CÔNG THƯƠNG

TẠP CHÍ - CƠ QUAN THÔNG TIN LÝ LUẬN CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG ISSN: 0866-7756

VIET NAM TRADE AND INDUSTRY REVIEW

CÁC KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ

SỐ 15 - THÁNG 12/2018

8 934602 001078

Website: <http://tapchicongthuong.vn>

TRƯƠNG KHÁNH VĨNH XUYỀN - NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO

Lợi thế trong xuất khẩu gạo của Việt Nam trên thị trường thế giới

The advantages of Vietnam in the global rice market.....72

LÊ THỊ VÂN ANH

Vận dụng kinh nghiệm thu hút vốn FDI của các nước nhằm khai thác tối đa nguồn vốn vào Việt Nam

Implementing international experience of attracting and utilizing FDI capital in Vietnam78

PHAM NGOC THU TRANG

Solutions for better implementing the reverse logistics in Vietnam's consumer electronic sector

Các giải pháp cho việc áp dụng Logistics ngược tốt hơn trong ngành điện tử tiêu dùng của Việt Nam83

QUẢN TRỊ - QUẢN LÝ

PHAN QUỐC TẤN - TRƯƠNG THẾ THIÊN PHỤNG - PHAN KHÁNH VÂN

Ảnh hưởng thực tiễn quản trị nguồn nhân lực đến sự gắn kết của người lao động

với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Thành phố Hồ Chí Minh

Effects of human resource management practices to the employee's commitment

with foreign direct investment companies in Ho Chi Minh City.....89

PHAN BÁ THỊNH

Xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực tại Tổng công ty Chè Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030

Building the human resources development strategy for VINATEA Co.,Ltd to 2020 with vision to 203096

NGUYỄN DUY ANH KIỆT - NGUYỄN THỊ KIM THOA - BÙI TRỌNG TIẾN BẢO

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến du lịch của du khách

- Trường hợp lựa chọn điểm đến Cần Giờ của khách du lịch nội địa

Factors impacting on choosing travel destination of tourists: Case study of choosing Can Gio,

Ho Chi Minh City of domestic tourists.....106

HÀNG LÊ CẨM PHƯƠNG

Mối quan hệ giữa sự hỗ trợ bệnh viện, mức độ đồng tạo sinh, sự hài lòng và lòng trung thành của bệnh nhân

The relationship between the hospital's support and the co-creation, the satisfaction and the loyalty of patients112

NGUYỄN QUYẾT THẮNG - HÀ THỊ DUNG

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của cán bộ công chức,

viên chức Sở Công Thương Đồng Nai

Factors influencing the work motivation of civil servant working

for department of industry and trade of dong nai province119

HÀ XUÂN THẠCH - NGUYỄN XUÂN VŨ

Các nhân tố ảnh hưởng đến tính hữu hiệu hệ thống kiểm soát nội bộ

- Nghiên cứu thực nghiệm tại các công ty chế biến thực phẩm tại Thành phố Hồ Chí Minh

Factors impacting on the effectiveness of the internal control system

- Studying in food processing enterprises in Ho Chi Minh City125

HÀ NAM KHÁNH GIAO - HÀ THANH SANG

Các yếu tố thu hút khách du lịch nội địa đến huyện Côn Đảo, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu

Factors attracting domestic tourists to Con Dao District, Ba Ria - Vung Tau Province131

NGUYỄN QUYẾT THẮNG - TÔ THỤY LIÊN

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của cán bộ công chức Thành ủy Biên Hòa

Factors that influence the work motivation of employees working for Bien Hoa City's Committee of the Party.....138

CÁC YẾU TỐ THU HÚT KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA ĐẾN HUYỆN CÔN ĐẢO, TỈNH BÀ RỊA - VŨNG TÀU

● HÀ NAM KHÁNH GIAO - HÀ THANH SANG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định và đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố thu hút khách du lịch nội địa đến huyện Côn Đảo, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu (BRVT), bằng việc khảo sát 345 khách du lịch nội địa, công cụ Cronbachs alpha, EFA và phân tích hồi quy bội được sử dụng. Kết quả đã đưa ra 04 nhân tố thu hút khách du lịch nội địa đến huyện Côn Đảo, sắp xếp theo thứ tự giảm dần: Chất lượng dịch vụ, Sự hấp dẫn của văn hóa và tự nhiên, Cơ sở hạ tầng, Cơ sở vật chất và hoạt động. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các hàm ý quản trị đến các nhà quản lý du lịch và các đơn vị kinh doanh du lịch những đề xuất nhằm thu hút du khách đến Côn Đảo tốt hơn.

Từ khóa: Yếu tố thu hút, khách du lịch nội địa, huyện Côn Đảo, chất lượng dịch vụ, sự hấp dẫn của văn hóa và tự nhiên, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất và hoạt động.

I. Giới thiệu

Ngày nay, du lịch đã đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của con người, từ đơn thuần chỉ là đi thăm quan - nghỉ dưỡng cho đến việc kết hợp các mục đích khác như: Học tập - nghiên cứu, thờ cúng - tín ngưỡng, tìm kiếm thị trường, hội họp... Có thể nói rằng, du lịch đã và đang đóng vai trò rất quan trọng đối với mỗi quốc gia và đặc biệt với những tỉnh vùng được thiên nhiên ưu ái có nhiều tài nguyên du lịch đặc sắc, ấn tượng.

Huyện Côn Đảo, tỉnh BRVT, bao gồm 16 hòn đảo lớn nhỏ với tổng diện tích đất nổi khoảng 75,15 km² và diện tích mặt nước tính khoảng 14.000 km². Huyện Côn Đảo có lợi thế so sánh rất lớn cho phát triển kinh tế biển, gần đường hàng hải quốc tế, có các bãi biển dài và đẹp gồm nhiều đảo lớn nhỏ rất thuận lợi để đầu tư phát triển các ngành du lịch biển gắn liền với du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng. Bên cạnh đó, Vườn Quốc gia Côn Đảo với

hệ động thực vật nguyên sinh, đa dạng, phong phú với nhiều loài đặc hữu, nhiều cảnh quan thiên nhiên rừng, biển rất thích hợp cho việc phát triển du lịch khám phá, nghiên cứu khoa học. Việc nghiên cứu các yếu tố thu hút khách du lịch nội địa đến với khu du lịch huyện Côn Đảo, tỉnh BRVT trở nên cần thiết.

II. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất

1. Khái niệm về du lịch (Tourism)

Theo Luật Du lịch Việt Nam (2005), “du lịch là các hoạt động có liên quan đến di chuyển của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một thời gian nhất định”.

Theo Luật Du lịch của Việt Nam (2005), khách du lịch nội địa (Domestic tourist): là công dân Việt Nam và người nước ngoài cư trú tại Việt Nam đi du lịch trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam.

2. Khái niệm về Khả năng thu hút điểm đến (Destination Attractiveness)

Hình ảnh điểm đến có thể được hiểu như là một hệ thống các niềm tin, ý tưởng và ấn tượng mà người ta có về một nơi hay một điểm đến nào đó (Crompton, 1979). Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng có một sự tương quan giữa hình ảnh điểm đến và sự hài lòng của du khách sau khi trải nghiệm các sản phẩm và dịch vụ (Ibrahim và Gill, 2005).

Khái niệm về khả năng thu hút điểm đến và cách đo lường của nó đã nhận được nhiều sự chú ý từ các nhà nghiên cứu du lịch và nhà hoạch định chính sách du lịch. Một số nghiên cứu đánh giá khả năng thu hút của điểm đến bằng cách nghiên cứu các nguồn tài nguyên ở điểm đến và sự hấp dẫn của nó (Backman và cộng sự, 1995; Ferrario, 1979). Những nghiên cứu khác nhận thức rằng du lịch có nguồn lực điểm đến và sự thu hút của điểm đến (Hu và Ritchie, 1993; Kim và Richardson, 2003; Ritchie và Zins, 1978).

3. Nghiên cứu trước

Nghiên cứu của Mukherjee và cộng sự (2018) cho thấy chất lượng của du lịch có thể được xác định không chỉ bởi chất lượng của các tính năng đích đến mà còn bởi chất lượng dịch vụ và chất lượng của trải nghiệm người ta nhận thấy từ một điểm đến.

Nghiên cứu của Chin và cộng sự (2017) cho thấy mối quan tâm của khách du lịch tập trung vào chất lượng tiếp cận, chỗ ở, giải trí, cơ sở hạ tầng du lịch và hỗ trợ cộng đồng để phát triển năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch.

Nghiên cứu của Santos và cộng sự (2014) cho phép kết luận rằng việc thiếu các vấn đề về môi trường, không bị phát triển quá mức về mặt xây dựng và duy trì tính xác thực đều được khách du lịch coi là quan trọng hơn đối với khả năng cạnh tranh của các điểm đến du lịch, chẳng hạn như giá cả và chất lượng chỗ ở.

Nghiên cứu của Kozak, Baloilu và Bahar (2009) cho thấy các yếu tố Chất lượng dịch vụ, Cơ sở hạ tầng, Cơ sở vật chất và hoạt động, và Sự hấp dẫn

của văn hóa, tự nhiên có tác động đến khả năng thu hút khách du lịch của điểm đến.

4. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu của Kozak và cộng sự (2009) được dùng làm tài liệu chính để đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất Khả năng thu hút khách du lịch của điểm đến = f{Chất lượng dịch vụ; Cơ sở hạ tầng; Cơ sở vật chất và hoạt động; và Sự hấp dẫn của văn hóa, tự nhiên} và các giả thuyết.

H1: Chất lượng dịch vụ tác động tích cực đến Khả năng thu hút khách du lịch của điểm đến

H2: Cơ sở hạ tầng tác động tích cực đến Khả năng thu hút khách du lịch của điểm đến

H3: Cơ sở vật chất và hoạt động tác động tích cực đến Khả năng thu hút khách du lịch của điểm đến

H4: Sự hấp dẫn của văn hóa, tự nhiên tác động tích cực đến Khả năng thu hút khách du lịch của điểm đến

III. Kết quả nghiên cứu

1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu được thu nhập theo phương pháp thuận tiện, thông qua phỏng vấn các đối tượng du khách đang đi du lịch tại Côn Đảo. Tác giả phát ra 350 phiếu khảo sát và số phiếu trả lời thu được là 345. Kích thước mẫu cuối cùng dùng để xử lý là 345 phiếu, chiếm 98% mẫu thu thập. (Bảng 1)

2. Đánh giá độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbachs alpha

Kết quả kiểm định Cronbachs Alpha đều lớn hơn 0,6, cho thấy các thang đo đều đạt được độ tin cậy, đồng thời hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3 (Bảng 2), cho thấy mức độ tương quan chặt chẽ giữa các biến quan sát. Như vậy, sau khi loại biến CLDV5, 25 biến quan sát được đưa vào tiếp tục phân tích.

Bảng 2. Kết quả Cronbachs Alpha các thang đo

Thang đo	Ký hiệu	Số biến quan sát	Hệ số tương quan biến- tổng nhỏ nhất	Cronbach's Alpha
Chất lượng dịch vụ	CLDV	6	0,581	0,849
Cơ sở hạ tầng	CSHT	5	0,725	0,912
Cơ sở vật chất và hoạt động	VCHD	6	0,598	0,859
Sự hấp dẫn của văn hóa, tự nhiên	VHTN	5	0,676	0,870
Khả năng thu hút của điểm đến du lịch	TH	3	0,559	0,780

Nguồn: Phân tích dữ liệu bằng SPSS

Bảng 1. Thống kê mô tả mẫu

Thống kê mẫu	Nội dung	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	135	39,1
	Nữ	210	60,9
Độ tuổi	< 20 tuổi	57	16,5
	20 - 35 tuổi	182	52,8
	36 - 50 tuổi	68	19,7
	> 50 tuổi	38	11,0
Nghề nghiệp	Học sinh/ sinh viên	47	13,6
	Doanh nhân	26	7,5
	Nhân viên văn phòng	85	24,6
	Giáo viên	52	15,1
	Kĩ sư	53	15,4
	Kinh doanh tự do	52	15,1
	Khác	30	8,7
Thu nhập	<4tr	67	19,4
	4 - 7tr	92	26,7
	7 - 10tr	78	22,6
	>10tr	108	31,3
Tần suất đi du lịch của Anh/chị	1 tháng 1 lần	35	10,1
	2 tháng/ lần	87	25,2
	1 quý /lần	111	32,2
	Nửa năm/lần	94	27,2
	Khác	18	5,2
Anh/chị đến Côn Đảo với mục đích gì	Công tác	29	8,4
	Nghỉ dưỡng	116	33,6
	Tham quan	154	44,6
	Hội thảo	24	7,0
	Khác	22	6,4
Số lần Anh/chị đến Côn Đảo	Một	108	31,3
	Hai	86	24,9
	Ba	90	26,1
	Bốn	61	17,7
Anh/chị đến Côn Đảo với ai	Bạn bè	141	40,9
	Người thân	139	40,3
	Đồng nghiệp	33	9,6
	Khác	32	9,3
Anh/chị đến từ đâu	Miền Bắc	65	18,8
	Miền Trung	86	24,9
	Miền Nam	194	56,2

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu thu thập được

3. Kiểm định bằng phân tích nhân tố khám phá

Kết quả EFA các biến độc lập cho 22 biến quan sát ảnh hưởng đến Khả năng thu hút của điểm đến du lịch, hệ số KMO đạt 0,830 và mức ý nghĩa (Sig. = 0,000) của kiểm định Bartlett's là 1% cho thấy các biến này có tương quan với nhau và hoàn toàn phù hợp với phân tích nhân tố. Giá trị eigen là 2,089 > 1, với phương sai trích là 64,397% (> 50%) cho biết 4 nhân tố giải thích được 64,397% biến thiên các dữ liệu (Bảng 3).

Bảng 3. Bảng ma trận xoay nhân tố

Nhân tố				
	1	2	3	4
CSHT4	0,855			
CSHT3	0,850			
CSHT2	0,842			
CSHT5	0,825			
CSHT1	0,804			
VCHD1		0,797		
VCHD4		0,792		
VCHD5		0,751		
VCHD6		0,746		
VCHD3		0,746		
VCHD2		0,697		
CLDV1			0,790	
CLDV3			0,744	
CLDV4			0,735	
CLDV6			0,725	
CLDV7			0,698	
CLDV2			0,679	
VHTN5				0,810
VHTN2				0,807
VHTN3				0,781
VHTN4				0,772
VHTN1				0,721

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu thu thập

Phân tích nhân tố biến phụ thuộc Khả năng thu hút của điểm đến du lịch cho thấy hệ số KMO đạt 0,686 và mức ý nghĩa (Sig. = 0,000) của kiểm định Bartlett's là 1% cho thấy các biến này có tương quan với nhau và hoàn toàn phù hợp với phân tích nhân tố. Ba biến quan sát của

biến phụ thuộc đã trích ra 1 yếu tố với tổng phương sai trích 69,626%. Hệ số tải nhân tố của 3 biến quan sát này đều lớn hơn 0,7.

4. Ma trận hệ số tương quan

Để xem xét mối quan hệ tương quan tuyến tính giữa các biến độc lập CLDV, CSHT, VCHD, VHTN và biến phụ thuộc TH, kiểm định hệ số tương quan Pearson được sử dụng. Kết quả phân tích tương quan cho thấy tất cả các biến đều có tương quan với nhau tại mức ý nghĩa 1% (Bảng 4).

5. Kết quả hồi quy

Từ Bảng 5, kết quả ANOVA cho thấy trị thống kê F của mô hình = 152,238 với mức ý nghĩa 1% (sig = 0,000), cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính phù hợp với tập dữ liệu hay các biến độc lập có quan hệ tuyến tính với biến phụ thuộc và mô hình có thể sử dụng được. Mô hình có hệ số R² hiệu chỉnh là 0,637, hay 63,7% mức độ biến thiên Khả năng thu hút của điểm đến du lịch được giải thích bởi các biến độc lập.

Kết quả hồi quy cũng cho thấy: có 4 biến có ý nghĩa thống kê ở mức 1% (Sig. ≤ 0,01), mô hình lý

thuyết phù hợp với dữ liệu nghiên cứu và cả 04 giả thuyết nghiên cứu được chấp nhận. Phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa có dạng: $TH = 0,416 \cdot CLDV + 0,286 \cdot VHTN + 0,248 \cdot CSHT + 0,195 \cdot VCHD$

Bảng 5. Kết quả hồi quy

Mô hình		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	T	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
		B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF
1	Hằng số	-0,288	0,156		-1,843	0,066		
	CLDV	0,439	0,039	0,416	11,359	0,000	0,787	1,270
	CSHT	0,195	0,028	0,248	6,968	0,000	0,829	1,207
	VCHD	0,191	0,033	0,195	5,776	0,000	0,923	1,083
	VHTN	0,267	0,034	0,286	7,811	0,000	0,788	1,269
R ² hiệu chỉnh: 0,637 Thống kê Durbin-Watson: 2,240 Thống kê F (ANOVA): 152,238 Mức ý nghĩa (Sig. của ANOVA): 0,000								

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu thu thập

Bảng 4. Ma trận hệ số tương quan Pearson

		TH	CLDV	CSHT	VCHD	VHTN
TH	Pearson	1	0,653**	0,522**	0,394**	0,573**
	Sig.		,000	,000	,000	,000
CLDV	Pearson	0,653**	1	0,329**	0,216**	0,397**
	Sig.	,000		,000	,000	,000
CSHT	Pearson	,522**	,329**	1	,210**	,336**
	Sig.	,000	,000		,000	,000
VCHD	Pearson	0,394**	0,216**	0,210**	1	0,200**
	Sig.	,000	,000	,000		,000
VHTN	Pearson	0,573**	0,397**	0,336**	0,200**	1
	Sig.	,000	,000	,000	,000	

Ghi chú: ** Tương quan có ý nghĩa tại mức 1% (kiểm định 2 phía)

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu thu thập

Trong việc dò tìm sự vi phạm các giả định hồi quy tuyến tính: biểu đồ phân tán Scatterplot cho thấy phần dư không thay đổi theo một trật tự nào đối với giá trị dự đoán, chúng phân tán ngẫu nhiên, giả thuyết về liên hệ tuyến tính không bị vi phạm. Hệ số tương quan hạng Spearman của giá trị tuyệt đối phần dư và các biến độc lập: giá trị Sig. của các hệ số tương quan với độ tin cậy 95% đều lớn hơn 0,05, cho thấy phương sai của sai số không thay đổi, giả định không bị vi phạm. Biểu đồ Histogram cho thấy phần dư có phân phối chuẩn với giá trị trung bình rất nhỏ gần bằng 0 (Mean = 6.03E-15) và độ lệch chuẩn của nó gần bằng 1 (SD = 0, 0,994), đồ thị P-P plot biểu diễn các điểm quan sát thực tế tập trung khá sát đường chéo những giá trị kỳ vọng, có nghĩa là dữ liệu phần dư có phân phối chuẩn. Hệ số 1 < Durbin – Watson = 2,240 < 3 là thỏa điều kiện, hệ số phóng đại phương sai VIF < 10 cho thấy các biến độc lập không có quan hệ chặt chẽ với nhau nên không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính được xây dựng theo phương trình trên không vi phạm các giả định hồi quy.

6. Kiểm định sự khác biệt

Kiểm định t-test cho thấy không có sự khác biệt về Khả năng thu hút của điểm đến du lịch giữa nam và nữ, giữa du khách độc thân và đã kết hôn. Kiểm định ANNOVA cho thấy không có sự khác biệt về Khả năng thu hút của điểm đến du lịch giữa các nhóm du khách có tần suất đi du lịch khác nhau, nhóm du khách có mục đích đi du lịch khác nhau, nhóm du khách có số lần đến Côn Đảo khác nhau, nhóm du khách đến từ vùng miền khác nhau, nhóm du khách có độ tuổi khác nhau, nhóm du khách có nghề nghiệp khác nhau chỉ có sự khác biệt giữa các nhóm du khách có thu nhập khác nhau.

IV. Kết luận và hàm ý quản trị

1. Kết luận

Qua quá trình nghiên cứu, nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng phù hợp, xử lý số liệu bằng phương tiện thống kê để có thể xác định được 04 yếu tố tác động đến Khả năng thu hút của điểm đến du lịch, sắp xếp theo thứ tự giảm dần: Chất lượng dịch vụ, Sự hấp dẫn của văn hóa và tự nhiên, Cơ sở hạ tầng, Cơ sở vật chất và hoạt động.

2. Đề xuất hàm ý quản trị

Chất lượng dịch vụ

Du khách đánh giá khá cao yếu tố chất lượng dịch vụ với giá trị trung bình là 3.42. Các nhà quản lý kinh doanh du lịch cần cố gắng phát huy và phát triển mạnh hơn tính hiếu khách, thân thiện của người dân, và tính an ninh của Côn Đảo. Các nhà kinh doanh du lịch cần chú ý các dịch vụ vệ sinh phải sạch sẽ, thuận tiện. Các nhà kinh doanh du lịch cần chú ý học hỏi thêm cách chế biến đồ ăn, thức uống sao cho độc đáo, ngon miệng. Đồng thời, có thể tạo thêm những làng ẩm thực, quy tụ nhiều món ăn cho du khách dễ dàng lựa chọn, đồng thời tạo công ăn việc làm cho người dân nơi đây. Ngoài ra, các nhà kinh doanh cần phối hợp chặt chẽ với chính quyền địa phương để đưa ra phương án hỗ trợ hợp lý nhất cho du khách.

Sự hấp dẫn của văn hóa, tự nhiên

Du khách đánh giá tương đối tốt với mức trung bình 3,40. Các nhà kinh doanh du lịch tại Côn Đảo cần tiếp tục duy trì, phát huy các giá trị văn hóa. Đồng thời, đưa ra thêm những

phương án nhằm bảo vệ môi trường và tôn tạo, bảo vệ những di tích văn hóa để du khách có thể tận hưởng trọn vẹn nét đẹp cũng như giá trị văn hóa nơi đây. Các nhà kinh doanh du lịch cần chú ý phát triển đa dạng các loại hình dịch vụ như: có đội ngũ xích lô chở khách đi dạo, hoặc dịch vụ xe điện có lộ trình thời gian rõ ràng để đưa khách đến các điểm tham quan. Khuyến khích nâng cấp các nhà hàng, resort, khách sạn. Đề xuất tổ chức sân khấu ngoài trời, mời những băng nhạc nổi tiếng đến giao lưu hàng tuần/tháng... Bên cạnh đó, các nhà kinh doanh cần phối hợp với cơ quan địa phương bảo vệ môi trường biển và bờ biển. Ngoài ra, bên cạnh việc bảo tồn di tích lịch sử, cần tôn tạo thêm để thu hút du khách như: trồng thêm nhiều hoa đẹp khu vực xung quanh, hỗ trợ và nâng cao trình độ cho nhân viên hướng dẫn du lịch giúp du khách hiểu rõ và sâu sắc hơn về lịch sử Côn Đảo.

Cơ sở hạ tầng

Du khách đánh giá yếu tố này khá cao với giá trị trung bình là 3,40. Các nhà kinh doanh du lịch địa phương tiếp tục phát huy chất lượng dịch vụ ngân hàng, chất lượng của dịch vụ vận tải tốt, chất lượng của sân bay tại Côn Đảo ngày một tốt hơn. Hiện nay, hầu như tất cả các vị trí trên huyện Côn Đảo đã được phủ sóng điện thoại cũng như internet 3G. Trong thời gian tới, cần đề xuất những phương án như phủ sóng WIFI miễn phí toàn bộ khu vực để kích thích khách tham quan dễ dàng liên lạc, cũng như giới thiệu cho bạn bè trên thế giới những điều thú vị tại địa phương. Nhà kinh doanh cũng như đơn vị quản lý du lịch tại địa phương cần quan tâm nâng cấp đội ngũ cán bộ y tế, cả về số và chất. Ngoài ra, nhà kinh doanh có thể nghiên cứu xây dựng những bệnh viện theo kiểu nghỉ dưỡng, tận dụng lợi thế thiên nhiên của Côn Đảo.

Cơ sở vật chất và hoạt động

Giá trị trung bình của yếu tố này là 3,36. Các nhà kinh doanh du lịch cần lưu ý rà soát lại các điểm lưu trú, đồng thời, phát triển thêm những mảng lưu trú theo dạng Homestay được giới trẻ vô cùng yêu thích. Ngoài ra, dựa vào điều kiện địa lý có bờ biển dài và đẹp, các nhà kinh doanh còn có thể phát triển du lịch cắm trại dã ngoại ngoài biển,

có thể đáp ứng được lượng du khách lớn với giá rẻ và giảm tải cho các điểm lưu trú lúc cao điểm.

Cần phát triển thêm các điểm vui chơi như dịch vụ karaoke, phòng trà, bar... kết hợp những phương án để kiểm soát tốt, tránh những tệ nạn xảy ra. Các điểm thể thao cũng nên được lưu ý phát triển: sân bóng đá, cầu lông, tennis, có thể thành lập thêm một số sân Golf quy mô nhỏ để tăng thêm tính đa dạng. Cơ quan địa phương nên có phương án hỗ trợ, thu hút các nhà kinh doanh phát triển các trung tâm thương mại, cửa hàng bán đồ lưu

niệm phong phú, độc đáo, các địa điểm giải trí và hoạt động vui chơi cho trẻ em.

3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu vẫn còn những hạn chế nhất định: (1) Phương pháp lấy mẫu thuận tiện, phi xác suất nên chưa có tính đại diện cao, (2) Nghiên cứu dựa nhiều vào các nghiên cứu trước ở nước ngoài, nên chắc chắn còn nhiều yếu tố khác ảnh hưởng đến các yếu tố thu hút khách du lịch nội địa đến huyện Côn Đảo. Đó cũng chính là những gợi ý cho những nghiên cứu tiếp theo ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Backman, K. F., Backman, S. J. U., Uysal, M., & Sunshine, K.M. (1995). *Event tourism and examination of motivations and activities. Festival Management & Events Tourism*, 3, 15-24.
2. Chin, C. H., & Lo, M. C. (2017). *Tourist's perceptions on man-made elements, natural elements and community support on rural tourism destination competitiveness. International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 5(3), 227-247.
3. Crompton, J. L. (1979). *An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. Journal of travel research*, 17(4), 18-23.
4. Ferrario, F. F. (1979). *The evaluation of tourist resources: an applied methodology. Journal of Travel Research*, 17(4), 24-30.
5. Hu, Y., & Ritchie, J. B. (1993). *Measuring destination attractiveness: A contextual approach. Journal of travel research*, 32(2), 25-34.
6. Ibrahim, E. E., & Gill, J. (2005). *A positioning strategy for a tourist destination, based on analysis of customers' perceptions and satisfactions. Marketing Intelligence & Planning*, 23(2), 172-188.
7. Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). *Motion picture impacts on destination images. Annals of tourism research*, 30(1), 216-237.
8. Kozak, M., Baloğlu, Ö., & Bahar, O. (2009). *Measuring destination competitiveness: Multiple destinations versus multiple nationalities. Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(1), 56-71.
9. Mukherjee, S., Adhikari, A., & Datta, B. (2018). *Quality of tourism destination—a scale development. Journal of Indian Business Research*, 10(1), 70-100.
10. Ritchie, J. B., & Zins, M. (1978). *Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region. Annals of Tourism Research*, 5(2), 252-267.
11. Santos, M. C., Ferreira, A. M., & Costa, C. (2014). *Influential factors in the competitiveness of mature tourism destinations. Tourism & Management Studies*, 10(1), 73-81.

Ngày nhận bài: 9/11/2018

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/11/2018

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/11/2018

Thông tin tác giả:

1. PGS.TS. HÀ NAM KHÁNH GIAO

Viện trưởng Viện Nghiên cứu Kinh tế Ứng dụng - Trường Đại học Tài chính - Marketing

2. HÀ THANH SANG

Ngân hàng Agribank chi nhánh huyện Côn Đảo

FACTORS ATTRACTING DOMESTIC TOURISTS TO CON DAO DISTRICT, BA RIA – VUNG TAU PROVINCE

● Assoc.Prof, Ph.D. **HA NAM KHANH GIAO**

Director, Institute for Applied Economics, University of Finance-Marketing

● **HA THANH SANG**

Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development - Con Dao Branch

ABSTRACT:

The research is to identify factors that attract domestic tourists to Con Dao District, Ba Ria – Vung Tau Province and measure the impact level of each factor. This research was carried out by interviewing a data sample of 345 domestic tourists and using Cronbachs Alpha, Exploratory Factor Analysis and multiple regression analysis with the SPSS program. The result shows that there are four factors that attract domestic tourists to Con Dao District. These factors which are arranged in descending order of impact level include quality of services, cultural and natural attractiveness, quality of infrastructure, facilities and activities. The research also suggests some solutions to tourism companies to lure more travellers to Con Dao.

Keywords: Attractive factor, domestic tourists, Con Dao District, quality of Services, cultural and natural attractiveness, infrastructure, facilities and activities.