đường sắt (15,5%). Du khách chi tiêu trong mức 1-5 và 5-10 triệu Đồng khá đồng, lần lượt chiếm tới 33% và 32,5%. Tỷ lệ khách chi tiêu trong mức 15-20 và trên 20 triệu Đồng vẫn thấp, lần lượt là 7,3% và 4,7%. Trong các khoản chi tiêu thì phần lớn cho rằng ăn uống là tốn kém nhất (61% du khách), kế tiếp là vui chơi giải trí (17% du khách) và phòng nghỉ (9%).

4.3.2. Đánh giá của du khách

Tương tự trường hợp các chuyên gia, ảnh hưởng đặc điểm cá nhân của du khách tới trả lời của họ cũng sẽ được phân tích. Dovậy, nghiên cứu kiểm định độ tin cậy của kết quả phỏng vấn. Kết quả là các du khách có ý kiến đánh giá tương đối ít khác biệt mặc dù họ có thể khác nhau về nhiều đặc điểm cá nhân. Ngoài ra, độ lệch chuẩn đánh giá của các du khách cũng tương đối nhỏ trong phần lớn các trường hợp.²

4.3.2.1. Về sản phẩm/Điểm thu hút du lịch

Yếu tố sản phẩm/điểm thu hút du lịch chỉ đạt giữa mức Trung bình và mức Khá (3,66). Trong các loại hình vui chơi giải trí thì vui chơi mạo hiểm bị đánh giá khá thấp, chỉ đạt bình quân 2,78, tức dưới mức Trung bình. Tuy nhiên, một điều đáng mừng là tiêu chí ẩm thực được du khách đánh giá cao nhất, đạt bình quân 4,28. Kết quả nói trên phản ánh cầu thị trường đối với du lịch biển, đảo Nghệ An bị tác động lớn nhất bởi tài nguyên du lịch tự nhiên sẵn có và ẩm thực

4.3.2.2. Về an ninh, trật tự, môi trường xã hội

Tiêu chí an ninh, trật tự, môi trường xã hội được đánh giá ở sát mức Khá (3,94). Tuy nhiên, tiêu chí kiểm soát nạn ăn xin, đeo bám, phiền nhiễu du khách chỉ đạt mức 3,76, thấp hơn khá nhiều so với các tiêu chí còn lại. Thực tế cũng chứng minh đây là vấn đề nổi cộm nhất mà Nghệ An đang phải giải quyết.

4.3.2.3. Về vệ sinh, môi trường

Nhìn tổng thể, chất lượng vệ sinh, môi trường của Nghệ An được du khách đánh giá ở mức Khá (3,96). Tiêu chí “vệ sinh an toàn thực phẩm” và “cảnh quan môi trường tự nhiên, đô thị” được đánh giá cao hơn so với tiêu chí “chất lượng vệ sinh môi trường” và “chất lượng vệ sinh bãi biển, nước biển”, mặc dù sự khác

² Kết quả kiểm định các giả thiết và tính toán sẽ được cung cấp nếu có yêu cầu.

biệt là không nhiều.

4.3.2.4. Về cơ sở hạ tầng, tiện ích

Cơ sở hạ tầng, tiện ích phục vụ du lịch của Nghệ An nhìn chung gần đạt mức Khá (3,85). Các loại hình cơ bản (ví dụ phòng nghỉ, nhà hàng, điện nước, giao thông, viễn thông) dường như được đánh giá cao hơn hẳn (trên hoặc sát mức Khá 4,0) so với các loại hình ngoài cơ bản (chẳng hạn thông tin hướng dẫn, thanh toán, vui chơi, thương mại, y tế...)

4.3.2.5. Về giá cả

Các chỉ tiêu giá cả được du khách cho ý kiến khá giống nhau, dao động quanh mức 3,6, tức khoảng giữa mức Trung bình và Khá, thấp hơn tương đối nhiều so với các nhóm tiêu chí khác. Nhìn tổng thể thì giá cả chưa phải là một yếu tố hấp dẫn của Nghệ An.

4.3.2.6. Về độ tin cậy, cởi mở, chuyên nghiệp của cư dân, nhân viên, cán bộ bản địa

Trong các đối tượng thì dân thường được đánh giá cao hơn cả, đạt mức 4,20. Cán bộ chính quyền và nhân viên các cơ sở kinh doanh du lịch cũng được cho điểm khá, lần lượt đạt mức 4,10 và 4,06. Tuy nhiên, lái xe taxi và xe ôm được đánh giá chưa cao, chỉ đạt 3,87. Cả hai tiêu chí đánh giá thương hiệu du lịch biển, đảo Nghệ An đều được du khách cho điểm quanh mức Khá (trung bình 3,99 điểm). Tiêu chí “phổ cập nhiều người biết” được đánh giá thấp hơn một chút so với tiêu chí “hấp dẫn, cuốn hút”. Trả lời của du khách cũng tương đối tập trung, thể hiện qua giá trị khá nhỏ của độ lệch chuẩn (trung bình 0,74).

4.4. Kiểm định độ tin cậy của mô hình

4.4.1. Đánh giá thang đo phần gốc của mô hình bằng phương pháp phân tích hệ số Cronbach Alpha

Kết quả phân tích cho thấy mô hình nhìn chung là đáng tin cậy do số lượng các thành phần/nhóm yếu tố có hệ số Cronbach Alpha thấp là rất nhỏ. Phần lớn các phân tích đều cho kết quả hệ số Cronbach Alpha lớn hơn 0,6. Để giúp cho mô hình tốt hơn thì một số thành phần, nhóm yếu tố nên được điều chỉnh lại các tiêu chí trực thuộc. Tuy nhiên, do các địa phương có sự khác biệt về những thành phần, nhóm yếu tố cần được điều chỉnh nên việc giữ nguyên các tiêu chí thuộc phần gốc của mô hình như thiết kế ban đầu vẫn có thể chấp nhận được.

4.4.2. Đánh giá thang đo phần mở rộng của mô hình bằng phương pháp phân

tích hệ số Cronbach Alpha

Kết quả chi tiết đánh giá thang đo phần mở rộng của mô hình bằng phương pháp phân tích hệ số Cronbach Alpha được nêu trong Phụ lục. Hệ số Cronbach Alpha tính được có giá trị rất cao, bằng 0,972. Đồng thời, phần lớn các hệ số tương quan biến tổng của các tiêu chí đều lớn hơn 0,3 và việc loại bỏ biến/tiêu chí không giúp tăng thêm hệ số Cronbach Alpha. Do vậy, 48 tiêu chí đưa vào phần mở rộng của mô hình là phù hợp (Nunnally và Burnstein, 1994).

4.4.3. Phân tích nhân tố khám phá phần gốc của mô hình

Nhìn chung, do hệ số KMO đều lớn (lớn hơn 0,5), mức ý nghĩa Sig nhỏ (đều bằng 0,000) và tổng phương sai trích đều lớn hơn 50% nên kết quả EFA là đáng tin cậy (Hair và cộng sự, 2006). Thiết kế ban đầu của mô hình gốc phù hợp với kết quả EFA về số thành phần rút trích thể hiện ở những nhóm yếu tố / yếu tố phụ là “các yếu tố phụ trợ”, “quản lý du lịch tại địa phương” và “cầu”.

4.4.4. Phân tích nhân tố khám phá phần mở rộng của mô hình

Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy hệ số KMO=0,855, mức ý nghĩa Sig=0,000 và kiểm định Bartlett đều chứng tỏ có ý nghĩa thống kê ở mức cao (Hair và cộng sự, 2006). Điểm dừng tại giá trị Eigenvalue là 1,124 và số các thành phần rút trích ra là 10 sẽ giải thích được 67,94% tất cả biến thiên của dữ liệu, đáp ứng được yêu cầu hơn 50% (Hair et al, 2006). Do số thành phần rút trích bằng 10 lớn hơn thiết kế ban đầu, một số nhóm thành phần lớn như “sản phẩm/điểm thu hút du lịch”, “cơ sở hạ tầng tiện ích” có thể tách thành những thành phần nhỏ hơn.

4.4.5. Đánh giá

4.5. Đánh giá điểm mạnh, điểm yếu về năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo Nghệ An

Nhìn một cách tổng thể, năng lực cạnh tranh của du lịch biển, đảo Nghệ An ở vị trí chính giữa trong số 5 địa phương được nghiên cứu, đạt giữa mức Trung bình và mức Khá. Phần lớn các tiêu chí năng lực cạnh tranh của Nghệ An cao hơn một chút so với Thanh Hóa, Hà Tĩnh nhưng thấp hơn khá nhiều so với Đà Nẵng, Khánh Hòa. Cầu thị trường được đánh giá là mặt mạnh nhất của du lịch biển, đảo Nghệ An trong khi kết quả hoạt động du lịch bị đánh giá thấp nhất.

KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH BIỂN, ĐẢO NGHỆ AN

5.1. Xu thế phát triển du lịch biển, đảo.

5.1.1. Xu thế phát triển du lịch biển, đảo trên thế giới

Tổ chức Du lịch Thế giới thuộc Liên Hợp quốc (UNWTO) đã đưa ra dự báo số lượt du khách quốc tế sẽ đạt tới 1,6 tỷ vào năm 2020. Trong số này, 1,2 tỷ là khách du lịch nội vùng, còn lại 4 trăm triệu là khách du lịch hành trình dài. Ngoài những xu thế chung về thị trường nói trên, có hai xu thế riêng cần được đặc biệt quan tâm. Thứ nhất là làn sóng ra nước ngoài du lịch, đầu tư, làm việc và sinh sống từ các nước giàu. Thứ hai là vai trò nổi lên của Trung Quốc, thể hiện qua việc Trung Quốc sẽ trở thành một điểm đến thu hút khách du lịch lớn của thế giới, đồng thời số khách Trung Quốc đi du lịch nước ngoài sẽ tăng rất nhanh. Du khách, nhất là du khách có thu nhập và mức chi tiêu cao, sẽ tìm đến nhiều hơn các sản phẩm du lịch sinh thái, văn hóa có tính bền vững cao. Bên cạnh du lịch sinh thái, văn hóa, một số loại hình du lịch khác cũng được dự báo sẽ tăng trưởng nhanh là du lịch MICE (gặp gỡ, khen thưởng, hội nghị, triển lãm), du lịch chữa bệnh, du lịch điền trang cuối tuần, v.v....

5.1.2. Xu thế phát triển du lịch biển, đảo ở Việt Nam

Theo dự báo của Tổng cục Du lịch (2013), tới năm 2020 Việt Nam sẽ thu hút được trên 10 triệu lượt và đến năm 2030 là gần 20 triệu lượt. Về khách du lịch nội địa, theo báo cáo của Tổng cục Du lịch (2013), thị trường khách du lịch nội địa thời gian tới sẽ tăng trưởng nhanh, nhất là từ các trung tâm đô thị lớn như Hà Nội, Tp. Hồ Chí Minh. Số lượt khách du lịch nội địa được dự đoán sẽ đạt mức gần 50 triệu lượt vào năm 2020 và hơn 70 triệu lượt vào năm 2030. Đây là nguồn cầu thị trường hết sức lớn mà các điểm đến du lịch có thể khai thác để phát triển.

5.2. Kinh nghiệm và bài học về phát triển du lịch

5.2.1. Kinh nghiệm về phát triển sản phẩm du lịch

Về cơ bản, khách du lịch bao giờ cũng có một mục tiêu khám phá, hưởng thụ chính nào đó khi đi du lịch. Vì thế, sự độc đáo, khác biệt về sản phẩm mà một điểm đến du lịch có thể mang lại là điều kiện căn bản để thu hút du khách. Ví dụ để tạo ra sự độc đáo, Thái Lan đã chú trọng phát triển thành một điểm đến của các giá trị văn hóa, tín ngưỡng và dịch vụ chăm sóc du khách. Trung Quốc trong khi đó tập trung vào khai thác các giá trị văn hóa, lịch sử. Singapore thì coi trọng các sản phẩm du lịch xanh. Hồng Kông thì ưu tiên việc trở thành điểm đến của mua sắm và giải trí.

5.2.2. Kinh nghiệm quản lý nhà nước về du lịch

Trong thực tế, có rất nhiều mô hình quản lý du lịch nhưng gần đây mô hình quản lý du lịch tích hợp với nhiều phương pháp hiện đại được chú ý hơn cả do nhiều quốc gia đã triển khai có kết quả như Singapo, Thái Lan. Bài học rút ra là: (1) Yếu tố đầu tiên mà bất cứ quá trình quản lý nhà nước về du lịch nào cũng phải dựa vào chính là tạo ra một môi trường chính sách ổn định, minh bạch và tôn trọng cạnh tranh; (2) Cần ưu tiên việc duy trì hợp lý quy mô, mật độ phát triển. Phát triển du lịch bền vững không có nghĩa là thu hút tối đa số du khách hay doanh thu từ du lịch; (3) Quản lý du lịch hiệu quả cần có một quy hoạch, kế hoạch phát triển phù hợp dựa trên cơ sở nhiều nghiên cứu, đánh giá, khảo sát nghiêm túc, khoa học, đồng thời kết hợp với thực thi nghiêm minh các chính sách, quy định pháp luật có liên quan đến phát triển du lịch.

5.3. Khuyến nghị giải pháp chính sách nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch biển, đảo Nghệ An

5.3.1. Giải pháp chính sách về nghiên cứu cầu thị trường và xúc tiến du lịch

5.3.1.1. Nghiên cứu cầu thị trường nội địa

Kết quả phân tích đã chỉ rõ nguồn cầu mà Nghệ An nên tập trung vào là du khách nội địa đến từ Hà Nội và bản thân Nghệ An. Tập trung vào các nhu cầu của khách hàng mục tiêu. Ngoài ra, phần nhiều du khách đi nghỉ biển, đảo của Nghệ An tuổi tương đối trẻ, đã lập gia đình, có con nhỏ nên các hoạt động vui chơi, giải trí cho thanh niên, gia đình, trẻ nhỏ cần được chú trọng hơn. Trọng tâm hướng đến là du khách trong nước thì cũng cần có biện pháp phân loại du khách theo thu nhập.

5.3.1.2. Nghiên cứu cầu thị trường quốc tế

Đối với du khách quốc tế, nỗ lực nên tập trung vào khách du lịch đến từ Trung Quốc và khách từ Lào, Thái Lan.

5.3.1.3. Xúc tiến và quảng bá du lịch

Để hình ảnh du lịch biển, đảo của Nghệ An lưu lại trong trí nhớ của người dân trong, ngoài nước, việc quảng bá du lịch cần được quan tâm đúng mức hơn

5.3.2. Nhóm giải pháp chính sách phát triển các sản phẩm du lịch

Mục tiêu trọng tâm là khai thác hiệu quả hơn các tài nguyên có sẵn và cần tạo ra thêm các tài nguyên du lịch mới. Kết quả phải được hiện thực hóa bằng việc đưa ra thị trường nhiều hơn nữa các sản phẩm du lịch đa dạng, độc đáo, hấp dẫn, giá trị.

5.3.3. Nhóm giải pháp về cơ chế chính sách quản lý du lịch

Để nâng cao các yếu tố năng lực cạnh tranh như trên, vai trò của quản lý là hết sức quan trọng. Những nội dung chính của quản lý du lịch có thể đổi mới được nêu ra dưới đây.

5.3.3.1. Về quản lý đô thị, quy hoạch, xây dựng

Việc đặt quá nặng công tác xây dựng, phát triển dự án mới tại những điểm đến mới của Nghệ An cần xem xét lại.

5.3.3.2. Về cơ chế, chính sách tạo môi trường cho phát triển du lịch

Quản lý nhà nước ở địa phương cần ưu tiên cụ thể hóa bằng những cơ chế, chính sách, thủ tục thông thoáng về đầu tư và kinh doanh du lịch.

5.3.3.3. Về phối hợp giữa chính quyền các cấp trong QLNN về du lịch

Cần thống nhất, xuyên suốt từ trên xuống dưới, tránh dẫn đến sự cẩu thả, vô tổ chức, bừa bãi như thời gian qua.

5.3.3.4. Về chính sách phát triển nguồn nhân lực

Trên cơ sở dự báo về thị trường, nguồn khách cần có kế hoạch đào tạo nhân lực cho các lĩnh vực du lịch, nhất là về ngoại ngữ, hướng dẫn, ẩm thực, khách sạn... .

5.3.3.5. Về chính sách quản lý trật tự trị an và bảo vệ môi trường

Chính quyền địa phương 4 huyện có biển cần quy định rõ các mức phí (và cả mức phạt tiền nếu vi phạm) đối với cá nhân, tổ chức kinh doanh du lịch để đóng góp vào công tác quản lý trật tự trị an và bảo vệ môi trường.

5.3.3.6. Về chính sách và vốn đầu tư cho phát triển du lịch

Vốn đầu tư của tỉnh nên tập trung phát triển cơ sở hạ tầng. Đây là điều kiện để có thể khai thác lâu dài, bền vững các lợi thế du lịch.

5.3.3.7. Chính sách ứng dụng khoa học công nghệ trong lĩnh vực du lịch biển

Ứng dụng trong việc đảm bảo an toàn cho du khách, công tác quản lý nhà nước về du lịch biển và ứng dụng trong công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch biển

5.3.4. Giải pháp về liên kết phát triển du lịch

Việc liên kết phát triển du lịch giữa các địa phương cho phép khai thác những lợi thế tương đối về tài nguyên du lịch, về hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật và các nguồn lực khác cho phát triển du lịch, tạo ra được những sản phẩm có khả năng cạnh tranh cao hơn đối với các bên liên quan, từ đó có thể thu hút được các nhà đầu tư, thu hút khách du lịch đến với mỗi địa phương.

KẾT LUẬN

Trên thế giới, nghiên cứu lý luận và thực nghiệm về năng lực cạnh tranh du lịch đã có nhiều thành tựu trong thời gian qua. Tuy nhiên, hiện còn thiếu mô hình dành cho những nơi có nền kinh tế chuyển đổi như Việt Nam. Đồng thời, mặc dù các mô hình đã giải quyết khá tốt mối tương tác giữa các yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh du lịch, chúng vẫn chưa đạt được sự nhất trí cao về số lượng các tiêu chí trong từng yếu tố.

Do vậy, nghiên cứu “Đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo của tỉnh Nghệ An và khuyến nghị chính sách” về cơ bản đã giải quyết một số vấn đề về lý luận và thực tiễn trên đây. Về mặt lý luận, nghiên cứu đã xây dựng thành công một mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh mới cho Việt Nam. Mô hình này đã kế thừa nhiều thành tựu về cơ sở lý luận mà thế giới đã đạt được, đồng thời bổ sung, giải quyết những hạn chế của các mô hình hiện có và mở rộng, thay đổi theo hướng phù hợp với hoàn cảnh của Việt Nam. Về mặt thực tiễn, mô hình đã chỉ rõ mặt mạnh, mặt yếu từng tiêu chí, yếu tố của du lịch biển, đảo Nghệ An trong mối tương quan với các địa phương lân cận hoặc có liên quan. Do vậy, các giải pháp được đề xuất nhằm phát triển du lịch biển, đảo Nghệ An có cơ sở khoa học và hướng tập trung cao hơn.