

# PHÂN TÍCH, ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH QUẢNG NINH

A STUDY ON COMPETITIVENESS OF QUANG NINH TOURISM DESTINATION

Vũ Huy Thông, Trần Thị Lan Hương

## TÓM TẮT

Nghiên cứu này phân tích, đánh giá NLCT của ĐĐDL Quảng Ninh theo các nhóm tiêu chí. Dựa vào đánh giá của các chuyên gia, điều tra khảo sát khách du lịch, kết quả nghiên cứu đã chỉ ra thực trạng phát triển du lịch và NLCT của điểm đến Quảng Ninh khi so sánh với ĐĐDL Khánh Hòa, Quảng Nam và Quảng Bình. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển hơn nữa NLCT của ĐĐDL Quảng Ninh.

**Từ khóa:** năng lực cạnh tranh; điểm đến du lịch Quảng Ninh; tiêu chí đánh giá

## ABSTRACT

This research has shown the groups of criteria to evaluate the competitiveness of Quang Ninh tourism destination. Based on the evaluation of experts and visitor surveys, the research results have shown the status of tourism development and compared the competitiveness of Quang Ninh tourism destination to others (namely Khanh Hoa, Quang Nam, Quang Binh). Accordingly, solutions have been proposed in order to improve the competitiveness of Quang Ninh tourism destination.

**Keywords:** competitiveness; Quang Ninh tourism destination; evaluation criteria

## Vũ Huy Thông

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

## Trần Thị Lan Hương

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Email: lanhuongtran.20081992@gmail.com

Ngày nhận bài: 31/08/2017

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 07/09/2017

Ngày chấp nhận đăng: 08/09/2017

## CHỮ VIẾT TẮT

ĐĐDL: Điểm đến du lịch

NLCT: Năng lực cạnh tranh

## 1. GIỚI THIỆU

Du lịch được Việt Nam xác định là ngành "kinh tế mũi nhọn". Theo Báo cáo NLCT du lịch và lữ hành - TTCI (2017), của Diễn đàn kinh tế thế giới (World Economic Forum-WEF), chỉ số NLCT về du lịch của ngành Du lịch Việt Nam xếp hạng 67 trên 136 quốc gia, tăng 8 bậc so với năm 2015 (74/141).

Trong bối cảnh đó, Quảng Ninh nổi lên như một điểm sáng về du lịch tại miền Đông Bắc của Tổ quốc với nhiều danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử - văn hóa nổi tiếng, thu hút hàng triệu lượt khách trong nước và quốc tế như: khu danh thắng Yên Tử, đền Cửa Ông, Bãi Cháy... Đặc biệt, Vịnh Hạ Long của Quảng Ninh đã hai lần được UNESCO công nhận là Di sản thiên nhiên thế giới. Theo Báo Quảng Ninh điện tử<sup>(2)</sup>, tính đến năm 2016, hoạt động du lịch tỉnh Quảng Ninh có bước tiến quan trọng, mang lại hiệu quả thiết thực, góp phần vào phát triển kinh tế - xã hội của Tỉnh. Tại Hội nghị tổng kết năm 2016, Sở Du lịch tỉnh Quảng Ninh cho biết, tổng lượt khách du lịch đến với Quảng Ninh năm 2016 là 8,3 triệu lượt (tăng 7% so với năm 2015), trong đó có 3,5 triệu lượt khách quốc tế, 4,8 triệu lượt khách nội địa; doanh thu từ khách du lịch đạt trên 13 tỷ đồng (tăng 23% so với năm 2015). Hiện, Quảng Ninh đã đón tiếp khách du lịch đến từ 140 quốc gia trên thế giới, trong đó khách du lịch ở các nước trong khu vực Đông Nam Á, Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản chiếm hơn 50% tổng số khách quốc tế đến; còn lại là khách du lịch ở các quốc gia trong khu vực Tây Âu, Bắc Mỹ... Với lợi thế đường biên giới và cửa khẩu quốc tế sát Trung Quốc, Quảng Ninh đang đứng trước cơ hội lớn với lượng khách du lịch đầy tiềm năng của quốc gia này. Năm 2016, Quảng Ninh từ vị trí thứ 3 đã vượt qua Đồng Tháp để vươn lên vị trí thứ 2 và đứng sau Đà Nẵng trong bảng xếp hạng NLCT cấp tỉnh (PCI). Đây cũng là thứ hạng cao nhất của Quảng Ninh trong 12 năm qua theo điều tra về PCI.

Tuy nhiên, ngành Du lịch của Quảng Ninh vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng, thế mạnh của mình; tính chuyên nghiệp chưa cao; môi trường kinh doanh còn tiềm ẩn nguy cơ tái phát các tiêu cực. Đặc biệt, khu vực Vịnh Hạ Long, nguồn lực đầu tư du lịch chưa tương xứng, giá trị gia tăng thêm được tạo ra từ quản lý du lịch chưa nhiều. Thực tế cho thấy, còn nhiều bất cập trong hoạt động kinh doanh du lịch như: các vấn đề liên quan đến an toàn du lịch, cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch... vẫn chưa được đầu

<sup>(2)</sup> <http://baoquangninh.com.vn/kinh-te/201704/nang-cao-nang-luc-can-h-tranh-chat-cua-quang-ninh-2337346/>

tư, nâng cấp đúng mức khiến NLCT bị giảm sút và đương đầu với nhiều thách thức hơn.

Mặc dù, đã có nghiên cứu về du lịch của điểm đến tỉnh Quảng Ninh và đã đề cập tới những điểm mạnh, điểm yếu của việc phát triển du lịch của Tỉnh. Tuy nhiên, những nhận định đưa ra chủ yếu mang tính định tính, còn thiếu những nghiên cứu định lượng, chi tiết, cụ thể về NLCT của ĐĐDL Quảng Ninh khi so sánh với các địa phương khác. Do vậy, nghiên cứu, đánh giá nhằm nâng cao NLCT của ĐĐDL Quảng Ninh là hết sức cần thiết. Trên cơ sở lý thuyết về NLCT của ĐĐDL, nghiên cứu này phân tích, đánh giá NLCT của ĐĐDL Quảng Ninh theo nhóm các tiêu chí, so sánh với ĐĐDL Khánh Hòa, Quảng Nam và Quảng Bình. Kết quả của nghiên cứu sẽ góp phần hoạch định chiến lược phát triển giúp Quảng Ninh đạt được mục tiêu đã đề ra, đồng thời đưa ĐĐDL của Tỉnh trở thành ĐĐDL trọng tâm không chỉ của Việt Nam mà còn vươn tầm quốc tế.

## 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

Thuật ngữ NLCT đã trở thành điểm trọng tâm của chính sách du lịch, khi cạnh tranh gia tăng, chính sách du lịch tập trung vào cải thiện NLCT thông qua việc tạo ra khuôn khổ pháp lý nhằm giám sát, kiểm soát và tăng cường chất lượng, hiệu quả của Ngành, bảo vệ các nguồn lực.

Với cách tiếp cận xem xét NLCT gắn với số lượng khách du lịch và thu nhập của điểm đến, Dwyer và Kim (2003), cho rằng NLCT của điểm đến là khả năng của điểm đến tạo ra và kết hợp các sản phẩm có giá trị gia tăng để duy trì nguồn lực trong khi giữ vững vị thế trên thị trường trước đối thủ cạnh tranh; và một điểm đến có NLCT nếu thị phần của nó được đánh giá bởi số lượng khách du lịch và lợi nhuận tăng lên.

Crouch và Ritchie (2003), đã phát triển mô hình về NLCT của điểm đến trên cơ sở khái niệm về lý thuyết Lợi thế so sánh (Ricardo, 1776) và lý thuyết Lợi thế cạnh tranh "Mô hình viên kim cương NLCT quốc gia" (Porter, 2003). Theo đó, NLCT điểm đến dựa trên tài nguyên tự nhiên (lợi thế so sánh) và khả năng khai thác tài nguyên (lợi thế cạnh tranh). Mô hình cũng xác định rõ các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của điểm đến bao gồm các nhân tố vĩ mô (kinh tế thế giới, dịch bệnh, khủng bố...) và môi trường vi mô (các nguồn lực, kết cấu hạ tầng...).

Từ mô hình của Crouch và Ritchie (2003), kết hợp với các lý thuyết về NLCT của quốc gia, Dwyer và Kim (2003), đã đưa ra mô hình kết hợp về NLCT của điểm đến với các tiêu chí đánh giá cụ thể. Theo đó, yếu tố hàng đầu của mô hình là các nguồn lực, gồm: Nguồn lực tự nhiên và các di sản được thừa hưởng (11 tiêu chí), Nguồn lực sáng tạo (17 tiêu chí), Các nhân tố và nguồn lực hỗ trợ (10 tiêu chí). Đây là các yếu tố tạo ra sự khác biệt cho điểm đến, tạo tính hấp dẫn cho khách du lịch của điểm đến và là cơ sở để tạo ra NLCT của điểm đến. Yếu tố thứ hai của mô hình là việc quản lý điểm đến (37 tiêu chí). Yếu tố này góp phần nâng cao sức cuốn hút của điểm đến, có nghĩa là nâng cao chất lượng, hiệu quả các nhân tố và nguồn lực

hỗ trợ thích ứng tốt nhất với điều kiện thực tế và nhu cầu của khách du lịch.

WTTC (2004), đã sử dụng 8 tiêu chí để đánh giá NLCT của 212 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Tuy nhiên, sau vài năm sử dụng, các tiêu chí này của WTTC đã bộc lộ những hạn chế nhất định. Do đó, WTTC và WEF đã xây dựng lại các tiêu chí đánh giá NLCT của ĐĐDL, giúp chính phủ và ngành Du lịch của các quốc gia đánh giá chính xác hơn về NLCT cũng như tiềm năng phát triển du lịch của quốc gia mình trên quy mô toàn cầu.

WEF (2007), đã công bố công trình nghiên cứu NLCT về lữ hành và du lịch của 124 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới với 13 bộ tiêu chí lớn, hơn 70 tiêu chí cụ thể để đánh giá NLCT của điểm đến, từ đó công bố các báo cáo này hàng năm. Báo cáo xếp hạng của WEF về NLCT điểm đến của các quốc gia theo các nhóm tiêu chí với từng tiêu chí cụ thể được đo lường bằng số liệu do các tổ chức quốc tế và các chuyên gia của WEF tại từng quốc gia cung cấp. Các tiêu chí của WEF là công cụ chiến lược toàn diện để đánh giá các nhân tố chính, chính sách tạo nên sự hấp dẫn để phát triển ngành Du lịch của các quốc gia và có thể vận dụng để đánh giá NLCT của từng địa phương trong quốc gia đó. Các tiêu chí của WEF còn giúp chính phủ và ngành Du lịch đánh giá đúng tiềm năng, triển vọng của quốc gia hoặc của địa phương; là công cụ hữu ích cho các doanh nghiệp cũng như nhà hoạch định chính sách phát triển du lịch tại các điểm đến.

Kế thừa các lý thuyết trên, nghiên cứu này thực hiện dựa vào việc chọn lọc một số tiêu chí trong cả ba mô hình của Dwyer và Kim (2003), Crouch và Ritchie (2003), WTTC (2004), WEF (2007), đồng thời, căn cứ vào ý kiến của các chuyên gia trong ngành về việc lựa chọn và phân loại các nhóm tiêu chí sao cho phù hợp với thực trạng du lịch của Quảng Ninh, tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu với hai đối tượng khảo sát là chuyên gia và khách du lịch. Theo đó, mô hình đánh giá NLCT của ĐĐDL Quảng Ninh gồm hai phần: (1) Thang đo gồm 61 tiêu chí chia thành 6 nhóm dành cho phỏng vấn lấy ý kiến chuyên gia và (2) Thang đo gồm 49 tiêu chí chia thành 7 nhóm đánh giá dành cho khách du lịch.

## 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Thông qua phương pháp nghiên cứu lý thuyết, tác giả đã hệ thống hóa các lý thuyết liên quan đến NLCT, các nhân tố ảnh hưởng, mô hình và các tiêu chí đánh giá NLCT của ĐĐDL.

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các giáo trình, sách giáo khoa, sách chuyên khảo, báo cáo tổng hợp từ các cơ quan quản lý có liên quan, các công trình nghiên cứu, bài báo đã được công bố. Các số liệu về ngành Du lịch của tỉnh Quảng Ninh được thu thập từ Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch, Cục Thống kê tỉnh Quảng Ninh từ năm 2013 đến 2016.

Áp dụng phương pháp nghiên cứu chuyên gia, thu thập thông tin sơ cấp từ phỏng vấn 10 chuyên gia với bảng câu hỏi gồm 61 tiêu chí. Các chuyên gia là nhà quản lý các

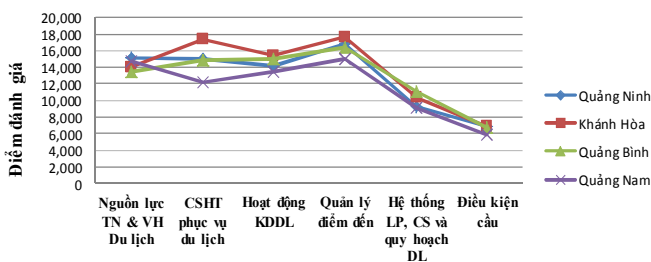
sở/ban/ngành; nhà nghiên cứu về lĩnh vực du lịch từ các trường đại học, cao đẳng; các doanh nghiệp kinh doanh du lịch thành công trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh.

Đồng thời, tiến hành khảo sát 330 khách du lịch trong và ngoài nước đến Quảng Ninh thông qua bảng câu hỏi gồm 49 tiêu chí. Mẫu được lấy theo quy tắc của Comrey và Lee (1992), đồng thời tham khảo quy tắc của Hoàng Trọng và Chu Nguyên Mộng Ngọc (2005), với 61 tham số (biến quan sát), vì vậy số mẫu tối thiểu cần thiết là  $49 \times 5 = 245$  số lượng mẫu quan sát và số lượng mẫu quan sát phù hợp là  $n = 300$ . Như vậy, cỡ mẫu 300 mẫu là cỡ mẫu tốt để đảm bảo độ tin cậy và độ ổn định khi phân tích. Để đảm bảo cỡ mẫu, tác giả phát ra 330 phiếu khảo sát; số phiếu thu về là 312 phiếu tuy nhiên số phiếu hợp lệ được đưa vào phân tích là 300 phiếu, trong đó 147 phiếu khảo sát khách trong nước và 153 phiếu khảo sát khách quốc tế.

Số liệu thu được sau điều tra được mã hóa và xử lý bằng phần mềm Excel. Sử dụng phương pháp thống kê mô tả, thống kê phân tích, phân tích so sánh và tổng hợp để phân tích số liệu. Xây dựng ma trận hình ảnh cạnh tranh trên cơ sở xử lý số liệu thu thập được từ phương pháp chuyên gia. Phân tích và đánh giá chất lượng dịch vụ du lịch và cấu thị trường tại ĐĐDL Quảng Ninh từ phương pháp điều tra bảng hỏi khách du lịch thông qua giá trị bình quân và độ lệch chuẩn được thống kê từ thuật toán trong phần mềm Excel.

## 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### 4.1. Kết quả đánh giá của chuyên gia



Hình 1. Kết quả đánh giá của chuyên gia

Kết quả đánh giá của chuyên gia về ĐĐDL Quảng Ninh so sánh với với ĐĐDL Khánh Hòa, Quảng Nam và Quảng Bình cho thấy, Khánh Hòa và Quảng Nam là hai điểm đến có NLCT cao hơn so với ĐĐDL Quảng Ninh, tổng số điểm đánh giá theo 06 nhóm tiêu chí của Khánh Hòa đạt 81,908 điểm, Quảng Nam đạt 77,531 điểm, trong khi Quảng Ninh chỉ đạt 73,68 điểm; thấp nhất là ĐĐDL Quảng Bình chỉ đạt hơn 70 điểm (hình 1). Trong 06 nhóm tiêu chí đánh giá, ĐĐDL Quảng Ninh có 02 nhóm tiêu chí có tổng điểm đánh giá cao nhất, đó là nhóm Nguồn lực tự nhiên và văn hóa du lịch và nhóm Điều kiện cầu; tiếp theo là 02 nhóm Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch và Quản lý điểm đến; 02 nhóm có điểm đánh giá gần như thấp nhất, đó là nhóm Hoạt động kinh doanh du lịch và Hệ thống luật pháp, chính sách và quy hoạch du lịch.

**(i) Nhóm tiêu chí Nguồn lực tự nhiên và văn hóa du lịch:** Ở nhóm tiêu chí này, khi so sánh với ĐĐDL Khánh

Hòa, Quảng Nam và Quảng Bình thì ĐĐDL Quảng Ninh có điểm đánh giá cao nhất. Hầu hết các tiêu chí trong nhóm này được đánh giá ở mức điểm tương đối cao, các tiêu chí có số điểm cao vượt trội là Di tích lịch sử, văn hóa thú vị, Làng nghề thủ công truyền thống hấp dẫn; bốn tiêu chí Cảnh quan tự nhiên phong phú, đa dạng, Danh lam thắng cảnh đẹp, Giá trị tài nguyên thiên nhiên được công nhận, Hệ động thực vật phong phú là những tiêu chí quan trọng thu hút khách du lịch thì điểm đánh giá thấp hơn so với Quảng Bình, nhưng cao hơn so với ĐĐDL Khánh Hòa và Quảng Nam.

**(ii) Nhóm tiêu chí Điều kiện cầu:** Nhóm tiêu chí này của ĐĐDL Quảng Ninh được các chuyên gia đánh giá với mức điểm cao nhất so với các điểm đến được so sánh. Nhóm tiêu chí này gồm 05 tiêu chí thì Quảng Ninh có 3/5 tiêu chí có mức điểm đánh giá thấp hơn so với điểm đến Khánh Hòa, đó là Khả năng thanh toán, Nhu cầu, nhận thức về du lịch, Sở thích du lịch.

**(iii) Nhóm tiêu chí Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch:** Nhóm tiêu chí này của ĐĐDL Quảng Ninh có điểm đánh giá thấp hơn so với ĐĐDL Khánh Hòa. Nhóm tiêu chí này gồm 13 tiêu chí thì cả 13 tiêu chí của ĐĐDL Quảng Ninh đều có mức điểm đánh giá thấp hơn so với Khánh Hòa. Trong đó, 04 tiêu chí có điểm chênh lệch cao nhất là Hệ thống các cơ sở lưu trú, Hệ thống các khu vui chơi giải trí, khu du lịch tổng hợp, Cơ sở hạ tầng có vị trí thuận tiện, Dịch vụ bưu chính, viễn thông ổn định. Tuy nhiên, nhóm tiêu chí này của Quảng Ninh vẫn có mức điểm đánh giá cao hơn so với Quảng Bình.

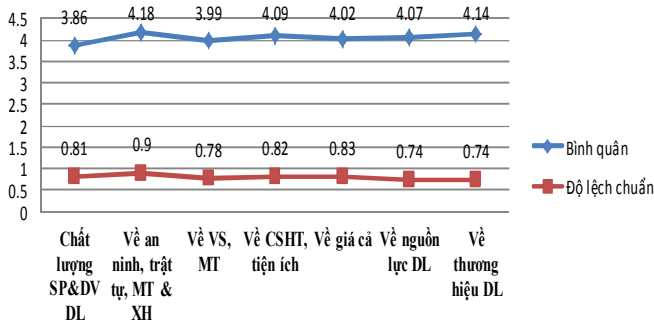
**(iv) Nhóm tiêu chí Quản lý điểm đến:** Nhóm tiêu chí này của ĐĐDL Quảng Ninh có điểm đánh giá xếp vị trí thứ hai, sau ĐĐDL Khánh Hòa, nhưng cao hơn ĐĐDL Quảng Nam và Quảng Bình. Nhóm này gồm 13 tiêu chí thì Quảng Ninh có duy nhất một tiêu chí được đánh giá với mức điểm cao nhất khi so sánh với Khánh Hòa, Quảng Nam, Quảng Bình, đó là Quản lý tài chính, vốn, đầu tư; 12/13 tiêu chí còn lại của ĐĐDL Quảng Ninh đều có điểm đánh giá thấp hơn ĐĐDL Khánh Hòa, trong đó, 02 tiêu chí mà Quảng Ninh cần chú ý hơn đó là Quản lý chất lượng dịch vụ và Quản lý sức chứa của điểm đến. Mặc dù vậy, 13/13 tiêu chí của ĐĐDL Quảng Ninh vẫn có mức điểm đánh giá cao hơn điểm đến Quảng Bình.

**(v) Nhóm tiêu chí Hoạt động kinh doanh du lịch:** Nhóm tiêu chí này của ĐĐDL Quảng Ninh có điểm đánh giá thấp hơn so với ĐĐDL Khánh Hòa và Quảng Nam. Trong nhóm tiêu chí này, Quảng Ninh có 2/11 tiêu chí được các chuyên gia đánh giá với mức điểm cao nhất khi so sánh với Khánh Hòa, Quảng Nam, Quảng Bình, đó là Đóng góp của ngành Du lịch vào GDP tăng trưởng qua hàng năm và Tỷ lệ vốn đầu tư vào du lịch tăng trưởng qua các năm. Các tiêu chí còn lại (9/11 tiêu chí) đều có mức điểm đánh giá thấp hơn Khánh Hòa.

**(vi) Nhóm tiêu chí Hệ thống luật pháp, chính sách và quy hoạch du lịch:** Nhóm tiêu chí này của ĐĐDL Quảng Ninh có mức điểm đánh giá chỉ cao hơn Quảng Bình,

nhưng đứng sau ĐDDL Khánh Hòa và Quảng Nam. Nhóm tiêu chí này có 8 tiêu chí thì cả 8/8 tiêu chí của ĐDDL Quảng Ninh đều có điểm đánh giá thấp hơn điểm đến Khánh Hòa và Quảng Nam.

**4.2. Kết quả đánh giá của khách du lịch**



Hình 2. Kết quả đánh giá của khách du lịch

Kết quả đánh giá của khách du lịch cho thấy, trong 07 nhóm tiêu chí, ĐDDL Quảng Ninh có 02 nhóm tiêu chí được khách du lịch đánh giá với điểm số cao nhất, đó là Về an ninh, trật tự, môi trường xã hội (điểm bình quân đạt 4,18) và Về thương hiệu du lịch (điểm bình quân đạt 4,14). Ngược lại, nhóm tiêu chí Chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch và Về vệ sinh, môi trường của Quảng Ninh có điểm bình quân dưới mức Khá (< 4). Kết quả đánh giá của khách du lịch đã cho thấy thực trạng về phát triển du lịch của Quảng Ninh.

**(i) Nhóm tiêu chí Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch:**

Điểm đánh giá nhóm tiêu chí này của ĐDDL Quảng Ninh chỉ đạt ở mức Trung bình-Khá (0,81-3,86). Trong nhóm này, Quảng Ninh có 06 tiêu chí được khách du lịch đánh giá ở mức Khá hoặc trên mức Khá; điểm cao nhất là tiêu chí Danh lam thắng cảnh tự nhiên, tiếp đến là Vui chơi mạo hiểm, Ẩm thực, Di tích lịch sử, văn hóa, Khí hậu/Thời tiết, Biểu diễn văn hóa, nghệ thuật, thể thao. Điều đáng mừng là tiêu chí Danh lam thắng cảnh tự nhiên của Quảng Ninh được khách du lịch đánh giá cao và ý kiến của họ đối với tiêu chí này có độ tập trung cao nhất, thể hiện ở độ lệch chuẩn có giá trị nhỏ nhất.

**(ii) Nhóm tiêu chí Về an ninh, trật tự, môi trường xã hội:**

Nhóm tiêu chí này của ĐDDL Quảng Ninh được đánh giá ở trên mức Khá cho cả 5 tiêu chí trong nhóm. Trong đó, tiêu chí Kiểm soát về bất ổn chính trị, khủng bố được khách du lịch đánh giá cao nhất; tiếp đến là tiêu chí Kiểm soát nạn ăn xin, đeo bám, phiền nhiễu khách du lịch và An toàn thân thể. Độ lệch chuẩn giữa các tiêu chí trong nhóm tiêu chí này ở mức thấp và không chênh lệch nhiều.

**(iii) Nhóm tiêu chí Về vệ sinh, môi trường:**

Về tổng thể, chất lượng vệ sinh, môi trường của Quảng Ninh được khách du lịch đánh giá ở mức Khá. Trong nhóm này, tiêu chí Cảnh quan môi trường tự nhiên, đô thị có mức đánh giá cao hơn hẳn so với các tiêu chí khác, đồng thời, tiêu chí này và tiêu chí Vệ sinh an toàn thực phẩm được đánh giá cao hơn so với tiêu chí Chất lượng vệ sinh môi trường, Chất lượng vệ sinh bãi biển, nước biển và Kiểm soát lây nhiễm, dịch bệnh.

Điều đáng lo ngại là tiêu chí Kiểm soát lây nhiễm, dịch bệnh có mức điểm đánh giá rất thấp, thêm vào đó tiêu chí này có độ lệch chuẩn khá thấp, chứng tỏ rằng đánh giá của khách du lịch cho tiêu chí này có mức độ tập trung cao nhất.

**(iv) Nhóm tiêu chí Về cơ sở hạ tầng, tiện ích:**

Nhóm tiêu chí Về cơ sở hạ tầng, tiện ích phục vụ du lịch của Quảng Ninh được khách du lịch đánh giá trên mức Khá. Các loại hình cơ bản (như: phòng nghỉ, nhà hàng, điện nước, giao thông, trung tâm vui chơi giải trí, y tế, chăm sóc sức khỏe, ngân hàng) điểm đánh giá cao hơn so với các loại hình ngoài cơ bản (như: thông tin hướng dẫn, điện thoại, internet, siêu thị, trung tâm thương mại...). Kết quả này cho thấy, Quảng Ninh đã nỗ lực và thu được thành công nhiều hơn từ phát triển hạ tầng, tiện ích cơ bản, tuy nhiên còn hạn chế ở việc tạo ra các cơ sở có giá trị gia tăng cao.

**(v) Nhóm tiêu chí Về giá cả:**

Các tiêu chí trong nhóm giá cả được khách du lịch cho ý kiến khá giống nhau, điểm đánh giá ở mức Khá. Về tổng thể, giá cả chưa phải là một yếu tố hấp dẫn du lịch của Quảng Ninh. Đặc biệt, Quảng Ninh cần chú ý hơn về kiểm soát giá các loại dịch vụ, vui chơi giải trí, vé thăm quan vì đây là những tiêu chí có điểm đánh giá dưới mức trung bình.

**(vi) Nhóm tiêu chí Về nguồn nhân lực du lịch:**

Kết quả khảo sát cho thấy, hầu hết khách du lịch có thiện cảm với con người Quảng Ninh, điểm đánh giá ở mức Khá. Trong nhóm tiêu chí này, khách du lịch đánh giá mức điểm cao nhất cho tiêu chí Cư dân địa phương và cán bộ chính quyền tương ứng. Tuy nhiên, khách du lịch lại không đánh giá cao nguồn nhân lực chạy taxi và xe ôm, điểm đánh giá dưới mức Khá.

**(vii) Nhóm tiêu chí Về thương hiệu ĐDDL Quảng Ninh:**

Cả hai tiêu chí đánh giá thương hiệu ĐDDL Quảng Ninh đều được khách du lịch cho điểm trên mức Khá, trong đó tiêu chí Phổ cập nhiều người biết điểm đánh giá cao hơn so với tiêu chí Hấp dẫn, cuốn hút. Trả lời của khách du lịch cũng tương đối tập trung, thể hiện ở giá trị độ lệch chuẩn khá nhỏ. Có được kết quả này, ngoài nguyên nhân từ sự nỗ lực phát triển du lịch của Tỉnh còn do sự thông thạo, quen thuộc của khách du lịch.

**5. KẾT LUẬN**

Kết quả phân tích, đánh giá NLCT của ĐDDL Quảng Ninh đã phần nào cho thấy những ưu điểm và hạn chế của ĐDDL Quảng Ninh, từ đó có định hướng và giải pháp phát triển phù hợp nhằm nâng cao hơn nữa NLCT.

Xây dựng, phát triển một mô hình mới nhằm đánh giá NLCT của ĐDDL có ý nghĩa lý luận và thực tiễn trong bối cảnh Việt Nam đang hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng. Đảng và Nhà nước đã xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, coi đây là khâu đột phá để thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội và giải quyết việc làm. Tuy nhiên, phát triển du lịch của Việt Nam còn hạn chế, chưa tương xứng với tiềm năng... Một trong những nguyên nhân của thực trạng này là việc chưa coi trọng đánh giá NLCT du lịch. Những công trình nghiên cứu khoa học về NLCT du lịch phần nhiều vẫn

theo các phương pháp truyền thống, nặng về mô tả, định tính, chưa có nhiều nghiên cứu áp dụng phương pháp định lượng hiện đại. Đã có nhiều nghiên cứu trên thế giới về NLCT du lịch, tuy nhiên, còn thiếu những nghiên cứu dành cho những nơi có nền kinh tế chuyển đổi như Việt Nam. Đồng thời, mặc dù các nghiên cứu đã chỉ ra mối tương quan giữa các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT du lịch, tuy nhiên chưa đạt được sự đồng thuận về số lượng các tiêu chí trong từng yếu tố.

Do vậy, nghiên cứu này về cơ bản đã giải quyết một số vấn đề về lý luận và thực tiễn. Nghiên cứu đã đánh giá tổng quan tình hình nghiên cứu về NLCT của ĐĐDL, kết quả đã cho thấy xu thế về đánh giá NLCT của ĐĐDL 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 tiêu chí NLCT của ĐĐDL (Tác giả cần có dẫn chứng cho nhận định này). Nghiên cứu này đã tiếp cận xu thế mới lựa chọn, phát triển và áp dụng thang đo mới để đánh giá NLCT của ĐĐDL Quảng Ninh. Tuy nhiên, nghiên cứu còn một số vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu để khắc phục và hoàn thiện: (i) kết quả nghiên cứu chưa phản ánh chính xác những tiêu chí quyết định NLCT của ĐĐDL một địa phương tại Việt Nam; (ii) chưa có các nghiên cứu so sánh, đánh giá kết quả đạt được so với các công trình nghiên cứu khác trong nước; (iii) kết quả của nghiên cứu chỉ có ý nghĩa tương đối trong hoàn cảnh của Việt Nam. Những so sánh trong nghiên cứu chỉ giới hạn giữa các địa phương được lựa chọn trên lãnh thổ Việt Nam. Kết quả của nghiên cứu chưa chỉ rõ NLCT của Quảng Ninh cũng như một số địa phương khác trong bối cảnh khu vực và quốc tế./.

---

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Dwyer, L. and Kim, C., 2003. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5):369-414.
- [2]. Porter, M.E., 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York.
- [3]. Ritchie, J. R. B. and Crouch, G. I., 2003. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, UK: CABI Publishing.
- [4]. WEF, 2007. The travel and tourism competitiveness report 2007. *Furthering the process of economic development*. Geneva, Switzerland.
- [5]. <http://vov.vn/du-lich/quang-ninh-don-83-trieu-luot-khach-nam-2016-578244.vov>
- [6]. <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/23542>