

# NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH BỀN VỮNG CỦA DU LỊCH THỪA THIÊN HUẾ

*Ths. Nguyễn Thị Lệ Hương, TS. Phan Thanh Hoàn*

*Trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế, 99 Hồ Đắc Di Huế, Việt Nam*

**Tóm tắt:** Với nguồn tài nguyên du lịch phong phú cả về tự nhiên lẫn nhân văn, Thừa Thiên Huế là một trong những điểm đến du lịch hấp dẫn của Việt Nam. Tuy nhiên trong thời gian qua hoạt động du lịch của địa bàn chủ yếu dựa vào **Nguồn lực cốt lõi** mà chưa có những chính sách hiệu quả để tăng cường **Yếu tố hỗ trợ** hay **Liên kết du lịch** nên năng lực cạnh tranh, nhất là cạnh tranh theo hướng bền vững chưa đạt được mong muốn. Xuất phát từ thực trạng trên, bài viết đề xuất một số gợi ý nâng cao năng lực cạnh tranh bền vững cho du lịch Thừa Thiên Huế.

**Từ khóa:** *Năng lực cạnh tranh, bền vững, du lịch, Thừa Thiên Huế*

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Phát triển du lịch (DL) đang được nhiều quốc gia trên thế giới coi trọng vì DL là động lực để phát triển kinh tế xã hội và là một trong những hoạt động quan trọng nhất trên phạm vi toàn cầu (UNWTO, 2007). Để tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường đòi hỏi các điểm đến DL phải liên tục đổi mới, sáng tạo các sản phẩm và dịch vụ của mình, đồng thời phải xác lập được những lợi thế cạnh tranh bền vững cũng như khả năng định vị những lợi thế đó nhằm giành thắng lợi so với đối thủ (Cracolici và Rietveld, 2008). Vì vậy, nghiên cứu NLCT bền vững của điểm đến DL là chủ đề đang được quan tâm cả về lý thuyết lẫn thực tiễn.

Với nguồn tài nguyên du lịch hấp dẫn, có giá trị cao cả về tự nhiên lẫn nhân văn, Thừa Thiên Huế (TTH) được coi là một trong những điểm đến DL hấp dẫn của Việt Nam. Tuy nhiên, do NLCT của điểm đến du lịch chưa tốt, khả năng thu hút du khách chưa cao (Tám và CS, 2012; Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch TTH 2013 – 2020, định hướng đến năm 2030), làm ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh DL của địa phương trong thời gian qua, cụ thể giai đoạn 2013 - 2017, tốc độ tăng trưởng bình quân lượng khách du lịch do cơ sở lưu trú phục vụ chỉ đạt 1,06% năm, doanh thu DL tăng bình quân 9,58% năm và thời gian lưu trú bình quân chưa đạt 2 ngày – khách (Sở du lịch TTH, 2018). Nhằm góp phần cải thiện thực trạng trên, vận dụng mô hình của Ritchie và Crouch (2003), bài viết phân tích NLCT theo hướng bền vững của điểm đến du lịch TTH (gọi tắt là điểm đến du lịch Huế), từ đó đưa ra một số gợi ý nâng cao NLCT bền vững cho điểm đến này.

## **2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT**

### **2.1. Năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch**

NLCT điểm đến là khả năng tạo ra và tích hợp giá trị gia tăng vào nguồn lực vốn có, đồng thời duy trì được lợi thế cạnh tranh của mình. Trong đó lợi thế cạnh tranh của một điểm đến là khả năng duy trì và nâng cao thị phần trên thị trường DL của một điểm đến (Salah Hassan, 2000); hay đó là khả năng của điểm đến cung cấp sản phẩm dịch vụ DL tốt hơn các điểm đến khác ở những lĩnh vực được xem là quan trọng đối với du khách (Dwyer và Kim, 2003).

Tiếp cận theo hướng du lịch bền vững, Ritchie và Crouch (2003) cho rằng, NLCT điểm đến DL là khả năng tăng mức chi tiêu du lịch, ngày càng thu hút du khách đồng thời mang lại cho họ sự thoả mãn, những trải nghiệm đáng nhớ theo hướng mang lại lợi nhuận, gia tăng phúc lợi cho dân cư và bảo tồn nguồn vốn tự nhiên của điểm đến cho các thế hệ tương lai.

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD, 2013), NLCT điểm đến là khả năng tối ưu hóa sức hấp dẫn của nó đối với người dân trong và ngoài địa phương, cung cấp những dịch vụ DL chất lượng, đổi mới và hấp dẫn cho người tiêu dùng; chiếm lĩnh thị phần trong nước và toàn cầu đồng thời đảm bảo các nguồn lực sẵn có hỗ trợ du lịch được sử dụng có hiệu quả và bền vững (*trích từ Thái Thị Kim Oanh, 2015*),.

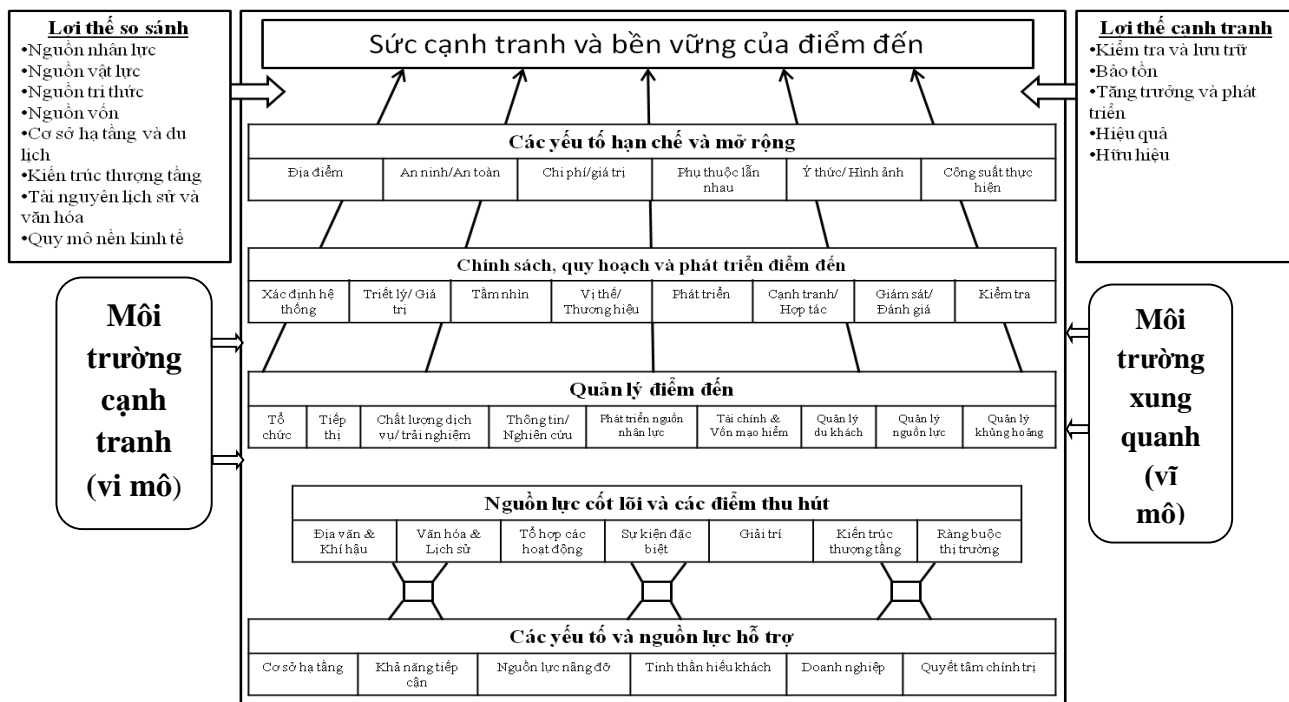
Từ các quan điểm trên cho thấy, NLCT của điểm đến DL là một khái niệm phức tạp và đa chiều bởi sự đa dạng của DL. Trong nghiên cứu này, tác giả cho rằng: *NLCT điểm đến DL là khả năng điểm đến có thể tạo ra và cung cấp cho du khách những sản phẩm, dịch vụ với chất lượng vượt trội hơn các điểm đến khác nhằm nâng cao thị phần đồng thời bảo tồn và phát triển tài nguyên DL.*

### **2.2. Mô hình năng lực cạnh tranh bền vững của điểm đến du lịch**

Từ mô hình kim cương của Michael E. Porter (1990) về các nhân tố xác định lợi thế cạnh tranh của điểm đến, các nhà nghiên cứu về sau quan tâm nhiều hơn đến sức cạnh tranh bền vững của DL, do đó các mô hình nghiên cứu NLCT bền vững đã và đang được bổ sung và hoàn thiện theo thời gian. Tạo nên dấu ấn là mô hình của Ritchie và Crouch (1993), được đề xuất đầu tiên tại hội nghị Aiest ở Bariloche năm 1993, sau 10 năm, mô hình được cải thiện và xây dựng công phu, xuất bản thành sách “Điểm đến cạnh tranh” (*Ritchie và Crouch, 2003*). Mô hình của Ritchie và Crouch được đánh giá là toàn diện và chi tiết trong nghiên cứu về tính cạnh tranh bền vững của điểm đến (*Enright và Newton, 2004, 2005; Huddon, Ritchie, và Timur, 2004*), nó khác biệt và tiến bộ hơn các mô hình khác là không chỉ tập trung vào sản phẩm cụ thể hay hình ảnh điểm đến mà còn xem xét cả yếu tố quản lý và các yếu tố liên quan (*Schroeder, 1996 - trích*

lại từ Thái Thị Kim Oanh, 2015). Vì vậy, mô hình này được vận dụng rộng rãi khi nghiên cứu NLCT bền vững điếm đến DL ở trong và ngoài nước.

Trong nghiên cứu này, tác giả trình bày mô hình NLCT bền vững điếm đến du lịch của Ritchie và Crouch (2003), làm cơ sở phân tích NLCT bền vững của DL Huế.



**Hình 1. Mô hình năng lực cạnh tranh bền vững điếm đến của Ritchie và Crouch**

(Nguồn: Ritchie và Crouch, 2003)

Theo Ritchie và Crouch (2003), NLCT bền vững của DL được quyết định theo hai chiều, cụ thể **chiều thứ nhất**, hình thành từ những tài nguyên sẵn có (lợi thế so sánh) và việc khai thác các tài nguyên này (lợi thế cạnh tranh); **chiều thứ hai**, xác định NLCT DL gồm 5 nhân tố, trong đó 3 nhân tố chính: (i) *Nguồn lực cốt lõi và điếm thu hút*, (ii) *các yếu tố và nguồn lực hỗ trợ* và (iii) *Quản lý điếm đến* và 2 nhân tố tạo nên sự bền vững của một điếm đến là (iv) *chính sách, quy hoạch và phát triển điếm đến* và (v) *Các yếu tố hạn chế và mở rộng*.

*Nhân tố thứ nhất* được hiểu theo nghĩa là lợi thế so sánh trong kinh tế thương mại, thường được quyết định bởi các yếu tố sẵn có do điều kiện tự nhiên, kinh tế, văn hóa, lịch sử dân tộc mang lại; *nhân tố thứ hai* là sự tác động của con người thể hiện “quy trình sản xuất”, kết hợp nhân tố thứ nhất cùng với các yếu tố đầu vào khác nhằm tạo ra sản phẩm DL hấp dẫn du khách; *nhân tố thứ ba* thể hiện vai trò của các quá trình quản lý, lập kế hoạch, phổ biến và quảng bá... nhằm sử dụng và khai thác tài nguyên DL; *nhân tố thứ tư* - quản lý điếm đến thể hiện khả năng thực thi chiến lược phát triển DL của địa phương; và *nhân tố thứ năm* là các yếu tố hạn chế và mở rộng thể hiện ảnh hưởng của các yếu tố khác đến khả năng mở rộng phát triển điếm đến DL.

Ba nhân tố chính quyết định phần lõi của NLCT, đồng thời chịu ảnh hưởng của môi trường vi mô và môi trường vĩ mô. *Môi trường vi mô*: gồm các yếu tố cơ bản của điểm đến DL giúp so sánh với các điểm đến DL khác (chẳng hạn các thành viên trong ngành DL lữ hành, thị trường DL, các đối thủ cạnh tranh, đơn vị thụ hưởng...); *môi trường vĩ mô*, gồm các yếu tố tác động đến môi trường vi mô, chẳng hạn: nhận thức về môi trường tự nhiên, quá trình tái cơ cấu nền kinh tế, sự thay đổi của đặc điểm nhân khẩu học, sự phức tạp trong môi trường tương tác giữa tài nguyên công nghệ và nguồn nhân lực. Môi trường vi mô và môi trường vĩ mô tác động lẫn nhau đồng thời ảnh hưởng đến các nhân tố phần lõi của NLCT. 5 nhân tố trong mô hình Ritchie và Crouch (2003) cấu thành bởi 36 thuộc tính để đo lường NLCT bền vững một điểm đến.

### 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Vận dụng mô hình NLCT điểm đến du lịch của Ritchie và Crouch (2003) nghiên cứu cho điểm đến du lịch Huế. Trong giới hạn chỉ tập trung nghiên cứu trên đối tượng khảo sát là khách du lịch nên một số biến trong mô hình ban đầu như: *xác định hệ thống, giám sát đánh giá, kiểm toán của yếu tố chính sách quy hoạch và phát triển điểm đến; thông tin và nghiên cứu, tài chính, quản lý khủng hoảng thuộc yếu tố quản lý điểm đến; và công suất thuộc yếu tố hạn chế và mở rộng* sẽ không có cơ sở và thông tin để du khách đánh giá. Do đó, thang đo được điều chỉnh dựa trên sự kế thừa và kết hợp tham khảo ý kiến chuyên gia. 29/36 biến được đề xuất để nghiên cứu NLCT bền vững cho điểm đến du lịch Huế thông qua đánh giá của du khách.

**Nguồn dữ liệu:** nghiên cứu được thực hiện dựa trên kết quả khảo sát bằng bảng hỏi đối với khách du lịch quốc tế và nội địa. *Bảng hỏi gồm: phần 1* là thông tin chung của đối tượng khảo sát, *phần 2* gồm 26 câu hỏi về NLCT bền vững và 03 câu hỏi đánh giá chung về NLCT bền vững của du lịch Huế. Sử dụng thang đo likert 5 mức độ, từ 1- hoàn toàn không tốt đến 5 - rất tốt.

**Xác định cỡ mẫu và chọn mẫu nghiên cứu:** thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA) cỡ mẫu tối thiểu với tỷ lệ 5:1, nghĩa là 5 mẫu tương ứng với 1 biến quan sát (Hair, 2010). Do đó, số mẫu cần ít nhất là  $n = 145$  (29 biến x 5). Khi thực hiện chọn mẫu, do không thể có đầy đủ thông tin của du khách (khung mẫu) nên nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện đối với khách DL nội địa và quốc tế đang tham quan và lưu trú tại TTH để thu thập thông tin. Thực hiện khảo sát tại khách sạn Hương Giang, Sài Morin, Century, Duy Tân, Đại Nội, Ga Huế và một số điểm tham quan tại TTH trong thời gian tháng từ 11/2016 đến 4/2017.

**Tổng hợp và xử lý dữ liệu:** 320 bảng hỏi thu về, trong đó số bảng hỏi phù hợp cho nghiên cứu là 236 (73,75%). Dữ liệu được xử lý và phân tích trên phần mềm SPSS 22.0

với các phương pháp như kiểm định độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha), phân tích nhân tố khám phá (EFA), mô hình hồi quy tuyến tính và một số phân tích thống kê khác.

#### 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

##### \* Thông tin chung về mẫu khảo sát

Trong 236 mẫu khảo sát có 158 khách nội địa chiếm 66.95% và 78 khách quốc tế chiếm 33,05%; nam chiếm 53% và nữ là 47%; hơn 66% người có độ tuổi trong khoảng từ 20- 40 tuổi và hơn 20% khách có độ tuổi từ 40-50 tuổi; Trong tổng mẫu nghiên cứu, người có trình độ đại học và sau đại học chiếm 56,8%, số còn lại là trình độ cao đẳng, trung cấp và khác. Đặc điểm của mẫu phù hợp với đặc điểm về nguồn khách, tuổi, giới tính, trình độ của khách DL mà một số nghiên cứu trên cùng địa bàn đã thực hiện (*Tám và CS, 2012; Liên, 2013*).

##### \* Kiểm tra độ tin cậy thang đo

Với 26 thuộc tính của 5 nhân tố đo lường NLCT bền vững và 03 tiêu chí đánh giá chung về NLCT của DL Huế, nghiên cứu kiểm tra độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha.

**Bảng 1. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha**

Nhân tố	Hệ số Cronbach's Alpha
1. Nguồn lực cốt lõi và điểm thu hút	0,808
2. Các yếu tố và nguồn lực hỗ trợ	0,788
3. Chính sách, qui hoạch và phát triển điểm đến	0,696
4. Quản lý điểm đến	0,809
5. Yếu tố mở rộng	0,810

(Nguồn: Xử lý dữ liệu điều tra của tác giả, 2017)

Thang đo được chấp nhận và đánh giá tốt khi hệ số Cronbach's Alpha tổng thể > 0,6 và hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item – Total correlation) > 0,3 (Hair và CS, 1998). Bảng 1 thể hiện kết quả kiểm định thang đo 5 nhân tố có hệ số Cronbach's Alpha từ 0,696 – 0,810, hệ số tương quan biến tổng của các nhân tố trên > 0,3, chứng tỏ thang đo NLCT bền vững của DL Huế là thang đo lường tốt.

##### \* Phân tích nhân tố khám phá (EFA – Exploratory Factors Analysis)

Sử dụng kiểm định KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) để xem xét sự phù hợp của dữ liệu, kết quả kiểm định cho thấy, KMO = 0,866 ( $0,5 < KMO < 1$ ) với mức ý nghĩa thống kê là 0,000 khẳng định dữ liệu phù hợp để phân tích nhân tố.

Để EFA có giá trị thực tiễn, biến quan sát có hệ số tải nhân tố (Factor loading)  $\geq 0,55$  với cỡ mẫu từ 100 – 350, đồng thời hệ số Eigenvalue  $\geq 1$ , giá trị tổng phương sai trích  $\geq 50\%$  (Gerbing và Anderson, 1998; Hair và CS, 1998). Kết quả phân tích EFA cho thấy, 05 biến quan sát bị loại do hệ số tải nhân tố  $< 0,55$  và chênh lệch hệ số tải nhân

tổ lớn nhất và hệ số tải nhân tố bất kỳ của biến quan sát  $\leq 0,3$  gồm: *Có nhiều thông tin về điểm đến, Hình ảnh điểm đến được biết đến rộng rãi, Có định hướng du khách có trách nhiệm với tài nguyên DL, Nguồn nhân lực DL dồi dào và Dịch vụ DL phát triển, chuyên nghiệp*. Kết quả rút trích EFA lần 2 như sau (Bảng 2):

**Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố thang đo NLCT bền vững điểm đến DL Huế**

Biến quan sát	Hệ số tải các nhân tố (Factor Loading)				
	1	2	3	4	5
1. Chính sách, kế hoạch phát triển DL được nhận thấy rõ ràng	0,786				
2. Điểm đến thân thiện (dân cư, các thủ tục, quy định...)	0,746				
3. Tiêu chuẩn của dịch vụ du lịch được nhận biết rõ ràng	0,735				
4. Có hệ thống tiếp nhận và xử lý phản hồi của khách du lịch	0,722				
5. Chính quyền có quan tâm đến phát triển du lịch	0,687				
6. Có nhiều phương tiện thông tin tiếp thị cho điểm đến	0,633				
1. Môi trường sinh hoạt an toàn (an ninh, trật tự, cạnh tranh...)		0,755			
2. Cơ sở hạ tầng địa phương phát triển		0,632			
3. Giá cả các dịch vụ du lịch hợp lý		0,618			
4. Sức chứa du lịch lớn (khách sạn, nhà hàng, giao thông...)		0,563			
5. Giao thông đến và đi thuận lợi		0,558			
1. Có nhiều cơ sở, phương tiện phục vụ du lịch			0,757		
2. Điều kiện tự nhiên, thời tiết, khí hậu			0,614		
3. Tổ chức các hoạt động DL của địa phương chuyên nghiệp			0,578		
1. Có liên kết với các điểm du lịch khác				0,768	
2. Có tính quốc tế trong du lịch				0,708	
3. Có nhiều hoạt động vui chơi, giải trí				0,691	
1. Có các hoạt động khác biệt mà nơi khác không có					0,712
2. Truyền thống văn hóa, lịch sử					0,673
3. Có các sự kiện lớn (văn hóa, du lịch, thể thao...)					0,661
4. Có điểm thu hút đặc trưng					0,564
Eigenvalue	7,724	2,015	1,403	1,302	1,159
Phương sai trích tích lũy (%)	36,779	46,373	53,055	59,257	64,776
Hệ số Cronbach alpha	0,866	0,784	0,740	0,755	0,745

(Nguồn: Xử lý dữ liệu điều tra của tác giả, 2017)

Tại mức giá trị Eigenvalue  $> 1$ , phân tích nhân tố đã rút trích được 5 nhân tố với 21 biến quan sát có phương sai trích tích lũy là 64,776%, nghĩa là 64,776% thay đổi của các nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát; kiểm định độ tin cậy thang đo cho 5 nhân tố mới, hệ số Cronbach's alpha từ 0,740- 0,866 và các biến quan sát của mỗi nhân tố có tương quan biến tổng  $> 0,3$  chứng tỏ thang đo này đạt yêu cầu.

Đối với nhóm tiêu chí đánh giá NLCT bền vững của DL Huế (*Mức độ hấp dẫn, Sự hài lòng, Khả năng cạnh tranh bền vững*), hệ số Cronbach's Alpha, kiểm định KMO và

EFA đều thỏa mãn các điều kiện nêu trên. Nhóm này là biến kết quả trong phân tích mô hình hồi quy tương quan.

**\* Điều chỉnh tên các nhân tố**

So với mô hình của Ritchie & Crouch (2003), nghiên cứu NLCT bền vững của DL Huế gồm 5 nhân tố, tuy các thuộc tính của mỗi nhân tố có sự thay đổi nhưng về cơ bản được chia thành 2 nhóm, nhóm nhân tố chính quyết định phân lõi của NLCT gồm NGUỒN LỰC CỐT LÕI, MÔI TRƯỜNG SỐNG VÀ HẠ TẦNG DU LỊCH, YẾU TỐ HỖ TRỢ và nhóm nhân tố tạo nên sự bền vững QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN, LIÊN KẾT TRONG DU LỊCH (Bảng 3).

**Bảng 3. Điều chỉnh tên 05 nhân tố ảnh hưởng đến NLCT bền vững của du lịch Huế**

<b>Nhân tố</b>	<b>Biến quan sát</b>
<b>QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Chính sách, kế hoạch phát triển du lịch được nhận thấy rõ ràng</li> <li>2. Điểm đến thân thiện (dân cư, các thủ tục, quy định...)</li> <li>3. Tiêu chuẩn của dịch vụ du lịch được nhận biết rõ ràng</li> <li>4. Có hệ thống tiếp nhận và xử lý phản hồi của khách du lịch</li> <li>5. Chính quyền có quan tâm đến phát triển du lịch</li> <li>6. Có nhiều phương tiện thông tin tiếp thị cho điểm đến</li> </ol>
<b>MÔI TRƯỜNG SỐNG VÀ HẠ TẦNG DU LỊCH</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Môi trường sinh hoạt an toàn (an ninh, trật tự, cạnh tranh...)</li> <li>2. Cơ sở hạ tầng địa phương phát triển (giao thông, liên lạc, y tế)</li> <li>3. Giá cả các dịch vụ du lịch hợp lý</li> <li>4. Sức chứa du lịch lớn (khách sạn, nhà hàng, giao thông...)</li> <li>5. Giao thông đến và đi thuận lợi</li> </ol>
<b>YẾU TỐ HỖ TRỢ</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Có nhiều cơ sở, phương tiện phục vụ du lịch</li> <li>2. Điều kiện tự nhiên, thời tiết, khí hậu</li> <li>3. Tổ chức các hoạt động du lịch của địa phương chuyên nghiệp</li> </ol>
<b>LIÊN KẾT TRONG DU LỊCH</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Có liên kết với các điểm du lịch khác</li> <li>2. Có tính quốc tế trong du lịch</li> <li>3. Có nhiều hoạt động vui chơi, giải trí</li> </ol>
<b>NGUỒN LỰC CỐT LÕI</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Có các hoạt động khác biệt mà nơi khác không có</li> <li>2. Truyền thống văn hóa, lịch sử</li> <li>3. Có các sự kiện lớn (văn hóa, du lịch, thể thao...)</li> <li>4. Có điểm thu hút đặc trưng</li> </ol>

(Nguồn: Xử lý dữ liệu điều tra của tác giả, 2017)

**\* Kiểm định khác biệt đánh giá NLCT bền vững của du lịch Huế theo nguồn khách**

Các nhân tố *Quản lý điểm đến*, *Môi trường sống và cơ sở hạ tầng*, *Nguồn lực cốt lõi* được du khách đánh giá ở mức 4 (tốt), *Yếu tố hỗ trợ*, *Tính liên kết trong du lịch* chỉ đạt ở mức 3 (trung bình). Kết quả này cho thấy hoạt động DL Huế đang chủ yếu dựa vào nguồn lực cốt lõi và môi trường sẵn có, chưa phát huy được các yếu tố mang tính

hỗ trợ để nâng cao NLCT DL, nhất là cạnh tranh bền vững. Do đó kết quả đánh giá chung về NLCT bền vững của DL Huế chưa được đánh giá cao (mức 3).

Kiểm định sự khác biệt trong đánh giá NLCT bền vững của DL Huế theo nguồn khách thể hiện, dù giá trị trung bình của mỗi nhân tố có sự chênh lệch về mặt lượng nhưng không có sự khác biệt trong đánh giá giữa khách quốc tế và nội địa ( $\text{sig} > 0,05$ ). Đây là điểm thuận lợi cho các nhà quản lý du lịch trong quá trình xây dựng chính sách đồng nhất để nâng cao NLCT bền vững của điểm đến du lịch Huế.

**Bảng 4. Kiểm định giá trị trung bình và kiểm định Independent - sample T test các nhân tố ảnh hưởng NLCT bền vững của du lịch Huế**

NHÂN TỐ	Trung bình <sup>(1)</sup>		Trung bình <sup>(2)</sup>		
	Chung	Sig	Nội địa	Quốc tế	Sig
1. QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN	3,506	0,060	3,551	3,408	0,112
2. MÔI TRƯỜNG SỐNG VÀ HẠ TẦNG DL	3,595	0,055	3,642	3,500	0,096
3. YẾU TỐ HỖ TRỢ	3,376	0,000	3,422	3,282	0,205
4. TÍNH LIÊN KẾT TRONG DU LỊCH	3,364	0,000	3,335	3,423	0,391
5. NGUỒN LỰC CỐT LÕI	3,662	0,050	3,748	3,487	0,050
<b>ĐÁNH GIÁ CHUNG NLCT</b>	3,375	0,000	3,421	3,283	0,205

(Nguồn: Xử lý dữ liệu điều tra của tác giả, 2017)

(1) Kiểm định trung bình

$$t = 3$$

$$t = 4$$

(2) Kiểm định Independent- sample T – test

Không khác biệt

$$\text{Sig} \geq 0,05$$

**\* Mô hình hồi quy tuyến tính đa biến đo lường năng lực cạnh tranh bền vững của du lịch Huế**

Với Y – NLCT bền vững của điểm đến Huế; X<sub>1</sub>- Quản lý điểm đến, X<sub>2</sub> - Môi trường sống và hạ tầng DL, X<sub>3</sub> - Yếu tố hỗ trợ, X<sub>4</sub> - Tính liên kết trong du lịch, X<sub>5</sub> - Nguồn lực cốt lõi.

Các bước xác định mô hình hồi quy tuyến tính đa biến gồm kiểm định hệ số hồi quy: giá trị kiểm định t của 5 biến X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub> có  $\text{sig} < 0,05$  nên 5 biến độc lập tương quan và có ý nghĩa với biến phụ thuộc Y; độ phù hợp của mô hình (Adjusted R Square, Anova): Giá trị R<sup>2</sup> điều chỉnh = 89,1% (kiểm định F,  $\text{sig} \leq 0,05$ ), có ý nghĩa 89,1% biến phụ thuộc (NLCT) được giải thích bởi 05 biến độc lập, phân tích phương sai với  $\text{sig} < 0,01$  chứng tỏ mô hình lý thuyết phù hợp với thực tế, 05 biến độc lập tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc trong mô hình; ngoài ra, các kiểm định: hiện tượng đa cộng tuyến (Multiple Collinearity), hiện tượng tự tương quan của phần dư (Autocorrelation), kiểm định phương sai của sai số thay đổi (Heteroskedasticity) cho thấy mô hình thỏa mãn các điều kiện phân tích hồi quy tương quan.



Mô hình hồi quy với hệ số hồi quy chuẩn hóa (Standardized Coefficients) và mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập (chuyển đổi về % thể hiện ở bảng 5).

**Bảng 5. Mô hình hồi quy và tầm quan trọng của các biến độc lập theo tỷ lệ %**

Biến	Hệ số chuẩn hóa	%	Thứ tự
X <sub>1</sub> - Quản lý điểm đến	0,348	19,62	2
X <sub>2</sub> - Môi trường sống và hạ tầng DL	0,174	9,81	4
X <sub>3</sub> - Yếu tố hỗ trợ	0,795	44,81	1
X <sub>4</sub> - Tính liên kết trong du lịch	0,173	9,75	5
X <sub>5</sub> - Nguồn lực cốt lõi	0,284	16,01	3
TỔNG		100	

(Nguồn: Xử lý dữ liệu điều tra của tác giả, 2017)

Như vậy, các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT bền vững của DL Huế theo thứ tự quan trọng là: 1- Yếu tố hỗ trợ, 2- Quản lý điểm đến, 3- Nguồn lực cốt lõi, 4- Môi trường sống và hạ tầng DL và 5- Tính liên kết trong du lịch. Kết quả này đã chứng tỏ các điều kiện cần trong DL như Yếu tố hỗ trợ và Quản lý điểm đến đang đóng vai trò rất quan trọng trong NLCT bền vững của du lịch TTH.

#### **4. GỢI Ý NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH BỀN VỮNG CỦA DU LỊCH THỪA THIÊN HUẾ**

Từ kết quả phân tích năng lực cạnh tranh bền vững của du lịch Thừa Thiên Huế, nghiên cứu đưa ra một số gợi ý sau:

##### ***Thứ nhất, đối với nhóm nhân tố quyết định phần lõi của NLCT***

*Nguồn lực cốt lõi:* trong quá trình khai thác nguồn lực này cần quan tâm đến việc bảo tồn và phát triển bền vững cho DL Huế, nhất là khai thác các điểm DL tự nhiên, truyền thống văn hóa lịch sử; phát triển hoạt động DL theo hướng khác biệt hóa như: tăng cường khai thác tài nguyên đầm - hồ - suối – thác, đa dạng hóa sản phẩm du lịch và các loại hình dịch vụ đặc trưng, hướng đến phát triển loại hình du lịch tâm linh, cộng đồng và chữa bệnh nhằm khai thác lợi thế sẵn có.

*Môi trường sống và hạ tầng du lịch:* tiếp tục duy trì và phát huy *Môi trường sống và hạ tầng du lịch* ổn định, an toàn và hiện đại góp phần tạo nên một hình ảnh điểm đến DL ấn tượng và thu hút du khách; xây dựng chính sách phát triển nguồn nhân lực DL và tăng cường vai trò của người dân địa phương với hoạt động DL tại TTH

*Yếu tố hỗ trợ:* xây dựng trung tâm thương mại trên địa bàn TTH, đồng thời quy hoạch phát triển các chợ như chợ Đông Ba, Chợ An Cựu, tổ chức các chợ đêm trên tuyến phố du lịch trở thành điểm mua sắm du lịch chuyên nghiệp và tin cậy; chủ động khai thác *Sản phẩm du lịch trong mùa* thông qua liên kết giữa người dân địa phương và các nhà quản lý DL với những cam kết chặt chẽ nhằm tạo niềm tin cho du khách.

## ***Thứ hai, đối với nhóm nhân tố tạo nên sự bền vững của NLCT***

*Quản lý điểm đến:* tiếp tục phát huy ưu thế là một điểm đến thân thiện, đồng thời xây dựng và kết hợp tuyên truyền, phổ biến các tiêu chuẩn DL của địa phương; hình thành hệ thống tiếp nhận thông tin phản hồi của du khách theo nhiều hình thức (hòm thư, email, đường dây nóng...) tại các điểm DL để có những ứng xử kịp thời với các phản hồi của du khách; tăng cường hoạt động quảng bá DL từ người dân địa phương đến nhân viên DL, qua hệ thống máy tính đặt tại các điểm DL đến phương tiện truyền thông khác (tivi, đài, internet...) và tăng cường sự liên kết giữa du lịch và điện ảnh để quảng bá hình ảnh và thương hiệu du lịch Huế; cập nhật các quy định pháp lý về DL và hoạt động kinh doanh khác; hoàn thiện cơ chế chính sách bảo vệ tài nguyên và môi trường DL.

*Liên kết trong du lịch:* Đa dạng hóa các hình thức và phương tiện quảng bá DL ở phạm vi trong và ngoài nước; tăng cường liên kết giữa các điểm DL trong địa bàn, giữa các địa phương để hình thành nên các tour, tuyến du lịch mới; mặt khác cần tập trung đa dạng các điểm và hoạt động vui chơi giải trí vì đây là một trong những nguyên nhân làm ảnh hưởng đến thời gian lưu trú của khách DL tại Huế.

## **5. KẾT LUẬN**

Kết quả nghiên cứu NLCT bền vững của điểm đến du lịch TTH đã cho thấy thứ tự quan trọng của 5 nhân tố, *Yếu tố hỗ trợ, Quản lý điểm đến, Nguồn lực cốt lõi, Môi trường sống và Hạ tầng du lịch* và *Tính liên kết trong du lịch*. Trong đó, *Yếu tố hỗ trợ* là một trong hai nhân tố tạo nên sức cạnh tranh bền vững của một điểm đến đóng vai trò quan trọng nhất trong NLCT bền vững của du lịch Huế hiện nay, *Nguồn lực cốt lõi* được xem là lợi thế riêng có nhưng chỉ đóng vai trò thứ 3 trong mô hình nghiên cứu. Trên thực tế, dù đã có những cải thiện đáng kể về công tác quản lý, môi trường hay liên kết du lịch nhưng du lịch Huế vẫn đang phát triển dựa vào lợi thế tài nguyên sẵn có, đây chính là nguyên nhân làm hạn chế NLCT bền vững của điểm đến này. Từ kết quả phân tích, nghiên cứu đã đưa ra gợi ý tập trung vào *Nhóm nhân tố quyết định phần lõi của NLCT* và *Nhóm nhân tố tạo nên sự bền vững của NLCT* nhằm góp phần nâng cao NLCT bền vững cho điểm đến du lịch Huế.

Mặc dù vận dụng mô hình nghiên cứu của Ritchie và Crouch (2003) nghiên cứu cho điểm đến du lịch Huế, nhưng do đối tượng khảo sát chỉ gồm khách du lịch nên một số biến không được sử dụng, thêm vào đó nghiên cứu chưa làm rõ được tác động của môi trường vi mô và môi trường vĩ mô đến NLCT của điểm đến Huế, vì vậy kết quả nghiên cứu có một số hạn chế nhất định. Những hạn chế này cũng gợi mở cho tác giả bổ sung và hoàn thiện cho những nghiên cứu về sau.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cracolici, M. F., Nijkamp, P. & Rietveld, P. (2008), *Assessment of tourist competitiveness by analyzing destination efficiency*, Tourism Economics, 2008, 14(20), 325 – 342.
2. Dwyer, L, Kim, C. (2003), *Destination competitiveness: Determinants and indicators*, Current Issues in Tourism, 6(5), 369-414.
3. Enright, M. J., Newton, J. (2004), *Tourism destination competitiveness: a quantitative approach*. Tourism Management, 25(6), 777-788.
4. Enright, M. J, Newton, J. (2005), *Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality*, Journal of Travel Research, 43(4), 339 -350.
5. Gerbing, D.W., Anderson, J.C., (1988), *An updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment*, Journal of Marketing Research 25 (2), 186-192.
6. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998), *Multivariate data analysis (5th ed.)*, New Jersey: Prentice Hall.
7. Hudson, S., J.R.B. Ritchie and S. Timur (2004), *Measuring Destination Competitiveness: An Empirical Study of Canadian Ski Resorts*, Tourism Hospitality Planning and Development, 1(1), 79-94.
8. Trần Thị Ngọc Liên (2013), *Nghiên cứu phát triển bền vững du lịch di sản ở Thừa Thiên Huế*, Báo cáo nghiên cứu khoa học cấp Đại học Huế, DHH 2012-10-03.
9. Michael E. Porter, (1990), *The competitive Advantage of nations*, New York: Free Press.
10. Bùi Thị Tám, Mai Lê Quyên (2012), *Đánh giá khả năng thu hút khách của điểm đến Huế*, Tạp chí khoa học Đại học Huế, 72b(3), 295-305.
11. Ritchie, J. R. B., & J. I. Crouch (1993), *Competitiveness in International Tourism: A Framework for Understanding and Analysis*, Proceedings of the 43<sup>rd</sup> congress of the Association internationale d' Experts Scientifique du Tourisme on Competitiveness of Long- Haul Tourist Destination, St. Gallen, Switzerland: A.I.E.S.T., 23 – 71.
12. Ritchie, J. R. B., Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A sustainable tourism perspective (First.)*, CABI, 2003.
13. Salah Hassan (2000), *Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry*, Journal of Travel Research 38(3), 239-245.
14. Thái Thị Kim Oanh (2015), *Đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo của Tỉnh Nghệ An và Khuyến nghị chính sách*, Luận án tiến sỹ quản lý Kinh tế, Trường ĐH Kinh tế Quốc dân Hà Nội.
15. Sở Văn hóa, Thể thao, Du lịch Thừa Thiên Huế (2013), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch TTH 2013 – 2020*.

16. Sở du lịch Thừa Thiên Huế (2018), *Tình hình hoạt động kinh doanh du lịch tháng 12 năm 2017*.
17. UNWTO (2007), *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2007*, Furthering the process of Economics development, Geneva, Switzerland.

## **IMPROVING SUSTAINABLE COMPETITIVENESS OF THUA THIEN HUE TOURISM**

**Nguyễn Thi Le Huong, Phan Thanh Hoan**

HU – University of Economics, 99 Ho Duc Di St., Hue, Vietnam

**Abstract:** *Thua Thien Hue has various favorable conditions to become an attractive tourist destinations in Vietnam. However, TTH tourism activities have been mainly based on "core resources" and lack of appropriate policies to strengthen "supportive factors" or "tourism links", so the sustainable competitiveness has not good. Therefore, the recommendations of this study in order to improve sustainable competitiveness of TTH tourism.*

**Key words:** *competitiveness, sustainability, tourism, Thua Thien Hue*