

NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH DU LỊCH BIỂN ĐẢO KHÁNH HÒA

EXPRESSED ISSUES TO ENHANCE COMPETITIVENESS IN TOURISM IN THE ISLAND AND SEA OF KHANH HOA

Ngày nhận bài: 05/09/2017

Ngày chấp nhận đăng: 13/12/2017

Nguyễn Văn Hùng, Nguyễn Việt Quốc, Cao Trí Dũng

TÓM TẮT

Khánh Hòa là một trong những địa phương có nhiều tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch biển đảo tuy nhiên, trên thực tế du lịch biển đảo Khánh Hòa vẫn chưa phát huy hết tiềm năng sẵn có. Vì vậy đã khiến cho khả năng cạnh tranh của du lịch Khánh Hòa bị hạn chế so với các điểm đến tương đồng khác trong nước cũng như các địa điểm du lịch khác trong khu vực và trên thế giới. Trên cơ sở cách tiếp cận theo các lý thuyết về năng lực cạnh tranh nói chung và năng lực cạnh tranh điểm đến, bài viết bàn sẽ nhận diện những mặt còn hạn chế, những vấn đề đặt ra và từ đó đưa ra một số khuyến nghị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch biển đảo Khánh Hòa.

Từ khóa: Du lịch biển đảo; năng lực cạnh tranh du lịch; du lịch Khánh Hòa.

ABSTRACT

Khanh Hoa is one of our central provinces with great potentials and advantages to develop island and sea tourism. However, in reality, this area has not been developed fully its potential. Therefore, the competitiveness of Khanh Hoa tourism is quite limited compared to other similar destinations in Viet Nam as well as other tourist destinations in the region and on the world. Based on a theoretical approach about competitiveness in general and destination competitiveness, the article is hoped to identify the limited aspects, issues and recommendations to improve competitiveness in tourism in the island and sea of Khanh Hoa.

Keywords: Island and sea tourism, competitiveness in tourism, Khanh Hoa tourism.

1. Giới thiệu

Khánh Hòa là một trong những địa phương có nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển du lịch biển đảo và thực tế Khánh Hòa cũng là một điểm đến về du lịch biển đảo hấp dẫn không chỉ đối với du khách trong nước mà còn là sự lựa chọn của nhiều thị trường khách quốc tế. Tuy nhiên, trên thực tế du lịch biển đảo Khánh Hòa vẫn chưa phát huy hết tiềm năng sẵn có. Trên cơ sở cách tiếp cận theo các lý thuyết về năng lực cạnh tranh nói chung và năng lực cạnh tranh điểm đến. Bài viết bàn về các tiềm năng phát triển du lịch biển đảo của tỉnh Khánh Hòa, đánh giá lợi thế và bất lợi thế của Khánh Hòa so với các đối thủ cạnh tranh có những điều kiện tương đồng về du lịch biển đảo trong và ngoài nước, đồng thời cũng đánh giá năng lực cạnh

tranh du lịch biển đảo Khánh Hòa qua phân tích nhân tố khám phá, để nhận diện những mặt còn hạn chế, những vấn đề đặt ra và từ đó đưa ra một số khuyến nghị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch biển đảo Khánh Hòa.

2. Tiềm năng phát triển du lịch biển đảo của tỉnh Khánh Hòa

Trong phát triển du lịch, khả năng thu hút khách du lịch của một điểm đến luôn là yếu tố được quan tâm hàng đầu, bởi cùng với lượng khách gia tăng sẽ là sự tăng trưởng về thu nhập từ du lịch, là cơ hội việc làm cho doanh nghiệp và cộng đồng được tăng lên, là

Nguyễn Văn Hùng, Nguyễn Việt Quốc, Cao Trí Dũng, Viện Nghiên cứu Phát triển Kinh tế - Xã hội Đà Nẵng

sự lan tỏa của du lịch kéo theo các ngành kinh tế khác cùng phát triển...

Khả năng thu hút khách của một điểm đến phụ thuộc vào năng lực cạnh tranh của điểm đến với nhiều yếu tố, đặc biệt là mức độ thuận lợi trong tiếp cận điểm đến; mức độ giá trị của tài nguyên du lịch; mức độ hấp dẫn và đa dạng của các sản phẩm và dịch vụ du lịch; mức độ đảm bảo về môi trường du lịch (bao gồm cả môi trường tự nhiên và môi trường xã hội)... của điểm đến so với những điểm đến khác

Khi đề cập đến “*mức độ*” khác nhau của những yếu tố tham gia vào khả năng cạnh tranh thu hút khách của một điểm đến tức là đang xét đến những lợi thế so sánh của điểm đến so với những điểm đến khác. Đó là những đặc tính độc đáo/duy nhất hoặc nổi trội của tài nguyên du lịch (tự nhiên và nhân văn) ở điểm đến du lịch; tính độc đáo, sáng tạo hoặc sự nổi trội về chất lượng dịch vụ du lịch; và mức độ thuận lợi trong tiếp cận điểm đến.

Những lợi thế về tài nguyên du lịch của điểm đến có thể do thiên nhiên “*ban tặng*” song cũng có thể do chính con người tạo ra.

Hạ Long, Phong Nha - Kẻ Bàng, Cát Bà... là những điểm đến hàng đầu ở Việt Nam thu hút sự quan tâm của khách du lịch trong đó giá trị đặc biệt về cảnh quan, về địa chất, về đa dạng sinh học đã được UNESCO công nhận là những giá trị tự nhiên mang tính toàn cầu. Những giá trị này không phải là điểm đến nào cũng có được và đó chính là lợi thế so sánh của Hạ Long, Phong Nha - Kẻ Bàng, Cát Bà... mà thiên nhiên “*ban tặng*” cho những điểm đến đó để phát triển du lịch. Ngoài những lợi thế so sánh mang tính tài nguyên tự nhiên của điểm đến thì vị thế của điểm đến (*vị trí địa lý, mức độ thuận lợi để mở rộng liên kết du lịch với điểm đến khác*) cũng được cho là yếu tố tạo nên lợi thế so sánh của điểm đến đã được tự nhiên mặc định.

Song cũng có những lợi thế so sánh của điểm đến được tạo ra bởi chính con người. Singapore điểm đến có môi trường trong lành và sạch sẽ nhất khu vực và đây là một trong những yếu tố hàng đầu hấp dẫn khách du lịch đến với Singapore; Hội An là điểm đến thu hút khách vào loại hàng đầu ở Việt Nam với “*hình ảnh*” một điểm đến du lịch rất thân thiện trong giao tiếp giữa cộng đồng và khách du lịch... Đó là những ví dụ về lợi thế so sánh của điểm đến được tạo ra bởi chính con người khi ý thức được vai trò của du lịch đối với phát triển kinh tế - xã hội và quyết tâm của chính quyền và cộng đồng người dân ở điểm đến đối với việc tạo ra lợi thế so sánh để thu hút khách du lịch.

Lợi thế so sánh của điểm đến cũng có thể có được khi điểm đến có sản phẩm du lịch được đặc thù. Đó là sản phẩm được xây dựng dựa trên những đặc tính độc đáo/duy nhất, nguyên bản và đại diện về tài nguyên du lịch (*tự nhiên và nhân văn*) của điểm đến du lịch với những dịch vụ không chỉ làm thỏa mãn nhu cầu/mong đợi của du khách mà còn tạo được ấn tượng trong cảm nhận của du khách bởi tính độc đáo và sáng tạo.

Như vậy có thể thấy lợi thế so sánh là yếu tố quan trọng hàng đầu trong việc thu hút khách du lịch nói riêng và đối với phát triển du lịch nói chung. Điều này càng có ý nghĩa trong bối cảnh hội nhập khi cạnh tranh thu hút khách giữa các điểm đến du lịch ở Việt Nam nói riêng và trong khu vực nói chung trở nên gay gắt.

Phát triển du lịch biển Khánh Hòa với tư cách là một điểm đến du lịch biển ở vùng duyên hải Nam Trung Bộ cũng không phải là ngoại lệ, theo đó du lịch biển Khánh Hòa đã, đang và sẽ phải cạnh tranh với nhiều điểm đến du lịch biển ở Việt Nam như: Quảng Ninh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Quảng Nam, Bình Thuận, Kiên Giang... cũng như trong khu vực và quốc tế như: Pattaya, Phuket,

Koh Samui (Thái Lan), Bali (Indonesia), Kinabalu (Malaysia), Waikiki (Hawaii)...

Vậy lợi thế so sánh của du lịch biển Khánh Hòa bao gồm:

- **Thứ nhất**, biển Khánh Hòa là nơi hội tụ của 03 vịnh đẹp tầm cỡ quốc tế:

Điểm đặc biệt và cũng là lợi thế lớn nhất của du lịch biển Khánh Hòa so với các địa phương có biển ở Việt Nam và nhiều quốc gia trong khu vực và trên thế giới đó là sự hội tụ của của 03 vịnh biển đẹp tầm cỡ quốc tế: vịnh Vân Phong, vịnh Nha Trang và vịnh Cam Ranh.

Vịnh Vân Phong được xem là một kỳ quan thiên nhiên đã được Hiệp hội biển Thế giới xếp vào danh sách 04 điểm du lịch biển lý tưởng nhất trên thế giới nơi có khí hậu ôn hòa quanh năm, môi trường hoang sơ trong lành, địa hình đa dạng với hệ thống đảo đẹp như hòn Đỏ, hòn Ông, hòn Nước, hòn Bịp (Điệp Sơn)...; nhiều bãi biển cát trắng mịn, nước biển xanh trong vắt như bãi Tây, bãi Me, bãi Búa, bãi Lách, bãi Xuân Đùng... và có hệ sinh thái biển đảo đa dạng và phong phú với nhiều loài sinh vật quý hiếm. Với những giá trị về cảnh quan và môi trường tự nhiên, ngay từ năm 1994, vịnh Vân Phong cùng với Đại Lãnh đã được xác định là một trong 04 địa bàn có tiềm năng phát triển thành khu du lịch tổng hợp quốc gia.

Vịnh Nha Trang nằm ven bờ thành phố Nha Trang rộng trên 500 km² với 19 hòn đảo, trong đó Hòn Tre là đảo lớn nhất có diện tích 3.250 ha. Đây là vịnh đẹp, có khí hậu ẩm áp quanh năm với nhiệt độ trung bình năm 26°C. Về mặt sinh thái, vịnh Nha Trang là một trong những hình mẫu tự nhiên hiếm có của hệ thống vũng, vịnh trên thế giới bởi đây là nơi tập trung của nhiều hệ sinh thái biển nhiệt đới điển hình như: hệ sinh thái đất ngập nước ven biển, hệ sinh thái đảo, hệ sinh thái rạn san hô, cỏ biển, hệ sinh thái bãi cát ven bờ... Đặc biệt khu vực đảo Hòn Mun là nơi

tập trung tới 350 loài rạn san hô chiếm 40% số loài rạn san hô trên thế giới. Tại hội nghị lần thứ 2 của Câu lạc bộ các vịnh đẹp nhất thế giới - tổ chức tại thành phố Tadoussac, Quebec, Canada từ ngày 1-8/6/2003 - vịnh Nha Trang được công nhận là thành viên thứ 29 của Câu lạc bộ Các vịnh đẹp nhất thế giới.

Vịnh Cam Ranh là vịnh kín nằm cách thành phố Nha Trang 60 Km hướng về phía Nam, có diện tích gần 60 km² với có độ sâu trung bình từ 18-20m nơi có bãi dài cát trắng mịn nổi tiếng và nhiều đảo còn hoang sơ, đặc biệt là đảo Bình Ba (hoang đảo Robinson), được so sánh ngang với vịnh Sanfrancisco của Mỹ và vịnh Rio de Janeiro của Brazil. Chiến lược phát triển du lịch Việt nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã xác định vịnh Cam Ranh là một trong những điểm đến có tiềm năng phát triển thành khu du lịch quốc gia.

- **Thứ hai**, Khánh Hòa là nơi có “Điểm cực” Đông của Tổ quốc:

Các “Điểm cực” của một quốc gia luôn là nơi mà du khách muốn được một lần trong đời đặt chân đến. Đứng ở góc độ này, Khánh Hòa là 1 trong 4 địa phương của Việt Nam có “Điểm cực”, đó là điểm “cực Đông” trên đất liền của Việt Nam nằm tại Mũi Đồi thuộc bán đảo Hòn Gốm, huyện Vạn Ninh. Đến đây, du khách có cơ hội trải nghiệm cảnh quan biển đảo đặc biệt hấp dẫn đồng thời có cơ hội là người được quan sát từ đất liền mặt trời mọc sớm nhất ở Việt Nam.

- **Thứ ba**, Khánh Hòa có được hình ảnh của điểm đến du lịch biển nổi tiếng Việt Nam:

Cùng với một số ít địa danh du lịch biển nổi tiếng ở Việt Nam từ thời Pháp thuộc như Hạ Long, Sầm Sơn, Vũng Tàu..., Nha Trang từ lâu đã nổi tiếng được rất nhiều du khách lựa chọn là điểm đến du lịch nghỉ dưỡng biển lý tưởng. Nói một cách khác Khánh Hòa đã có được hình ảnh rất đậm nét trong con mắt

của du khách với tư cách là điểm đến du lịch biển đẹp ở Việt Nam.

Với những lợi thế so sánh như trên, Khánh Hòa có được ưu thế lớn trong cạnh tranh thu hút khách du lịch. Trong thực tế, lượng khách du lịch đến Khánh Hòa luôn có sự tăng trưởng liên tục trong những năm gần đây. Tuy nhiên so với nhiều điểm đến du lịch biển “mới nổi” như Đà Nẵng, Quảng Nam, Bình Thuận, Kiên Giang... thì tốc độ tăng trưởng trung bình năm về khách, đặc biệt khách du lịch quốc tế của Khánh Hòa là thấp hơn, phản ánh sự hạn chế về năng lực cạnh tranh của du lịch biển Khánh Hòa. Điều này thể hiện rõ hơn trong bối cảnh lượng khách du lịch từ Nga đã giảm sút mạnh do tác động kinh tế và khủng hoảng chính trị giữa Nga và phương Tây trong khi du lịch biển Khánh Hòa đã quá chú trọng vào thị trường này.

3. Đánh giá lợi thế và bất lợi thế của Khánh Hòa so với các đối thủ cạnh tranh có những điều kiện tương đồng về du lịch biển đảo trong và ngoài nước

3.1. Đối thủ cạnh tranh trong nước

So với tổng quan chung của các địa phương có điều kiện tương đồng như Quảng Ninh, Đà Nẵng, Quảng Nam, Bình Thuận, Vũng Tàu, Kiên Giang (Phú Quốc), tổng lượng khách du lịch đến Khánh Hòa còn khá khiêm tốn và ngành du lịch tỉnh Khánh Hòa chưa phát triển tương xứng với tiềm năng hiện có. Số lượng khách đến Khánh Hòa còn khá ít so với những điểm đến tương đồng khác. Đặc biệt với thị trường khách nội địa, trong 6 địa phương, số lượng khách nội địa đến Khánh Hòa có rất ít so với các địa phương như Quảng Ninh và Kiên Giang. Đối với thị trường khách quốc tế, Khánh Hòa khai thác tương đối tốt thị trường khách quốc tế. Khánh Hòa đứng thứ 4 khi so sánh với Quảng Ninh, Quảng Nam, Đà Nẵng, Bình Thuận, Kiên Giang. Tuy nhiên với mức độ tăng trưởng của thị trường khách quốc tế cao,

Khánh Hòa vẫn đủ tiềm năng để nâng cao vị thế cạnh tranh trong thị trường khách du lịch quốc tế.

Xét về các điều kiện cung, so với các đối thủ cạnh tranh có điều kiện tương đồng về du lịch biển đảo (ngoại trừ Đà Nẵng), Khánh Hòa đảm bảo tốt các điều kiện cơ bản cho khách du lịch như nguồn lực hướng dẫn viên phục vụ khách du lịch, cơ sở giao thông hạ tầng. Khánh Hòa có cảng du lịch Nha Trang, có biển đẹp, thời tiết ôn hòa, các đảo là những lợi thế cạnh tranh để phát triển loại hình du lịch tàu biển. Tuy nhiên, so với Quảng Ninh và Đà Nẵng, Khánh Hòa vẫn chưa khai thác tốt loại hình du lịch tàu biển xứng tầm với tiềm năng của 4 cảng biển của Khánh Hòa. Bên cạnh đó, sân bay quốc tế Cam Ranh vẫn chưa đáp ứng nhu cầu của thị trường khách du lịch đến Khánh Hòa. Điều này là giảm lợi thế cạnh tranh về du lịch biển đảo Khánh Hòa so với các địa phương khác đặc biệt là Đà Nẵng.

Khánh Hòa có số lượng buồng phòng nhiều nhất trong 6 địa phương nhưng các cơ sở lưu trú của Khánh Hòa vẫn hoạt động có hiệu quả và khai thác tốt nguồn khách du lịch để giữ chân khách lưu trú tốt hơn các địa phương khác như Đà Nẵng, Bình Thuận, Quảng Nam. Tuy nhiên, tỉ lệ khách sạn 3-5 sao ở Khánh Hòa còn chiếm tỉ lệ thấp hơn nhiều so với Bình Thuận, Quảng Nam và Đà Nẵng để nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch biển đảo và đáp ứng đủ cơ sở hạ tầng phục vụ cho loại hình sản phẩm du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí cao cấp thu hút khách du lịch quốc tế¹ theo đúng “*Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch tỉnh Khánh Hòa đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020*”.

¹ Ủy Ban Nhân dân tỉnh Khánh Hòa, “*Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch tỉnh Khánh Hòa đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020*”, trang 70

So với các đối thủ cạnh tranh có điều kiện tương đồng về du lịch biển đảo, Khánh Hòa hiện nay đang khai thác rất tốt các sản phẩm du lịch biển đảo. Chính điều này góp phần tăng doanh thu du lịch của Khánh Hòa đạt mức cao với tốc độ tăng trưởng nhanh, giữ vị trí cao thứ 3 khi so sánh với Đà Nẵng, Bình Thuận, Quảng Ninh, Quảng Nam, Kiên Giang. Mặc dù tổng lượt khách du lịch đến Khánh Hòa thấp hơn so với Quảng Ninh và Kiên Giang nhưng tổng doanh thu du lịch lại cao hơn Quảng Ninh và Kiên Giang.

Năng lực thu hút vốn đầu tư FDI ở Khánh Hòa chưa thật sự hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài vào các dự án du lịch có nhu cầu vốn lớn, sản phẩm đa dạng, có sức hấp dẫn với du khách quốc tế, làm giảm năng lực cạnh tranh và vị thế cạnh tranh so với các đối thủ cạnh tranh có cùng điều kiện tương đồng về du lịch biển đảo.

3.2. Đối thủ cạnh tranh ngoài nước, đặc biệt là các nước trong khu vực

So với Bali (Indonesia), Pattaya (Thái Lan), Kota Kinabalu (Maylasia), Khánh Hòa có tổng số lượt khách du lịch thấp nhất trong 4 địa phương. Số lượt khách đến Bali và Pattaya gần như gấp 3 lần so với số lượt khách đến Khánh Hòa. Khánh Hòa là địa phương có tỷ trọng khách du lịch quốc tế thấp trong 4 địa phương. Thị trường khách du lịch Khánh Hòa bị chi phối chủ yếu bởi khách du lịch trong nước và chưa khai thác hết tiềm năng của phân khúc khách quốc tế để hướng đến tạo thương hiệu điểm đến quốc tế như Pattaya (Thái Lan). Qua phân tích lượng khách quốc tế theo từng tháng, Khánh Hòa đang đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ những địa phương trong khu vực có cùng điểm tương đương đồng về du lịch biển đảo. Đặc biệt, Khánh Hòa đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt với Pattaya trong việc khai thác thị trường khách Nga. Tuy nhiên, với tốc độ tăng nhanh trong các thị trường khách trọng

điểm so với các đối thủ cạnh tranh, Khánh Hòa vẫn còn những tiềm năng bóng mờ cần được nắm bắt thông qua việc xây dựng tính hấp dẫn điểm một điểm đến quốc tế.

Tài nguyên thiên nhiên phát triển du lịch biển đảo đặc biệt là các bãi biển của Khánh Hòa được khách du lịch đánh giá tốt hơn so với các đối thủ cạnh tranh quốc tế. Tuy nhiên, vẻ đẹp của các bãi biển ở Khánh Hòa vẫn chưa được giới thiệu quảng bá đến khách du lịch rộng rãi trên các trang chuyên về du lịch như TripAdvisor.

Nhìn chung, so với các đối thủ cạnh tranh quốc tế, nguồn cung du lịch ở Khánh Hòa vẫn chưa đáp ứng tốt cho nhu cầu của thị trường khách du lịch. Cơ sở hạ tầng sân bay, cảng biển ở Khánh Hòa vẫn chưa khai thác hiệu quả để số lượng khách du lịch tiềm năng đến Khánh Hòa. Nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch ở Khánh Hòa thiếu hụt nghiêm trọng so với các đối thủ cạnh tranh quốc tế như Bali, Kota Kinabalu.

So với Bali, Pattaya, Kota Kinabalu, khách du lịch vẫn đánh giá tốt và hài lòng với các khách sạn ở Khánh Hòa.² Tuy nhiên cơ sở lưu trú ở Khánh Hòa nhiều nhưng quy mô nhỏ và tỉ lệ khách sạn chất lượng cao đạt chuẩn 4,5 sao còn rất ít. Điều này làm giảm năng lực cạnh tranh của Khách Hòa trong việc thu hút khách du lịch quốc tế đến du lịch nghỉ dưỡng. Theo đó, bên cạnh nâng cao chất lượng dịch vụ tại các cơ sở lưu trú, Khánh Hòa cần thực hiện những chính sách để thúc đẩy kích cầu trên những trang đặt phòng qua mạng như Agoda để tăng doanh thu của các cơ sở lưu trú và nâng cao năng lực cạnh tranh ngành kinh doanh cơ sở lưu trú góp phần

²Để đánh giá và so sánh về chất lượng khách sạn ở Bali, Pattaya, Kota Kinabalu và Khánh Hòa, nhóm nghiên cứu đã thực hiện thống kê về số điểm chấm khách du lịch bình chọn trên trang đặt phòng qua mạng Agoda. Nhóm nghiên cứu đã chọn ra top 10 khách sạn dựa trên trình tự do "Agoda gợi ý".

nâng cao năng lực cạnh tranh ngành du lịch biển đảo.

Qua thống kê về Top 10 điểm du lịch được khách du lịch yêu thích và tìm đến nhiều nhất tại 4 địa phương, Khánh Hòa là địa phương có số lượng điểm du lịch biển đảo lọt vào trong Top 10 điểm du lịch của địa phương nhiều nhất so với các địa phương còn lại. Các địa điểm du lịch biển đảo ở Khánh Hòa có sức cạnh tranh so với các điểm du lịch khác. Khánh Hòa đã khai thác tốt thế mạnh các điểm du lịch biển đảo và nâng cao lợi thế cạnh tranh của các điểm du lịch biển đảo tốt hơn so với các địa phương khác.

Sản phẩm du lịch biển đảo Khánh Hòa được đánh giá là đa dạng hơn so với các đối thủ cạnh tranh quốc tế có cùng điều kiện tương đồng về biển đảo nhưng còn hiện trạng khai thác sản phẩm du lịch thiếu chiều sâu. Khánh Hòa cần nhận biết rõ các sản phẩm du lịch điểm mạnh của các đối thủ cạnh tranh và học hỏi kinh nghiệm trong khai thác sản phẩm du lịch để nâng cao năng lực cạnh tranh trong việc khai thác sản phẩm du lịch biển đảo.

Thông qua phân tích những bất lợi của đối thủ cạnh tranh quốc tế trong phát triển du lịch biển đảo so với Khánh Hòa, so với các đối thủ cạnh tranh, hiện nay, môi trường du lịch ở Khánh Hòa vẫn còn xanh, sạch và chưa xảy ra những vấn đề nghiêm trọng liên quan đến môi trường. Sự hấp dẫn, thu hút khách du lịch phụ thuộc rất lớn vào tính bền vững của môi trường điểm đến. Phát triển du lịch đi đôi với tăng cường tính bền vững của môi trường là rất quan trọng cho việc đảm bảo địa phương sẽ tiếp tục là một điểm đến cạnh tranh trong tương lai. Để nâng cao vị thế cạnh tranh so với các đối thủ cạnh tranh, Khánh Hòa cần chú trọng phát triển “du lịch biển đảo

xanh” nhằm hướng tới sự phát triển bền vững của ngành “công nghiệp không khói”.

4. Đánh giá NLCT du lịch biển đảo Khánh Hòa qua phân tích nhân tố khám phá

Trên cơ sở kết quả các công trình nghiên cứu của Michael E. Porter, Crouch và Ritchie, Dwyer và Kim (2003) hay Bộ chỉ số Năng lực Cạnh tranh của ngành Du lịch/Lữ hành của Hội đồng Du lịch Thế giới và Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF), cùng với các lý thuyết về năng lực cạnh tranh điểm đến của một số nghiên cứu khác như Gooroochurn và Sugiyarto (2004), Melián-Gonzales và García-Falcón (2003), Kozak và Remington (1999)... Gooroochurn và Sugiyarto (2004), và từ đặc điểm của ngành du lịch nói chung và du lịch biển đảo nói riêng, cho thấy những đặc trưng và sự khác biệt của ngành du lịch biển đảo so với các ngành khác. Thông qua phân tích những ưu nhược điểm của các bộ tiêu chí ở trên và sử dụng phương pháp chuyên gia, nhóm nghiên cứu nhận thấy có thể kết hợp lý thuyết về năng lực cạnh tranh của mô hình M. Porter và lý thuyết về điểm đến và cụm ngành du lịch biển đảo hình thành Bộ tiêu chí đánh giá NLCT phù hợp với ngành du lịch biển đảo. Từ đó có thể áp dụng bộ tiêu chí này làm khung phân tích năng lực cạnh tranh cho ngành du lịch biển đảo của tỉnh Khánh Hòa với 04 nhân tố (Các điều kiện về cung ứng dịch vụ đầu vào, Các điều kiện về cầu, Các dịch vụ hỗ trợ và có liên quan, Môi trường du lịch, vai trò của chính quyền địa phương) với 35 biến quan sát.

Để thu thập số liệu trong phần đánh giá này, nhóm nghiên cứu đã sử dụng thang đo Likert 5 mức độ cho tất cả 35 chỉ số. Mẫu nghiên cứu định lượng chính thức được chọn bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện với cỡ mẫu $n = 1.100$ quan sát. Trong đó, đối tượng khảo sát là khách du lịch nội địa và quốc tế đến với tỉnh Khánh Hòa, phương

pháp thu thập dữ liệu bằng phương pháp phỏng vấn trực tiếp, phạm vi khảo sát chủ yếu tập trung vào các đối tượng khách du lịch đến tham quan, du lịch và lưu trú tại nhiều địa điểm khác nhau trên tỉnh. Thời gian thực hiện khảo sát là vào tháng 11, 12 năm 2014.

Từ cơ sở lý thuyết, mô hình nghiên cứu đề nghị 04 nhân tố với 35 biến quan sát để đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển đảo Khánh Hòa. Nhóm nghiên cứu cũng sử dụng các phương pháp phân tích nhân tố, phân tích hồi quy và các kiểm định đối với các nhóm nhân tố dùng để đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển đảo Khánh Hòa.

Kết quả cho thấy có 6 nhân tố được trích sau khi xoay nhân tố. Số lượng các nhân tố được trích này không phù hợp với các thành phần ban đầu của thang đo. Vì vậy, các khái niệm nghiên cứu trong trường hợp này chưa đạt được giá trị phân biệt. Đối chiếu với các biến quan sát thuộc các thành phần thang đo trong mô hình nghiên cứu chính thức, ta thấy có 7 biến quan sát không nằm ở những thành phần thang đo như trong mô hình nghiên cứu. Vì vậy, sẽ chỉnh sửa tên các biến cho phù hợp với nhân tố:

- Nhân tố thứ 1 là các điều kiện về cung ứng dịch vụ đầu vào (DVĐV) gồm 6 biến quan sát (A1, A2, A4, B1, B2, B6);

Ký hiệu biến	Tiêu chí đo lường
A1	Chất lượng khách sạn, nhà nghỉ và các DV đi kèm
A2	Giá cả phòng nghỉ và các loại phí dịch vụ
A4	Giá cả món ăn
B1	Chất lượng, uy tín của các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành và các dịch vụ đi kèm
B2	Giá tour
B6	Giá vé tham quan tại các điểm du lịch biển đảo

- Nhân tố thứ 2 là vai trò của chính quyền địa phương (VTCQ) gồm 5 biến quan sát (D4, D5, D6, D7, D8);

Ký hiệu biến	Tiêu chí đo lường
D4	Sự sạch sẽ, trong lành của môi trường biển, đảo
D5	Đảm bảo an toàn trên các bãi biển, hòn đảo
D6	An ninh trật tự
D7	Ổn định chính trị
D8	Sự quản lý và kiểm soát giá cả sản phẩm, dịch vụ du lịch của chính quyền địa phương

- Nhân tố thứ 3 là các dịch vụ hỗ trợ và có liên quan (DVHT) bao gồm 5 biến quan sát (C1, C2, C3, C4, C5);

Ký hiệu biến	Tiêu chí đo lường
C1	Dịch vụ chăm sóc sức khỏe và làm đẹp
C2	Dịch vụ y tế, khám chữa bệnh
C3	Dịch vụ ATM, đổi tiền, thanh toán bằng thẻ...
C4	Dịch vụ bưu chính, viễn thông (điện thoại, internet)
C5	Chất lượng nguồn điện, nước

- Nhân tố thứ 4 là môi trường du lịch (MTDL) bao gồm 3 biến quan sát (D1, D2, D3);

Ký hiệu biến	Tiêu chí đo lường
D1	Khí hậu, thời tiết thuận lợi
D2	Vị trí địa lý thuận tiện
D3	Sự thân thiện và hiếu khách của người dân

- Nhân tố thứ 5 là dịch vụ mua sắm và vui chơi giải trí (DVMSVCGT) gồm 4 biến quan sát (A10, A11, A12, A13);

Ký hiệu biến	Tiêu chí đo lường
A10	Giá cả hoạt động vui chơi, giải trí trên biển, đảo
A11	Chất lượng các mặt hàng mua sắm, quà lưu niệm
A12	Sự đa dạng của hàng hóa, quà lưu niệm
A13	Giá cả hàng hóa, quà lưu niệm

- Nhân tố thứ 6 là các điều kiện về cầu (ĐKVC) bao gồm 4 biến quan sát (A3, B3, B4, B5). Sau khi chỉnh sửa về mặt nhân tố các thang đo này là phù hợp.

Ký hiệu biến	Tiêu chí đo lường
A3	Sự đa dạng và phong phú của món ăn (ẩm thực)
B3	Phong cảnh, sự hấp dẫn của các bãi biển, hòn đảo
B4	Sự đa dạng của các sản phẩm du lịch biển đảo
B5	Sự hấp dẫn của các lễ hội dân gian/festival biển

Tuy nhiên sau khi phân tích hồi quy và các kiểm định đối với các nhóm nhân tố, kết quả cho thấy có 5 nhân tố tác động vào năng lực cạnh tranh đó là các nhân tố như DVĐV, VTCQ, DVHT, DVMSVCGT, ĐKVC.

Kết quả cho thấy mối quan hệ giữa các nhân tố và năng lực cạnh tranh được thể hiện thông qua phương trình hồi quy chuẩn hóa sau:

$$NLCT = 3,933 + 0,140*VTCQ + 0,126*ĐKVC + 0,116*DVHT + 0,094*DVMSVCGT + 0,089*DVĐV$$

Như vậy nhân tố vai trò của chính quyền địa phương (VTCQ) là nhân tố tác động mạnh nhất đến năng lực cạnh tranh của du khách đối với du lịch biển đảo Khánh Hòa, tiếp theo lần lượt là các nhân tố ĐKVC, DVHT, DVMSVCGT, DVĐV.

5. Đánh giá những thành công, hạn chế và những vấn đề đặt ra nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch biển đảo Khánh Hòa

5.1. Những thành công

Đã định hình được mục tiêu phát triển và lĩnh vực du lịch cần hướng đến là du lịch biển đảo, bước đầu cũng đạt được những thành công nhất định.

- Cơ sở hạ tầng phát triển khá toàn diện bao gồm hạ tầng cơ sở lưu trú, các khu điểm du lịch và hệ thống giao thông du lịch

(đường bộ, đường sắt, đường không và đường thủy).

- Trong thời gian qua, Khánh Hòa đã và đang khai thác tốt các lợi thế về tự nhiên để phục vụ phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch biển đảo.

- Công tác quảng bá, xúc tiến du lịch cũng đã đạt được những kết quả đáng kể thông qua việc sử dụng đa dạng các hình thức quảng bá, xúc tiến đặc biệt phải kể đến là việc tổ chức các lễ hội, các sự kiện tầm cỡ quốc gia, quốc tế.

- Sản phẩm du lịch biển đảo và các dịch vụ hỗ trợ du lịch biển đảo của Khánh Hòa phát triển khá đa dạng³.

5.2. Những hạn chế

- Chưa khai thác hiệu quả cũng như tiếp tục củng cố, làm mới thương hiệu du lịch biển Nha Trang (Khánh Hòa) vốn đã nổi tiếng từ lâu đời.

- Chưa hình thành được thị trường khách truyền thông, nguồn ổn định đặc biệt là khách quốc tế. Phụ thuộc lớn vào thị trường khách Nga.

- Khách Trung Quốc đang dần chiếm tỷ lệ lớn trong tổng lượng khách quốc tế đến với Khánh Hòa, tuy nhiên những hạn chế của du khách Trung Quốc lớn hơn những lợi ích mà họ mang lại. Sự có mặt của du khách Trung Quốc là nguyên nhân làm suy giảm lượng khách quốc tế đến từ các quốc gia khác trên thế giới, đặc biệt là các thị trường truyền thống của Khánh Hòa, ngoài ra còn gây ảnh hưởng đến cả thị trường khách du lịch nội địa.

- Sự phát triển của ngành du lịch ở Khánh Hòa thiếu sự quy hoạch, đã có những tác động tiêu cực đến cảnh quan du lịch, đặc biệt là các vấn đề về môi trường, góp phần phá

³ Phụ lục 7. Danh mục các hoạt động du lịch của điểm đến du lịch Khánh Hòa so với các điểm đến khác

hồng hệ sinh thái các khu bảo tồn địa phương.

- Chưa chủ động được nguồn nhân lực phục vụ du lịch. Nguồn nhân lực phục vụ du lịch chưa được đào tạo bài bản chuyên nghiệp, thiếu đội ngũ lãnh đạo doanh nghiệp du lịch đáp ứng với yêu cầu cạnh tranh và hội nhập cao. Đặc biệt đội ngũ hướng dẫn viên du lịch vẫn chưa được đáp ứng ngay cả đối với những thị trường khách mục tiêu hiện tại.

- Hệ thống cơ sở hạ tầng tuy có được cải thiện nhưng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu của du khách. Đặc biệt là hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông như sân bay, nhà ga đường sắt, cảng và hệ thống đường giao thông nội tỉnh.

- Các hoạt động liên kết phát triển du lịch chưa nhiều, đặc biệt chưa có cơ chế để liên kết giữa các doanh nghiệp hoạt động du lịch để đảm bảo hiệu quả kinh doanh và tạo thuận lợi cho du khách khi đến với Khánh Hòa.

- Chưa đưa vào khai thác quần đảo Trường Sa như là một trong những điểm đến về du lịch biển đảo của tỉnh.

5.3. Những vấn đề đặt ra và một số khuyến nghị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch biển đảo Khánh Hòa

a. Đối với Nhà nước, chính quyền

Trong thời gian qua chính quyền địa phương đã có nhiều hoạt động giúp nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch biển đảo của tỉnh, tuy nhiên, theo đánh giá của chúng tôi vẫn còn một số một số bất cập, cụ thể:

- Nhận thức và hành động của chính quyền tỉnh trong việc xây dựng, thực hiện quy hoạch chưa quyết liệt, tuy nhiên đây được xem là nhân tố quyết định đến sự phát triển và thành công của du lịch biển đảo Khánh Hòa.

- Mặc dù đã xác định vai trò của du lịch biển đảo nhưng trong các chương trình hoạt động mới tập trung vào du lịch nói chung của

tỉnh, chưa có những chương trình cụ thể cho sự phát triển của cụm ngành du lịch biển đảo nói riêng.

- Công tác đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng du lịch còn chậm: địa bàn du lịch chưa được mở rộng, còn thiếu các cơ sở các loại hình dịch vụ du lịch mới, các khu vui chơi giải trí, các trung tâm mua sắm,... đã hạn chế đến lưu lượng khách đến, mức chi tiêu bình quân cũng như số ngày nghỉ của du khách tại địa phương. Sân bay quốc tế Cam Ranh chưa đáp ứng được nhu cầu đón các máy bay lớn, hạ tầng giao thông vẫn chưa thực sự đáp ứng nhu cầu đặc biệt là giao thông tỉnh, giao thông ngầm.

- Hoạt động xúc tiến, quảng bá chưa có tính chuyên nghiệp cao, chưa xây dựng chiến lược xúc tiến một cách bài bản. Kinh phí và năng lực xúc tiến vẫn còn những mặt hạn chế. Hoạt động lữ hành chủ yếu khai thác nguồn khách trong tỉnh, chưa trực tiếp khai thác các tour du lịch quốc tế.

- Khánh Hòa đã huy động được nguồn lực kinh tế tư nhân để phát triển du lịch, tuy nhiên các nguồn lực này đang bị phân tán và còn nhỏ lẻ; bên cạnh đó đầu tư từ nước ngoài vẫn chưa tương xứng với tiềm năng du lịch của tỉnh.

- Đào tạo nguồn nhân lực du lịch chưa đáp ứng đủ nhu cầu về số lượng và chất lượng, còn thiếu cán bộ quản lý giỏi và nhân viên phục vụ có kỹ năng chuyên môn cao.

b. Đối với các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh du lịch và du lịch biển đảo

Trong giai đoạn vừa qua, cùng với sự phát triển của du lịch Khánh Hòa thì số lượng các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cũng đang có xu hướng tăng⁴.

⁴Tính đến đầu năm 2014, số lượng cơ sở lưu trú du lịch trên địa bàn tỉnh là: 572 cơ sở với 16.146

Đến nay, trên địa bàn tỉnh có 155 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành, trong đó 33 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế và 04 chi nhánh. Tổng số hướng dẫn viên du lịch đã được cấp thẻ trên địa bàn tỉnh hiện nay 656 hướng dẫn viên, trong đó số hướng dẫn viên quốc tế là 299 hướng dẫn viên và hướng dẫn viên nội địa là 357 hướng dẫn viên. Mặc dù số lượng doanh nghiệp hoạt động lữ hành và số lượng hướng dẫn viên trên địa bàn tỉnh là khá nhiều nhưng đa số các doanh nghiệp này chỉ chủ yếu khai thác các nguồn khách trong tỉnh hoặc các tỉnh lân cận, chưa trực tiếp khai thác các tour du lịch quốc tế.

Tuy có sự phát triển nhanh về số lượng các doanh nghiệp hoạt động du lịch nhưng xét về cơ cấu các loại hình thì thị trường kinh doanh du lịch tại Khánh Hòa đang bị mất cân đối. Các doanh nghiệp du lịch hiện nay chỉ tập trung vào các loại hình kinh doanh đơn giản, dễ đầu tư là lưu trú và nhà hàng. Điều này trong ngắn hạn chỉ có thể đáp ứng tạm thời nhu cầu của du khách; về lâu dài, tỉnh cần tập trung hỗ trợ phát triển các loại hình kinh doanh mang lại các sản phẩm đặc trưng cho du lịch Nha Trang - Khánh Hòa, vừa giúp tạo dựng thương hiệu du lịch vừa khai thác tối đa tiềm năng du lịch của địa phương.

phòng, tầng 69 cơ sở - 4.098 phòng trong đó: khách sạn 5 sao: 08 cơ sở - 1.329 phòng, tầng 2 cơ sở - 218 phòng, khách sạn 4 sao: 09 cơ sở - 1.719 phòng, tầng 4 cơ sở - 693 phòng, khách sạn 3 sao: 40 cơ sở - 2.990 phòng, tầng 16 cơ sở - 1.237 phòng, khách sạn 2 sao: 110 cơ sở - 3.546 phòng. Dự kiến đến cuối năm 2014 và đầu năm 2015 sẽ đưa vào hoạt động khoảng 8 khách sạn có quy mô lớn từ 3-5 sao với số lượng khoảng 1.747 phòng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Kỷ yếu Hội thảo Phát triển sản phẩm du lịch các tỉnh duyên hải Miền Trung, Khánh Hòa tháng 6/2013.

Kỷ yếu Hội thảo “Phát triển bền vững du lịch biển Nha Trang - Khánh Hòa” (2013), Khoa Kinh tế, trường Đại học Nha Trang.

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Khánh Hòa, *Kết quả hoạt động ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch các năm 2011, 2012, 2013, 2014, 2015*.

UBND tỉnh Khánh Hòa (2013), *Tiềm năng và Thế mạnh phát triển du lịch tỉnh Khánh Hòa, Kỷ yếu Hội thảo Phát triển Sản phẩm Du lịch các tỉnh Duyên Hải Miền Trung*, Khánh Hòa, ngày 09 tháng 6 năm 2013.