

VIỆN HÀN LÂM  
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM  
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI

NGUYỄN THẠNH VƯỢNG

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH  
TRANH TRONG KINH DOANH DU LỊCH TẠI  
TIỀN GIANG**

*Chuyên ngành* : Kinh tế phát triển

*Mã số* : 62. 31. 01. 05

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:**

**1. PGS.TS. Phạm Trung Lương**

**2. TS. Nguyễn Đức Trí**

**HÀ NỘI - 2016**

## LỜI CAM ĐOAN

*Tôi xin cam đoan Luận án Tiến sĩ Kinh tế “Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch tại Tiền Giang” là công trình nghiên cứu của riêng tôi, các số liệu nêu trong luận án là trung thực. Những kết luận khoa học của luận án chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nào khác.*

*Tác giả luận án*

*Nguyễn Thanh Vượng*

## LỜI CẢM ƠN

*Sau hơn 3 năm học tập và nghiên cứu tại Học Viện Khoa học – Xã hội, thuộc Viện Hàn Lâm Khoa học – Xã hội Việt Nam. Tôi xin chân thành gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất tới các Thầy, Cô, Ban Giám đốc, Khoa Kinh tế thuộc Học viện, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM, Trường Đại học Tài chính – Marketing TP.HCM, Trường Đại học Tiền Giang và các cán bộ, công chức các Sở, Ban ngành tỉnh Tiền Giang cùng đồng nghiệp, gia đình, bạn bè đã giúp đỡ, động viên, khuyến khích và tạo điều kiện cho tôi trong suốt thời gian nghiên cứu.*

*Đặc biệt, tôi xin chân thành cảm ơn Thầy giáo PGS.TS. Phạm Trung Lương, và Thầy giáo TS. Nguyễn Đức Trí đã hướng dẫn tôi hoàn thành luận án này.*

*Xin ghi nhận nơi đây lòng tri ân và biết ơn sâu sắc nhất.*

## NGHIÊN CỨU SINH

**Nguyễn Thạnh Vượng**

## MỤC LỤC

	<b>Trang</b>
<b>MỞ ĐẦU</b>	<b>1</b>
<b>Chương 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU</b>	<b>9</b>
<b>1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan</b>	<b>9</b>
1.1.1. Tình hình nghiên cứu trên thế giới	9
1.1.2. Tình hình nghiên cứu ở Việt Nam	14
<b>1.2. Khái quát kết quả các công trình nghiên cứu đã công bố và vấn đề đặt ra cần tiếp tục nghiên cứu về năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch</b>	<b>19</b>
1.2.1. Những vấn đề các tác giả đã làm rõ	19
1.2.2. Những vấn đề các tác giả chưa đề cập tới	20
1.2.3. Những vấn đề đặt ra cần tiếp tục nghiên cứu	21
<b>1.3. Tóm tắt chương 1</b>	<b>22</b>
<b>Chương 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH TRONG KINH DOANH DU LỊCH VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU</b>	<b>23</b>
<b>2.1. Cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch</b>	<b>23</b>
2.1.1. Quan điểm về cạnh tranh	23
2.1.2. Năng lực cạnh tranh	30
2.1.3. Năng lực cạnh tranh trong du lịch	37
<b>2.2. Các mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh kinh doanh du lịch</b>	<b>46</b>
2.2.1. Mô hình của Crouch G.I. (2007)	46
2.2.2. Mô hình Tích hợp của Dwyer L. và Kim C. (2003)	48
2.2.3. Mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh và tính bền vững của một điểm đến du lịch của Goffi G. (2012)	51
2.2.4. Mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch và lữ hành (2013)	53
2.2.5. Mô hình của Kim C. và Dwyer L. (2003)	55
<b>2.3. Xây dựng mô hình nghiên cứu các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch</b>	<b>58</b>
2.3.1. Các yếu tố tác động và nhận biết đến năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch tại điểm đến	58

2.3.2. Mô hình nghiên cứu	68
<b>2.4. Kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh một số quốc gia và các địa phương tại Việt Nam</b>	<b>71</b>
2.4.1. Kinh nghiệm của một số địa phương tại các quốc gia và kinh nghiệm cho Tiền Giang	71
2.4.2. Kinh nghiệm của một số địa phương tại Việt Nam	74
2.4.3. Những bài học kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch cho Tiền Giang	76
<b>2.5. Tóm tắt chương 2</b>	<b>80</b>
<b>Chương 3: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH TRONG KINH DOANH DU LỊCH TIỀN GIANG GIAI ĐOẠN 2005 - 2014 VÀ KIỂM ĐỊNH MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU</b>	<b>82</b>
<b>3.1. Tổng quan về ngành du lịch Tiền Giang</b>	<b>82</b>
3.1.1. Giới thiệu tổng quan	82
3.1.2. Lợi thế nâng cao năng lực cạnh tranh để phát triển du lịch Tiền Giang	83
<b>3.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh ngành kinh doanh du lịch Tiền Giang giai đoạn 2005 – 2014</b>	<b>86</b>
3.2.1. Hoạt động kinh doanh du lịch tại Tiền Giang	86
3.2.2. Nhận xét đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch ở điểm đến Tiền Giang giai đoạn 2005 – 2014	91
3.2.3. So sánh hoạt động kinh doanh của ngành du lịch Tiền Giang với các tỉnh lân cận giai đoạn 2005 – 2014	95
<b>3.3. Đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của ngành du lịch Tiền Giang</b>	<b>99</b>
3.3.1. Những điểm mạnh	99
3.3.2. Những cơ hội	100
3.3.3. Những điểm yếu	101
3.3.4. Những thách thức	102
<b>3.4. Đánh giá về năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch tại Tiền Giang</b>	<b>102</b>
3.4.1. Thiết kế nghiên cứu	102

3.4.2. Kiểm định mô hình nghiên cứu	113
<b>3.5. Tóm tắt chương 3</b>	<b>129</b>
<b>Chương 4: GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH TRONG KINH DOANH DU LỊCH TẠI TIỀN GIANG</b>	<b>130</b>
<b>4.1. Bối cảnh và định hướng phát triển du lịch Tiền Giang đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030</b>	<b>130</b>
4.1.1. Bối cảnh quốc tế	130
4.1.2. Bối cảnh trong nước	131
<b>4.2. Quan điểm và định hướng nâng cao năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch tại Tiền Giang</b>	<b>132</b>
4.2.1. Quan điểm nâng cao năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch tại Tiền Giang	132
4.2.2. Định hướng phát triển du lịch Tiền Giang đến năm 2020	133
<b>4.3. Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch tại Tiền Giang</b>	<b>134</b>
4.3.1. Các giải pháp nền tảng	134
4.3.2. Một số giải pháp khác	145
<b>4.4. Những kiến nghị</b>	<b>147</b>
4.4.1. Kiến nghị đối với UBND tỉnh Tiền Giang	147
4.4.2. Kiến nghị đối với Bộ Văn hóa, Thể thao & Du lịch	148
4.4.3. Kiến nghị đối với Sở Văn hóa, Thể thao & Du lịch Tiền Giang	148
<b>KẾT LUẬN</b>	<b>149</b>
<b>DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ</b>	<b>151</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	<b>152</b>
<b>PHỤ LỤC</b>	<b>161</b>

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

<b>ASEAN</b>	Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
<b>ASEAN AEC</b>	ASEAN Economic Community	Cộng đồng Kinh tế ASEAN
<b>CHXHCNVN</b>		Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam
<b>Cúm A (H1N1)</b>		Một chủng virus cúm A
<b>ĐBSCL</b>		Đồng bằng sông Cửu Long
<b>CPDL</b>		Cổ phần du lịch
<b>EFA</b>	Exploratory Factor Analysis	Phân tích nhân tố khám phá
<b>FTA</b>	Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do
<b>GATS</b>	General Agreement on Trade in Services	Hiệp định chung về Thương mại Dịch vụ
<b>IATA</b>	International Air Transport Association	Hiệp hội Vận tải Hàng không Quốc tế
<b>IUCN</b>	The International Union for Conservation of Nature	Liên minh Quốc tế Bảo tồn Thiên nhiên
<b>MICE</b>	Meeting Incentive Conference Event	Du lịch hội nghị – hội thảo
<b>OECD</b>	Organisation for Economic and Co-operation Development	Tổ chức Hợp tác Kinh tế và Phát triển
<b>SPSS</b>	Statistical Package for the Social Science	Phần mềm thống kê được sử dụng cho các nghiên cứu điều tra xã hội học và kinh tế lượng
<b>TNHH</b>		Trách nhiệm hữu hạn
<b>TPP</b>	Trans-Pacific Economic Agreement	Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương

<b>TP.HCM</b>		Thành phố Hồ Chí Minh
<b>TTCI</b>	The Travel and Tourism Competitiveness Index	Chỉ số năng lực cạnh tranh du lịch và lữ hành
<b>UBND</b>		Ủy ban nhân dân
<b>UNWTO</b>	United Nations World Tourism Organization	Tổ chức Du lịch Thế giới của Liên hợp quốc
<b>VHTT&amp;DL</b>		Văn hóa thể thao và du lịch
<b>WEF</b>	World Economic Forum	Diễn đàn Kinh tế Thế giới
<b>WTO</b>	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại Thế giới
<b>WTTC</b>	World Travel & Tourism Council	Hội đồng Du lịch và Lữ hành



## DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

	<b>Trang</b>
Bảng 2.1: Mô hình lý thuyết năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch	70
Bảng 3.1: Tổng số khách đến Tiền Giang giai đoạn 2005 – 2014	86
Bảng 3.2: Doanh thu từ hoạt động du lịch giai đoạn 2005 – 2014	87
Bảng 3.3: Tổng hợp số khách lưu trú giai đoạn 2005 – 2014	88
Bảng 3.4: Tổng hợp cơ sở lưu trú giai đoạn 2005 – 2014	90
Bảng 3.5: Số lượng khách du lịch nội địa của các địa phương giai đoạn 2005 – 2014	96
Bảng 3.6: Số lượng khách du lịch quốc tế của các địa phương giai đoạn 2005 – 2014	97
Bảng 3.7: Số ngày lưu trú bình quân của khách du lịch của các địa phương giai đoạn 2005 – 2014	98
Bảng 3.8: Thu nhập du lịch của các địa phương giai đoạn 2005 – 2014	99
Bảng 3.9: Cơ cấu mẫu nghiên cứu	107
Bảng 3.10: Thang đo chính thức năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch	109
Bảng 3.11: Thông tin mẫu nghiên cứu	111
Bảng 3.12: Kết quả hồi quy	122

## DANH MỤC CÁC HÌNH

	Trang
Hình 1: Quy trình thực hiện nghiên cứu	6
Hình 2.1: Sơ đồ Năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch tại điểm đến	45
Hình 2.2: Mô hình mô phỏng năng lực cạnh tranh điểm đến của Crouch (2007)	47
Hình 2.3: Mô hình tích hợp của Dwyer và Kim (2003)	49
Hình 2.4: Mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh và tính bền vững của một điểm đến du lịch của Goffi (2012)	52
Hình 2.5: Mô hình mô phỏng năng lực cạnh tranh trong du lịch và lữ hành của TTCI (2013)	54
Hình 2.6: Mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch của Kim và Dwyer (2003)	56
Hình 3.1. Tỷ trọng số khách du lịch quay trở lại Tiền Giang năm 2010	92
Hình 3.2: Mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh trong kinh doanh du lịch	105
Hình 3.3: Mô hình nghiên cứu điều chỉnh	118