

YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG

Ths. Vũ Đình Thuận*

Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng như hiện nay, đặc biệt sau khi Việt Nam tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, RCEP, thị trường kinh doanh du lịch của Việt Nam có tiềm năng phát triển to lớn đối với mỗi hình thái du lịch. Để cạnh tranh về điểm đến du lịch, vai trò của doanh nghiệp du lịch ngày càng trở nên quan trọng, doanh nghiệp du lịch phải cạnh tranh quyết liệt với nhau về thị trường, sản phẩm và công nghệ trong du lịch. Bài viết phân tích các yếu tố ảnh hưởng và đưa ra một số hàm ý nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng Đồng bằng Sông Hồng trong thời gian tới.

• Từ khóa: năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp, du lịch, Đồng bằng sông Hồng.

In the current context of deep integration, especially after Vietnam joins new-generation free trade agreements such as CPTPP, EVFTA, RCEP, Vietnam's tourism business market has great development potential for each form of tourism. In order to compete in tourist destinations, the role of tourism businesses is becoming increasingly important, tourism businesses must compete fiercely with each other in terms of markets, products and technologies in tourism. The article analyzes the influencing factors and gives some implications to improve the competitiveness of tourism enterprises in the Red River Delta in the coming time.

• Keywords: competitiveness, business, tourism, Red River Delta.

Ngày nhận bài: 05/02/2022

Ngày gửi phản biện: 08/02/2022

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/02/2022

Ngày chấp nhận đăng: 20/3/2022

1. Đặt vấn đề

Trong những năm qua, thực hiện công cuộc đổi mới toàn diện, nền kinh tế Việt Nam luôn luôn duy trì mức tăng trưởng khá cao, trong đó có sự đóng góp nổi bật của ngành Du lịch. Cùng với sự phát triển kinh tế-văn hóa-xã hội, Du lịch Việt Nam đang có những bước phát triển mạnh, ngày càng có những đóng góp lớn hơn cho nền kinh tế. Sự phát triển Du lịch góp phần thay đổi diện

mạo đô thị và nông thôn, tạo thêm nhiều việc làm cho các tầng lớp dân cư trong xã hội. Ở đầu phát triển Du lịch, ở đó đời sống của cộng đồng dân cư được cải thiện, trình độ dân trí được nâng cao, góp phần quan trọng vào xóa đói giảm nghèo, cải thiện cuộc sống của nhân dân. Là địa bàn có tiềm năng du lịch to lớn, tuy nhiên trong những năm qua du lịch vùng Đồng bằng Sông Hồng chưa phát huy hết tiềm năng thế mạnh, sự phát triển còn chậm do những bất cập, hạn chế đó là: nhận thức vai trò về Du lịch còn chưa đầy đủ, liên kết giữa các địa phương còn thiếu sự phối hợp chặt chẽ thường xuyên, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch còn yếu. Do đó, nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng Đồng bằng Sông Hồng là vấn đề mang tính thời sự và có ý nghĩa thực tiễn.

2. Cơ sở lý thuyết

Theo Crouch và Ritchie (1999), các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của một đơn vị kinh doanh du lịch trong việc thu hút du khách đến với mình gồm: cơ sở vật chất, văn hóa và lịch sử, mối quan hệ thị trường, các hoạt động và sự kiện. Ngoài những yếu tố trên, Crouch và Ritchie còn cho rằng, năng lực cạnh tranh của một đơn vị kinh doanh du lịch còn được hỗ trợ bởi các yếu tố khác như chính sách điểm đến, kế hoạch phát triển và quản lý điểm đến. Theo d'Hartserre (2000), năng lực cạnh tranh là

* Hệ 5, Học viện Chính trị - Bộ Quốc phòng; email: thuanminhhuyen@gmail.com

khả năng của một doanh nghiệp du lịch để duy trì vị trí thị trường của mình và cải tiến chúng theo thời gian. Hassan (2000) xác định năng lực cạnh tranh là khả năng của doanh nghiệp du lịch có thể tạo ra và tích hợp giá trị gia tăng của các sản phẩm nhằm duy trì nguồn lực của mình và giữ vững vị trí trên thị trường so với đối thủ cạnh tranh. Còn các tác giả Dwyer, Forsyth và Rao (2000) cho rằng, năng lực cạnh tranh ngành du lịch là một khái niệm chung, bao gồm sự khác biệt về giá cùng với biến động tỷ giá, năng suất của các thành phần khác nhau trong ngành công nghiệp du lịch và các yếu tố tạo nên sự hấp dẫn của một điểm du lịch. Theo Dwyer và Kim (2003), năng lực cạnh tranh của một đơn vị kinh doanh du lịch là khả năng cung cấp hàng hóa và dịch vụ tốt hơn so với các địa điểm hay doanh nghiệp khác dựa trên những trải nghiệm của khách du lịch. Còn theo Ritchie và Crouch (2003), yếu tố tạo nên năng lực cạnh tranh là khả năng tăng đầu tư chi tiêu nhiều hơn các dịch vụ cung cấp, hoạt động trải nghiệm, đảm bảo an toàn sức khỏe, bảo vệ thiên nhiên, ... Điều đó sẽ thu hút khách du lịch nhiều hơn với cảm giác thỏa mãn và thân thiện.

3. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu của Ho (2005) đã nghiên cứu mối quan hệ giữa các hoạt động quản trị trong doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh. Tác giả đưa ra mô hình đo lường các hoạt động quản trị trong doanh nghiệp thông qua 5 khía cạnh như cơ cấu hội đồng quản trị, cương vị quản lý, chiến lược lãnh đạo, sở hữu tập trung và các mối quan hệ vốn - thị trường, trách nhiệm xã hội có mối quan hệ đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Nghiên cứu của Craigwell (2007) đã cung cấp một cái nhìn toàn diện về hoạt động du lịch của các hòn đảo du lịch nhỏ đang phát triển tại Mỹ. Kết quả nghiên cứu cho thấy năng lực cạnh tranh của các đảo du lịch nhỏ đang phát triển tại Mỹ bị ảnh hưởng bởi các yếu tố như cạnh tranh về giá cả, nhân lực du lịch, cơ sở hạ tầng, môi trường, công nghệ, sự cởi mở, các khía cạnh xã hội. Đối với nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch và khách sạn, nghiên cứu "Năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch và khách sạn" của tác giả Tsai, Song và Wong (2009), đã chỉ ra 16 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch và 15 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của

các khách sạn, bao gồm, (1) Nguồn nhân lực, trình độ giáo dục, đào tạo; (2) Kỹ thuật; (3) Chiến lược; (4) Năng suất; (5) Vốn; (6) Thỏa mãn khách hàng - chất lượng dịch vụ; (7) Hình ảnh thương hiệu; (8) Chiến lược liên minh; (9) Chi phí hoạt động (môi trường); (10) Điều kiện thị trường; (11) Điều kiện nhu cầu; (12) Tiếp thị; (13) Giá cả; (14) Đặc tính vật chất; (15) Quản lý quá trình.

Tại Việt Nam, nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các khách sạn 4 sao trên địa bàn Thừa Thiên Huế của Trần Bảo An và cộng sự (2012) cho thấy, có 4 nhân tố tạo nên năng lực cạnh tranh của các khách sạn: (1) Uy tín và hình ảnh; (2) Các phối thức marketing; (3) Cơ sở vật chất kỹ thuật; (4) Trình độ tổ chức và phục vụ khách hàng. Cùng phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động du lịch của địa phương để chỉ ra điểm mạnh, điểm yếu của ngành du lịch, làm cơ sở xây dựng giải pháp phát triển du lịch đến năm 2020 có tác giả Nguyễn Duy Mậu (2011), với nghiên cứu phát triển du lịch Tây Nguyên đến năm 2020 đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế; Mai Thị Ánh Tuyết (2006) với nghiên cứu phát triển du lịch tỉnh An Giang đến năm 2020.

4. Thiết kế nghiên cứu

4.1. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở tiếp cận lý thuyết từ các công trình nghiên cứu trên, tác giả đưa ra định hướng nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch Vùng ĐBSH trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu: Thứ nhất, nghiên cứu của Craigwell (2007), có 7 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh cho các đảo du lịch nhỏ đang phát triển tại Mỹ bao gồm: (1) Cạnh tranh về cả; (2) Nhân lực du lịch; (3) Cơ sở hạ tầng; (4) Môi trường; (5) Công nghệ; (6) Sự cởi mở; (7) Các khía cạnh xã hội. Thứ hai, nghiên cứu của Chang và cộng sự (2007) đã đưa ra mô hình gồm có 7 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh cho các cửa hàng tại Đài Loan, (1) Chiến lược kinh doanh; (2) Năng lực tài chính; (3) Cơ sở vật chất, các tiện nghi; (4) Sản phẩm, hàng hóa; (5) Chất lượng dịch vụ; (6) Marketing, Chiêu thị; (7) Nguồn nhân lực. Thứ ba, nghiên cứu của Williams và Hare (2012) đã chỉ ra 7 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh cho các khách sạn

nhỏ tại Jamaica, (1) Sự đổi mới; (2) Thương hiệu; (3) Khả năng tổ chức quản lý; (4) Yếu tố điều kiện môi trường; (5) Chất lượng dịch vụ; (6) Kiến thức ngành; (7) Khả năng thích ứng với sự cạnh tranh. Thứ tư, nghiên cứu Review, Assistant, và Dubrovnik (2013) cho thấy, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp lữ hành tại thị trường du lịch châu Âu bị ảnh hưởng bởi các yếu tố, (1) Chất lượng dịch vụ; (2) Giá; (3) Giá trị thu được so với chi phí bỏ ra; (4) Vấn đề môi trường; (5) Các vấn đề xã hội; (6) An ninh. Thứ năm, nghiên cứu của Nguyễn Cao Trí (2011) đã chỉ ra 9 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch TP HCM bao gồm, (1) Cơ sở vật chất; (2) Tổ chức quản lý; (3) Hệ thống thông tin; (4) Nhân sự; (5) Thị trường; (6) Marketing; (7) Vốn; (8) Tình hình cạnh tranh nội bộ ngành; (9) Chủ trương, chính sách. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất mô hình cho nghiên cứu như sau:



Các giả thuyết nghiên cứu

H₁: Khả năng cạnh tranh về giá ảnh hưởng tích cực đến năng lực cạnh tranh của DN du lịch Vùng ĐBSH.

H₂: Chất lượng sản phẩm, dịch vụ ảnh hưởng tích cực đến năng lực cạnh tranh của DN du lịch Vùng ĐBSH.

H₃: Năng lực marketing có ảnh hưởng tích cực đến năng lực cạnh tranh của DN du lịch Vùng ĐBSH.

- H₄: Năng lực tổ chức, quản lý ảnh hưởng tích cực đến năng lực cạnh tranh của DN du lịch Vùng ĐBSH.

- H₅: Thương hiệu ảnh hưởng tích cực đến năng lực cạnh tranh của DN du lịch Vùng ĐBSH.

- H₆: Nguồn nhân lực ảnh hưởng tích cực đến năng lực cạnh tranh của DN du lịch Vùng ĐBSH.

- H₇: Trách nhiệm xã hội ảnh hưởng tích cực đến năng lực cạnh tranh của DN du lịch Vùng ĐBSH.

- H₈: Điều kiện môi trường điểm đến ảnh hưởng tích cực đến năng lực cạnh tranh của DN du lịch Vùng ĐBSH.

4.2. Các bước nghiên cứu

Để thực hiện mục tiêu đã đề ra, nghiên cứu được thiết kế bao gồm 3 bước chính sau đây:

Bước 1, dựa trên mục tiêu nghiên cứu, tác giả tiến hành nghiên cứu tài liệu, các công trình nghiên cứu trước đó để tìm ra các thuộc tính cho nghiên cứu, làm cơ sở để thiết lập dàn bài phỏng vấn chuyên gia và thảo luận nhóm nhằm xác định mô hình nghiên cứu và hoàn thiện thang đo sơ bộ. Bước 2, nghiên cứu sơ bộ, nội dung bước này sẽ tiến hành khảo sát sơ bộ 244 đối tượng nhằm kiểm định độ tin cậy của thang đo với hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá và xây dựng bảng khảo sát chính thức. Bước 3, nghiên cứu chính thức, bước này sẽ thực hiện khảo sát chính thức 359 đối tượng để tiến hành phân tích nhân tố khẳng định CFA (Confirmatory factor analysis) và kiểm định mô hình nghiên cứu bằng phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (Structural Equation Modeling). Từ nghiên cứu định lượng xác định mức độ ảnh hưởng các yếu tố đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch, kết hợp với phân tích thực trạng và nguyên nhân các yếu tố này, tác giả đề xuất các giải pháp cụ thể nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng ĐBSH.

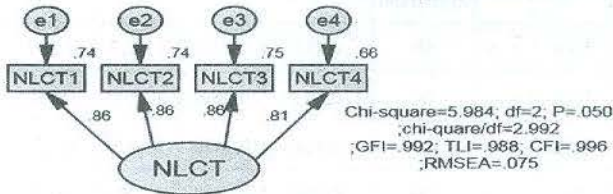
5. Kết quả và thảo luận

5.1. Kết quả CFA thang đo năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng ĐBSH

Thang đo năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng ĐBSH có 4 biến quan sát (năng lực cạnh tranh 1 - năng lực cạnh tranh 4) được đưa vào phân tích. Kết quả CFA của thang

đo này cho thấy, mô hình có độ phù hợp với dữ liệu (chi tiết theo Hình 4.10), chỉ bình phương = 5.984, có bậc tự do = 2, giá trị $P = 0.050$; $CMIN/df = 2.992 < 3$. Các chỉ tiêu đo lường khác cũng đạt yêu cầu ($GFI = .992$; $TLI = .988$; $CFI = .996$ đều lớn hơn 0.8; $RMSEA = 0.075 < 0.8$).

Hình 1: Kết quả CFA (chuẩn hóa) thang đo năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng ĐBSH



Tất cả trọng số hồi quy chuẩn hóa của các biến quan sát trong thang đo năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng ĐBSH đều đạt mức ý nghĩa ($p = 0.000$ nên có ý nghĩa thống kê) và có giá trị lớn và biến thiên từ 0.810 đến 0.864, đều > 0.5 . Kết quả này cho thấy, các thành phần của thang đo này mang tính đơn hướng và đạt giá trị hội tụ. Tương quan giữa các thành phần trong thang đo này qua Bảng 4.15 cho thấy, tất cả các hệ số tương quan ước lượng liên kết với sai số chuẩn (SE) cho giá trị p đều nhỏ hơn 0.05 nên hệ số tương quan của từng thành phần trong thang đo năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng ĐBSH khác biệt so với 1 ở độ tin cậy 95%. Do đó, các thành phần trong khái niệm này đạt được giá trị phân biệt. Độ tin cậy tổng hợp $Pc = 0.912$ lớn hơn 0.6, phương sai trích $Pvc = 0.721$ lớn hơn 0.5 thang đo đạt độ tin cậy.

Bảng 1: Kết quả kiểm định giá trị phân biệt giữa các biến trong thang đo năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng ĐBSH

			Estimate (r)	SE	CR	P-value
năng lực cạnh tranh 1	<---	năng lực cạnh tranh	0.862	0.0268	5.144	0.000
năng lực cạnh tranh 2	<---	năng lực cạnh tranh	0.860	0.0270	5.184	0.000
năng lực cạnh tranh 3	<---	năng lực cạnh tranh	0.864	0.0266	5.104	0.000
năng lực cạnh tranh 4	<---	năng lực cạnh tranh	0.810	0.0310	6.122	0.000

Ghi chú: r: hệ số tương quan; SE = $\sqrt{1-r^2}/(n-2)$; n: cỡ mẫu; CR = $(1-r)/SE$; P-value = $TDIST(CR, n-2, 2)$.

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

Như vậy, kết quả CFA của thang đo năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng ĐBSH gồm 4 biến quan sát đạt tính đơn hướng, đảm bảo giá trị hội tụ, đảm bảo độ tin cậy và giá trị phân biệt.

5.2. Kết quả CFA mô hình tới hạn

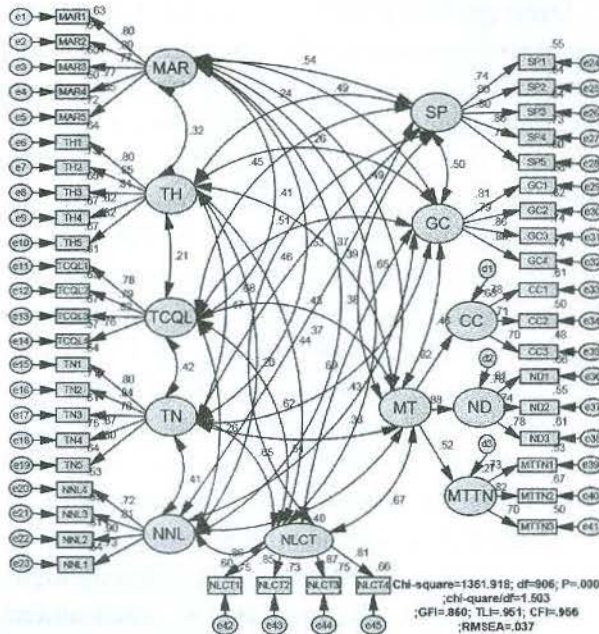
Đánh giá tính phân biệt trong mô hình xuyên suốt (across-construct) là việc đo lường mức phân biệt giữa các khái niệm/thành phần trong mô hình nghiên cứu. Tính phân biệt này được đánh giá thông qua việc kiểm tra tương quan giữa các khái niệm trong mô hình đo lường sau cùng. Tính phân biệt giữa các khái niệm nghiên cứu sẽ đạt được nếu hệ số tương quan của các khái niệm nhỏ hơn 1 với điều kiện mô hình phù hợp tốt với dữ liệu (Steenkamp và Van Trijpp, 1991). Mô hình đo lường sau cùng là mô hình tới hạn (saturated model) mà trong đó các khái niệm được tự do quan hệ với nhau (Anderson và Gerbing, 1988) nên có bậc tự do thấp nhất. Có 8 khái niệm trong mô hình đo lường sau cùng, đó là: (1) Năng lực marketing; (2) Thương hiệu; (3) Năng lực tổ chức, quản lý; (4) Trách nhiệm xã hội; (5) Chất lượng sản phẩm, dịch vụ; (6) Nguồn nhân lực; (7) Cạnh tranh về giá; (8) Điều kiện môi trường điểm đến (cơ chế chính sách, người dân địa phương, môi trường tự nhiên) và 1 khái niệm năng lực cạnh tranh chung của doanh nghiệp du lịch vùng ĐBSH.

Kết quả CFA của mô hình đo lường sau cùng cho thấy, mô hình là phù hợp với dữ liệu (chi tiết theo Hình 4.11), chỉ bình phương = 1361.918, có bậc tự do = 906, giá trị $P = 0.000$; $CMIN/df = 1.503 < 3$. Các chỉ tiêu đo lường khác cũng đạt yêu cầu ($GFI = .860$; $TLI = .951$; $CFI = .956$ đều lớn hơn 0.8; $RMSEA = 0.037 < 0.8$).

Tất cả trọng số hồi quy chuẩn hóa trong mô hình tới hạn đều đạt với mức ý nghĩa ($p = 0.000$ nên có ý nghĩa thống kê) và có giá trị lớn, biến thiên từ 0.520 đến 0.898, đều lớn hơn 0.5. Kết quả này cho thấy, các thành phần trong mô hình mang tính đơn hướng và đạt giá trị hội tụ. Kết quả kiểm định giá trị phân biệt giữa các biến trong mô hình tới hạn thể hiện trong Bảng 4.16 cho thấy, tất cả các hệ số tương quan ước lượng

liên kết với sai số chuẩn (SE) cho giá trị p đều nhỏ hơn 0.05 nên hệ số tương quan của từng cặp khái niệm khác biệt so với 1 ở độ tin cậy 95%. Do đó, các khái niệm trong mô hình tới hạn đạt được giá trị phân biệt.

Hình 2: Kết quả CFA mô hình tới hạn



Bảng 2: Kết quả kiểm định giá trị phân biệt giữa các yếu tố trong mô hình tới hạn

			Estimate (r)	SE	CR	P-value
MAR	<-->	TH	0.323	0.0501	13.516	0.000
MAR	<-->	TCQL	0.415	0.0482	12.149	0.000
MAR	<-->	TN	0.532	0.0448	10.443	0.000
MAR	<-->	NNL	0.376	0.0490	12.724	0.000
MAR	<-->	năng lực cạnh tranh	0.653	0.0401	8.657	0.000
MAR	<-->	MT	0.491	0.0461	11.040	0.000
MAR	<-->	GC	0.495	0.0460	10.981	0.000
MAR	<-->	SP	0.539	0.0446	10.341	0.000
TH	<-->	TCQL	0.207	0.0518	15.315	0.000
TH	<-->	TN	0.468	0.0468	11.374	0.000
TH	<-->	NNL	0.202	0.0518	15.395	0.000
TH	<-->	năng lực cạnh tranh	0.438	0.0476	11.812	0.000

			Estimate (r)	SE	CR	P-value
TH	<-->	SP	0.242	0.0514	14.761	0.000
TH	<-->	GC	0.261	0.0511	14.464	0.000
TH	<-->	MT	0.373	0.0491	12.768	0.000
TCQL	<-->	TN	0.420	0.0480	12.075	0.000
TCQL	<-->	NNL	0.264	0.0510	14.418	0.000
TCQL	<-->	năng lực cạnh tranh	0.621	0.0415	9.136	0.000
TCQL	<-->	SP	0.452	0.0472	11.608	0.000
TCQL	<-->	GC	0.513	0.0454	10.720	0.000
TCQL	<-->	MT	0.434	0.0477	11.870	0.000
TN	<-->	NNL	0.405	0.0484	12.296	0.000
TN	<-->	năng lực cạnh tranh	0.653	0.0401	8.657	0.000
TN	<-->	SP	0.458	0.0470	11.520	0.000
TN	<-->	GC	0.435	0.0477	11.856	0.000
TN	<-->	MT	0.535	0.0447	10.399	0.000
SP	<-->	NNL	0.369	0.0492	12.828	0.000
NNL	<-->	GC	0.384	0.0489	12.605	0.000
NNL	<-->	MT	0.396	0.0486	12.428	0.000
SP	<-->	năng lực cạnh tranh	0.681	0.0388	8.231	0.000
GC	<-->	năng lực cạnh tranh	0.687	0.0385	8.139	0.000
năng lực cạnh tranh	<-->	MT	0.666	0.0395	8.460	0.000
SP	<-->	GC	0.499	0.0459	10.923	0.000
GC	<-->	MT	0.460	0.0470	11.491	0.000
SP	<-->	MT	0.389	0.0488	12.532	0.000
NNL	<-->	năng lực cạnh tranh	0.602	0.0423	9.418	0.000

Ghi chú: r: hệ số tương quan; SE = $\sqrt{(1-r^2)/(n-2)}$; n: cỡ mẫu; CR = $(1-r)/SE$; P-value = TDIST(CR, n-2, 2).

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

Tóm lại, việc sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khẳng định CFA để đo lường mức độ phù hợp của các khái niệm trong mô hình nghiên cứu với dữ liệu như đã trình bày trên nhằm giúp nhận diện các giá trị phân biệt, độ tin cậy tổng hợp, tổng phương sai trích và tính đơn nguyên của các

thang đo. Kết quả đo lường trên cơ sở của các chỉ tiêu GFI, CFI, TLI, RMSEA, Chi-bình phương/bậc tự do cho thấy, tất cả các thang đo đạt tính đơn hướng, đảm bảo giá trị hội tụ, đảm bảo độ tin cậy và giá trị phân biệt. Mô hình nghiên cứu là phù hợp với dữ liệu thị trường.

6. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 8 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch vùng Đồng bằng Sông Hồng. Mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khác nhau

Bảng 3: Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến năng lực cạnh tranh

STT	Yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh	Hệ số ý
1	Nguồn nhân lực.	0.282
2	Chất lượng sản phẩm, dịch vụ.	0.236
3	Điều kiện môi trường điểm đến.	0.185
4	Cạnh tranh về giá.	0.182
5	Năng lực tổ chức, quản lý.	0.175
6	Năng lực marketing.	0.093
7	Thương hiệu.	0.088
8	Trách nhiệm xã hội.	0.088

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

Căn cứ vào kết quả trên, để nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp du lịch vùng Đồng bằng Sông Hồng trong thời gian tới, cần thực hiện tốt một số giải pháp đó là: Chuyên nghiệp hóa nguồn nhân lực du lịch; Đa dạng hóa dịch vụ, sản phẩm du lịch; Liên kết hóa doanh nghiệp du lịch - Cạnh tranh công bằng về giá; Nâng cao năng lực tổ chức - Quản lý thực hiện chiến lược kinh doanh - Chiến lược cạnh tranh; Nâng cao năng lực marketing của doanh nghiệp du lịch bền tre; Nâng cao trách nhiệm xã hội - góp phần xã hội hóa du lịch của doanh nghiệp du lịch vùng Đồng bằng Sông Hồng; Thương hiệu hóa doanh nghiệp du lịch vùng Đồng bằng Sông Hồng.

Tài liệu tham khảo:

- Nguyễn Duy Mậu, 2011. Phát triển du lịch Tây Nguyên đến năm 2020 đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế. Luận án tiến sĩ kinh tế - Đại học Kinh tế Tp. HCM.
- Trần Bảo An và cộng sự, 2012. Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các khách sạn 4 sao trên địa bàn Thừa Thiên Huế. Tạp chí khoa học - Đại học Huế, tập 72B, số 3, năm 2012.
- Nguyễn Cao Tri, 2011. Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch TP. HCM đến năm 2020. Luận án tiến sĩ kinh tế - Đại học Kinh tế TP. HCM.
- Craigwell, R., 2007. *Tourism Competitiveness in Small Island Developing States. South Asia. Research Paper No. 2007/19.*
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. 1999. *Tourism, competitiveness, and social prosperity. Journal of Business Research, vol. 44, pp. 137-152*
- D'Hautserre, A. M., 2000. *Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods casino resort. Tourism Management, 21, 23-32.*
- Dwyer, L., & Kim, C., 2003. *Destination competitiveness: Determinants and indicators by current issues. Current Issues in Tourism, 6(5), 369-414.*
- Dwyer, L., Forsyth, P. & Rao, P., 2002. *Destination Price Competitiveness: Exchange Rate Changes Versus Domestic Inflation. Journal of Travel Research, 40 (3), 328-336.*
- Hassan, S., 2000. *Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. Journal of Travel Research, 38(3), 239-245.*
- Ho, C. K., 2005. *Corporate governance and corporate competitiveness: An international analysis. Corporate Governance, 13(2), 211-253. http://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2005.00419.x*
- Ritchie, J. & Crouch, G., 2003. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. CABI Publishers, Wallingford, UK.*
- Review, C. B., Assistant, S., & Dubrovnik, B. E., 2013. *Competitiveness of Travel Agencies in the European. Tourism Market, 12(4), 278-286*
- Tsai, H., Song, H., & Wong, K.K.F., 2009. *Tourism and Hotel Competitiveness Research. Journal of Travel & Tourism Marketing, 26(5-6), 522-546*
- Williams, D., & Hare, L., 2012. *Competitiveness of Small Hotels in Jamaica: An Exploratory Analysis. EBSCO host. Journal of Eastern Caribbean Studies, 37 (December), 71-96.*