



SỰ THAM GIA CỦA DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH LỄ HỘI TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

Đoàn Khánh Hưng*

Khoa Du lịch, Đại học Huế, 22 Lâm Hoàng, Huế, Việt Nam

Tóm tắt: Sự tham gia các doanh nghiệp du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển du lịch tại địa phương. Nghiên cứu này phân tích và đánh giá thực trạng sự tham gia của các doanh nghiệp lữ hành đối với hoạt động du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng sự tham gia của các doanh nghiệp lữ hành đối với phát triển du lịch lễ hội tại Đà Nẵng là khá tốt. Tuy nhiên, chính sách phát triển của doanh nghiệp, ngân sách và tính thời vụ trong du lịch lễ hội đã hạn chế đến sự tham gia của doanh nghiệp lữ hành. Đồng thời, bài viết đã đề xuất một số giải pháp nâng cao sự tham gia của các doanh nghiệp lữ hành trong việc phát triển du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng gồm nâng cao nhận thức, vai trò của các doanh nghiệp lữ hành về du lịch lễ hội, nâng cao hoạt động quảng bá và chất lượng sản phẩm du lịch lễ hội.

Từ khóa: sự tham gia, phát triển du lịch, du lịch lễ hội, doanh nghiệp lữ hành, thành phố Đà Nẵng

1 Đặt vấn đề

Có vị trí địa lý thuận lợi, cùng với điều kiện tự nhiên, số lượng lớn các di tích, danh lam thắng cảnh..., Đà Nẵng đang trở thành một trong những điểm đến hấp dẫn của du khách. Theo số liệu của Cục thống kê Đà Nẵng, năm 2016 thành phố Đà Nẵng đón được 5,54 triệu lượt khách du lịch, tăng 20,4% so với năm 2015 [7]. Bên cạnh các loại hình du lịch văn hóa, du lịch biển... thì hiện nay thành phố Đà Nẵng đang chú trọng phát triển du lịch lễ hội nhằm đa dạng hóa các loại hình du lịch của thành phố [7]. Bên cạnh các lễ hội nổi tiếng như Lễ hội pháo hoa quốc tế Đà Nẵng, Lễ hội biển, Lễ hội Quán Thế Âm... còn có các lễ hội khác phục vụ nhu cầu đa dạng của khách du lịch như lễ hội Bia, lễ hội Ánh Sáng, lễ hội Carnival... Theo Sở Du lịch Thành phố Đà Nẵng, trong thời gian 2 tháng diễn ra lễ hội pháo hoa quốc tế Đà Nẵng năm 2017, số lượng du khách đến với Đà Nẵng tăng 50% so với thông thường [8]. Hoạt động du lịch lễ hội đang là hoạt động thu hút số lượng lớn du khách đến với Đà Nẵng không chỉ trong dịp diễn ra lễ hội mà còn trong các dịp trước và sau diễn ra lễ hội. Sự phát triển của du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng có sự đóng góp không nhỏ của các doanh nghiệp lữ hành; đây là các đơn vị trung gian góp phần thu hút khách du lịch đến với các lễ hội tại thành phố Đà Nẵng.

Theo Sở Du lịch thành phố Đà Nẵng, trên địa bàn thành phố có đến 318 doanh nghiệp lữ hành cả quốc tế lẫn nội địa đang hoạt động và hầu hết các doanh nghiệp lữ hành đều đã và đang tích cực tham gia vào du lịch lễ hội như là một chính sách quan trọng trong phát triển

* Liên hệ: khanhhung1591@gmail.com

hoạt động của đơn vị mình [8]. Vì vậy, câu hỏi đặt ra là các doanh nghiệp lữ hành tham gia vào phát triển hoạt động du lịch lễ hội như thế nào? Có những vấn đề gì ảnh hưởng đến sự tham gia của các doanh nghiệp lữ hành vào phát triển du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng?

Nghiên cứu này hướng đến các mục tiêu cơ bản sau: (1) Phân tích và đánh giá thực trạng tham gia hoạt động lễ hội, du lịch lễ hội được tổ chức tại thành phố Đà Nẵng của doanh nghiệp lữ hành. (2) Đề xuất một số giải pháp góp phần nâng cao sự tham gia phát triển du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng trong thời gian tới.

2 Cơ sở lý thuyết về du lịch lễ hội và phát triển bền vững du lịch

2.1 Lễ hội

Khái niệm về lễ hội

Trong các bộ phận cấu thành nên tài nguyên du lịch văn hóa thì lễ hội là một tài nguyên có giá trị để phục vụ cho phát triển du lịch. Lễ hội là hình thức sinh hoạt tập thể của nhân dân sau những ngày lao động vất vả. Lễ hội là một dịp để mọi người hướng về một sự kiện lịch sử của đất nước. Lễ hội cũng là dịp để con người tưởng nhớ đến ông bà, tổ tiên và những vị anh hùng dân tộc. Lễ hội như sợi dây gắn kết cộng đồng và tạo dựng không gian văn hóa vừa trang trọng, linh thiêng, vừa tung bừng, náo nức. Lễ hội là sự kiện liên quan đến sinh hoạt tín ngưỡng của nhân dân.

Theo Nguyễn Minh Tuệ: *“Lễ hội là một loại hình sinh hoạt văn hóa tổng hợp hết sức đa dạng và phong phú, là một kiểu sinh hoạt tập thể của nhân dân sau thời gian lao động mệt nhọc hoặc là dịp để con người hướng về một sự kiện lịch sử trọng đại: ngưỡng mộ tổ tiên, ôn lại truyền thống hoặc để giải quyết những nỗi âu lo, những khao khát, ước mơ mà cuộc sống thực tại chưa giải quyết được”* [5].

Theo Dương Văn Sáu: *“Lễ hội là hình thức sinh hoạt văn hóa cộng đồng diễn ra trên một địa bàn dân cư trong thời gian và không gian xác định nhằm nhắc lại một sự kiện, nhân vật lịch sử hay huyền thoại đồng thời là dịp thể hiện cách ứng xử văn hóa của con người với thiên nhiên, thần thánh và trong xã hội”* [3].

Như vậy, có thể nói rằng: Lễ hội là nhu cầu sinh hoạt văn hóa cộng đồng, đồng thời là sự kiện có thể thu hút đông đảo khách du lịch. Lễ hội là thuật ngữ dùng để chỉ một loại hình sinh hoạt văn hóa phổ biến, có thể tổng hợp nhiều loại hình văn hóa khác nhau (văn học nghệ thuật, tôn giáo tín ngưỡng, phong tục tập quán...) qua hình thức sân khấu hóa hoặc cảnh diễn hóa... tại một địa điểm, một không gian – thời gian nhất định bằng những nghi thức, nghi vật và nghi trượng.

2.2 Du lịch lễ hội

Du lịch lễ hội thuộc loại hình du lịch văn hóa [2]. Du lịch lễ hội lấy lễ hội làm điểm tựa, góp phần tôn vinh, bảo vệ bản sắc văn hóa, gìn giữ và phát triển lễ hội. Du lịch lễ hội có thể hiểu là hoạt động mà mọi người muốn thỏa mãn nhu cầu tìm hiểu truyền thống văn hóa, phong tục tập quán, lịch sử, tín ngưỡng dân gian... thông qua việc tham dự và chứng kiến các hoạt động của lễ hội [4]. Theo Trịnh Lê Anh: *"Du lịch lễ hội là loại hình du lịch trong đó du khách thực hiện chuyến đi vì mục đích tham quan và tham gia vào các lễ hội tại điểm đến. Ở đây, lễ hội là yếu tố hấp dẫn đặc biệt lôi kéo du khách từ phương xa đến."* [1] Như vậy, có thể hiểu đơn giản, du lịch lễ hội là loại hình du lịch tham gia và chứng kiến các lễ hội.

2.3 Phát triển du lịch lễ hội

Theo Bùi Thị Hải Yến, *"Phát triển du lịch lễ hội là việc đáp ứng nhu cầu tham quan và tham gia vào lễ hội của du khách thập phương, là việc làm thế nào để lượng khách du lịch đến với lễ hội ngày một tăng cao mang lại hiệu quả kinh tế cho ngành du lịch nhưng vẫn phải đảm bảo tiêu chí bảo tồn, gìn giữ và phát huy những giá trị văn hóa tốt đẹp của các lễ hội và tuân thủ theo quan điểm phát triển bền vững của ngành du lịch"* [6].

Mục tiêu phát triển du lịch lễ hội

Mục tiêu đầu tiên của phát triển du lịch lễ hội là nhằm góp phần phát triển kinh tế của địa phương, nơi diễn ra các hoạt động kinh doanh du lịch lễ hội. Bên cạnh đó, phát triển du lịch lễ hội nhằm góp phần phổ biến rộng rãi văn hóa của từng địa phương tới mọi miền đất nước. Thông qua các chuyến du lịch lễ hội, được tận mắt chứng kiến và nghe thuyết minh về các hoạt động trong lễ hội kết hợp với việc tham gia vào các trò chơi trong lễ hội, du khách có cơ hội hiểu biết một cách tường tận thấu đáo các kiến thức liên quan đến lịch sử, văn hóa, tôn giáo, phong tục, tập quán của người dân các địa phương nơi du khách có dịp ghé thăm. Thông qua việc phát triển các hoạt động du lịch lễ hội, mỗi địa phương, mỗi quốc gia có thể truyền bá một cách hiệu quả văn hóa dân tộc ra thế giới góp phần tạo ra sự giao thoa, đan xen văn hóa, làm giàu kho tàng truyền thống của dân tộc. Cuối cùng, đứng trên góc độ tổng quát thì phát triển loại hình du lịch lễ hội đã góp phần nâng cao vốn hiểu biết xã hội của con người.

Tiêu chí đánh giá phát triển du lịch lễ hội

Các tiêu chí để đánh giá phát triển du lịch lễ hội bao gồm (1) số lượng doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch lễ hội, (2) Lượng khách và tốc độ gia tăng lượng khách du lịch lễ hội, (3) Doanh thu từ du lịch lễ hội và tỷ lệ đóng góp vào GDP địa phương và (4) Số người làm việc trong lĩnh vực du lịch lễ hội.

Nội dung phát triển loại hình du lịch lễ hội

Du lịch lễ hội đóng một vai trò rất to lớn đối với kinh doanh du lịch nói riêng và trong sự phát triển kinh tế – văn hóa – xã hội nói chung. Vì vậy, để phát triển có hiệu quả loại hình du lịch lễ hội, chính quyền cấp tỉnh và thành phố cần chú trọng vào các nội dung chủ yếu là hoạch định phát triển du lịch lễ hội, tổ chức thực hiện quy hoạch và chính sách phát triển du lịch lễ hội và kiểm soát phát triển du lịch lễ hội.

3 Một số vấn đề cơ bản về sự tham gia của doanh nghiệp trong phát triển du lịch

Theo lý thuyết các bên liên quan, trong lĩnh vực du lịch, theo Goeldner & Ritchie có bốn bên liên quan chính trong phát triển du lịch: chính quyền địa phương, doanh nghiệp, người dân địa phương và khách du lịch [13]. Từ phía cung cấp, Hall and Page phân chia các bên liên quan này thành khu vực công cộng và tư nhân [14]. Động lực thúc đẩy các khu vực tư nhân tham gia vào du lịch là lợi nhuận, như trong trường hợp của các doanh nghiệp; còn ở khu vực công cộng, sự tham gia vào du lịch của các cấp chính quyền khác nhau vì nhiều lý do kinh tế, chính trị, xã hội và môi trường [16].

Trong các bên liên quan có tác động đến sự phát triển du lịch thì sự tham gia của doanh nghiệp được xem là một công cụ hữu hiệu và luôn được mong đợi như là một thành tố quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển du lịch [10, 12, 15]. Bên cạnh đó, trên nền tảng lý thuyết trao đổi xã hội đã có nhiều nghiên cứu về nhận thức và sự ủng hộ tham gia của các doanh nghiệp đối với phát triển du lịch. Lý thuyết này xem các tương tác xã hội là sự trao đổi nguồn lực, trong đó, các cá nhân có khả năng tham gia vào sự trao đổi nếu như nhận được các lợi ích mà không phải chịu các chi phí vô lý [9]. Ở lĩnh vực du lịch, thái độ của các doanh nghiệp dựa trên những đánh giá của họ về các lợi ích và chi phí khi tham gia phát triển du lịch. Trong trường hợp nhận thấy các lợi ích cao hơn các chi phí thì các doanh nghiệp sẵn sàng ủng hộ và tham gia phát triển du lịch tại địa phương.

Trong thực tế, sự tham gia của các doanh nghiệp du lịch vào phát triển du lịch đã được các nhà nghiên cứu quan tâm và điều này cho thấy vai trò quan trọng của các doanh nghiệp du lịch đối với phát triển du lịch tại các địa phương. Higgins-Desbiolles và cs. trong nghiên cứu về sự phát triển của doanh nghiệp du lịch tại Khu du lịch Coorong Wilderness Lodge tại Australia giai đoạn 1995 đến 2008 đã chỉ ra sự thành công của các doanh nghiệp du lịch góp phần vào phát triển du lịch tại địa phương [10]. Các nhân tố thành công của bản thân doanh nghiệp bao gồm tư vấn và hỗ trợ kịp thời, khả năng lãnh đạo tốt, đào tạo đầy đủ, phối hợp nhịp nhàng giữa marketing, phát triển cơ sở vật chất và khả năng kinh doanh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó,

ngiên cứu cũng chỉ ra các rào cản chính cho sự phát triển du lịch tại địa phương đó là: thiếu cách tiếp cận và phối hợp toàn diện của chính phủ, doanh nghiệp thiếu khả năng kinh doanh, khả năng tiếp cận vốn tài chính, quyền sở hữu đất, rào cản về văn hóa và phân biệt chủng tộc. Rogerson cho rằng các doanh nghiệp du lịch phải đối mặt với một số thách thức như không được công nhận, marketing quốc tế không tốt, không có hỗ trợ và hiểu biết đầy đủ từ chính quyền cấp tỉnh và địa phương, khó tiếp cận tài chính và hoạt động của hiệp hội ngành du lịch quốc gia yếu kém [11]. Rogerson cũng nhấn mạnh để các doanh nghiệp du lịch có thể phát triển thì cần có sự phát triển của các hoạt động hỗ trợ và nâng cấp các doanh nghiệp du lịch trong nền kinh tế [12]. Zhang cũng đã chỉ ra được vai trò rất quan trọng của doanh nghiệp du lịch tại địa phương trong việc xây dựng thương hiệu và xây dựng điểm đến du lịch [15]. Page và cs. với 297 mẫu quan sát thu thập được từ các doanh nghiệp du lịch ở New Zealand đã kiểm tra được vai trò của các doanh nghiệp trong phát triển du lịch được đánh giá liên quan đến phát triển kinh doanh, tài chính, tiếp thị, nguồn nhân lực và doanh thu du lịch [17].

Tuy nhiên, hiện nay nghiên cứu về sự tham gia phát triển của du lịch lễ hội của các doanh nghiệp du lịch, trong đó có các doanh nghiệp lữ hành còn hạn chế. Do đó, đây là một chủ đề còn mới mẻ có tính thực tiễn cao góp phần thúc đẩy và hỗ trợ hoạt động du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng mà còn đối với các hình thức du lịch khác.

4 Phương pháp nghiên cứu

Để xác định sự tham gia của các doanh nghiệp lữ hành vào hoạt động du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng, tác giả đã tiến hành điều tra các đối tượng là các nhà quản lý hoặc nhân viên trực tiếp thực hiện công việc tổ chức các tour du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng từ tháng 1 đến tháng 4 năm 2018. Cỡ mẫu được xác định theo công thức tính quy mô mẫu của của Taro Yaman [18]: $n = N/(1 + N \cdot e^2)$. Trong đó n là quy mô mẫu, N là kích thước của tổng thể được xác định bằng tổng số đơn vị kinh dịch vụ lữ hành tại thành phố Đà Nẵng là 318 đơn vị và e là sai số. Với độ tin cậy là 95%, sai số cho phép giữa tỷ lệ mẫu và tổng thể là $e = 0,1$ (10%). Lúc đó ta có số bảng hỏi cần phát là 76,08 phiếu. Tác giả lựa chọn điều tra với số mẫu là 80 bảng hỏi.

Các số liệu thu thập sẽ được tổng hợp, xử lý và phân tích bằng phần mềm SPSS 20.0 thông qua phương pháp thống kê mô tả (tần suất, phần trăm và giá trị trung bình) để xác định, đánh giá các vấn đề liên quan đến thực trạng của các doanh nghiệp lữ hành tại thành phố Đà Nẵng. Bên cạnh đó, phân tích phương sai một yếu tố One-way ANOVA được sử dụng để tiến hành kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm theo một số tiêu chí phân loại khác nhau để làm rõ hơn các yếu tố của các doanh nghiệp lữ hành, trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường sự tham gia của doanh nghiệp lữ hành vào phát triển du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng.

5 Nội dung và kết quả

5.1 Tổng quan về du lịch của thành phố Đà Nẵng

Hệ thống lưu trú và hoạt động lưu trú

Theo thống kê của Sở Du lịch thành phố Đà Nẵng thì Đà Nẵng năm 2017 có khoảng 689 cơ sở lưu trú với 28.821 buồng phòng; hệ số sử dụng buồng phòng tăng qua các năm [8]. Tuy nhiên, số lượng phòng như thế vẫn chưa đủ cung cấp cho du khách đến Đà Nẵng. Hiện nay, các chủ doanh nghiệp đang đầu tư và đẩy mạnh việc tăng thêm các khách sạn ở Đà Nẵng và trong các năm tiếp theo vẫn còn đầu tư và phát triển mạnh. Ngoài ra, các resort ở Đà Nẵng cũng được nâng cao trong thời gian gần đây và là điểm lựa chọn yêu thích của du khách đến Đà Nẵng. Bên cạnh đó, kết quả ở bảng 1 cũng cho thấy thời gian lưu trú và mức chi tiêu của du khách tăng lên đáng kể: năm 2013, số ngày lưu trú bình quân đạt 1,88 ngày, trong đó ngày lưu trú bình quân của khách quốc tế là 2,2 ngày và khách nội địa là 1,75 ngày. Sang năm 2016 tăng lên lần lượt là 2,5 và 2,3 ngày lưu trú bình quân đối với khách quốc tế và khách nội địa. Số ngày lưu trú bình quân của khách du lịch tăng lên chứng tỏ nhu cầu tham quan và nghỉ ngơi tại đây ngày càng có dấu hiệu tốt hơn.

Bảng 1. Hệ thống lưu trú tại Đà Nẵng

Chỉ tiêu	Đơn vị	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Số đơn vị lưu trú	Đơn vị	326	391	420	490	572	689
Số phòng	Phòng	10.570	13.634	15.035	18.233	21.197	28.821
Hệ số sử dụng buồng phòng	%	51	50	49	50	51	51
Ngày lưu trú bình quân	Ngày	1,82	1,88	2,00	2,21	2,38	–
NLTBQ quốc tế	Ngày	1,95	2,20	2,40	2,40	2,50	–
NLTBQ nội địa	Ngày	1,69	1,75	1,80	2,10	2,30	–

Nguồn: Sở Du lịch Đà Nẵng

Khách du lịch và chi tiêu bình quân của khách du lịch

Như mô tả kết quả của bảng 2, trong giai đoạn 2012–2017, số lượng khách du lịch đến Đà Nẵng tăng khá nhanh qua các năm. Năm 2012, Đà Nẵng đón 2,6 triệu lượt khách; năm 2016 đón hơn 5,54 triệu lượt khách và đạt 6,6 triệu lượt khách vào năm 2017; tốc độ tăng trưởng bình quân khách du lịch đến với Đà Nẵng là gần 20%. Trong đó, khách du lịch đến với Đà Nẵng tăng lên về cả số lượng khách nội địa và khách quốc tế với mức tăng trưởng hằng năm hơn 10%; số lượng khách quốc tế đến với Đà Nẵng trong những năm gần đây tăng hơn 30% mỗi năm. Trong

khi đó, mức chi tiêu bình quân 1 lượt khách tại Đà Nẵng năm 2012 là 1,82 triệu đồng; năm 2016 là 2,665 triệu đồng, tăng 43,3% so với năm 2011.

Bảng 2. Lượt khách du lịch đến Đà Nẵng giai đoạn 2012–2017

Chỉ tiêu	Đơn vị	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Khách nội địa	Nghìn khách	2.029	2.374	2.845	3.350	3.870	4.300
Khách quốc tế	Nghìn khách	631	743	955	1.250	1.670	2.300
Tổng số khách du lịch	Nghìn khách	2.660	3.118	3.800	4.600	5.540	6.600
Chi tiêu bình quân	Nghìn đồng	1.860	1.900	2.254	2.375	2.665	–
CTBQ quốc tế	USD	149,6	151,5	157,7	163,1	177,2	–
CTBQ nội địa	Nghìn đồng	1.235,3	1.500,7	1.638	2.020,1	2.151,8	–

Nguồn: Sở Du lịch Đà Nẵng

Doanh thu du lịch

Doanh thu từ hoạt động du lịch đều tăng qua các năm. Đặc biệt, thu nhập xã hội từ hoạt động du lịch tăng cao và góp phần cải thiện đáng kể cuộc sống của người dân từ du lịch. Qua kết quả bảng 3, doanh thu du lịch có xu hướng tăng. Cụ thể, năm 2013, doanh thu từ du lịch đạt 7.780 tỷ đồng, giảm nhẹ so với năm 2012 nhưng từ năm 2014 đến nay lại tăng rất mạnh. Sang năm 2016, doanh thu du lịch tăng hơn 2,5 lần so với năm 2012, cụ thể đạt hơn 16.000 tỷ đồng và năm 2017 đạt hơn 19.403 tỷ đồng. Điều đó cho thấy ngành du lịch Đà Nẵng đang có xu hướng phát triển tích cực. Kết quả này cho thấy những chính sách của thành phố về phát triển du lịch thời gian qua đã mang lại tín hiệu tích cực và có hiệu quả.

Bảng 3. Doanh thu từ du lịch của thành phố Đà Nẵng

Chỉ tiêu	Đơn vị tính: Tỷ đồng					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Tổng doanh thu	7.812	7.780	9.740	12.700	16.000	19.403
Chuyên ngành Du lịch	1.812	2.354	2.570	3.725	6.235	6.695
Thu nhập xã hội từ Du lịch	6.000	5.430	7.170	8.975	9.765	12.708

Nguồn: Sở Du lịch Đà Nẵng

Doanh nghiệp lữ hành

Bảng 4. Số lượng doanh nghiệp lữ hành tại thành phố Đà Nẵng

Đơn vị: doanh nghiệp

Chỉ tiêu	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Doanh nghiệp lữ hành nội địa	58	72	86	85	108	111
Doanh nghiệp lữ hành quốc tế	48	62	76	109	139	144
Văn phòng đại diện, đại lý công ty du lịch	46	49	56	65	71	76
Tổng số doanh nghiệp lữ hành	152	183	218	259	318	331

Nguồn: Sở Du lịch Đà Nẵng

Theo bảng 4, trong giai đoạn 2013–2018, số lượng các doanh nghiệp lữ hành hoạt động tại thành phố Đà Nẵng đều tăng qua các năm. Nếu như trong năm 2013 mới chỉ có 152 doanh nghiệp lữ hành hoạt động thì sang năm 2018 có đến 331 doanh nghiệp lữ hành, tăng đến 117,76% sau 5 năm. Bên cạnh đó, không chỉ tổng số doanh nghiệp lữ hành tăng mà số lượng các doanh nghiệp lữ hành nội địa, doanh nghiệp lữ hành quốc tế, các văn phòng đại diện và đại lý các công ty du lịch cũng tăng qua các năm. Điều này cho thấy hoạt động du lịch và lữ hành đang diễn ra ngày càng sôi động tại thành phố Đà Nẵng mà sự cạnh tranh cũng ngày càng khốc liệt đối với hoạt động du lịch tại thành phố Đà Nẵng.

5.2 Kết quả

Thông tin chung về mẫu điều tra

Bảng hỏi điều tra được phỏng vấn tại 80 doanh nghiệp lữ hành theo cách chọn mẫu thuận tiện với đối tượng trả lời bảng hỏi là các nhân viên làm việc tại bộ phận kinh doanh, trưởng phòng hoặc các cán bộ quản lý cấp cao của phòng kinh doanh và phòng điều hành tại doanh nghiệp lữ hành vì đây là những đối tượng thường xuyên tiếp xúc với du khách tham gia du lịch lẻ hội.

Từ kết quả ở bảng 5 ta có thể thấy rằng đối với loại hình doanh nghiệp thì doanh nghiệp lữ hành nội địa chiếm tỷ lệ cao hơn (61,3%) so với doanh nghiệp lữ hành quốc tế (38,8%), điều này cũng đúng với thực tế thống kê của Sở Du lịch Đà Nẵng; theo đó, số lượng doanh nghiệp lữ hành nội địa nhiều hơn so với doanh nghiệp lữ hành quốc tế [8]. Đối tượng trả lời bảng hỏi đa số là nữ (58,8%) so với tỷ lệ nam là 41,2%, điều này có thể là do đặc thù của công việc. Hiện nay, để có thể làm nhân viên kinh doanh tại các doanh nghiệp lữ hành đòi hỏi nhân viên phải có một trình độ nhất định kể cả trình độ học vấn và chuyên môn. Do đó, có đến 61,3% người có trình độ đại học, 32,5% người có trình độ cao đẳng và 6,3% người có trình độ sau đại học. Bên cạnh

đó, đa số là những người có kinh nghiệm làm việc trong ngành khá tốt; từ 3 đến 4 năm là 53,8%, từ 2 đến 3 năm là 25%; tiếp đến là từ 10 năm trở lên là 11,3%; cuối cùng là dưới 1 năm kinh nghiệm với 10%. Ngoài ra, do chủ yếu nhân viên kinh doanh là những người thường xuyên tiếp xúc với du khách nên tỷ lệ người trả lời phỏng vấn là nhân viên chiếm tới 83,8% số người được phỏng vấn, còn lại trưởng phòng/nhóm (13,8%) và quản lý cấp cao (2,5%).

Bảng 5. Thông tin chung về đối tượng điều tra doanh nghiệp lữ hành

Đơn vị tính: người

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Chức vụ công việc			Trình độ học vấn		
Quản lý cấp cao	2	2,5	Cao đẳng, trung cấp	26	32,5
Trưởng phòng/nhóm	11	13,8	Đại học	49	61,3
Nhân viên tổ chức tour	67	83,8	Sau đại học	5	6,3
Số năm tham gia tổ chức			Giới tính		
Dưới 1 năm	8	10	Nam	33	41,3
2-3 năm	20	25	Nữ	47	58,8
3-4 năm	43	53,8	Loại hình doanh nghiệp		
Từ 5 năm trở lên	9	11,3	DN lữ hành quốc tế	31	38,8
			DN lữ hành nội địa	49	61,3

Nguồn: số liệu điều tra năm 2018

Thời gian tham gia tổ chức các tour du lịch lễ hội

Trong số 80 doanh nghiệp được phỏng vấn, một điều rất tích cực là tất cả 80 doanh nghiệp lữ hành đều có kinh nghiệm trong việc tổ chức tour du lịch lễ hội, không có doanh nghiệp nào chưa bao giờ tổ chức hoặc đã từng tổ chức nhưng bây giờ thì không. Như kết quả thống kê tại bảng 6, trong đó có đến 66,3% doanh nghiệp có thời gian tham gia tổ chức tour du lịch lễ hội là trên 3 năm, 1-3 năm là 25%, còn dưới 1 năm là 8,8%. Nguyên nhân dẫn đến kết quả này có thể do các lễ hội tại thành phố Đà Nẵng đã được tổ chức và diễn ra rất nhiều lần. Trong đó, lễ hội Pháo hoa quốc tế là một lễ hội nổi bật tại Đà Nẵng được tổ chức lần đầu tiên vào năm 2008, thu hút nhiều du khách tham gia, và các doanh nghiệp lữ hành cũng không đứng ngoài lễ hội này. Vì vậy, có thể thấy rằng các doanh nghiệp lữ hành tại thành phố Đà Nẵng có khá nhiều kinh nghiệm trong việc tổ chức các tour du lịch lễ hội.

Bảng 6. Thời gian tham gia tổ chức tour du lịch lễ hội

Đơn vị tính: doanh nghiệp

Thời gian tham gia tổ chức tour du lịch lễ hội	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Dưới 1 năm	7	8,8
1-3 năm	20	25,0
Trên 3 năm	53	66,2

Nguồn: số liệu điều tra năm 2018

Hình thức tổ chức các tour du lịch lễ hội

Kết quả bảng 7 cho thấy rằng các doanh nghiệp tham gia tổ chức các tour du lịch lễ hội với sự kết hợp của hai hình thức là tự tổ chức tour và phối hợp với các doanh nghiệp khác chiếm lên tới 71,3% so với chỉ sử dụng các hình thức tổ chức riêng lẻ như tự tổ chức tour (20%), phối hợp với các doanh nghiệp khác (8,8%). Điều này cho thấy rằng các doanh nghiệp lữ hành là khá linh động trong việc sử dụng các hình thức tổ chức tour và có thể chủ động hơn chứ không gò bó và bắt buộc vào một hình thức tổ chức tour duy nhất.

Bảng 7. Hình thức tổ chức tour du lịch lễ hội

Đơn vị tính: doanh nghiệp

Hình thức tổ chức tour du lịch lễ hội	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Tự tổ chức tour	16	20,0
Phối hợp với các doanh nghiệp khác	7	8,8
Cả hai hình thức trên	57	71,2

Nguồn: số liệu điều tra năm 2018

Mục đích tổ chức các tour du lịch lễ hội

Việc tổ chức các tour du lịch lễ hội của doanh nghiệp được thực hiện với nhiều mục đích khác nhau. Theo kết quả bảng 8, có 93,8% doanh nghiệp có mục đích để phát triển hoạt động kinh doanh, 88,8% đa dạng hóa sản phẩm kinh doanh của doanh nghiệp, cũng như 82,5% xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp. Đây là 3 mục đích chính của các doanh nghiệp. Điều này có thể giải thích là bởi vì trong thời điểm cạnh tranh trên lĩnh vực du lịch ngày càng gay gắt hiện nay thì doanh nghiệp cần có nhiều sản phẩm kinh doanh và đa dạng hóa các sản phẩm kinh doanh từ đó mới có thể có nhiều lựa chọn cho khách hàng và xây dựng thương hiệu của mình trong tâm trí của du khách đến với lễ hội.

Tuy nhiên, mục đích thu hút khách hàng mới thì chưa được doanh nghiệp đánh giá cao với 57,5% doanh nghiệp đồng ý, cùng với xây dựng lòng trung thành của khách hàng với 65% số lượng doanh nghiệp trả lời có. Điều này có thể được giải thích là do mỗi hình thức du lịch lại có những ưu điểm và nhược điểm riêng. Du lịch lễ hội mang tính thời vụ cao và có nhiều lễ hội tại thành phố Đà Nẵng chưa thật sự hấp dẫn du khách và còn nhiều yếu tố tác động đến lòng trung thành của khách hàng. Vì vậy, doanh nghiệp chưa ưu tiên hai mục đích này.

Bảng 8. Mục đích tham gia tổ chức tour du lịch lễ hội

Đơn vị tính: doanh nghiệp

Mục đích tổ chức tour du lịch lễ hội	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Phát triển hoạt động kinh doanh	75	93,8
Đa dạng hóa sản phẩm kinh doanh	66	82,5
Xây dựng thương hiệu	52	65,0
Thu hút khách hàng mới	71	88,8
Xây dựng lòng trung thành của khách hàng	46	57,5

Nguồn: số liệu điều tra năm 2018

Lý do tổ chức các tour du lịch lễ hội

Các tiêu chí được đưa ra để biết lý do tại sao các doanh nghiệp lữ hành tham gia vào tổ chức các tour du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng qua kết quả khảo sát tại bảng 9 đều được đánh giá khá cao. “Tăng năng lực cạnh tranh” (Giá trị trung bình là 4,34) và “Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch” (Giá trị trung bình là 4,21) là các tiêu chí được đánh giá cao nhất, các tiêu chí còn lại ở mức khá cao (từ 3,64 đến 4,01), cụ thể như sau:

– “Chi phí thấp”: các doanh nghiệp được đánh giá ở mức độ trên trung bình (Giá trị trung bình là 3,65). Điều này có thể giải thích như sau: để có thể tham gia tổ chức tour du lịch lễ hội thì các doanh nghiệp lữ hành phải có nguồn lực về tài chính để đáp ứng các chi phí khi tổ chức tour du lịch. Tuy nhiên, đa số các doanh nghiệp đều cho rằng là gặp khó khăn trong việc không đủ tài chính và cơ sở vật chất (Bảng 10). Ngoài ra, thành phố Đà Nẵng là nơi có mức sống khá cao, cũng như sự cạnh tranh trên thị trường du lịch đã đẩy chi phí tổ chức tour lên nên kinh phí tổ chức của các doanh nghiệp lữ hành là khá eo hẹp.

– “Thu hút nhiều du khách tham gia”: đây là yếu tố được các doanh nghiệp đánh giá thấp nhất trong các yếu tố (Giá trị trung bình là 3,64). Trên thực tế, hiện nay tại Việt Nam có gần 8000 lễ hội trong một năm, dẫn tới du khách bị “bội thực” lễ hội khi có rất nhiều lễ hội được tổ chức khắp các tỉnh thành. Ở Đà Nẵng, chỉ có lễ hội Pháo hoa quốc tế và lễ hội Quán Thế Âm còn thu hút số lượng lớn du khách tham gia. Bên cạnh đó thì một số lễ hội khá “kén” du khách nên khả năng thu hút du khách tham gia các lễ hội là khá hạn chế.

– “Tăng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp”: Khác với yếu tố trên, “Tăng năng lực cạnh tranh doanh nghiệp” là yếu tố được đánh giá cao nhất với giá trị trung bình là 4,34. Điều này cũng dễ hiểu bởi vì du lịch lễ hội là một sản phẩm du lịch và doanh nghiệp tham gia tổ chức tour du lịch lễ hội sẽ góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, nâng cao thương hiệu, hình ảnh của doanh nghiệp nên từ đó có thể nâng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

– “Có thể phối kết hợp với các hình thức du lịch khác”: các lễ hội thường gắn với một hoặc một số địa điểm mang tính chất văn hóa, lịch sử, di sản của địa phương. Bên cạnh đó, hiện nay nhiều lễ hội thường được tổ chức gắn liền với các điểm đến du lịch nổi tiếng. Do đó, bên cạnh việc tổ chức riêng một tour du lịch về du lịch lễ hội, hầu hết các doanh nghiệp đều tổ chức phối kết hợp với các hình thức du lịch khác như du lịch di sản, du lịch văn hóa, du lịch ẩm thực... Nhìn chung, các doanh nghiệp lĩnh vực đánh giá khá cao tiêu chí này với giá trị trung bình là 3,95.

– “Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch của đơn vị”: yếu tố này được đánh giá rất cao (Giá trị trung bình là 4,21). Điều này cũng dễ hiểu bởi vì tổ chức tour du lịch lễ hội góp phần tăng sản phẩm du lịch của doanh nghiệp, từ đó đa dạng hóa các sản phẩm du lịch của đơn vị cho du khách.

– “Dễ dàng thực hiện và tổ chức tour”: yếu tố này được các doanh nghiệp đánh giá khá cao (Giá trị trung bình là 4,01). Điều này có thể được giải thích như sau: cơ sở hạ tầng, kỹ thuật tại thành phố Đà Nẵng khá hoàn thiện; bên cạnh đó, chính quyền địa phương tạo điều kiện cho phát triển du lịch tại địa phương trong đó có du lịch lễ hội nên các doanh nghiệp khá dễ dàng thực hiện và tổ chức tour du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng.

– “Du lịch lễ hội ngày càng phát triển”: Hiện nay cả nước có gần 8.000 lễ hội, trong đó có rất nhiều lễ hội đặc sắc có thể phát triển du lịch lễ hội. Tuy nhiên, hiện nay nhiều địa phương tập trung vào tổ chức các lễ hội mang tính hiện đại. Trong đó, nhiều lễ hội đều có một số yếu tố tương đồng nhau làm cho du khách khá nhàm chán. Bên cạnh đó, sự xuất hiện nhiều loại hình du lịch khách hấp dẫn hơn đã ảnh hưởng đến sự phát triển của du lịch lễ hội. Đó là lý do tại sao yếu tố “Du lịch lễ hội ngày càng phát triển” này được các doanh nghiệp lĩnh vực đánh giá với Giá trị trung bình là 3,78.

Bảng 9. Lý do tham gia tổ chức tour du lịch lễ hội

Tiêu chí	Bình quân ^(*)	Biến độc lập (Giá trị p)				
		Giới tính ⁽¹⁾	Chức vụ ⁽²⁾	Trình độ ⁽²⁾	Số năm kinh nghiệm ⁽²⁾	Loại hình doanh nghiệp ⁽²⁾
Chi phí thấp	3,65	0,505	0,365	0,508	0,624	0,021
Thu hút nhiều du khách tham gia	3,64	0,993	0,166	0,193	0,115	0,493
Tăng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp	4,34	0,967	0,944	0,030	0,730	0,279
Có thể phối kết hợp với các hình thức du lịch khác	3,95	0,093	0,266	0,983	0,599	0,415
Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch của đơn vị	4,21	0,709	0,162	0,848	0,576	0,179
Dễ dàng thực hiện và tổ chức tour	4,01	0,900	0,719	0,747	0,856	0,905
Du lịch lễ hội ngày càng phát triển	3,78	0,707	0,927	0,204	0,847	0,314

Ghi chú: (*): 1 = Rất không đồng ý, 5 = Rất đồng ý; (1) Dữ liệu được kiểm định bằng phương pháp phân tích Independent Sample t-test; (2) Dữ liệu được kiểm định bằng phương pháp phân tích phương sai One-way ANOVA.

Nguồn: số liệu điều tra năm 2018

Điều kiện tổ chức các tour du lịch lễ hội

Kết quả khảo sát điều kiện tổ chức các tour du lịch lễ hội của các doanh nghiệp lữ hành như mô tả tại bảng 10 cho thấy về nhân lực thì hầu như các nhân viên của doanh nghiệp hào hứng với việc tổ chức tour du lịch lễ hội (Giá trị trung bình là 4,01) và có đầy đủ nhân viên giỏi và chuyên môn cao (Giá trị trung bình là 3,91); đây chính là hai yếu tố mà các doanh nghiệp đánh giá cao. Điều này có thể được giải thích là du lịch lễ hội là loại hình du lịch khá mới; trong lễ hội có nhiều hoạt động phong phú, đa dạng nên nhân viên của các doanh nghiệp thích trải nghiệm loại hình du lịch mới. Bên cạnh đó, trình độ nhân viên hiện nay được đầu tư và đào tạo bài bản nên có chuyên môn và nghiệp vụ khá tốt.

Tuy nhiên, điều kiện các doanh nghiệp cũng có một số hạn chế: Có đầy đủ nguồn tài chính (Giá trị trung bình là 3,55), Có đầy đủ cơ sở vật chất (Giá trị trung bình là 3,62) và Lãnh đạo doanh nghiệp tạo điều kiện tổ chức tour du lịch lễ hội (Giá trị trung bình là 3,65). Việc đánh giá khá thấp so với các tiêu chí khác có thể là do hiện nay các doanh nghiệp lữ hành hầu hết là doanh nghiệp nhỏ và vừa nên tài chính và cơ sở vật chất là tương đối khó khăn.

Bảng 10. Điều kiện tổ chức tour du lịch lễ hội

Tiêu chí	Bình quân ^(*)	Biến độc lập (Giá trị <i>p</i>)				
		Giới tính ⁽¹⁾	Chức vụ ⁽²⁾	Trình độ ⁽²⁾	Số năm kinh nghiệm ⁽²⁾	Loại hình doanh nghiệp ⁽²⁾
Lãnh đạo doanh nghiệp luôn tạo điều kiện tổ chức tour du lịch lễ hội	3,65	0,695	0,856	0,613	0,939	0,768
Nhân viên hào hứng với việc tổ chức tour du lịch lễ hội	4,01	0,680	0,489	0,916	0,036	0,634
Có đầy đủ nguồn tài chính để tổ chức tour du lịch lễ hội	3,55	0,352	0,009	0,588	0,787	0,991
Có đầy đủ nhân viên giỏi và chuyên môn cao	3,91	0,031	0,392	0,660	0,486	0,210
Có đầy đủ cơ sở vật chất tổ chức tour du lịch lễ hội	3,62	0,483	0,314	0,579	0,313	0,581

Ghi chú: (*): 1 = Rất không đồng ý, 5 = Rất đồng ý; (1) Dữ liệu được kiểm định bằng phương pháp phân tích Independent Sample *t*-test; (2) Dữ liệu được kiểm định bằng phương pháp phân tích phương sai One-way ANOVA.

Nguồn: số liệu điều tra năm 2018

Lợi ích khi tổ chức các tour du lịch lễ hội

Du lịch lễ hội mang lại cho các doanh nghiệp lữ hành khá nhiều lợi ích khác nhau, nhưng mỗi doanh nghiệp lại có những đánh giá khác nhau về lợi ích của du lịch lễ hội. Theo như kết quả mô tả tại bảng 11, nhìn chung đa số các doanh nghiệp lữ hành đều đồng ý cao nhất rằng du lịch lễ hội góp phần gia tăng doanh thu và lợi nhuận (Giá trị trung bình là 4,4) rồi đến Đa dạng các tour du lịch của doanh nghiệp (Giá trị trung bình là 4,08) và Thu hút khách hàng mới (Giá trị trung bình là 3,93). Đây chính là những điều khá rõ ràng khi sản phẩm du lịch mới góp phần thu hút khách du lịch từ đó có thể gia tăng doanh thu và lợi nhuận cũng như các yếu tố khác của doanh nghiệp.

Bảng 11. Lợi tích của việc tham gia tổ chức tour du lịch lễ hội

Tiêu chí	Bình quân ^(*)	Biến độc lập (Giá trị p)				
		Giới tính ⁽¹⁾	Chức vụ ⁽²⁾	Trình độ ⁽²⁾	Số năm kinh nghiệm ⁽²⁾	Loại hình doanh nghiệp ⁽²⁾
Gia tăng doanh thu và lợi nhuận	4,40	0,370	0,544	0,324	0,806	0,830
Tăng hình ảnh doanh nghiệp trong tâm trí du khách	3,85	0,330	0,305	0,445	0,079	0,197
Gia tăng tỷ lệ thu hồi vốn đầu tư	3,74	0,383	0,576	0,958	0,679	0,525
Thu hút nguồn khách hàng mới	3,93	0,907	0,392	0,206	0,270	0,531
Đa dạng các tour du lịch của doanh nghiệp	4,08	0,623	0,727	0,005	0,033	0,894

Ghi chú: (*): 1 = Rất không đồng ý, 5 = Rất đồng ý; (1) Dữ liệu được kiểm định bằng phương pháp phân tích Independent Sample *t*-test; (2) Dữ liệu được kiểm định bằng phương pháp phân tích phương sai One-way ANOVA.

Nguồn: số liệu điều tra năm 2018

Thuận lợi khi tổ chức tour du lịch lễ hội

Hầu hết các tiêu chí về thuận lợi khi tổ chức các tour du lịch lễ hội tại Đà Nẵng được trình bày tại bảng 12 đều được các doanh nghiệp đánh giá khá cao. Trong đó, Đà Nẵng có nhiều lễ hội đặc sắc được đánh giá rất cao với giá trị trung bình là 4,49. Lễ hội tại Đà Nẵng không chỉ là lễ hội dân gian mà còn lễ hội hiện đại do các doanh nghiệp tư nhân tổ chức mang nhiều sắc thái khác nhau. Bên cạnh đó, đặc điểm thuận lợi của Đà Nẵng như địa điểm tổ chức thuận tiện, cơ sở hạ tầng du lịch hoàn thiện... Tuy nhiên, vấn đề an ninh trật tự cũng cần được chú trọng và lưu ý khi đánh giá của doanh nghiệp lại thấp nhất trong các tiêu chí.

Bảng 12. Thuận lợi khi tổ chức tour du lịch lễ hội

Tiêu chí	Bình quân ^(*)	Biến độc lập (Giá trị p)				
		Giới tính ⁽¹⁾	Chức vụ ⁽²⁾	Trình độ ⁽²⁾	Số năm kinh nghiệm ⁽²⁾	Loại hình doanh nghiệp ⁽²⁾
Đà Nẵng có nhiều lễ hội đặc sắc	4,49	0,343	0,748	0,523	0,943	0,969
Địa điểm tổ chức lễ hội thuận tiện	4,15	0,309	0,582	0,324	0,972	0,372
Các hoạt động tại lễ hội phong phú, hấp dẫn	3,91	0,449	0,093	0,498	0,453	0,456
Cơ sở hạ tầng du lịch của Đà Nẵng hoàn thiện	4,13	0,457	0,136	0,155	0,789	0,309
An ninh, trật tự tại Đà Nẵng đảm bảo	3,80	0,914	0,002	0,860	0,945	0,827
Các dịch vụ bổ sung đa dạng	3,95	0,708	0,193	0,347	0,419	0,663

Ghi chú: (*): 1 = Rất không đồng ý, 5 = Rất đồng ý; (1) Dữ liệu được kiểm định bằng phương pháp phân tích Independent Sample *t*-test; (2) Dữ liệu được kiểm định bằng phương pháp phân tích phương sai One-way ANOVA.

Nguồn: số liệu điều tra năm 2018

Khó khăn khi tổ chức tour du lịch lễ hội

Hoạt động tổ chức tour du lịch lễ hội của các doanh nghiệp lữ hành tại thành phố Đà Nẵng hiện nay gặp một số khó khăn. Kết quả phỏng vấn tại bảng 13 cho thấy khó khăn nổi bật chính là du lịch lễ hội mang tính thời vụ cao, với giá trị trung bình là 4,61. Nguyên nhân là do đặc điểm của lễ hội thường diễn ra trong thời gian ngắn trong năm, mang tính thời vụ rất cao ảnh hưởng đến du lịch lễ hội. Ngoài ra, nhiều doanh nghiệp còn cho biết sự cạnh tranh trên thị trường ngày càng cao và một số lễ hội chưa hấp dẫn, thu hút du khách cũng như chưa phù hợp với chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, đánh giá về Chính quyền chưa chú trọng phát triển du lịch lễ hội, Khó khăn về chính sách thủ tục hành chính là khá thấp so với các tiêu chí khác với mức đánh giá lần lượt là 3,73 và 3,33. Mặc dù thành phố Đà Nẵng có nhiều cải thiện, nhưng về các địa phương cấp dưới hiện nay thì các khó khăn về chính sách, quy hoạch và thủ tục còn khá ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch lễ hội.

Bảng 13. Khó khăn khi tổ chức tour du lịch lễ hội

Tiêu chí	Bình quân ^(*)	Biến độc lập (Giá trị p)				
		Giới tính ⁽¹⁾	Chức vụ ⁽²⁾	Trình độ ⁽²⁾	Số năm kinh nghiệm ⁽²⁾	Loại hình doanh nghiệp ⁽²⁾
Chính quyền chưa chú trọng phát triển du lịch lễ hội	3,73	0,534	0,783	0,612	0,982	0,499
Khó khăn về chính sách, thủ tục hành chính	3,33	0,749	0,949	0,372	0,622	0,785
Lễ hội chưa thật sự hấp dẫn thu hút du khách	4,01	0,081	0,543	0,990	0,259	0,824
Du lịch lễ hội còn mang tính thời vụ cao	4,61	0,144	0,298	0,144	0,860	0,344
Chưa phù hợp với chiến lược kinh doanh của DN	4,05	0,361	0,342	0,960	0,185	0,374
Sự cạnh tranh trên thị trường ngày càng cao	4,33	0,494	0,337	0,498	0,320	0,711

Ghi chú: (*): 1 = Rất không đồng ý, 5 = Rất đồng ý; (1) Dữ liệu được kiểm định bằng phương pháp phân tích Independent Sample *t*-test; (2) Dữ liệu được kiểm định bằng phương pháp phân tích phương sai One-way ANOVA.

Nguồn: số liệu điều tra năm 2018

Ý định tiếp tục tổ chức tour du lịch lễ hội

Nhận thấy những lợi ích tích cực của du lịch lễ hội đối với phát triển của doanh nghiệp lữ hành hoặc đã nhận biết được tầm quan trọng của hình thức du lịch này, có đến 76,3% doanh nghiệp lữ hành sẵn sàng có ý định tiếp tục tổ chức tour du lịch lễ hội trong thời gian tiếp theo. Chỉ có 5 doanh nghiệp có thể do một số khó khăn nhất định nên không tiếp tục tham gia tổ chức tour du lịch lễ hội và 17,4% doanh nghiệp còn phân vân chưa biết. Tuy nhiên, với những ưu điểm của tour du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng thì các doanh nghiệp lữ hành sẽ bắt kịp xu hướng và tham gia tổ chức du lịch lễ hội trong tương lai cho doanh nghiệp của mình.

6 Các hàm ý chính sách nhằm tăng cường sự tham gia của doanh nghiệp lữ hành đối với phát triển du lịch lễ hội tại Đà Nẵng

Dựa vào kết quả nghiên cứu về sự tham gia của các doanh nghiệp lữ hành đối với phát triển du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng, tác giả nhận thấy rằng các doanh nghiệp lữ hành có đóng góp rất lớn trong phát triển du lịch lễ hội. Bởi vì du lịch lễ hội là một hình thức du lịch dễ dàng thực hiện và tổ chức tour và được đánh giá cao trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch của đơn vị. Các doanh nghiệp lữ hành đã tích cực tham gia tổ chức các tour du lịch lễ hội với nhiều hình thức tổ chức tour du lịch khác

nhau để tăng cường thu hút khách du lịch đến với các lễ hội tại thành phố Đà Nẵng. Do đó, các nhà lãnh đạo, các chuyên gia của doanh nghiệp lữ hành nên tăng cường hơn nữa sự tham gia của doanh nghiệp lữ hành vào du lịch lễ hội bên cạnh các hình thức du lịch truyền thống tại thành phố Đà Nẵng.

Tuy nhiên, trên thực tế việc tham gia của doanh nghiệp lữ hành vào việc phát triển du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng còn có một số hạn chế nhất định là du lịch lễ hội mang tính thời vụ cao, một số lễ hội chỉ diễn ra trong một thời gian ngắn trong năm. Điều này khiến việc sắp xếp và bố trí số lượng lớn khách du lịch vào cùng một thời điểm trong thời gian ngắn gặp khó khăn. Sự giám sát chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến thương hiệu và hình ảnh của doanh nghiệp cũng như sự phân bổ nguồn nhân lực của đơn vị. Bên cạnh đó, sự cạnh tranh trên thị trường du lịch ngày càng cao do sự tham gia của số lượng các doanh nghiệp lữ hành ngày càng nhiều (hiện nay đã có 318 đơn vị lữ hành hoạt động tại thành phố Đà Nẵng). Để giải quyết vấn đề này, các doanh nghiệp lữ hành cần đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền, xúc tiến quảng bá các chương trình, hoạt động du lịch lễ hội thu hút khách du lịch đến với doanh nghiệp. Cần có các hình thức thu hút khách đến với loại hình du lịch lễ hội như khuyến mại, tặng dịch vụ bổ sung, bốc thăm trúng thưởng... Không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch lễ hội qua việc thường xuyên kiểm tra, đánh giá, rà soát và bổ sung điều chỉnh các dịch vụ của loại hình du lịch lễ hội của doanh nghiệp. Nâng cao nhận thức về vai trò của doanh nghiệp du lịch đối với hoạt động du lịch tại địa phương. Bên cạnh hoạt động kinh doanh cần chú trọng đến vấn đề bảo tồn văn hóa và đặc điểm của lễ hội. Cần có chính sách đào tạo và tự đào tạo cho đội ngũ nhân viên và hướng dẫn của doanh nghiệp về ý thức bảo tồn giữ gìn di sản văn hóa, lễ hội.

Ngoài ra, mặc dù chính quyền thành phố Đà Nẵng đã có các chính sách chú trọng phát triển du lịch lễ hội tại địa phương, nhưng để thực sự thu hút được khách du lịch đến với các lễ hội thì chính quyền địa phương cần phải kết hợp với các doanh nghiệp lữ hành trong việc nâng cao nhận thức về vai trò và trách nhiệm của các doanh nghiệp trong khai thác lễ hội, phối hợp với cộng đồng dân cư địa phương để vừa bảo tồn, vừa phát huy các giá trị văn hóa của lễ hội đạt hiệu quả kinh tế – xã hội qua việc hướng dẫn các hình thức tổ chức, rà soát nội dung đảm bảo sinh hoạt lễ hội lành mạnh, văn minh. Xây dựng chính sách lồng ghép vào chương trình du lịch lễ hội các hoạt động có trách nhiệm đối với du khách cùng giữ gìn văn hóa và đặc điểm của địa phương trong du lịch lễ hội qua vai trò của hướng dẫn viên. Điều này chỉ có thể được thực hiện tốt nếu các doanh nghiệp lữ hành phối kết hợp tốt với chính quyền địa phương trong phát triển du lịch lễ hội.

7 Kết luận

Tại Việt Nam, du lịch lễ hội ngày càng được phát triển với nhiều hình thức và nội dung lễ hội khác nhau trải dài khắp từ Bắc đến Nam. Thành phố Đà Nẵng cũng không nằm ngoài xu hướng đó với nhiều loại hình lễ hội và du lịch lễ hội được triển khai nhằm thu hút khách du lịch đến với thành phố. Tuy nhiên, trong thực tế du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng chưa thực sự phát triển mạnh mẽ và xứng đáng với vai trò và lợi ích mà nó mang lại. Ngoài ra, các doanh nghiệp lữ hành đã có các chính sách chú trọng đến phát triển du lịch lễ hội bên cạnh các loại hình du lịch truyền thống khác. Tuy nhiên, để đảm bảo sự tham gia của các doanh nghiệp lữ hành vào phát triển du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng cần phải có sự phối hợp và hỗ trợ của chính quyền địa phương và các doanh nghiệp lữ hành cần phải đầu tư và chú trọng hơn nữa để có thể có các giải pháp và triển khai hình thức du lịch lễ hội tốt hơn nữa, góp phần phát triển du lịch tại thành phố Đà Nẵng cũng như đảm bảo sự phát triển của doanh nghiệp trong tương lai. Chính quyền địa phương cần hoàn thiện các chính sách, quy định về phát triển du lịch lễ hội tại thành phố Đà Nẵng và có chính sách khuyến khích sự tham gia của doanh nghiệp lữ hành vào phát triển du lịch lễ hội. Bên cạnh đó, về phía doanh nghiệp lữ hành cần phải đầu tư thời gian nghiên cứu các tour du lịch lễ hội, phát triển nguồn nhân lực và nâng cao chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

Tài liệu tham khảo

1. Trịnh Lê Anh (2004), Đi tìm khẩu hiệu (slogan) cho du lịch lễ hội và sự kiện Việt Nam, *International Workshop Proceedings Festival & Event Tourism*, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế & Trường Quản lý Công nghiệp Du lịch, Đại học Hawaii.
2. Lê Thị Tuyết Mai (2006), *Du lịch lễ hội Việt Nam*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội
3. Dương Văn Sáu (2018), *Lễ hội Việt Nam trong sự phát triển du lịch*, Nxb. Lao Động.
4. Trần Ngọc Thêm (2001), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb. TP. Hồ Chí Minh.
5. Nguyễn Minh Tuệ (2013), *Địa lý du lịch*, Nxb. TP. Hồ Chí Minh.
6. Bùi Thị Hải Yến (2007), *Quy hoạch du lịch*, Nxb. Giáo dục.
7. Cục thống kê Đà Nẵng (2017), Niên giám thống kê thành phố Đà Nẵng năm 2016 .
8. Sở Du lịch Thành phố Đà Nẵng (2017), Báo cáo kết quả hoạt động du lịch năm 2017 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2018.
9. Ap, J. (1992), Residents' Perceptions on Tourism Impact, *Annals of Tourism Research* 19, 665-690.
10. BF. Higgins-Desbiolles , J Schmiechen, G Trevorrow (2010), *A case study in the development of an Aboriginal tourism enterprise: the Coorong Wilderness Lodge of South Australia-an emic perspective*, Sustainable Tourism CRC.

11. Christian M Rogerson (2007), The challenges of developing backpacker tourism in South Africa: an enterprise perspective, *Journal Development Southern Africa*, 24(3), 425–444.
12. Christian M Rogerson (2007), *Supporting Small Firm Development in Tourism: South Africa's Tourism Enterprise Programme*, *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 8(1), 6–14.
13. Goeldner C. R., & Ritchie J. R. B. (2003), *Tourism: Principles, Practices, Philosophies (9th ed.)*. John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, NJ.
14. Hall, C.M., & Page, S.J. (2006), *The geography of tourism and recreation: Space, place and environment (3rd ed.)*, London: Routledge.
15. J. J. Zhang (2010), Of Kaoliang, Bullets and Knives: Local Entrepreneurs and the Battlefield Tourism Enterprise in Kinmen (Quemoy), Taiwan, *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 12(3), 395–411.
16. Shaw, G., & Williams, A.M. (1994), *Critical issues in tourism: A geographical perspective (1st ed.)*. Oxford: Blackwell.
17. S.J. Page, P. Forer, G.R. Lawton (1999), Small business development and tourism: Terra incognita?, *Tourism Management*, 20(4), 435–459.
18. Yamane, Taro. (1967), *Statistic: An Introductory Analysis*, 2nd Edition, New York: Harper and Row.

TOUR OPERATORS' PARTICIPATION IN THE DEVELOPMENT OF FESTIVAL TOURISM IN DANANG CITY

Doan Khanh Hung*

School of Hospitality and Tourism, Hue University, 22 Lam Hoang St., Hue, Vietnam

Abstract: Tourism enterprises' participation is vitally important for the success of tourism development. The research analyzes and evaluates the tour operators' participation in the development of festival tourism in Danang city, Vietnam. The results show that the level of participation of these tour operators in festival tourism in Danang city is relatively appropriate. However, the main barriers for the participation of the tour operators include the development policy of enterprises, budget and seasonal characteristic of tourism. The solutions to enhance the participation of tour operators include raising their awareness of festival tourism, improving their role, the promotion activities and the quality travel festival products.

Keywords: participation, tourism development, festival tourism, tour operators, Danang city