

ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH NGÀNH DU LỊCH TỈNH KON TUM

THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF KON TUM'S TOURISM

Nguyễn Lê Bảo Ngọc, Phan Thị Thanh Trúc

Phân hiệu Đại học Đà Nẵng tại Kon Tum; Email: thanhtruckontum@gmail.com

Tóm tắt - Bài viết đánh giá năng lực cạnh tranh ngành du lịch tỉnh Kon Tum. Nghiên cứu sử dụng ma trận hình ảnh cạnh tranh để so sánh Kon Tum với Gia Lai và Đắk Lắk nhằm rút ra lợi thế và bất lợi của Kon Tum trong lĩnh vực du lịch kết hợp 170 ý kiến của khách hàng trong đánh giá năng lực điểm đến tỉnh Kon Tum với Gia Lai, Đắk Lắk. Kết quả nghiên cứu cho thấy Kon Tum có vị thế thấp nhất trong khu vực Tây Nguyên về du lịch. Các bất lợi của ngành du lịch Kon Tum bao gồm nhân lực trình độ thấp, cơ sở hạ tầng nghèo nàn, thiếu sản phẩm du lịch đặc sắc, hoạt động xúc tiến du lịch chưa được đầu tư thích đáng. Để gỡ bỏ những nút thắt này, tỉnh cần xây dựng chính sách đào tạo nguồn nhân lực du lịch, nâng cấp cơ sở hạ tầng, đa dạng hóa sản phẩm du lịch, thực hiện nhiều chiến lược quảng bá du lịch điểm đến

Từ khóa - Kon Tum; ngành du lịch, cạnh tranh; lợi thế; bất lợi...

1. Đặt vấn đề

Kon Tum có diện tích 9.690,5km², có địa chính trị quan trọng về mặt quốc phòng không chỉ với vùng Tây Nguyên, duyên hải miền Trung mà còn với cả nước bởi nằm ở ngã ba Đông Dương, phía tây giáp Lào và Campuchia với 280,7 km đường biên giới, phía Bắc giáp tỉnh Quảng Nam (172 km), phía đông giáp tỉnh Quảng Ngãi 74 km, phía Nam giáp Gia Lai (203km). Trung tâm hành chính của tỉnh là thành phố Kon Tum. Bên cạnh đó còn có Măng Đen, được ví như Đà Lạt thứ hai của cả nước, có khu kinh tế cửa khẩu Bờ Y, quốc lộ 40, 24, 14 qua tỉnh nối các khu kinh tế với hành lang kinh tế Đông Tây (qua cảng Tiên Sa, Đà Nẵng), Dung Quất với các tỉnh khác.

Kon Tum với 22 dân tộc anh em khác nhau do vậy nét đặc trưng văn hóa của người đồng bào rất phong phú. Bên cạnh đó, tỉnh có nhiều di tích lịch sử và nhiều điểm du lịch khá nổi tiếng: Ngục Kon Tum, ngục Đắk Glei, đồi Charlie, nhà thờ gỗ, Tòa giám mục, Vườn quốc gia Chư Mom Rây, khu bảo tồn thiên nhiên Ngọc Linh, rừng đặc dụng Đắk Uy; khu du lịch sinh thái quốc gia Măng Đen (huyện Kon Plong).

Ngành du lịch đóng vai trò chủ đạo trong chiến lược, chính sách phát triển kinh tế của tỉnh, có những điểm mạnh tích cực trong chuyên dịch cơ cấu kinh tế. Báo cáo về tình hình du lịch tỉnh Kon Tum năm 2014 có 208,887 lượt khách, đạt tốc độ tăng trưởng so với năm 2013 là 7,93%, bằng 44,73% so với lượt khách của Đắk Lắk, chỉ bằng 6,5% so với Lâm Đồng. Điều này cho thấy ngành du lịch của tỉnh Kon Tum hội tụ nhiều tiềm năng du lịch nhưng khó khăn trong việc thu hút du khách. Chính quyền địa phương nỗ lực bằng cách triển khai các dự án như “*Điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Kon Tum giai đoạn 2008-2015, định hướng đến 2020*”, “*Quyết định phê duyệt Quy hoạch xây dựng vùng du lịch*

Abstract - This article evaluates the competitive advantage of Kontum's tourism. This article used with its two main competitors - Gia Lai and Daklak in tourism sector, the study explores that the competitiveness of Kontum's tourism is at the lowest level in Tay Nguyen, combined 170 customer reviews of the capacity assessment destinations with Gia Lai, Dak Lak. The disadvantages of Kontum's tourism in clude low-educated human resource, poor infrastructure, shortage of featured tourism products, inadequate investment in promotional campaigns. The study also suggests relevant solutions to improve the competitiveness of Kontum's tourism such as develop training tourism human resources, upgrading infrastructure, diversification of tourism products, the implementation of strategies to promote tourism destination

Key words - Kon Tum; tourism; competitive; advantage; disadvantages

sinh thái Măng Đen và Quy hoạch chung đô thị Kon Plong, tỉnh Kon Tum đến năm 2030” nhằm tái cơ cấu lĩnh vực du lịch đáp ứng được bối cảnh quốc tế mới. Để trở thành ngành mũi nhọn và động lực quan trọng của nền kinh tế, điểm đến hấp dẫn du khách thì các tác nhân trong ngành du lịch cần phải có sức cạnh tranh.

Nghiên cứu này đánh giá năng lực cạnh tranh ngành du lịch tỉnh Kon Tum dựa vào mô hình kim cương của Micheal Porter và mô hình tích hợp của Dwyer (2003), từ đó đề xuất các giải pháp để tăng cường khả năng cạnh tranh của ngành du lịch tỉnh.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Năng lực cạnh tranh của ngành

Đối với một ngành, năng lực cạnh tranh là khả năng đạt được những thành tích bền vững của các doanh nghiệp (của quốc gia) trong ngành so với đối thủ nước ngoài mà không nhờ sự bảo hộ hoặc trợ cấp.

Có nhiều phương pháp đánh giá năng lực cạnh tranh, trong đó, nghiên cứu của Micheal Porter dựa trên mô hình kim cương gồm các điều kiện về yếu tố đầu vào, các điều kiện cầu, các ngành hỗ trợ và liên quan, chiến lược doanh nghiệp, cấu trúc và cạnh tranh trong nước. Các nhân tố này tác động qua lại, ảnh hưởng lan tỏa lẫn nhau trong một ngành, địa phương, quốc gia. Mô hình này hoàn toàn thích hợp để đánh giá năng lực cạnh tranh ngành du lịch một địa phương.

Trên cơ sở năng lực cạnh tranh của Micheal Porter, nhiều học giả khác như Poor (1993), Dwyer et al. (2000, tr. 9, 2002, tr. 328), Counc và Ritch (2003) nghiên cứu về năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch. Các tác giả này chỉ ra các chỉ số tính toán sức cạnh tranh điểm đến bao gồm 6 nhóm: nguồn lực có sẵn, nguồn lực nhân tạo, các yếu tố hỗ trợ, các yếu tố hỗ trợ, quản lý điểm đến, các điều kiện thực trạng, các điều kiện cầu với tổng cộng 30

chỉ tiêu.

Nghiên cứu trong nước có Phạm Thị Thu Hằng & Đinh Hồng Linh (2013) về nâng cao năng lực cạnh tranh ngành du lịch tỉnh Phú Thọ đánh giá trên các tiêu chí như năng lực cạnh tranh doanh nghiệp, của sản phẩm, lợi thế so sánh với địa phương khác. Đào Duy Huân (2015) về đánh giá năng lực cạnh tranh ngành du lịch Cần Thơ dựa trên mô hình 5 lực lượng cạnh tranh của Porter. Ngô Quang Vinh và cộng sự (2014) nghiên cứu về năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch Đà Nẵng. Các nghiên cứu này sử dụng phương pháp hệ thống lại lý thuyết và thu thập dữ liệu sơ cấp và đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành du lịch.

Trên cơ sở kế thừa đó, nghiên cứu này nhằm mục đích sáng tỏ năng lực cạnh tranh của ngành du lịch tỉnh Kon Tum trên mô hình cạnh tranh của Micheal Porter kết hợp với bộ tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch của Ngô Quang Vinh và cộng sự (2014).

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Trên cơ sở các dữ liệu nghiên cứu thứ cấp và sơ cấp, bài viết tổng hợp, so sánh, đánh giá và đưa ra những vấn đề có tính lý luận và thực tiễn liên quan đến đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành du lịch.

Nghiên cứu sử dụng cả hai phương pháp định tính và định lượng. Phương pháp định tính bao gồm phỏng vấn, thảo luận tay đôi với cán bộ chủ chốt của các Sở văn hóa du lịch và thể thao tỉnh Kon Tum để điều chỉnh các nhóm nhân tố sao cho phù hợp với năng lực cạnh tranh ngành du lịch tỉnh Kon Tum.

Sử dụng mô hình kim cương của Micheal Porter và năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Cần Thơ, nhóm tiến hành khảo sát theo phương pháp phỏng vấn chuyên gia bao gồm các cán bộ tại Sở văn hóa du lịch tỉnh, giám đốc và phó giám đốc tại các doanh nghiệp kinh doanh về dịch vụ du lịch. Kết quả từ 39 biến theo được mô tả cụ thể bởi CCED trích trong Vũ Thành Tự Anh (2011) được rút ngắn gọn còn 9 biến tổng.

Để đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Kon Tum, nhóm nghiên cứu tiếp tục khảo sát để đánh giá điểm trung bình của ngành du lịch Kon Tum so với hai tỉnh Gia Lai và Đắk Lắk.

Các đối tượng khảo sát bao gồm học viên ngành du lịch, giảng viên Phân hiệu Kon Tum có kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch, nhân viên các sở ban ngành, doanh nghiệp kinh doanh lĩnh vực du lịch. Cỡ mẫu khảo sát như sau: công chức chính quyền chiếm 25%, quản lý khách sạn nhà hàng chiếm 14%, nhóm giảng viên ngành du lịch chiếm 13%, hai nhóm đối tượng có mức bằng nhau 12% là quản lý/điều hành doanh nghiệp du lịch và chủ các doanh nghiệp/tổ chức thuộc ngành du lịch, dịch vụ. Nhóm quản lý/điều hành doanh nghiệp/đại lý/tổ chức du lịch chiếm 10%. Sinh viên ngành du lịch chiếm 8% và nhóm đối tượng khác chiếm 6%. Phần lớn số người được phỏng vấn có trình độ đại học chiếm 65%.

Ngoài ra, nghiên cứu sử dụng khảo sát 170 khách du lịch nội địa để đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến tỉnh Kon Tum dựa trên bộ chỉ tiêu được trích trong bài báo của tác giả Ngô Quang Vinh và cộng sự (2014). Đặc điểm cỡ mẫu mô tả như sau:

Kết quả mô tả mẫu nghiên cứu cho kết quả như ở bảng 1: nam giới chiếm 62,6%, nữ giới chỉ chiếm 37,4%; Độ tuổi du khách trả lời chủ yếu dao động từ 20-30 tuổi chiếm 60,8%. Và du khách biết đến du lịch Kon Tum thông qua bạn bè và người thân giới thiệu là chủ yếu chiếm 34%, tiếp đến qua trang web du lịch khác ngoài trang web du lịch của tỉnh chiếm 26,3%, các cuộc triển lãm hay sách tạp chí du lịch đều không có. Mục đích của chuyên đi chủ yếu là thăm gia đình chiếm 27%, yêu cầu của công việc chiếm 27%, rất ít du khách đến với Kon Tum để vui chơi- giải trí hay tham quan thiên nhiên chỉ chiếm tỷ lệ rất nhỏ. Tuy nhiên có lượng lớn du khách đến Kon Tum nhằm tìm hiểu văn hóa địa phương chiếm 22,3%. Đây là nhóm mà các nhà hoạch định cần lưu ý và quan tâm.

Bảng 1: Mô tả mẫu nghiên cứu

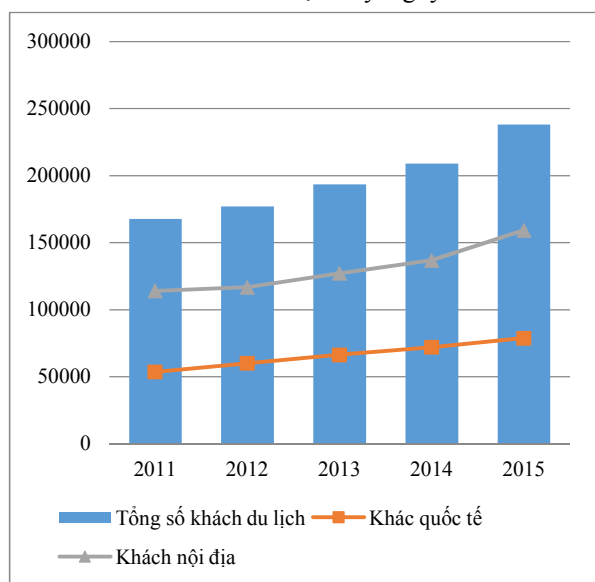
Biến quan sát	Tần suất	Tỷ lệ %	Biến quan sát	Tần suất	Tỷ lệ %
Giới tính			Mục đích của chuyến đi		
Nam	107	62,6%	Tìm hiểu văn hóa	77	22,3%
Nữ	64	37,4%	Công việc	93	27,0%
Tuổi			Tham quan thiên nhiên	19	5,5%
20-30 tuổi	104	60,8%	Du lịch sinh thái	58	16,8%
30-40 tuổi	56	32,7%	Vui chơi- giải trí	20	5,8%
Trên 40 tuổi	11	6,4%	Dự hội thảo	0	0
Anh/chị biết du lịch Kon Tum thông qua kênh thông tin nào?			Lễ hội	0	0
Đại lý du lịch	57	20,0%	Thăm gia đình	93	27,0%
Trang web du lịch tỉnh Kon Tum	37	13,0%	Hoạt động từng thực hiện khi ở Kon Tum		
Trang web du lịch khác	75	26,3%	Tham dự lễ hội/sự kiện	38	4,8%
Bạn bè, người thân	97	34,0%	Thưởng thức các món ăn đặc sản	132	16,7%
TV, đài	19	6,7%	Đi dạo trong thành phố	114	14,4%
Sách và tạp chí du lịch	0	0	Mua hàng thủ công/ đồ lưu niệm	55	7,0%

Triển lãm	0	0	Ngắm cảnh	114	14,4%
Số lần đi du lịch			Tham quan các khu di tích lịch sử	75	9,5%
Lần đầu tiên	37	19,6%	Tim hiểu thiên nhiên	94	11,9%
Lần thứ hai	36	19,0%	Tham quan các khu rừng	57	7,2%
Lần thứ 3 trở lên	116	61,4%	Tim hiểu văn hóa công chiêng Tây Nguyên	75	9,5%
			Xem các làng dệt thổ cẩm, mây tre đan lát	37	4,7%

Nguồn: Dữ liệu khảo sát

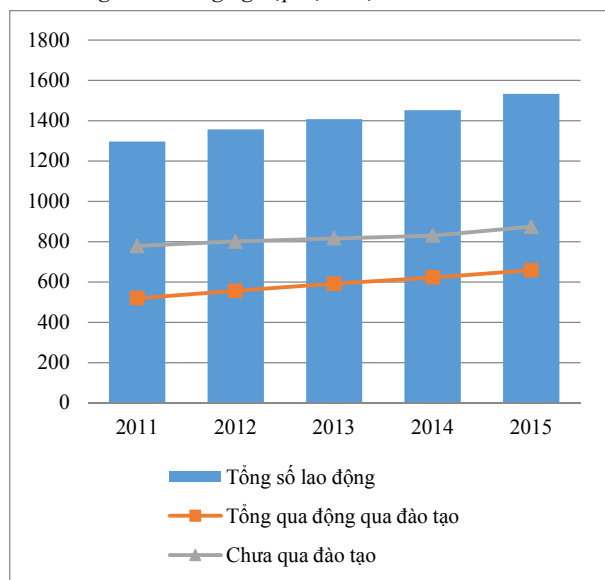
3. Đánh giá tổng quát về hoạt động ngành du lịch tỉnh Kon Tum

Số lượng khách du lịch đến Kon Tum tăng đều qua các năm. Trong giai đoạn 2011-2015, số lượng khách tăng gần gấp đôi từ 167,801 ngàn lượt khách năm 2011 đạt 238,154 ngàn lượt khách năm 2015. Số lượt khách quốc tế chiếm 33,13% trong tổng số lượt khách. Đây là con số khá cao so với các tỉnh khu vực Tây Nguyên.



Hình 1: Tổng số lượt khách đến với Kon Tum giai đoạn 2011-2015

Nguồn: Phòng nghiệp vụ du lịch tỉnh Kon Tum



Hình 1: Số lao động trong ngành du lịch tỉnh Kon Tum giai đoạn 2011-2015

Nguồn: Phòng nghiệp vụ du lịch, Sở văn hóa du lịch thể thao tỉnh Kon Tum

Năm 2015, số lượng lao động chính thức trong ngành là 1.532 người, và có sự tăng trưởng bình quân từ năm 2012 đạt 4,2%. Kon Tum hiện có 23 hướng dẫn viên du lịch trong đó có 20 hướng dẫn viên du lịch nội địa và 3 hướng dẫn viên du lịch quốc tế. Chất lượng hướng dẫn viên cũng gặp phải nhiều vấn đề còn tồn tại như trình độ ngoại ngữ, khả năng xử lý tình huống, kiến thức về các điểm du lịch chưa tốt.

Lao động tại các cơ sở kinh doanh lưu trú, nhà hàng trên địa bàn tỉnh chủ yếu là lao động địa phương. Kết quả thống kê cho thấy tổng số lao động chưa qua đào tạo tại tỉnh chiếm số lượng lớn, 2/3 trong tổng số lao động toàn ngành, lao động có trình độ cao, lao động quản lý còn thiếu, lực lượng lao động không chuyên nghiệp nên thường xuyên gây xáo trộn nhất định cho các hoạt động doanh nghiệp.

Năm 2015, Kon Tum có 113 cơ sở lưu trú du lịch, với 1675 phòng, chỉ có 1 cơ sở đạt khách sạn 4 sao, 50 cơ sở đạt 1-3 sao, còn có nhiều cơ sở lưu trú khác có chất lượng còn kém, không theo tiêu chuẩn.

Bảng 2: Số cơ sở lưu trú kon Tum giai đoạn 2011-2015

Năm	2011	2012	2013	2014	2015
Số lượng cơ sở lưu trú	51	63	78	92	113
Số lượng phòng	967	1102	1330	1397	1675

Nguồn: Phòng nghiệp vụ du lịch tỉnh Kon Tum

Các cơ sở phục vụ ăn uống trên địa bàn tỉnh phát triển tương đối và vấn đề an toàn thực phẩm khá đảm bảo, nhân sự tại các nhà hàng còn thiếu tính chuyên nghiệp.

Bảng 3: Thống kê tiêu chuẩn xếp hạng các cơ sở lưu trú tỉnh Kon Tum

Năm	2011	2012	2013	2014	2015
Số lượng cơ sở lưu trú	51	63	78	92	113
4 sao	1	1	1	1	1

3sao	1	1	1	1	1
2 sao	4	4	4	4	7
1 sao	16	29	36	39	42
Tiêu chuẩn	29	28	36	47	62

Nguồn: Phòng nghiệp vụ du lịch tỉnh Kon Tum

Nhìn vào kết quả thống kê cho thấy cơ sở lưu trú ở Kon Tum còn khá hạn chế về chất lượng. Số khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 sao có 1 ở Ngọc Hồi, 3 sao 1 khách sạn tại thành phố Kon Tum. Điều này là một trong những rào cản lớn trong việc thúc đẩy phát triển du lịch cho tỉnh.

4. Đánh giá năng lực cạnh tranh ngành du lịch tỉnh Kon Tum

Kết quả khảo sát ý kiến chuyên gia bằng ma trận hình ảnh cạnh tranh như sau:

Bảng 4: Đánh giá ma trận hình ảnh cạnh tranh

Các yếu tố thành công	Mức độ quan trọng	Du lịch Kon Tum		Du lịch Gia Lai		Du lịch Đắk Lắk	
		Hạng	Điểm quan trọng	Hạng	Điểm quan trọng	Hạng	Điểm quan trọng
Cơ sở hạ tầng	0,10	2	0,2	3	0,30	4	0,40
Vị trí địa lý	0,04	2	0,08	2	0,08	4	0,16
Tài nguyên thiên nhiên	0,07	3	0,21	2	0,14	2	0,14
Di tích lịch sử	0,09	2	0,18	2	0,18	2	0,18
Lễ hội truyền thống	0,07	2	0,14	2	0,14	2	0,14
Sản phẩm du lịch	0,20	2	0,40	3	0,60	3	0,60
Việc đầu tư mở rộng	0,09	2	0,18	3	0,27	4	0,36

Bảng 5: Đánh giá của du khách về năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch Kon Tum

	TT	Các tiêu chí đánh giá	Địa phương được đánh giá		
			Kon Tum	Gia Lai	Đắk Lắk
Nguồn lực tự nhiên	1	Phong cảnh thiên nhiên hấp dẫn	4,02	4,31	3,86
	2	Hồ nước đẹp	2,31	4,53	4,35
	3	Khí hậu thuận lợi	3,23	3,72	4,07
	4	Hệ động vật phong phú	2,92	3,36	3,29
Nguồn lực	5	Các lễ hội, sự kiện hấp dẫn	3,94	3,81	4,00

Quảng bá hình ảnh	0,14	2	0,28	3	0,42	4	0,56
Các cơ sở lưu trú	0,08	2	0,16	2	0,16	4	0,32
Về nhân sự, quản lý	0,12	1	0,12	2	0,24	3	0,36
Tổng cộng	1,0		1,95		2,53		3,1

Nguồn: Tổng hợp từ nghiên cứu của nhóm tác giả

Từ ma trận hình ảnh cạnh tranh, ta nhận thấy thứ tự xếp hạng các địa phương như sau: du lịch Đắk Lắk đứng số 1, đến du lịch Gia Lai và sau cùng là du lịch Kon Tum. Với tổng điểm khá thấp 1,95, cho thấy Kon Tum hiện còn yếu kém trong nhiều lĩnh vực hơn so với các địa phương còn lại. Về cơ sở hạ tầng, vị trí địa lý, việc đầu tư mở rộng, quảng bá hình ảnh, cơ sở lưu trú, vấn đề nhân sự quản lý là những nhân tố mà tỉnh cần quan tâm xem xét để điều chỉnh.

Khó khăn trên là do vị trí địa lý tỉnh khá tách biệt so với các địa phương khác cộng thêm các doanh nghiệp trong ngành còn hạn chế. Tính đến hết ngày 31/12/2015, Kon Tum có 121 doanh nghiệp du lịch (DNDL) trong đó 8 doanh nghiệp lữ hành, 113 doanh nghiệp lưu trú. Về loại hình kinh doanh, có 13 công ty cổ phần, 110 công ty trách nhiệm hữu hạn chiếm 90% tổng số DNDL nhưng lại là những doanh nghiệp nhỏ và thị phần thấp, 3 nghiệp nhà nước chiếm 2,4%. Trong số đó, số lượng lao động được đào tạo chuyên ngành về du lịch còn ít, phần lớn lao động có trình độ trung cấp, sơ cấp và đào tạo ngắn hạn chiếm 60,5%, số lao động phổ thông chiếm 29,5%. Đa phần doanh nghiệp lữ hành có ít sản phẩm mới, chủ yếu thay đổi kết cấu chương trình cũ, bổ sung, thay đổi một vài dịch vụ hoặc điểm đến. Công tác nghiên cứu thị trường, khảo sát nhu cầu khách hàng không thực hiện do giới hạn về ngân sách. Trong hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch thì chi phí này chỉ chiếm gần 2% trong doanh nghiệp lữ hành, gần như bằng 0% với doanh nghiệp lưu trú.

Ngoài ra, để có góc nhìn tổng thể hơn, bài viết mô tả đánh giá của du khách về điểm đến du lịch Kon Tum với các Gia Lai, Đắk Lắk. Kết quả như bảng 5.

kế thừa	6	Các di tích lịch sử, văn hóa thú vị	4,29	4,18	4,50
	7	Nghệ thuật truyền thống đặc sắc	3,34	3,19	3,39
	8	Các làng nghề thủ công mỹ nghệ hấp dẫn	2,45	2,98	3,40
Nguồn lực tạo ra	9	Môi trường sạch, trong lành	4,47	4,35	4,21
	10	Các tour, sản phẩm du lịch phong phú	2,56	3,72	3,85
	11	Hệ thống lưu trú đa dạng	2,37	3,12	3,76
	12	Các món đặc sản ngon	4,15	4,45	4,05
	13	Hệ thống vui chơi giải trí đa dạng	2,12	3,77	3,89
	14	Quà lưu niệm phong phú	3,05	3,89	4,05
Nguồn lực hỗ trợ	15	Cơ sở hạ tầng (sân bay, bến cảng, tàu xe...) thuận tiện	2,48	3,56	3,96
	16	Hệ thống giao thông, phương tiện đi lại thuận tiện	2,89	3,15	3,88
	17	Dịch vụ y tế, khám chữa bệnh đáng tin cậy	2,12	3,99	3,67
	18	Dịch vụ ATM, đổi tiền, thanh toán bằng thẻ... thuận lợi	3,45	3,78	3,93
	19	Dịch vụ bưu chính, viễn thông (điện thoại, internet) ổn định	3,59	3,92	4,01
	20	Sự thân thiện và hiếu khách của người dân	4,12	4,29	4,33
	21	Người lái xe taxi/ xích lô/ phương tiện công cộng thân thiện	3,26	3,44	3,88
Điều kiện thực tế	22	Dịch vụ lưu trú giá cả hợp lý	3,82	4,03	3,90
	23	Giá cả món ăn hợp lý	3,81	3,79	3,76
	24	Giá vé tham quan các điểm du lịch hợp lý	3,41	3,57	3,60
	25	Giá tour hợp lý	3,40	3,66	3,68
	26	Chi phí đi lại hợp lý	3,65	3,71	3,58
Quản trị điểm đến	27	Hướng dẫn viên am hiểu, ngoại ngữ tốt	3,56	4,02	4,16
	28	Nhân viên tại các khách sạn/ nhà hàng/ điểm đến nhiệt tình, trung thực	3,19	3,88	3,99
	29	Điểm đến an ninh trật tự và ổn định về chính trị	3,97	4,21	4,29
	30	Năng lực quản lý và kiểm soát giá cả sản phẩm, dịch vụ du lịch của chính quyền địa phương tốt	3,75	3,87	3,67

Nguồn: Dữ liệu khảo sát

Kon Tum có nhiều thế mạnh khác như tài nguyên thiên nhiên phong phú, đa dạng, nhiều di tích lịch sử... Những nền tảng cơ bản này là yếu tố đầu vào giúp tính có thể nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành.

Tuy nhiên, nhiều nguồn lực tỉnh Kon Tum thấp hơn rất nhiều so với hai địa phương còn lại như hệ thống lưu trú, hệ thống vui chơi giải trí, cơ sở hạ tầng, dịch vụ y tế khám chữa bệnh... cả về số lượng, quy mô lẫn chất lượng. Đó là những điểm mà tỉnh cần quan tâm để đầu tư.

5. Gợi ý nâng cao năng lực cạnh tranh ngành du lịch tỉnh Kon Tum

Để nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành du lịch tỉnh Kon Tum, bài viết đề xuất các giải pháp sau:

Một là, 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 Kon Tum. Xây dựng các bảng chỉ dẫn đường đến các điểm du lịch đặt tại các tuyến đường chính đi đến các điểm du lịch.

Hai là, 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. Xây dựng các chương trình đào tạo nhân lực phục vụ cho du lịch chuyên nghiệp, mang phong cách đặc trưng Tây Nguyên. 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 homstay. 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.

Ba là, 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 quy 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.

Bốn là, 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 quy mô và chất lượng các lễ hội, hoạt động văn hóa dân gian, các làng nghề phục vụ phát triển du lịch.

Năm là, mở rộng liên kết, liên doanh, phát triển du lịch với các tỉnh trong vùng kinh tế trong đó chú ý liên kết với thị trường Lào, Thái Lan và Campuchia.

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

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Vũ Thành Tự Anh (2012), *Khung phân tích NLCT địa phương*, Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright, thành phố Hồ Chí Minh.
- [2] Cục Thống kê tỉnh Kon Tum (2015), Niên giám thống kê tỉnh Kon Tum 2015.
- [3] Đào Duy Huân (2015), *Đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Cần Thơ*, Tạp chí Phát triển kinh tế địa phương, số 24.
- [4] Nguyễn Thị Thu Vân (2013), *Nghiên cứu năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch Đà Nẵng*, Nghiên cứu khoa học, đại học Đông Á.
- [5] Ngô Quang Vinh và cộng sự (2013), *Năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch Đà Nẵng*, Kinh tế - xã hội Đà Nẵng.
- [6] Phạm Thị Thu Hương và cộng sự (2011), *Nâng cao năng lực cạnh tranh ngành du lịch tỉnh Phú Thọ*, Tạp chí khoa học và công nghệ, Đại học Thái Nguyên.
- [7] Phòng nghiệp vụ du lịch tỉnh Kon Tum (2016), *Thực trạng du lịch tỉnh Kon Tum giai đoạn 2010-2015*, Sở Văn hóa, thể thao và du lịch tỉnh Kon Tum, Báo cáo.
- [8] Quyết định 2612/QĐ-TTg, Phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Tây Nguyên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.
- [9] Ủy ban nhân dân tỉnh Kon Tum (2015), *Điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Kon Tum giai đoạn 2007-2015, định hướng 2020*, Kon Tum.
- [10] Ủy ban nhân dân tỉnh Kon Tum (2013), *Quyết định số 910/QĐ-UBND, phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội huyện Kon Plong đến năm 2020, định hướng đến năm 2020*, Kon Tum.

(BBT nhận bài: 20/12/2016, phản biện xong: 12/1/2017)