

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÀNH DU LỊCH THÀNH PHỐ CẦN THƠ ĐỂ TRỞ THÀNH TRUNG TÂM DU LỊCH CỦA VÙNG TÂY NAM BỘ

✎ TS-LS. Nguyễn Tiến Dũng

Chủ tịch HĐQT Trường Đại học Nam Cần Thơ

TÓM TẮT

Nghiên cứu sử dụng lý thuyết về 5 áp lực cạnh tranh của M.Porter để đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Tp.Cần Thơ và lấy du lịch Tiền Giang, Bến Tre, An Giang làm đối thủ phân tích để rút ra những lợi thế - bất lợi thế và các kết luận về những bất lợi thế về sản phẩm, dịch vụ chưa tốt, cơ sở hạ tầng chưa hiện đại, nguồn nhân lực chưa đáp ứng... của du lịch Cần Thơ. Trên cơ sở kết quả đó, đề xuất 6 giải pháp tương ứng với các yếu tố trên để nâng cao năng lực cạnh tranh.

Từ khóa: Du lịch, khách sạn, cạnh tranh ngành

Lời nói đầu

Thành phố Cần Thơ là trung tâm du lịch của vùng Đồng bằng sông Cửu Long, là hạt nhân và sức hút cho toàn vùng. 10 năm qua, bên cạnh những điểm mạnh tích cực trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thì chuyển đổi cơ cấu du lịch chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của một đô thị vùng, tỷ trọng các chỉ tiêu du lịch so với toàn vùng có dấu hiệu giảm dần, năng lực cạnh tranh chưa cao. Trước thực tế đó, việc tiếp tục đánh giá năng lực cạnh tranh và đề xuất chính sách vĩ, vi mô để phát triển du lịch thành phố Cần Thơ thời gian tới là cần thiết. Để hoàn thành, nghiên cứu này sử dụng phương pháp thống kê - mô tả thông qua dữ liệu công bố chính thức của Sở Du lịch và Cục Thống kê thành phố Cần Thơ, từ năm 2010 - 2014.

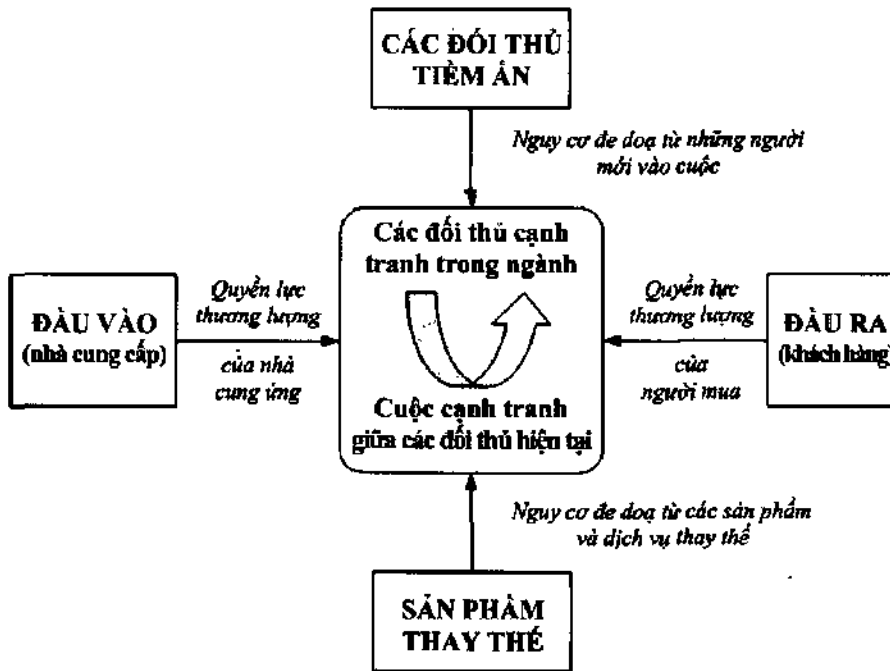
1. Cơ sở lý thuyết

Hiện nay, có nhiều cách hiểu khác nhau về năng lực cạnh tranh, song để tiện cho nghiên cứu, chúng tôi lấy khái niệm của Van Duren, Martin

và Wesrtgren. Các tác giả cho rằng, năng lực cạnh tranh là khả năng tạo ra và duy trì một cách tốt nhất mức lợi nhuận cao và thị phần lớn trong các thị trường trong và ngoài nước. Hiệu quả của các biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh được đánh giá dựa trên mức chi phí thấp, chi phí sản xuất thấp là điều kiện cơ bản của lợi thế cạnh tranh.

Còn năng lực cạnh tranh của ngành là khả năng cạnh tranh của toàn ngành của một quốc gia so với các quốc gia khác. Điều này có nghĩa là nếu các yếu tố tạo nên sức cạnh tranh của một ngành cao, thì quốc gia đó sẽ có năng lực cạnh tranh về ngành liên quan cao. Trong nghiên cứu này, xem ngành là tổng thể các doanh nghiệp trong ngành. Sức cạnh tranh không chỉ thể hiện sức cạnh tranh của các doanh nghiệp, của ngành mà còn tạo nên sức mạnh cạnh tranh của một quốc gia.

Trong nghiên cứu này, sử dụng lý thuyết 5 áp lực cạnh tranh của Michael Porter sau đây:



Hình 1: Mô hình 5 áp lực cạnh tranh của Michael Porter

Theo phân tích của Michael Porter, lợi thế cạnh tranh bền vững chỉ có thể đạt được thông qua chi phí thấp, khác biệt hóa và trọng tâm hóa. Trên cơ sở lý thuyết đó, ông đã đưa ra mô hình các lợi thế cạnh tranh.

2. Đánh giá tổng quát về hoạt động của ngành du lịch TP. Cần Thơ

Một, về số lượng khách sạn, nhà hàng phục vụ du lịch

		LỢI THẾ CẠNH TRANH	
		Chi phí thấp	Khác biệt hoá
PHẠM VI CẠNH TRANH	Mục tiêu rộng	1. DẪN ĐẦU CHI PHÍ	2. KHÁC BIỆT HÓA
	Mục tiêu hẹp	3A. TẬP TRUNG VÀO CHI PHÍ	3B. TẬP TRUNG VÀO SỰ KHÁC BIỆT HÓA

Hình 2: Các lợi thế cạnh tranh của Porter
(Nguồn: Michael Porter, "Competitive Advantage", 1985, trang 12)

Bảng 1: Số lượng khách sạn, nhà hàng và du lịch đến 31/12/2014

Tổng số khách sạn	K. sạn	89	97	115	135	154	165	174	177	190
- Số phòng	Phòng	2,147	2,355	2,892	3,269	3,737	3,950	4,086	4,173	4,749
- Số giường	Giường	3,533	3,876	4,733	5,281	5,854	5,979	6,293	6,416	7,089
- Trong đó: Từ 1 đến 4 sao	Cơ sở	21	21	24	25	31	35	45	54	61
- Công suất phòng	%	46%	54%	55%	59%	56%	57%	60%	68%	68%
5./ Dịch vụ Nhà hàng trong khách sạn	“	35	36	36	30	31	33	33	42	44

Hai, về khách du lịch

Bảng 2: Tổng số lượt khách du lịch đến Cần Thơ giai đoạn 2005 - 2014

Năm	Số lượt khách du lịch		Trong đó				Tốc độ tăng trưởng lượt khách (%)
			Khách quốc tế		Khách nội địa		
	Lượt khách (người)	Ngày khách	Lượt khách (người)	Ngày khách	Lượt khách (người)	Ngày khách	
2005	462.141	560.723	104.841	136.952	357.300	423.771	
2006	543.650	628.996	121.221	150.242	422.429	478.754	17,64
2007	693.055	850.210	155.735	198.271	537.320	651.939	27,48
2008	817.250	1.073.085	175.094	224.577	642.156	848.508	17,92
2009	723.528	934.054	150.300	192.405	573.228	741.649	-11,47
2010	880.252	1.171.138	163.835	217.387	716.417	953.751	21,66
2011	972.450	1.335.936	170.325	233.805	802.125	1.102.131	10,47
2012	1.174.823	1.974.205	190.116	259.927	984.707	1.714.278	20,81
2013	1.251.625		211.357		1.040.268	0	6,54
2014	1.367.624		220.021		1.147.603	0	9,27

Nguồn: Sở Văn hóa Thể thao Du lịch Cần Thơ

Từ bảng số liệu trên, rút ra nhận xét trong 10 năm qua, tốc độ tăng trưởng không ổn định. Năm 2009 tốc độ tăng trưởng giảm 11,47% so với năm 2008. Đến năm 2010 nhờ đẩy mạnh phát triển ngành du lịch nên đạt tỷ lệ khá cao (21,66%). Năm 2013 tăng 6,45% so với năm 2012 và năm 2014 tăng 9,27% so với năm 2013. Nguyên nhân là do tài nguyên du lịch chưa phong phú, nên tỷ

trọng khách nội địa, lớn hơn nhiều so với khách quốc tế. Thời gian lưu trú trung bình ở mức thấp. Điều này cho thấy, khả năng giữ chân du khách chưa tốt, ảnh hưởng lớn đến doanh thu và năng lực cạnh tranh.

Ba, về doanh thu được thể hiện thông qua bảng số liệu 3 sau:

Bảng 3: Doanh thu từ hoạt động du lịch Cần Thơ năm 2010 - 2014

ĐVT: Triệu đồng

Năm	Doanh thu từ hoạt động du lịch						Tổng doanh thu
	Buồng	Hàng hóa	Lữ hành	Ăn uống	Vui chơi giải trí	Khác	
2005	80.247	14.526	24.453	92.768	19.266		231.260
2006	95.842	19.629	23.390	104.862	3.481	23.776	270.980
2007	140.175	27.253	42.060	118.560	5.245	31.797	365.090
2008	160.855	8.829	51.300	177.450	8.634	48.130	455.198
2009	176.317	32.335	74.098	187.199	2.618	35.371	507.938
2010	225.628	46.054	96.318	232.499	3.063	45.965	649.527
2011	252.445	9.464	176.475	266.059	3.884	52.907	761.234
2012	305.375	14.156	209.957	275.607	1.197	44.837	851.129
2013	372.392	17.325	222.359	312.582	2.330	48.999	975.987
2014	405.513	37.884	266.287	365.219	11.038	83.584	1.169.525

Nguồn: Sở Văn hóa Thể thao Du lịch Cần Thơ, 2014

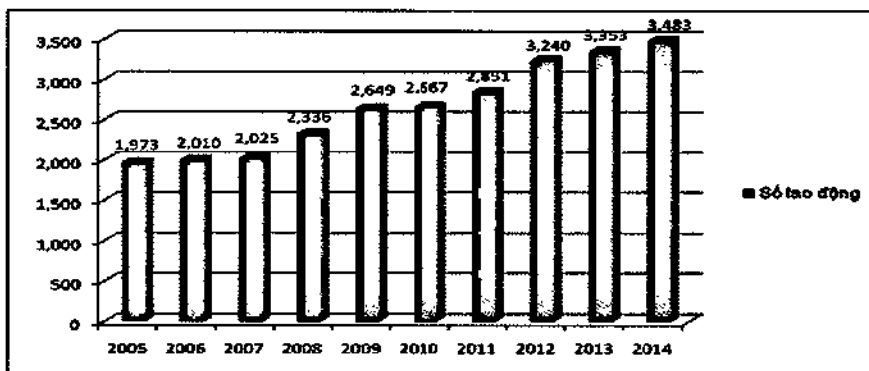
Qua bảng 3 cho thấy, cơ cấu thu nhập từ du lịch của thành phố Cần Thơ phần lớn từ ăn uống và lưu trú. Doanh thu từ các dịch vụ vui chơi giải trí, hàng hóa chiếm tỷ lệ thấp. Do đó, các khu du lịch cần đầu tư tăng thêm các dịch vụ hỗ trợ này để tăng doanh thu và kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch là hết sức cần thiết.

Bốn, Số lao động trong ngành du lịch thành phố Cần Thơ tăng đều qua các năm, đặc biệt năm 2014 lượng lao động tăng mạnh hơn các năm trước, điều này chứng tỏ ngành du lịch ngày càng phát triển và cần nhiều lực lượng lao động hơn. Tuy nhiên, cần nâng cao chất lượng lao động để đáp ứng được nhu cầu của ngành, điều này cũng ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm du lịch cũng như chất lượng dịch vụ phục vụ du khách. Điều này được thể hiện qua bảng số liệu sau:

Kinh phí dành cho việc xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp du lịch thấp, đa số ở mức dưới 2% doanh số/năm, không ổn định và thay đổi theo từng năm. Điều này cho thấy các doanh nghiệp gặp khó khăn về tài chính, trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu.

3. Đánh giá năng lực cạnh tranh so với một số đối thủ trong vùng

Do giới hạn của nghiên cứu, nên chọn du lịch An Giang, Tiền Giang, Bến Tre làm đối thủ cạnh tranh chính của du lịch Cần Thơ.



Nguồn: Sở Văn hóa Thể thao Du lịch Cần Thơ, 2014

Bảng 4: Ma trận hình ảnh cạnh tranh ngành du lịch Cần Thơ

Các yếu tố thành công	Mức độ quan trọng	Du lịch Cần Thơ		Du lịch An Giang		Du lịch Tiền Giang		Du lịch Bến Tre	
		Hạng	Điểm quan trọng	Hạng	Điểm quan trọng	Hạng	Điểm quan trọng	Hạng	Điểm quan trọng
Cơ sở hạ tầng	0,10	4	0,4	2	0,2	3	0,3	2	0,2
Vị trí địa lý	0,04	4	0,16	3	0,12	2	0,08	2	0,08
Tài nguyên thiên nhiên	0,07	2	0,14	2	0,14	2	0,14	3	0,21
Di tích lịch sử	0,09	2	0,18	3	0,27	2	0,18	2	0,18
Lễ hội truyền thống	0,07	2	0,14	4	0,28	2	0,14	2	0,14
Sản phẩm du lịch	0,20	3	0,6	3	0,6	3	0,6	2	0,4
Việc đầu tư mở rộng	0,09	4	0,36	3	0,27	3	0,27	2	0,18
Quảng bá hình ảnh	0,14	4	0,56	3	0,42	3	0,42	2	0,28
Các cơ sở lưu trú	0,08	4	0,32	2	0,16	2	0,16	2	0,16
Về nhân sự, quản lý	0,12	2	0,24	2	0,24	2	0,24	1	0,12
Tổng cộng	1,0		3,1		2,7		2,53		1,95

Nguồn: Tác giả tự điều tra nghiên cứu và ý kiến các chuyên gia

* Nhận xét: Từ ma trận hình ảnh cạnh tranh chúng ta có thể xếp hạng đối thủ cạnh tranh như sau: ngành du lịch Cần Thơ xếp thứ 1, đứng ở vị trí thứ hai là du lịch An Giang, sau đó là du lịch Tiền Giang, rồi mới đến du lịch Bến Tre.

Tổng số điểm quan trọng của ngành du lịch Cần Thơ là 3,1 cho thấy Cần Thơ là một đối thủ cạnh tranh mạnh, nếu xét theo khía cạnh chiến lược thì du lịch Cần Thơ ứng phó hiệu quả với môi trường bên trong và bên ngoài.

4. Đề xuất giải pháp

Trên cơ sở của kết quả trên, nghiên cứu đưa ra một số giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh như:

Một, tiếp tục xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù TP. Cần Thơ, phối hợp tổ chức triển khai đề án “Bảo tồn và phát triển chợ nổi Cái Răng”. Tiếp tục hỗ trợ các quận, huyện xây dựng sản phẩm du lịch của từng địa phương. Chú trọng du lịch đường sông gắn với tham quan di tích văn hóa lịch sử, làng nghề và du lịch sinh thái. Tiếp tục phát huy ẩm thực Cần Thơ gắn với du lịch, đặc biệt là ẩm thực phục vụ khách quốc tế theo quốc tịch. Tiếp tục phối hợp, hỗ trợ quận Thốt Nốt khôi phục Vườn Cò Bằng Lăng, khai thác sản phẩm du lịch tại Cù lao Tân Lộc: Nhà cổ và lễ

hội vườn cây Tân Lộc; văn hóa nghệ thuật truyền thống của dân tộc Khmer tại chùa Pothysomrom (quận Ô Môn); chợ nổi, làng nghề truyền thống và du lịch Homestay tại quận Cái Răng và huyện Phong Điền, du lịch di tích LSVH tại quận Bình Thủy; du lịch MICE và dịch vụ vui chơi, giải trí tại quận Ninh Kiều nhằm thu hút du khách.

Hai, phát triển các tuyến du lịch bao gồm: Tuyến du lịch chính hội tụ về Cần Thơ là trục TP. Hồ Chí Minh - Tiền Giang - Vĩnh Long - Cần Thơ; Cần Thơ - An Giang - Kiên Giang; Cần Thơ - Sóc Trăng - Bạc Liêu - Cà Mau; TP.HCM - Cần Thơ - Châu Đốc và Campuchia; Cần Thơ - Hậu Giang - Kiên Giang - Cà Mau; Nâng cấp, duy tu một số tuyến điểm tham quan quan trọng: Chợ nổi, Làng cổ Bình Thủy - Lộ Vòng Cung, Vườn Du lịch ven quốc lộ.

Ba, đẩy mạnh tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá xúc tiến du lịch: Phối hợp với báo, đài truyền hình có chuyên mục định kỳ về du lịch, thực hiện các bài viết tuyên truyền, quảng bá hình ảnh du lịch thành phố Cần Thơ, với Tạp chí Du lịch của Tổng cục Du lịch Việt Nam và một số báo, tạp chí khác. Xây dựng các bảng chỉ dẫn đường đến các điểm du lịch đặt tại các tuyến đường chính đi đến các điểm du lịch.

Bốn, quy hoạch phát triển nhân lực du lịch phù hợp với nhu cầu phát triển du lịch từng thời kỳ; từng bước thực hiện chuẩn hóa nhân lực du lịch hợp chuẩn với khu vực và quốc tế, đặc biệt chú trọng nhân lực quản lý du lịch và lao động có tay nghề cao. Đa dạng hóa phương thức đào tạo; khuyến khích đào tạo tại chỗ, tự đào tạo theo nhu cầu của doanh nghiệp. Đặc biệt là xây dựng các chương trình đào tạo nhân lực phục vụ cho du lịch chuyên nghiệp, mang phong cách thôn quê miền sông nước. Có như vậy, vừa đáp ứng yêu cầu hội nhập về du lịch vừa đảm bảo giữ được bản sắc văn hóa và thu hút được ngày càng nhiều du khách đến với du lịch miệt vườn, sinh thái. Xây dựng những chương trình đào tạo phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế và đảm bảo gắn lý thuyết với thực hành nghề nghiệp. Thường xuyên tổ chức giao lưu sinh viên giữa các quốc gia để tăng cường kiến thức, kinh nghiệm trong phục vụ du lịch, có bản lĩnh và vững vàng, nắm vững nghiệp vụ du lịch. Chú trọng đào tạo ngoại ngữ cho nhân viên.

Năm, nâng cao hiệu suất điều hành và kỹ năng xử lý các mối quan hệ giữa phát triển du lịch với vấn đề bảo tồn tạo nguồn tài nguyên môi trường nói chung và những khả năng bền vững tái sinh của hệ sinh thái trợ giúp cho phát triển nói riêng, trong khuôn khổ sức chứa cho phép và cân đối thường xuyên có tính nguyên tắc. *Bảo vệ và tôn tạo phát triển tài nguyên du lịch nhân văn.*

Sáu, về vốn đầu tư cho du lịch, cần dành một tỉ lệ thích đáng để đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch. Đầu tư có trọng tâm, trọng điểm và theo đúng qui hoạch làm cơ sở kích thích phát triển du lịch trên địa bàn toàn thành phố. Trước mắt tập trung đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng tại các trọng điểm phát triển du lịch, các khu du lịch, các điểm du lịch mũi nhọn của thành phố. Thực hiện xã hội hóa phát triển du lịch, khuyến khích và tạo mọi điều kiện thuận lợi để các thành phần kinh tế tham gia hoạt động kinh doanh du lịch dưới các hình thức khác nhau như: xây dựng các khu, điểm, tuyến du lịch, cơ sở lưu trú; xây dựng sản phẩm du lịch mới, bảo vệ, tôn tạo di tích, thắng cảnh; nâng lên qui mô và chất lượng các lễ hội, hoạt động văn hóa dân gian, các làng nghề phục vụ phát triển du lịch.

Bảy, về cơ sở hạ tầng vật chất, phục vụ du lịch như chỗ ở, các công trình kiến trúc, cơ sở hạ tầng, xây dựng các công trình di tích văn hóa lịch sử như: Đền thờ Châu Văn Liêm, khu di tích Chi bộ Cờ Đỏ, khu tưởng niệm Mộc quán Nguyễn Trọng Quyền.

Tám, mở rộng liên kết, liên doanh, phát triển du lịch với các tỉnh trong vùng kinh tế ĐBSCL, vùng kinh tế trọng điểm phía Nam và cả nước, trong đó chú ý liên kết với thị trường Đông Nam Á, thị trường Trung Quốc.

Cuối cùng, phát triển du lịch bền vững là giải pháp cốt lõi để nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Tp.Cần Thơ.

Kết luận: Nghiên cứu này sẽ góp phần mở ra những nghiên cứu tiếp theo về năng lực cạnh tranh của ngành du lịch thành phố Cần Thơ. Nó các doanh nghiệp nắm bắt rõ hơn về vai trò của năng lực cạnh tranh động và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp để từ đó có các biện pháp nuôi dưỡng và phát triển nguồn năng lực cạnh tranh động trong doanh nghiệp ngành du lịch để tạo ra lợi thế cạnh tranh trên thị trường trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng của Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Michael E.Porter (2008), *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*, Nhà xuất bản Trẻ.
- [2] PGS.TS Lưu Thanh Đức Hải (2012). Nghiên cứu nâng cao chất lượng du lịch trên địa bàn thành phố Cần Thơ, Tạp chí Khoa học Cần Thơ, số 22b 231-241.
- [3] Luật gia Hoàng Anh (2005). *Luật Du lịch Việt Nam 2005*, Nxb Tổng hợp Đồng Nai.
- [4] Hoa Huỳnh (2012), Năm 2020 đón 10 - 10,5 triệu khách du lịch quốc tế, Báo Công thương, <http://bacongthuong.com.vn/nam-2020-don-10-105-trieu-khach-du-lich-quoc-te.html>, truy cập 05.12.2014.
- [5] Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) (2014), *Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh*, <http://www.pcivietnam.org/>, truy cập 17/4/2015.