



Working Paper 2024.2.4.14

- Vol 2, No 4

NGHIÊN CỨU VỀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC THU HÚT KHÁCH TRUNG QUỐC DU LỊCH Ở TỈNH QUẢNG NINH VÀ ĐỀ XUẤT MỘT SỐ GIẢI PHÁP

Cao Thị Hằng Nga¹, Vũ Thị Huệ, Ngô Hoàng Khánh Linh

Sinh viên K61 Kinh doanh quốc tế - Viện kinh tế và kinh doanh quốc tế

Trường Đại học Ngoại Thương, Việt Nam

Nguyễn Bình Minh

Giảng viên Bộ môn Pháp luật doanh nghiệp

Trường Đại học Ngoại Thương, Việt Nam

Trần Sĩ Lâm

Giảng viên Bộ môn Quản lý chuỗi cung ứng, Logistics

Trường Đại học Ngoại Thương, Việt Nam

Tóm tắt

Trung Quốc - Đất nước hơn 1,4 tỷ dân là một trong những thị trường khách quốc tế quan trọng của du lịch Việt Nam nói chung, du lịch Quảng Ninh nói riêng. Trước khi đại dịch Covid- 19 bùng nổ, số lượng khách du lịch Trung Quốc chiếm phần lớn thị phần du khách quốc tế ở Quảng Ninh. Tuy nhiên, sau gần 3 năm ảnh hưởng của đại dịch, lượng du khách từ Trung Quốc đến Quảng Ninh đã giảm đáng kể. Do đó, việc Trung Quốc mở cửa thông thương khi đại dịch kết thúc được xem như một cơ hội tốt mà ngành du lịch Quảng Ninh có thể tận dụng để thu hút và phục hồi thị trường khách Trung Quốc. Trên cơ sở đó, mục tiêu của bài nghiên cứu là tìm ra các nhân tố ảnh hưởng nhiều nhất đến việc thu hút khách Trung Quốc du lịch tỉnh Quảng Ninh trong giai đoạn hiện nay. Kết quả cho thấy các nhân tố bao gồm: Tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa; Hệ thống sản phẩm du lịch; Cơ sở hạ tầng, Tiện ích du lịch; Giá cả sản phẩm du lịch và Chính sách hỗ trợ thu hút và phát triển. Dựa vào kết quả của bài nghiên cứu, nhóm tác giả đã đề xuất một số giải pháp để phát triển ngành du lịch ở tỉnh Quảng Ninh.

Từ khóa: nhân tố, ảnh hưởng, thu hút

¹ Tác giả liên hệ, Email: k61.2214518063@ftu.edu.vn

A STUDY ON FACTORS INFLUENCING THE ATTRACTIVENESS TO CHINESE TOURISTS IN QUANG NINH PROVINCE AND PROPOSING SOME SOLUTIONS

Abstract

China - a country with a population of over 1.4 billion people, is one of the crucial international tourist markets for Vietnam in general, and specifically for Quang Ninh tourism. Prior to the impact of the Covid-19 pandemic, the number of Chinese tourists accounted for a significant portion of the international tourist market share in Quang Ninh province. However, after nearly 3 years of being affected by the pandemic, the number of tourists from China to Quang Ninh province has decreased significantly. Therefore, the reopening of China's normal trade after the end of the pandemic is seen as a good opportunity for the Quang Ninh tourism industry to attract and recover the Chinese tourist market. Based on this, the objective of this study is to identify the most influential factors in attracting Chinese tourists to Quang Ninh province in the current period. The results show that the most influential factors include: Natural and cultural tourism resources; Tourism product system; Infrastructure and tourism facilities; Tourism product prices; and Supportive policies for attraction and development. Based on the findings of the study, the authors proposed several solutions to develop the tourism industry in Quang Ninh province.

Keywords: factor, influence, attraction.

1. Mở đầu

Quảng Ninh là vùng đất lịch sử lâu đời, là tỉnh ven biển thuộc vùng Đông Bắc Việt Nam. Quảng Ninh được ví như một Việt Nam thu nhỏ, vì có cả biển, đảo, đồng bằng, trung du, đồi núi, biên giới. Nhắc đến Quảng Ninh, chúng ta không thể không nhắc đến ngành du lịch cực kỳ phát triển của địa phương này. Đây là vùng đất được thiên nhiên ban tặng nhiều nguồn tài nguyên quý giá, đặc biệt là vịnh Hạ Long - 1 trong 7 kỳ quan thiên nhiên mới của thế giới, từng được UNESCO hai lần công nhận là di sản thiên nhiên thế giới - điểm đến du lịch hàng đầu tại Việt Nam của du khách trong nước và quốc tế. Trước đại dịch Covid 19, Trung Quốc là thị trường khách quốc tế lớn nhất của Quảng Ninh, lượng khách du lịch Trung Quốc chiếm khoảng 60% tổng khách quốc tế đến Quảng Ninh. Tuy nhiên, do sự ảnh hưởng của đại dịch Covid 19, lượng khách này giảm đi rất nhiều, sự thiếu hụt khách từ thị trường lớn nhất đó là nỗi lo đè nặng chủ doanh nghiệp du lịch ở Quảng Ninh.

Vì vậy, nhóm quyết định thực hiện đề tài “Các nhân tố ảnh hưởng đến việc thu hút khách du lịch Trung Quốc ở tỉnh Quảng Ninh và đề xuất một số giải pháp” nhằm tìm ra các yếu tố giúp Quảng Ninh có thể nhanh chóng khôi phục lại ngành du lịch, từ đó làm cơ sở để đưa ra các giải pháp cùng đề xuất giúp Quảng Ninh thu hút được lượng khách du lịch mới, giữ chân được lượng khách du lịch cũ từ Trung Quốc.

2. Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước đã đánh giá khả năng thu hút du khách của một điểm đến du lịch bao gồm các thuộc tính đa chiều, kết hợp với nhau để xác định khả năng thu hút của điểm đến đối với một cá nhân khi họ lựa chọn du lịch.

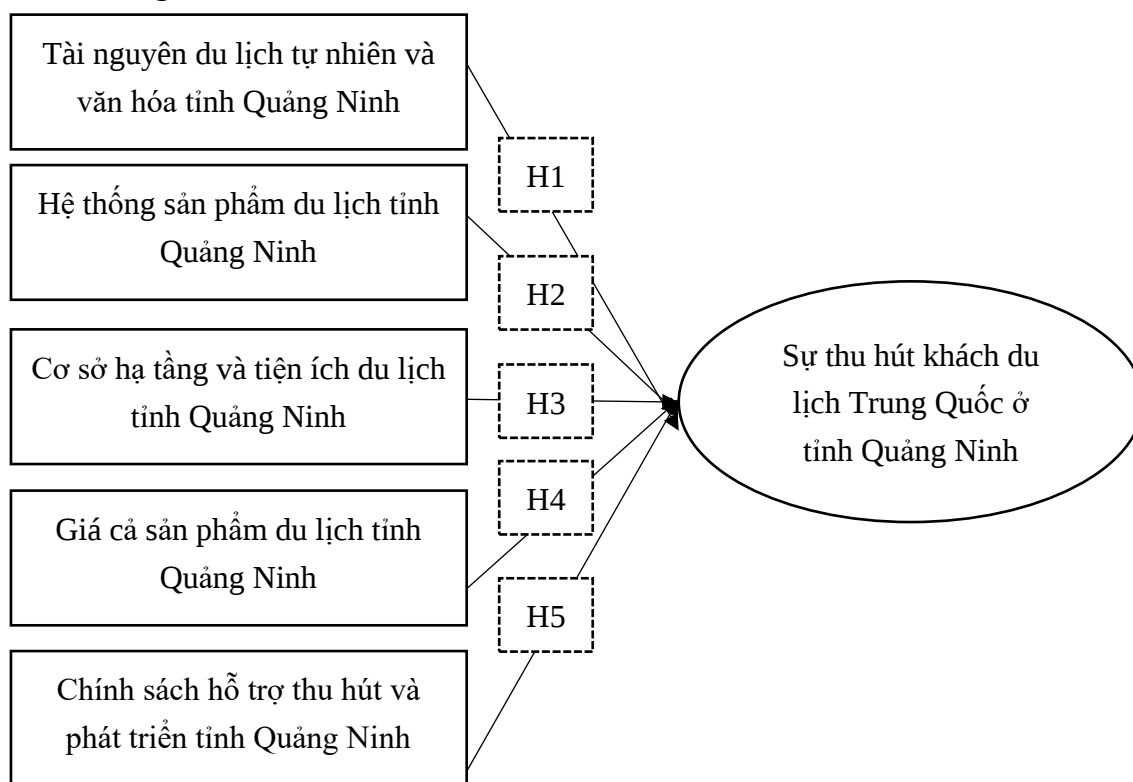
Các thuộc tính được Gearing et al (1974) liệt kê và phân loại thành 5 nhóm chính sau: các yếu tố tự nhiên, các yếu tố xã hội, các yếu tố lịch sử, các cơ sở giải trí và mua sắm và cơ sở hạ tầng, thức ăn và lưu trú.

Dựa trên mô hình 5 yếu tố của Gearing et al. (1974), Hu and Ritchie (1993) mở rộng gồm 5 nhóm nhân tố tương tự tác động đến thu hút du khách, bao gồm 16 thuộc tính: phong cảnh thiên nhiên, khí hậu thời tiết, hấp dẫn lịch sử, hấp dẫn văn hóa, phương tiện lưu trú, ẩm thực, cuộc sống bản địa, tính có thể tiếp cận, các lễ hội sự kiện, hoạt động thể thao, mua sắm, các hoạt động giải trí, thái độ đối với du khách, điều kiện đi lại, rào cản ngôn ngữ, mức giá tại địa phương.

Aziz (2002) đề xuất gồm 5 nhóm nhân tố chính: yếu tố địa lý; yếu tố văn hóa – xã hội; các đặc tính hỗ trợ; đặc điểm tự nhiên; đặc điểm vật chất.

Theo Vengesai (2003), các yếu tố nguồn lực của điểm đến và hỗn hợp các hoạt động là tiêu chí cơ bản tạo nên sự hấp dẫn của điểm đến. Đây cũng chính là lí do tại sao du khách đánh giá, lựa chọn điểm đến này hơn điểm đến khác. Cụ thể đó là 5 nhóm yếu tố: văn hóa, tự nhiên, các sự kiện, các hoạt động du lịch, và hoạt động vui chơi giải trí tại điểm đến.

2.2. Mô hình nghiên cứu



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

3. Phương pháp và kết quả nghiên cứu

3.1. Giải thích các biến và giả thuyết nghiên cứu

Nhóm tác giả chọn mô hình nghiên cứu với các biến sau đây:

Tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa tỉnh Quảng Ninh (TN): Quảng Ninh có tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa nổi bật và đặc sắc nhất cả nước (Cục du lịch quốc gia Việt Nam, 2014). Hệ thống di tích kiến trúc văn hóa và tôn giáo ở đây đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút khách du lịch đến tỉnh Quảng Ninh.

Giả thuyết H1: Tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa tỉnh Quảng Ninh trực tiếp ảnh hưởng đến việc thu hút khách du lịch Trung Quốc.

Hệ thống sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh (SP): Quảng Ninh đã đưa ra nhiều sản phẩm trong đó tập trung 4 dòng chính: du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, tâm linh, du lịch cộng đồng và du lịch biên giới để phục vụ du khách du lịch tại đây (Cục du lịch quốc gia Việt Nam, 2018).

Giả thuyết H2: Hệ thống sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh trực tiếp ảnh hưởng đến việc thu hút khách du lịch Trung Quốc.

Cơ sở hạ tầng và tiện ích du lịch tỉnh Quảng Ninh (CSHT): Cơ sở hạ tầng và tiện ích du lịch luôn được Quảng Ninh quan tâm và thu hút đầu tư nhằm phát triển du lịch địa phương ngày càng bền vững (Bộ văn hóa thể thao và du lịch, 2023).

Giả thuyết H3: Cơ sở hạ tầng và tiện ích du lịch tỉnh Quảng Ninh trực tiếp ảnh hưởng đến việc thu hút khách du lịch Trung Quốc.

Giá cả sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh (GC): Giá cả là một yếu tố chính ảnh hưởng đến sự lựa chọn của du khách. Trên thực tế, với một số khách hàng, giá cả còn được tính trước cả tính năng cơ bản của sản phẩm (University of Auckland Business Review, 2001).

Giả thuyết H4: Giá cả sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh trực tiếp ảnh hưởng đến việc thu hút khách du lịch Trung Quốc.

Chính sách hỗ trợ thu hút và phát triển tỉnh Quảng Ninh (CS): Tỉnh Quảng Ninh triển khai, phổ biến chính sách, thực hiện và đánh giá kết quả giúp tăng cường cạnh tranh, quảng bá và thu hút du lịch, đồng thời đẩy mạnh đầu tư và phát triển hạ tầng ở Quảng Ninh (Bộ văn hóa thể thao và du lịch, 2022).

Giả thuyết H5: Chính sách hỗ trợ thu hút và phát triển tỉnh Quảng Ninh trực tiếp ảnh hưởng đến việc thu hút du khách du lịch Trung Quốc.

Thu hút du khách Trung Quốc du lịch tỉnh Quảng Ninh (TH): Quảng Ninh xác định Trung Quốc là một trong những thị trường khách quốc tế quan trọng. Vì vậy, để khai thác tối đa thị trường này, tỉnh đã chuẩn bị đầy đủ cơ sở hạ tầng, tạo điều kiện trong khâu thực hiện thủ tục xuất nhập cảnh để thu hút du khách Trung Quốc.

Giả thuyết H6: Thu hút du khách Trung Quốc du lịch tỉnh Quảng Ninh trực tiếp ảnh hưởng đến việc thu hút khách du lịch Trung Quốc.

3.2. Xây dựng thang đo

Có 6 yếu tố được thể hiện trong mô hình nghiên cứu đề xuất để tạo ra thang đo là: Tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa tỉnh Quảng Ninh, Hệ thống sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh, Cơ sở hạ tầng và tiện ích du lịch tỉnh Quảng Ninh, Giá cả sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh, Chính sách hỗ trợ và thu hút khách du lịch Trung Quốc đến tỉnh Quảng Ninh. Biến phụ thuộc là Thu hút du khách Trung Quốc đến tỉnh Quảng Ninh. Nhóm tác giả sử dụng thang đo Likert 5 điểm cho nghiên cứu này.

3.3. Thiết kế bảng hỏi

Bảng hỏi được thiết kế dựa trên thang đo, với 3 phần: Câu hỏi sàng lọc (3 câu), Các câu hỏi về thông tin cá nhân (2 câu) và Các câu hỏi về những yếu tố ảnh hưởng đến việc thu hút khách du lịch Trung Quốc đến tỉnh Quảng Ninh (24 câu), tổng cộng có 34 câu hỏi.

3.4. Thu thập dữ liệu và cỡ mẫu

Phương pháp thu thập dữ liệu được sử dụng là dữ liệu sơ cấp thu được từ các bảng câu hỏi được thiết kế cho nghiên cứu. Do thời gian nghiên cứu có hạn và điều kiện nghiên cứu còn thiếu sót, tác giả lựa chọn cách chọn mẫu phi xác suất với hình thức lựa chọn ngẫu nhiên thuận tiện cho nghiên cứu này đạt cỡ mẫu cần thiết và tiết kiệm được thời gian. Dữ liệu và thông tin được thu thập bằng ứng dụng Google Drive của Google bằng cách gửi bảng câu hỏi trực tuyến đến những người trả lời làm trong lĩnh vực du lịch ở trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh. Cỡ mẫu tối thiểu được dùng theo công thức $n=24*5=120$ (24 câu hỏi chính). Nhóm tác giả đã tiến hành thu thập dữ liệu và thu được 125 bảng hỏi hợp lệ.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê đặc điểm mẫu

Đối tượng: trong số 125 phiếu trả lời, có 45 người trả lời là Nhân viên công ty du lịch, chiếm tỷ lệ 36%; 53 người trả lời là Nhân viên công ty liên quan đến du lịch (nhà hàng, khách sạn, khu vui chơi giải trí, mua sắm, ...), chiếm tỷ lệ 42,4% và có 17 người trả lời là nhân viên Sở Du lịch, chiếm 13,6%.

Công ty tiếp đón du khách Trung Quốc: có 115 người trả lời là Công ty họ đã từng tiếp đón du khách Trung Quốc, chiếm tỷ lệ 92%, chỉ có 10 người trả lời là Công ty của họ chưa từng tiếp đón du khách Trung Quốc, chiếm tỷ lệ 8%. Điều này cho thấy lượng khách du lịch Trung Quốc đến tỉnh Quảng Ninh là rất lớn.

Làm việc với khách Trung Quốc: có 115 người trả lời rằng Họ đã làm việc với du khách Trung Quốc, chiếm tỷ lệ 92%, có 10 người trả lời rằng Họ chưa từng làm việc với du khách Trung Quốc, chiếm tỷ lệ 8%.

Quản lý: Với mẫu hiện tại, có 96 người trả lời Không phải là quản lý ở cơ quan của họ, chiếm tỷ lệ 76,8%, số người là quản lý ở cơ quan của họ là 29, chiếm 23,2%.

Thời gian làm việc: có 53 người làm việc tại công ty của họ dưới 1 năm, chiếm tỷ lệ 42,2%, trong khi đó có 51 người đã làm việc từ 1 đến 5 năm, chiếm tỷ lệ 40,8%, số người đã gắn bó với công ty trên 5 năm là 21, chiếm tỷ lệ 16,8%.

4.2. Đánh giá Việc thu hút khách du lịch Trung Quốc đến tỉnh Quảng Ninh

Để đánh giá Việc thu hút khách du lịch Trung Quốc đến tỉnh Quảng Ninh, nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 điểm với 5 biến quan sát. Kết quả thống kê cho thấy Du lịch Quảng Ninh có mức độ thu hút khách du lịch tương đối khá, với giá trị trung bình gần chạm mức 4 (Đồng ý). Điều này cho thấy Du lịch tỉnh Quảng Ninh cần cải thiện để thu hút khách du lịch Trung Quốc.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TH1	125	1	5	3.94	1.207
TH2	125	1	5	3.10	1.061
TH3	125	1	5	3.94	1.034
TH4	125	1	5	3.58	1.137
TH5	125	1	5	3.58	1.172
Valid N (listwise)	125				

Hình 2. Việc thu hút khách du lịch Trung quốc đến tỉnh Quảng Ninh

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên SPSS, n = 125

Trong đó:

TH1: Tôi thấy tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa tỉnh Quảng Ninh rất đa dạng và phong phú, là điểm thu hút khách du lịch Trung Quốc.

TH2: Tôi thấy hệ thống sản phẩm du lịch của tỉnh Quảng Ninh chưa đa dạng, không tạo được ấn tượng để thu hút khách du lịch Trung Quốc.

TH3: Tôi thấy Quảng Ninh chưa làm tốt việc xây dựng và cải thiện các tiện ích công cộng nên khó thu hút được khách du lịch Trung Quốc.

TH4: Tôi thấy Quảng Ninh có nhiều chương trình khuyến mãi về giá cả cho khách quốc tế giúp thu hút du khách Trung Quốc.

TH5: Tôi thấy Quảng Ninh chưa có chính sách phù hợp về việc cấp visa để có thể thu hút được khách Trung Quốc tốt hơn.

4.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc thu hút khách du lịch Trung Quốc ở tỉnh Quảng Ninh

4.3.1. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha

Sau khi thực hiện kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, ta sẽ loại bỏ khỏi mô hình các nhân tố có Cronbach's Alpha tổng thang đo bé hơn 0.60, loại bỏ các biến có tương quan biến - tổng (item-total correlation) nhỏ hơn 0.30 hoặc có hệ số Cronbach's Alpha khi loại biến lớn hơn Cronbach's Alpha tổng biến. Căn cứ tiêu chí trên, nhóm tác giả tiến hành loại bỏ biến quan sát GC3 ra khỏi mô hình. Các nhân tố còn lại sau khi đã loại biến rác đều đạt độ tin cậy với hệ số Cronbach's Alpha đạt trên 0.60.

Cụ thể, kết quả thu được 5 nhân tố tương ứng với thang đo đủ độ tin cậy là Tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa tỉnh Quảng Ninh (0.717), Hệ thống sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh (0.716), Cơ sở hạ tầng và tiện ích du lịch tỉnh Quảng Ninh (0.655), Giá cả sản phẩm du lịch

tỉnh Quảng Ninh (0.643) (sau khi đã loại biến GC3), Chính sách tỉnh Quảng Ninh (0.612). Ngoài ra, thang đo Việc thu hút khách du lịch Trung Quốc đến tỉnh Quảng Ninh cũng có độ tin cậy khá cao đạt 0.697.

4.3.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Trong mô hình nghiên cứu đề cập ban đầu, có 5 nhân tố (ứng với 24 biến quan sát) được giả định là có ảnh hưởng đến Thu hút khách du lịch Trung Quốc ở tỉnh Quảng Ninh. Tuy nhiên sau khi tiến hành kiểm định hệ số Cronbach's Alpha, biến quan sát GC3 đã bị loại bỏ khỏi mô hình. Lúc này mô hình còn lại chính thức 5 nhân tố với 23 biến quan sát.

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.795
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1062.763
	df	210
	Sig.	<.001

Hình 3. Kết quả Kiểm định KMO và Bartlett

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên SPSS, n = 125

Kiểm định KMO và Bartlett cho kết quả $0.795 > 0.5$ tức là dữ liệu nghiên cứu phù hợp với việc phân tích EFA. Áp dụng phương pháp xoay nhân tố với Principal Components và Varimax và loại bỏ tiếp các biến quan sát với hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0.5 nghiên cứu thu được 21 biến quan sát trích thành 5 nhóm nhân tố với tổng phương sai trích đạt 65.925% thỏa mãn yêu cầu lớn hơn 50%. Hệ số Eigenvalue đạt 1.047 thỏa điều kiện lớn hơn 1. Kết quả xoay nhân tố được trình bày trong Bảng 3 dưới đây.

Bảng 1. Bảng ma trận xoay nhân tố

		Nhân tố				
		1	2	3	4	5
Tôi thấy các di tích lịch sử văn hóa tạo ấn tượng tốt với khách du lịch Trung Quốc.	TN3	.744				
Tôi thấy văn hóa ẩm thực tỉnh Quảng Ninh phong phú và độc đáo được du khách Trung Quốc biết đến rộng rãi.	TN4	.554				
Tôi thấy Quảng Ninh có nguồn lực tài nguyên tự nhiên vô cùng phong phú.	TN1	.542				
Tôi thấy các sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh chậm đổi mới so với xu thế.	SP3		.771			

		Nhân tố				
		1	2	3	4	5
Tôi thấy Quảng Ninh còn thiếu các sản phẩm và dịch vụ tốt để phục vụ khách Trung Quốc.	SP5		.767			
Tôi thấy các sản phẩm văn hóa, giải trí, mua sắm còn thiếu sức hấp dẫn.	SP4		.752			
Tôi thấy quy mô và chất lượng các sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh vẫn chưa được tối ưu.	SP2		.549			
Tôi thấy các sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh chủ yếu chỉ tập trung khai thác lợi thế tài nguyên sẵn có.	SP1		.547			
Tôi thấy Quảng Ninh có sự đa dạng về hệ thống giao thông vận tải.	CSHT2			.730		
Tôi thấy doanh nghiệp Quảng Ninh chưa cải thiện mảng công nghệ số để phục vụ du khách Trung Quốc.	CSHT5			.664		
Tôi thấy các doanh nghiệp đã có đủ nguồn cung phòng ở cho khách du lịch Trung Quốc.	CSHT4			.656		
Tôi thấy chất lượng cơ sở hạ tầng kỹ thuật luôn đảm bảo ở mức cao.	CSHT3			.628		
Tôi thấy Quảng Ninh có sự đa dạng về cơ sở hạ tầng và tiện ích về du lịch.	CSHT1			.569		
Tôi thấy giá cả đóng vai trò rất quan trọng trong việc quyết định của du khách Trung Quốc khi tới Quảng Ninh.	GC2				.788	
Tôi thấy giá cả của các dịch vụ ẩm thực tại Quảng Ninh rất hợp lý.	GC5				.716	
Tôi đánh giá cao các hoạt động giải trí và sự kiện văn hóa để khuyến khích du khách Trung Quốc tham gia.	GC4				.543	

		Nhân tố				
		1	2	3	4	5
Tôi thấy chiến dịch về các tour, sản phẩm du lịch mới tỉnh Quảng Ninh phù hợp với thị hiếu khách du lịch Trung Quốc.	CS1					.778
Tôi đánh giá cao các chiến dịch marketing và quảng bá du lịch Quảng Ninh tại Trung Quốc.	CS3					.741
Tôi thấy Quảng Ninh đã có những chính sách ưu tiên cho du khách Trung.	CS5					.720
Tôi thấy chính sách về cơ sở vật chất, dịch vụ ở Quảng Ninh phù hợp với nhu cầu của khách Trung Quốc.	CS2					.710
Tôi thấy chiến lược phát triển thực đơn đa dạng đối với du khách Trung Quốc ở Quảng Ninh chưa cải thiện.	CS4					.638

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên SPSS, n=125

4.3.3. Kết quả phân tích hồi quy các nhân tố trong mô hình

Để đánh giá mức độ ảnh hưởng của nhân tố tới Việc thu hút khách du lịch Trung Quốc đến tỉnh Quảng Ninh, nhóm tác giả tiến hành phân tích hồi quy với biến phụ thuộc Sự thu hút, và 5 biến độc lập là Tài nguyên (TN), Sản phẩm (SP), Cơ sở hạ tầng (CSHT), Giá cả (GC), Chính sách (CS).

Điều kiện cần để tiến hành phân tích hồi quy là các biến độc lập có sự tương quan đối với biến phụ thuộc. Điều này thể hiện ở chỉ số tương quan Pearson lớn hơn 0, và độ tin cậy sig<0.05. Kết quả kiểm tra độ tương quan được thể hiện ở bảng sau.

		Correlations					
		TH	TN	SP	CSHT	GC	CS
TH	Pearson Correlation	1	.710**	.363**	.529**	.461**	.573**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	125	125	125	125	125	125
TN	Pearson Correlation	.710**	1	.364**	.602**	.605**	.557**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	125	125	125	125	125	125
SP	Pearson Correlation	.363**	.364**	1	.483**	.363**	.511**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	125	125	125	125	125	125
CSHT	Pearson Correlation	.529**	.602**	.483**	1	.565**	.641**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	125	125	125	125	125	125
GC	Pearson Correlation	.461**	.605**	.363**	.565**	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	125	125	125	125	125	125
CS	Pearson Correlation	.573**	.557**	.511**	.641**	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	125	125	125	125	125	125

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hình 4. Độ tương quan của các nhân tố

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên SPSS, n = 125

Bảng kết quả tương quan trên cho thấy các biến độc lập TN, SP, CSHT, GC, CS có tương quan nhất định đối với biến phụ thuộc TH, đủ điều kiện thực hiện phân tích hồi quy. Kết quả phân tích hồi quy cho các biến như sau:

Bảng 2: Tóm tắt mô hình

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn dự đoán	Durbin-waston
1	.747 ^a	.659	.640	.51260	1.940

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên SPSS, n = 125

Kết quả cho thấy hệ số R² bằng 0.659, tức là 5 biến độc lập TN, SP, CSHT, GC, CS giải thích được cho 65,9% sự thay đổi của biến phụ thuộc TH.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.564	5	7.913	30.115	<.001 ^b
	Residual	31.268	119	.263		
	Total	70.832	124			

a. Dependent Variable: TH

b. Predictors: (Constant), CS, SP, TN, CSHT, GC

Hình 5: Kết quả phân tích ANOVA

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên SPSS, n = 125

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy giá trị $F = 30.115$ và có ý nghĩa thống kê với $\text{sig} < 0.001$ cho thấy mô hình hồi quy phù hợp với tổng thể.

Bảng 7: Các nhân tố ảnh hưởng đến Việc thu hút

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				Dung sai	VIF
Hằng số	.842	.262		3.213	.002			
TN	.496	.071	.587	6.999	<.001		.528	1.893
SP	.024	.070	.025	.336	.038		.697	1.435
CSHT	.052	.090	.051	.580	.003		.474	1.109
GC	.111	.081	.123	1.376	.002		.464	1.155
CS	.309	.104	.284	2.983	.003		.410	1.439

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả trên SPSS, $n = 125$

Theo kết quả phân tích hồi quy ở bảng 7 trên đây, các hệ số Beta của các biến phụ thuộc đều có ý nghĩa thống kê tại mức ý nghĩa 5%. Tất cả hệ số VIF đều nhỏ hơn 2 do đó không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình. Mô hình hồi quy đa biến thể hiện sự tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc được biểu diễn thông qua mô hình hồi quy đã được chuẩn hóa sau:

$$TH = TN \cdot 0.587 + SP \cdot 0.025 + CSHT \cdot 0.051 + GC \cdot 0.123 + CS \cdot 0.284$$

Trong đó:

TH: Việc thu hút

TN: Tài nguyên

SP: Sản phẩm

CSHT: Cơ sở hạ tầng

GC: Giá cả

CS: Chính sách

Như vậy, tất cả các biến phụ thuộc của mô hình hồi quy đều có tác động tích cực tới biến phụ thuộc, do hệ số Beta dương. Trong đó, Tài nguyên (TN) có ảnh hưởng lớn nhất đến Việc thu hút với hệ số Beta là 0.587, theo sau là Chính sách (CS) (0.284), Giá cả (GC) (0.123), Cơ sở hạ tầng (CSHT) (0.51) và Sản phẩm (SP) (0.070).

Như vậy, có thể kết luận chấp nhận các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6 trong mô hình nghiên cứu vì các hệ số beta đều dương và có ý nghĩa thống kê tại mức ý nghĩa 5%.

5. Kết luận và đề xuất

Sau khi tổng hợp, phân tích các dữ liệu đã thu thập được, nhóm tác giả rút ra các kết luận chính sau đây:

Nhìn chung, Du lịch tỉnh Quảng Ninh cần cải thiện để thu hút khách du lịch Trung Quốc, với mức độ đồng ý khá cao (gần 4) trong thang đo Likert 5 bậc.

Có 5 nhân tố tác động trực tiếp và tích cực đến Việc thu hút khách du lịch Trung Quốc đến tỉnh Quảng Ninh là (1) Tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa, (2) Hệ thống sản phẩm du lịch, (3) Cơ sở hạ tầng và tiện ích du lịch, (4) Giá cả và (5) Chính sách. Tài nguyên thể hiện ở cảnh quan, những di sản văn hóa, di tích kiến trúc văn hóa, công trình sáng tạo. Sản phẩm bao gồm du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, tâm linh, du lịch cộng đồng và du lịch biên giới. Cơ sở hạ tầng thể hiện ở hàng loạt các dự án đầu tư mới, hạ tầng giao thông, hệ thống khách sạn. Giá cả được đánh giá qua các dịch vụ du lịch và sản phẩm. Chính sách thể hiện ở định hướng phát triển du lịch bền vững thông qua nhiều bước cụ thể như xây dựng kế hoạch, điều chỉnh chính sách, theo dõi kiểm tra và đánh giá tổng kết rút kinh nghiệm.

Từ đó, nhóm tác giả có các đề xuất sau:

Tiếp tục phát huy những lợi thế sẵn có về tự nhiên, giữ gìn và bảo vệ các di tích lịch sử, văn hóa của tỉnh, tạo ra các gói du lịch hấp dẫn, cung cấp trải nghiệm đa dạng, xây dựng công trình sáng tạo mang tính biểu tượng nhằm tạo ra trải nghiệm độc đáo và sâu sắc cho du khách Trung Quốc khi đến thăm Quảng Ninh.

Ngoài các sản phẩm du lịch chủ yếu dựa vào lợi thế về tài nguyên sẵn có, Quảng Ninh nên đa dạng hóa các loại hình dịch vụ, hoạt động vui chơi giải trí, tạo ra các chương trình du lịch tùy chỉnh dành cho khách Trung Quốc, sử dụng công nghệ để nâng cao trải nghiệm du lịch, tạo sự thuận lợi cho việc tìm kiếm thông tin về các điểm đến, hoạt động, lịch trình, đặc sản địa phương và dịch vụ du lịch.

Cải thiện đường bộ và đường sắt, mở rộng và nâng cấp sân bay, phát triển cơ sở lưu trú, cung cấp dịch vụ hỗ trợ và tiện ích, tạo điều kiện thuận lợi cho du khách Trung Quốc di chuyển từ các thành phố lớn như Bắc Kinh và Thượng Hải đến Quảng Ninh là vô cùng quan trọng.

Phát triển các gói tour với mức giá đa dạng từ cao cấp đến bình dân, tổ chức các chương trình khuyến mãi như giảm giá, tặng quà hoặc dịch vụ miễn phí, xây dựng hệ thống giá cả linh hoạt và minh bạch là một phần quan trọng của chiến lược thu hút khách du lịch Trung Quốc đến tỉnh Quảng Ninh.

Xây dựng chính sách quảng bá thương hiệu du lịch Quảng Ninh, tăng cường hợp tác đối với các đối tác du lịch Trung Quốc, tổ chức các sự kiện như lễ hội văn hóa và chương trình

khuyến mãi hoặc các tour đặc biệt dành cho du khách Trung Quốc để tăng sự hấp dẫn và kích thích nhu cầu du lịch đối với thị trường này.

Tài liệu tham khảo

An Bình (2023), “Nhu cầu của khách Trung Quốc thay đổi lớn sau 3 năm đại dịch”, *Báo điện tử của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch*, Available at: <https://toquoc.vn/nuhu-cau-cua-khach-trung-quoc-thay-doi-lon-sau-3-nam-dai-dich-20230315104357331.htm>

Bùi Thị Tám, Mai Lệ Quyên (2012), “Đánh giá khả năng thu hút khách của địa điểm Huế”, *Tạp chí khoa học Đại học Huế*, tập 72B, số 3.

CEO Alma Phạm Thu Trà (2022), “Nhân tố khám phá EFA là gì? Hướng dẫn cách chạy phân tích EFA trong SPSS”, *Luận văn 24*, Available at: <https://luanvan24.com/tong-quan-ve-phan-tich-nhan-to-kham-pha-efa-trong-spss/>

Diệu Nhi (2019), “Khách du lịch là gì? Phân loại khách du lịch”, *Trang thông tin điện tử tổng hợp*, Available at: <https://vietnambiz.vn/khach-du-lich-tourists-la-gi-phan-loai-khach-du-lich-20191016080346086.htm>

“Du lịch là gì? Tổng hợp các loại hình du lịch phổ biến nhất hiện nay”, Available at: <https://vietretravel.com/tin-tuc/10624/Du-Lich-La-Gi-Tong-Hop-Cac-Loai-Hinh-Du-Lich-Pho-Bien-Nhat-Hien-Nay>

“Giới thiệu chung về tỉnh Quảng Ninh”, *Thư viện điện tử báo Quảng Ninh* (2018), Available at: <https://thuviendientu.baoquangninh.vn/gioi-thieu-chung-ve-tinh-quang-ninh-2284365.html>

Hải Yến (2023), “Đánh thức những tiềm năng lớn của du lịch Quảng Ninh”, *Báo mới*, Available at: <https://baomoi.com/danh-thuc-nhung-tiem-nang-lon-cua-du-lich-quang-ninh-c45310637.epi>

Hoài Sương (2023), “Đáp ứng nhu cầu mới của khách Trung Quốc”, *Báo Đầu tư*, <https://baodautu.vn/dap-ung-nhu-cau-moi-cua-du-khach-trung-quoc-d186389.html>

Lưu Hà Chi (2022), “Khách du lịch: Khái niệm và phân loại,” *Luận văn Việt*, Available at: <https://luanvanviet.com/khai-niem-khach-du-lich-va-nghien-cuu-thong-ke-khach-du-lich/>

“Một số giải pháp nhằm thu hút khách du lịch tới điểm đến Huế và Đà Nẵng”, *Tạp chí Công thương*, Available at: [https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/mot-so-giai-phap-nham-thu-hut-khach-du-lich-toi-diem-denhttps://sj.ctu.edu.vn/ql/docgia/download/baibao-63482/06-KTXH-NGUYEN%20THUY%20VY\(117-123\)151.pdf-hue-va-da-nang-76420.htm](https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/mot-so-giai-phap-nham-thu-hut-khach-du-lich-toi-diem-denhttps://sj.ctu.edu.vn/ql/docgia/download/baibao-63482/06-KTXH-NGUYEN%20THUY%20VY(117-123)151.pdf-hue-va-da-nang-76420.htm)

Nguyễn Lê Hà Phương (2022), “Tổng hợp về phân tích nhân tố khám phá EFA trong SPSS”, *Tri thức cộng đồng*, Available at: <https://trithuccongdong.net/tai-lieu-spss/phan-tich-nhan-to-kham-pha-efa-trong-spss.html>

Nguyễn Lê Hà Phương (2023), “Khách du lịch là gì và cách phân loại khách du lịch”, *Tri thức cộng đồng*, Available at: <https://trithuccongdong.net/du-lich-khach-san/khai-niem-va-cach-phan-loai-khach-du-lich.html>

Nguyễn Lê Hà Phương (2023), “Tổng hợp 17 loại hình du lịch phổ biến nhất hiện nay”, *Tri thức cộng đồng*, Available at: <https://trithuccongdong.net/du-lich-khach-san/tong-hop-cac-loai-hinh-du-lich-pho-bien.html>

Nguyễn Phương (2020), “Du lịch là gì? Phân loại khách du lịch dựa trên tiêu chí nào?”, Available at: <https://designwebtravel.com/du-lich-la-gi.html>

Nguyễn Thị Minh Nghĩa, Lê Vũ Thị Thảo Nhi, Trần Hữu Tuấn (2017), “Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An”, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, Tập 126, Số 5D, Tr. 29–39,

Nguyễn Tuyết Anh (2023), “Khám phá tổng quan về phân tích nhân tố khám phá EFA”, *Luận văn 1080*, Available at: <https://luanvan1080.com/nhan-kham-pha-efa.html>

Nhóm MBA Bách khoa (2015), “Tổng quan phân tích nhân tố khám phá EFA”, Available at: <https://phantichspss.com/tong-quan-phan-tich-nhan-to-kham-pha-efa.html>

“Pearson’s Correlation Coefficient, Statistics solutions”, Available at: <https://www.statisticssolutions.com/free-resources/directory-of-statistical-analyses/pearsons-correlation-coefficient/>

Phạm Lộc Blog (2023), “Phân tích nhân tố khám phá EFA trong SPSS”, Available at: <https://www.phamlocblog.com/2018/07/phan-tich-nhan-to-kham-pha-efa.html>

Phạm Lộc Blog (2023), “Phân tích và đọc kết quả hồi quy tuyến tính bội trong SPSS”, Available at: <https://www.phamlocblog.com/2016/11/cach-chay-hoi-quy-trong-spss.html>

Quang Vu (2023), “Khách du lịch là gì? Cách phân loại khách du lịch”, Available at: <https://bachkhoasaigon.edu.vn/khach-du-lich-la-gi-cach-phan-loai-khach-du-lich.html#:~:text=N%C3%B3%20m%E1%BB%99t%20c%C3%A1ch%20d%E1%BB%85%20hi%E1%BB%83u,l%C3%A0%20ng%E1%BB%89%20ng%C6%A1i%2C%20th%C6%B0%20gi%C3%A3n.>

Thanh Thúy (2023), “Quảng Ninh - bức tốc trở thành điểm du lịch MICE đẳng cấp quốc tế”, *Báo Dân trí*, Available at: <https://dantri.com.vn/du-lich/quang-ninh-but-toc-tro-thanh-diem-du-lich-mice-dang-cap-quoc-te-20230901124716673.htm>

Thao Nguyen (2022), “Top 8 địa điểm du lịch Quảng Ninh nhất định phải đến một lần”, <https://www.traveloka.com/vi-vn/explore/destination/dia-diem-du-lich-quang-ninh/124656>

ThS. Nguyễn Đức Phúc (2021), “Quảng Ninh thực hiện chính sách phát triển du lịch bền vững”, *Tạp chí Quản lý nhà nước*, Available at: <https://www.quanlynhanuoc.vn/2021/02/23/quang-ninh-thuc-hien-chinh-sach-phat-trien-du-lich-ben-vung/>

ThS. Trần Thị Hồng Trang, ThS. Nguyễn Thùy Vân (2023), “Nguồn lực tài nguyên tiềm năng lớn cho phát triển du lịch tỉnh Quảng Ninh”, *Cục du lịch Quốc gia Việt Nam*, Available at: https://itdr.org.vn/nguyen_cuu/nguon-luc-tai-nguyen-tiem-nang-lon-cho-phat-trien-du-lich-tinh-quang-ninh/

“Tổng quan các loại hình du lịch ở Việt Nam”, *Luận văn 99*, Available at: <https://luanvan99.com/cac-loai-hinh-du-lich-o-viet-nam-bid73.html>

Trần Thị Ngọc Liên, Huỳnh Văn Chương, Đỗ Mạnh Hùng (2021), “Đánh giá khả năng thu hút của điểm đến du lịch”, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, Tập 130, Số 5A, 2021, Tr. 115–126.

Trung tâm thông tin du lịch (2023), Available at: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/47752>