



YẾU TỐ TÀI NGUYÊN DU LỊCH TRONG NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THỪA THIÊN HUẾ

Lê Thị Ngọc Anh*

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, 99 Hồ Đắc Di, TP. Huế, Thừa Thiên Huế, Việt Nam

Tóm tắt: Nghiên cứu năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch thu hút sự chú ý của nhiều đối tượng liên quan trong hơn thập niên qua. Nhiều nghiên cứu về vấn đề này đã cho thấy rõ vai trò quan trọng của tài nguyên du lịch (TNDL) trong việc xây dựng và phát huy năng lực cạnh tranh của một điểm đến du lịch. Thừa Thiên Huế (TTH) được biết đến là một địa phương giàu tài nguyên du lịch, nhất tài nguyên du lịch văn hóa. Tuy nhiên, thực tiễn phát triển du lịch TTH trong thời gian qua chưa thực sự tương xứng với tiềm năng tài nguyên, và năng lực cạnh tranh của điểm đến đang là vấn đề đáng quan tâm. Câu hỏi đặt ra là tài nguyên du lịch có vai trò như thế nào trong năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch TTH. Kết quả điều tra ý kiến của các chuyên gia, các nhà quản lý và những người làm công tác thực tiễn cho thấy tất cả các yếu tố TNDL của TTH được đánh giá có khả năng cạnh tranh cao hơn hẳn so với các điểm đến như Đà Nẵng và Hội An. Trong đó, “cảnh quan thiên nhiên” và “các điểm di tích lịch sử văn hóa” đóng vai trò quan trọng cần được đặc biệt quan tâm chú ý. Từ đó, việc quản lý và phát huy tốt các giá trị TNDL sẽ góp phần tích cực vào việc nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch Thừa Thiên Huế.

Từ khóa: tài nguyên du lịch, năng lực cạnh tranh, Thừa Thiên Huế

1 Đặt vấn đề

Huế được đánh giá có tài nguyên du lịch (TNDL) vượt trội hơn so với Đà Nẵng và Hội An (Bùi Thị Tâm, Mai Lệ Quyên, 2012), nhưng trong những năm gần đây khả năng cạnh tranh của du lịch Thừa Thiên Huế lại tỏ ra yếu thế hơn so với 2 điểm đến lân cận. Điều này thể hiện trong tương quan tổng lượng khách du lịch: đến Huế 3,2 triệu lượt khách/ đến Đà Nẵng 5,51 triệu lượt khách/ đến Hội An 2,6 triệu lượt khách năm 2016. Vấn đề đặt ra là liệu tài nguyên du lịch của Thừa Thiên Huế (TTH) có phải là thế mạnh để tạo ra lợi thế cạnh tranh không? Liệu việc sở hữu lợi thế về TNDL thì có đảm bảo được nền tảng của năng lực cạnh tranh cho một điểm đến hay không? Trả lời cho những câu hỏi này có ý nghĩa quan trọng trong việc quản lý và sử dụng hợp lý các TNDL trong nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến Huế.

2 Tổng quan vấn đề nghiên cứu

Tài nguyên du lịch

Tài nguyên du lịch bao gồm các yếu tố thuộc về tự nhiên, di tích lịch sử và các giá trị văn hóa do con người tạo ra. Chúng là các yếu tố cơ bản để hình thành sản phẩm du lịch tạo nên sự hấp dẫn và khả năng cạnh tranh cao của điểm đến du lịch.

* Liên hệ: ngocanhle@hce.edu.vn

Theo Tổ chức du lịch thế giới (UNWTO), tài nguyên du lịch được phân làm 3 loại dựa vào những đặc tính nhất định của TNDL và cho thấy rằng TNDL rất phong phú, đa dạng. Theo Bùi Thị Tám và cs. (2014, Tr. 53–63), tài nguyên du lịch có thể được chia thành hai loại: tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn. Theo Luật Du lịch (2017) thì tài nguyên du lịch lại được chia thành 2 loại: tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa và đây cũng là cách phân loại được sử dụng trong nghiên cứu này.

Tài nguyên du lịch tự nhiên: Tài nguyên du lịch tự nhiên của một điểm đến là những yếu tố được xác định trong phạm vi môi trường mà khách du lịch thích tại một điểm đến. Chúng bao gồm khí hậu, thảm động – thực vật, phong cảnh và những yếu tố khác. Michael Porter và những nhà nghiên cứu khác đã nhấn mạnh “các yếu tố tạo ra” như một nguồn lực của lợi thế cạnh tranh điểm đến, các yếu tố của tài nguyên tự nhiên là rất quan trọng đối với nhiều loại hình du lịch và sự hài lòng của du khách (Buckley, 1994; Dunn và Iso-Ahola, 1991).

Tài nguyên du lịch văn hóa: Khác với TNDL tự nhiên, TNDL văn hóa có nguồn gốc nhân tạo, nghĩa là do con người sáng tạo ra. Theo quan điểm chung được chấp nhận hiện nay, toàn bộ những sản phẩm có giá trị về vật chất cũng như tinh thần do con người sáng tạo ra đều được coi là những sản phẩm văn hóa. Như vậy, TNDL nhân văn cũng được hiểu là những TNDL văn hóa... Tuy nhiên, chỉ những sản phẩm văn hóa nào có giá trị phục vụ du lịch mới được coi là TNDL văn hóa.

Các nhà nghiên cứu như Cohen (1988), Murphy và các cs. (2000), Prentice (1993) cho rằng các di sản và văn hóa của một điểm đến, lịch sử của nó, đặc trưng kiến trúc, ẩm thực, nghệ thuật truyền thống, âm nhạc, thủ công mỹ nghệ, khiêu vũ... là những yếu tố tạo nên nguồn lực để thu hút khách du lịch.

Năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

Hoạt động du lịch thời gian qua đã có những sự thay đổi hết sức lớn lao cả về lượng lẫn chất. Và hơn hết, cạnh tranh trên các thị trường du lịch trở nên khốc liệt hơn trước, đòi hỏi các điểm đến du lịch phải đổi mới, sáng tạo liên tục nếu không muốn bị đào thải. Chính vì vậy, đánh giá năng lực cạnh tranh (NLCT) của điểm đến du lịch là một đề tài thu hút nhiều quan tâm trong cả nghiên cứu lý thuyết lẫn áp dụng thực tiễn.

Về phương diện lý thuyết, trên thế giới, số lượng nghiên cứu về lĩnh vực này khá nhiều và đã có một lịch sử khá lâu dài. Khá nhiều mô hình đánh giá NLCT du lịch đã được đề xuất và áp dụng.

Nghiên cứu của Vengesayi (2003) đề xuất mô hình nghiên cứu năng lực cạnh tranh và thu hút của một điểm đến, trong đó năng lực cạnh tranh được đánh giá dựa vào bốn yếu tố chính: (i) tài nguyên và các hoạt động, (ii) môi trường trải nghiệm, (iii) các dịch vụ hỗ trợ, và (iv) truyền thông/quảng bá.

Ritchie và Crouch (1999, 2003) đề xuất và phát triển một mô hình đánh giá toàn diện một điểm đến cạnh tranh trong một loạt các nghiên cứu của mình. Mô hình này kết hợp các yếu tố vi mô và vĩ mô, lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh của một điểm đến quốc gia hoặc vùng lãnh thổ.

Trên cơ sở kết quả của Crouch và Ritchie (1999), Dwyer và Kim (2003) đã phát triển thành công mô hình tích hợp đa yếu tố để đánh giá NLCT du lịch. Mô hình lý thuyết của Dwyer và Kim đưa ra những nhóm yếu tố chính sau đây khi đánh giá NLCT du lịch: (1) Các tài nguyên du lịch; (2) Các điều kiện hoàn cảnh; (3) Cầu; (4) Quản lý; (5) Mối liên hệ giữa các yếu tố. Dwyer và Kim (2003) cho rằng TNDL là một trong những yếu tố quan trọng trong NLCT của điểm đến. Hai nhà nghiên cứu này cũng đã phân biệt giữa nguồn lực kế thừa và nguồn lực tạo ra

Tóm lại, các lý thuyết về NLCT du lịch có sự khá đồng nhất trong hệ thống hoá và lựa chọn các biến tổng hợp phản ánh năng lực cạnh tranh cũng như mối tương tác giữa các yếu tố với nhau. Tuy nhiên, kết luận chung của các lý thuyết về NLCT trong du lịch là sự cần thiết của việc tạo ra và dựa vào những lợi thế so sánh đặc trưng.

Về phương diện vận dụng thực tiễn, hai mô hình lý thuyết thường được nhiều nghiên cứu áp dụng nhất là của Crouch và Ritchie (1999), và Dwyer và Kim (2003). Gomezelj (2006) đã áp dụng mô hình của Dwyer và Kim (2003) để xác định NLCT của du lịch Slovenia dựa trên khảo sát ý kiến của du khách. Tanja và cs. (2011) đã giữ lại một phần gốc của mô hình tích hợp NLCT của điểm đến của Dwyer và cs., đồng thời Tanja cũng đã thông qua mô hình của Gomezelj – mô hình đánh giá NLCT của du lịch Slovenia để đánh giá NLCT của du lịch Serbia. Vengesayis (2013) nghiên cứu tác động của tài nguyên điểm đến, dịch vụ hỗ trợ và nguồn nhân lực đến NLCT của Zimbabwe. Goffi (2013) áp dụng mô hình của Crouch và Ritchie (2000) đánh giá NLCT của điểm đến Italia. Kết quả của những nghiên cứu này đều chỉ ra rằng các yếu tố thuộc về tài nguyên du lịch như thời tiết, phong cảnh, di tích lịch sử, di sản và nghệ thuật truyền thống, ẩm thực, sự kiện là các yếu tố tạo nên lợi thế và thu hút của điểm đến.

Đối với các nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam, một số học giả gần đây đã đánh giá NLCT của điểm đến du lịch thông qua kết hợp mô hình lý thuyết và khảo sát thực tế như Thái Thị Kim Oanh (2015) đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo của tỉnh Nghệ An và khuyến nghị chính sách dựa vào mô hình gốc của Dwyer và Kim (2003); Bùi Thị Tám và Mai Lệ Quyên (2012) với nghiên cứu “Đánh giá khả năng thu hút du khách của điểm đến Huế” đã chỉ ra các thuộc tính hấp dẫn của điểm đến Huế trong mối liên hệ so sánh với các điểm đến khác thuộc Hành lang kinh tế Đông – Tây, phía Việt Nam. Kết quả của những đề tài này cũng chỉ ra rằng các yếu tố thuộc về tài nguyên du lịch tự nhiên sẵn có, văn hóa, ẩm thực, lịch sử là các thuộc tính chính tạo nên sức hấp dẫn du khách của điểm đến du lịch.

3 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng kết hợp phương pháp phân tích định tính và phân tích định lượng, cụ thể là phân tích các tài liệu, phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua việc phân tích số liệu khảo sát ý kiến đánh giá của chuyên gia để làm rõ câu hỏi nghiên cứu.

Phương pháp phân tích tài liệu: Đây là phương pháp tìm ra những nội dung tư tưởng cơ bản của tài liệu, tìm ra những vấn đề có liên quan đến phân tích yếu tố TNDL trong NLCT của điểm đến du lịch. Thông qua việc phân tích các mô hình và kết quả của các nghiên cứu có liên quan, tác giả tiến hành xây dựng khung nghiên cứu để phân tích yếu tố tài nguyên du lịch trong năng lực cạnh tranh của điểm đến Huế.

Phương pháp điều tra số liệu sơ cấp: Tiến hành phỏng vấn trực tiếp bằng phiếu điều tra (bảng câu hỏi) kết hợp phỏng vấn sâu về các vấn đề liên quan. Đối tượng điều tra là các nhà quản lý về du lịch và ban ngành liên quan, cán bộ giảng dạy nghiên cứu về du lịch, đại diện các doanh nghiệp và những người làm công tác thực tiễn (trong nghiên cứu này từ chuyên gia được dùng để chỉ tất cả các đối tượng điều tra). Số lượng phiếu phát ra là 125, thu về là 119, và sau quá trình sàng lọc tác giả lựa chọn được 113 phiếu có thể sử dụng được.

Về cơ cấu mẫu điều tra, 42,5 % chuyên gia có độ tuổi trên 40 tuổi; 36 % chuyên gia có thâm niên trên 10 năm; 79,6 % chuyên gia thuộc lĩnh vực doanh nghiệp du lịch và lữ hành; 12,4 % chuyên gia là giảng viên các trường đại học/cao đẳng, và 8,0 % từ cơ quan ban ngành tại Thừa Thiên Huế (Bảng 1).

Thông tin từ các phiếu khảo sát này được tổng hợp và xử lý thống kê trên phần mềm SPSS để phân tích và so sánh điểm đến Huế với các điểm đến lân cận (Đà Nẵng và Hội An).

Bảng 1. Cơ cấu mẫu điều tra

Tiêu chí	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Tiêu chí	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
1. Thâm niên công tác			2. Thâm niên công tác liên quan du lịch		
Dưới 5 năm	30	27,0	Dưới 5 năm	33	26,9
5–10 năm	41	36,9	5–10 năm	38	33,9
11–15 năm	22	19,8	11–15 năm	25	22,3
16–20 năm	10	9,0	16–20 năm	11	9,8
Trên 20 năm	8	7,2	Trên 20 năm	5	4,5
Tổng	113	100	Tổng	113	100
3. Lĩnh vực công tác			4. Độ tuổi		
Cơ quan ban ngành	9	8,0	Dưới 30 tuổi	26	23,0
Giảng viên Đại học, cao đẳng du lịch	14	12,4	31–40 tuổi	39	34,5
Doanh nghiệp khách sạn và lữ hành	90	79,6	41–50 tuổi	30	26,5
			Trên 50 tuổi	18	15,9
Tổng	113	100	Tổng	113	100
5. Vị trí/ Chức vụ công tác hiện tại					
Giám đốc	19	16,8	Phó Giám đốc	8	7,1

Tiêu chí	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Tiêu chí	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
1. Thâm niên công tác			2. Thâm niên công tác liên quan du lịch		
Giảng viên	13	11,2	Phó Tổng giám đốc	4	3,5
Hướng dẫn viên du lịch	19	16,8	Quản lý	27	23,9
Nhân viên	6	5,3	Trưởng bộ phận	12	10,6
Phó Bộ phận	4	3,5			
Tổng	113	100			

Nguồn: số liệu điều tra, 2017

4 Kết quả nghiên cứu

4.1 Khả năng cạnh tranh của các tài nguyên du lịch tự nhiên của điểm đến Thừa Thiên Huế

Kết quả khảo sát cho thấy các chuyên gia được hỏi đánh giá cao về hầu hết các tiêu chí thuộc TNDL tự nhiên của điểm đến Huế. Cụ thể, các chuyên gia đánh giá cao nhất đối với tiêu chí “cảnh quan thiên nhiên” (4,38) với 46,9 % chuyên gia tham gia cuộc khảo sát đánh giá là có khả năng cạnh tranh cao và 46 % đánh giá khả năng cạnh tranh rất cao. Tiếp theo là “hệ thống đồi núi” (4,00), “hệ thống sông ngòi” (3,99), “vườn quốc gia/ khu bảo tồn thiên nhiên” (3,99), “các suối nước nóng” (3,94) và “hệ thực vật – động vật” (3,72) cũng được các chuyên gia nhìn nhận có khả năng cạnh tranh cao của điểm đến Huế (Bảng 2). Đối với tiêu chí “khí hậu phù hợp với hoạt động du lịch” và “vị trí địa lý” được các chuyên gia đánh giá khả năng cạnh tranh trung bình. Điều này cho thấy những ưu thế về tài nguyên thiên nhiên sẵn có của du lịch Huế hiện nay.

Bảng 2. So sánh ý kiến chuyên gia về tài nguyên du lịch tự nhiên của điểm đến Huế, Đà Nẵng và Hội An

Tiêu chí	Giá trị trung bình*		
	Huế	Đà Nẵng	Hội An
Khí hậu phù hợp cho hoạt động du lịch	2,67	3,80	3,65
Cảnh quan thiên nhiên	4,38	3,51	3,08
Hệ thống đồi núi	4,00	3,31	2,23
Các bãi biển	3,27	4,22	3,06
Hệ thống sông ngòi	3,99	3,27	2,76
Hệ thực vật và động vật	3,72	3,17	2,76
Thiên nhiên hoang sơ	4,07	2,85	2,62
Vườn quốc gia/khu bảo tồn thiên nhiên	3,99	2,69	2,13
Các suối nước nóng	3,94	2,58	2,06
Vị trí địa lý	3,22	4,06	3,38

Ghi chú: * Thang đo Likert: Từ 1 – Khả năng cạnh tranh rất thấp đến 5 – Khả năng cạnh tranh rất cao

Nguồn: xử lý số liệu điều tra, 2017

Tuy nhiên, trong điều kiện thị trường cạnh tranh ngày càng gia tăng, để đưa được các điểm mạnh của điểm đến thành lợi thế trong cạnh tranh thì cần phải cân nhắc đến các đối thủ

cạnh tranh trực tiếp hoặc tiềm năng. Do đó, tác giả đã tiến hành khảo sát ý kiến của các chuyên gia về yếu tố TNDL của hai điểm đến cạnh tranh quan trọng là Đà Nẵng và Hội An nhằm so sánh tương quan giữa ba điểm đến này (Bảng 2).

Các chuyên gia được hỏi đánh giá tiêu chí “khí hậu phù hợp cho hoạt động du lịch” của điểm đến Huế (2,67) có khả năng cạnh tranh thấp hơn so với Đà Nẵng (3,80) và Hội An (3,65). Như đã phân tích ở trên thì hoạt động du lịch Huế gặp nhiều bất lợi hơn do mưa kéo dài, so với Đà Nẵng và Hội An – những nơi có thời tiết ôn hòa và mùa khô kéo dài hơn, đây là điều kiện thuận lợi cho hoạt động du lịch ở hai điểm đến này. Vì vậy, Huế cần tạo thương hiệu cho mưa Huế, khai thác tối đa tài nguyên này để nâng cao khả năng cạnh tranh của mình.

Huế, Đà Nẵng và Hội An đều có các bãi biển được đánh giá là đẹp (như biển Lăng Cô, Cảnh Dương, Thuận An, Hàm Rồng... ở Huế; Mỹ Khê, Non Nước, Xuân Thiều, Nam Ô... ở Đà Nẵng; An Bàng, Cửa Đại... ở Hội An. Tuy nhiên, các chuyên gia lại đánh giá cao về khả năng cạnh tranh của “các bãi biển” ở Đà Nẵng. “Các bãi biển” ở Huế chỉ được đánh giá ở mức trung bình (3,27), có khả năng cạnh tranh thấp nhất trong ba điểm đến là Hội An. Qua đây, có thể thấy đối thủ cạnh tranh chính của Huế ở trong tiêu chí này là Đà Nẵng. Có sự khác biệt như vậy là do các bãi biển ở Huế có mức độ đầu tư còn thấp, hệ thống hạ tầng giao thông kết nối các điểm tắm biển thiếu đồng bộ. Hầu hết các bãi biển chưa có một dịch vụ nào thật sự ấn tượng, hoàn chỉnh và mang tính chuyên nghiệp, chưa có sự đầu tư về hệ thống khách sạn, nhà nghỉ đáp ứng nhu cầu lưu trú, ăn uống của du khách. Huế chưa tận dụng hết tiềm năng vốn có để khai thác triệt để lợi thế của các bãi biển đẹp. Trong khi đó, Đà Nẵng có tuyến giao thông đến các bãi biển khá thuận lợi, nhiều môn thể thao – hoạt động biển diễn ra như dù bay trên biển, lặn ngắm san hô... các khu resort nghỉ dưỡng hạng sang thu hút du khách. Vì vậy, Huế cần có kế hoạch để quy hoạch và khai thác tốt hơn tài nguyên “các bãi biển”, đồng thời cần liên kết với Đà Nẵng và Hội An để mở thêm các tour du lịch biển.

Với tiêu chí “hệ thống sông ngòi” thì Huế được đánh giá là có khả năng cạnh tranh cao nhất (3,99). Huế có hệ thống sông ngòi khá đa dạng, đặc biệt là sông Hương và hệ thống thủy đạo kinh thành Huế. Sự tập trung lớn các di sản văn hóa, lịch sử, các công trình kiến trúc đặc trưng... dọc hai bờ sông Hương là một lợi thế đặc biệt. Nhiều tour tuyến, sản phẩm du lịch đã được đưa vào khai thác và thu hút một lượng khách đáng kể như Ngắm cảnh sông Hương và Nghe ca Huế trên sông... Cạnh tranh mạnh với Huế ở tiêu chí này là Đà Nẵng (3,27). Đà Nẵng được biết đến với sông Hàn. Trên sông Hàn cũng đang khai thác khá hiệu quả các tour du lịch như Khám phá bãi cát vàng và Du ngoạn sông Hàn về đêm... Vì vậy, để duy trì vị thế và nâng cao khả năng cạnh tranh của mình thì Huế cần tiếp tục khai thác hơn nữa các tour du lịch sông nước, đồng thời cần bảo vệ môi trường để các sông Huế không bị ô nhiễm.

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy giữa các nhóm chuyên gia khác nhau có sự đánh giá khác nhau có ý nghĩa thống kê đối với đa số các tiêu chí của TNDL tự nhiên. Cụ thể, ngoại trừ

một số ít tiêu chí như “cảnh quan thiên nhiên”, “hệ thống đồi núi” và “các bãi biển” nhóm chuyên gia khác nhau về độ tuổi, thâm niên công tác, thâm niên công tác liên quan đến du lịch và lĩnh vực công tác thì có sự đánh giá khác nhau về các tiêu chí như “hệ thống sông ngòi”, “hệ thực vật và động vật”, “vườn quốc gia/ khu bảo tồn thiên nhiên”, “các suối nước nóng” và “vị trí địa lý”.

Để Huế là một điểm đến có khả năng cạnh tranh cao về hai tiêu chí “khí hậu phù hợp cho hoạt động du lịch” và “hệ thống sông ngòi” thì cần chú trọng khai thác các sản phẩm trong mưa Huế và sản phẩm du lịch về sông nước để có thể tận dụng tốt lợi thế của hai tài nguyên này. Đồng thời, cần chú trọng về công tác bảo vệ nguồn nước, giảm thiểu sự ô nhiễm cho các con sông ở Thừa Thiên Huế.

Thâm niên công tác: Tiêu chí “vườn quốc gia/ khu bảo tồn thiên nhiên” (Sig. = 0,018) và “các suối nước nóng” (Sig. = 0,048) có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê trung bình giữa đánh giá của các chuyên gia có thâm niên công tác khác nhau. Những chuyên gia có thâm niên công tác trên 20 năm đánh giá khá cao về hai tiêu chí này (giá trị trung bình lần lượt là 4,63 và 4,75). Ngược lại, những người có thâm niên công tác dưới 10 năm thì lại đánh giá không cao. Có sự khác biệt như vậy có thể là do những chuyên gia có thâm niên công tác lâu năm có cái nhìn sâu sắc hơn về giá trị khai thác và khả năng cạnh tranh lớn của các tài nguyên này. Những chuyên gia này đánh giá cao về khả năng có thể chữa bệnh, nâng cao sức khỏe của các suối nước nóng. Còn những chuyên gia trẻ tuổi lại muốn tìm thấy những dịch vụ giải trí mới, mạo hiểm, khám phá hơn của hai tiêu chí này. Vì vậy, du lịch Huế cần kết hợp giữa việc khai thác và bảo tồn tốt các vườn quốc gia/ khu bảo tồn thiên nhiên và các suối nước nóng.

Lĩnh vực công tác: Tiêu chí “hệ thống sông ngòi” và “hệ thực vật – động vật” đều có giá trị Sig. < 0,01, có nghĩa là có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê cao về đánh giá của các chuyên gia có lĩnh vực công tác khác nhau. Trong đó, nhóm giảng viên đại học/ cao đẳng là nhóm có đánh giá cao nhất (giá trị trung bình lần lượt là 4,50 và 4,43), tiếp đến là nhóm cơ quan ban ngành, cuối cùng là các doanh nghiệp du lịch và lữ hành (giá trị trung bình lần lượt là 3,88 và 3,58). Điều này có thể do nhóm giảng viên đại học/ cao đẳng nhìn nhận theo khía cạnh khả năng khai thác cao của hai tiêu chí này, trong khi đó nhóm doanh nghiệp du lịch và lữ hành nhìn vào thực tế khai thác các giá trị này để phục vụ du lịch tại điểm đến Huế vẫn chưa thật sự tốt.

4.2 Khả năng cạnh tranh của các yếu tố tài nguyên du lịch văn hóa của Thừa Thiên Huế

Các chuyên gia được hỏi đánh giá cao về hầu hết các tiêu chí thuộc TNDL văn hóa của điểm đến Huế. Cụ thể, các tiêu chí gồm “các điểm tham quan lịch sử/ di sản” (4,73), “các làng nghề truyền thống” (4,45), “âm thực” (4,44), “văn hóa đặc trưng” (4,40) và “những nét nghệ thuật/ kiến trúc” (4,35) được chuyên gia đánh giá khá nổi trội. Trong đó, được đánh giá cao nhất là tiêu chí “các điểm tham quan lịch sử/ di sản” chiếm đến 77 % ý kiến đánh giá khả năng

cạnh tranh rất cao. Tiêu chí “các bảo tàng” được các chuyên gia đánh giá có khả năng cạnh tranh trung bình chiếm 49,6 % trong tổng số các ý kiến đánh giá. Điều này được lý giải bởi Huế là điểm đến có bề dày lịch sử và chiều sâu văn hóa; nơi đây lưu trữ nhiều giá trị di sản văn hóa quý giá, đặc biệt là giá trị của Quần thể di tích cố đô Huế. Đây có lẽ là một trong những nguyên nhân quan trọng thu hút du khách đến Huế.

Khi so sánh các tiêu chí TNDL văn hóa của Huế, Đà Nẵng và Hội An, hầu hết các tiêu chí thuộc yếu tố TNDL văn hóa của điểm đến Huế được các chuyên gia đánh giá cao hơn so với của Đà Nẵng và Hội An (Bảng 3). Điều đó cho thấy Huế có khá nhiều lợi thế về TNDL văn hóa để cạnh tranh với các đối thủ. Tuy nhiên, Thừa Thiên Huế vẫn có một số tiêu chí được đánh giá thấp hơn về khả năng cạnh tranh so với Đà Nẵng, cụ thể là về tiêu chí “tính hấp dẫn của các sự kiện/ lễ hội” và “chất lượng của các sự kiện/ lễ hội”.

Bảng 3. Đánh giá của chuyên gia về tài nguyên du lịch văn hóa của điểm đến Huế, Đà Nẵng và Hội An

Tiêu chí	Giá trị trung bình*		
	Huế	Đà Nẵng	Hội An
Văn hóa đặc trưng	4,40	3,01	3,63
Các điểm tham quan lịch sử/di sản	4,73	2,93	3,26
Những nét nghệ thuật/kiến trúc	4,35	3,05	3,63
Nghệ thuật truyền thống	4,13	2,78	3,17
Ẩm thực	4,44	3,66	3,73
Các làng nghề truyền thống	4,45	2,89	3,81
Các bảo tàng	3,34	3,26	2,74
Sự phong phú của các sự kiện/lễ hội	<u>3,94</u>	<u>3,71</u>	<u>3,35</u>
Tính hấp dẫn của các sự kiện/lễ hội	<u>3,70</u>	<u>3,86</u>	<u>3,37</u>
Chất lượng của các sự kiện/lễ hội	<u>3,44</u>	<u>3,65</u>	<u>3,31</u>

Ghi chú: * Thang đo Likert: Từ 1 – Khả năng cạnh tranh rất thấp đến 5 – Khả năng cạnh tranh rất cao

Nguồn: xử lý số liệu điều tra, 2017

Ở Huế, hằng năm có rất nhiều sự kiện/ lễ hội được tổ chức; đặc biệt, Festival Nghệ truyền thống được tổ chức vào các năm lẻ, Festival Huế được tổ chức vào các năm chẵn. Đây là những sự kiện lớn mang tầm quốc tế, thu hút khá nhiều du khách đến Huế.

Tuy có phong phú về các sự kiện/ lễ hội, nhưng Huế chỉ đứng ở vị trí thứ hai về tiêu chí “tính hấp dẫn của các sự kiện/ lễ hội” và “chất lượng của các sự kiện/ lễ hội”, được đánh giá cao nhất về hai tiêu chí này là Đà Nẵng (giá trị trung bình lần lượt là 3,44 và 3,65). Mặc dù sự phong phú của các sự kiện/ lễ hội ở Đà Nẵng được đánh giá thấp hơn ở Huế, nhưng Đà Nẵng có nhiều sự kiện/ lễ hội hấp dẫn du khách, thu hút được nhiều đối tượng tham gia như lễ hội bắn pháo hoa quốc tế, sự kiện âm nhạc DEC... Nếu có nhiều sự kiện/ lễ hội mà cách thức tổ chức có nhiều thiếu sót, chất lượng không tốt thì cũng không thể giúp cho điểm đến du lịch thu hút thêm nhiều du khách và nâng cao năng lực cạnh tranh. Chính vì thế, Huế cần chú trọng vào

tính hấp dẫn và nâng cao hơn nữa cách thức tổ chức cũng như quản lý tốt các sự kiện/ lễ hội để làm tăng chất lượng các sự kiện/ lễ hội giúp nâng cao NLCT của các tiêu chí này.

Các chuyên gia khác nhau về độ tuổi, thâm niên công tác liên quan đến du lịch và lĩnh vực công tác có sự đánh giá khác nhau đối với các tiêu chí thuộc TNDL văn hóa.

Độ tuổi: Chuyên gia ở các độ tuổi khác nhau nhìn nhận khác nhau về tiêu chí “nghệ thuật truyền thống” (sig. = 0,019). Theo kết quả khảo sát, nhóm ít hơn 30 tuổi (4,54) nhìn nhận tiêu chí này cao hơn nhóm trên 50 tuổi (4,17). Đây là một phát hiện khá đặc biệt của đề tài nghiên cứu. Điều này cho thấy thế hệ trẻ ngày càng quan tâm hơn đến nghệ thuật truyền thống và các chuyên gia trẻ tuổi tham gia khảo sát đánh giá khá cao khả năng cạnh tranh của nghệ thuật truyền thống của Huế.

Thâm niên công tác: Hầu như không có sự khác biệt ý kiến giữa các chuyên gia về các tiêu chí thuộc TNDL văn hóa theo thâm niên công tác.

Thâm niên công tác liên quan đến du lịch: Các chuyên gia khác nhau có sự đánh giá khác nhau về tiêu chí “các làng nghề truyền thống” (sig. = 0,037), mang ý nghĩa thống kê trung bình. Những chuyên gia có thâm niên công tác liên quan đến du lịch ít hơn 10 năm đánh giá cao hơn so với những chuyên gia trên 20. Điều này có thể do làng nghề truyền thống đang dần khôi phục và phát triển để thu hút nhiều khách du lịch hơn. Các chuyên gia trẻ nhìn nhận rằng so với trước đây thì bây giờ tham quan tại các làng nghề truyền thống sẽ được trực tiếp trải nghiệm cuộc sống, sinh hoạt và sản xuất, phù hợp với nhiều đối tượng du khách khác nhau.

Lĩnh vực công tác: Các chuyên gia công tác ở các lĩnh vực khác nhau có sự nhìn nhận khác nhau đối với tiêu chí “sự phong phú của các sự kiện/ lễ hội” thể hiện ở giá trị sig. = 0,007, mang ý nghĩa thống kê cao. Cụ thể, những chuyên gia đang công tác tại các cơ quan ban ngành đánh giá cao về tiêu chí này (4,67). Ngược lại, những chuyên gia ở các doanh nghiệp du lịch và lữ hành lại đánh giá thấp (3,81). Điều này có thể do những người làm việc tại các cơ quan ban ngành là những người nắm rõ được số lượng các sự kiện/ lễ hội ở Huế. Còn các doanh nghiệp du lịch/ lữ hành chưa nắm được hết thông tin các sự kiện/ lễ hội để quảng bá, giới thiệu đến du khách nên họ đánh giá thấp về tiêu chí này. Điều này cũng có nghĩa là cần phải có sự liên kết với nhóm công tác tại các doanh nghiệp du lịch/ lữ hành nhằm cung cấp thông tin về các sự kiện/ lễ hội để các doanh nghiệp du lịch và lữ hành nắm rõ hơn về các sự kiện/ lễ hội, đồng thời giúp quảng bá rộng rãi đến du khách.

5 Kết luận

Thừa Thiên Huế là một điểm đến có nguồn tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng. Tuy nhiên, phát triển du lịch tại Thừa Thiên Huế nhìn chung chưa tương xứng với tiềm năng vốn có của mình. Hầu hết các tiêu chí thuộc yếu tố tài nguyên du lịch của điểm đến Huế đều được

đánh giá là có khả năng cạnh tranh cao so với của Đà Nẵng và Hội An, đặc biệt có những tiêu chí được đánh giá có khả năng cạnh tranh rất cao và cũng không có yếu tố tài nguyên nào bị đánh giá thấp. Kết quả này một mặt khẳng định Thừa Thiên Huế có thể dựa vào tài nguyên du lịch để tạo lợi thế cạnh tranh vượt trội và thành công trong cạnh tranh thị trường du lịch trong nước và quốc tế. Mặt khác, kết quả này cũng cho thấy lợi thế tài nguyên chỉ mới là điều kiện cần nhưng chưa thể đảm bảo cho thành công của điểm đến nếu thiếu các giải pháp quản lý và phát triển sản phẩm điểm đến phù hợp và nhất quán. Kết quả nghiên cứu khẳng định du lịch Thừa Thiên Huế cần có chiến lược định vị và xây dựng thương hiệu rõ ràng và nhất quán dựa trên lợi thế của tài nguyên du lịch, trong đó sự kết hợp giữa một số điểm nhấn đặc trưng tạo nên bức tranh du lịch Huế – hài hòa giữa thiên nhiên và di sản. Có thể nói, du lịch Thừa Thiên Huế chỉ có thể phát huy được lợi thế của tài nguyên du lịch và cạnh tranh thành công trên thị trường và trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn toàn cầu nếu có chiến lược định vị và xây dựng thương hiệu thành công.

Tài liệu tham khảo

1. Ngô Tất Hồ (Trần Đức Thanh và Bùi Thanh Hương biên dịch) (2000), *Phát triển và quản lý du lịch địa phương*, Nxb. Khoa học Bắc Kinh, Bắc Kinh.
2. Đinh Thị Khánh Hà, Hoàng Thị Huế (2015), *"Xây dựng mô hình lý thuyết nghiên cứu năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch"*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở, Đại học Huế.
3. Thái Thị Kim Oanh (2015), *"Nghiên cứu năng lực cạnh tranh du lịch biển, đảo của tỉnh Nghệ An và khuyến nghị chính sách"*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế quốc dân.
4. Bùi Thị Tám (chủ biên), Trần Thị Ngọc Liên, Nguyễn Thị Hồng Hải (2014), *Tổng quan du lịch*, Nxb. Đại học Huế, Huế.
5. Bùi Thị Tám, Mai Lệ Quyên (2012), *"Đánh giá khả năng thu hút du khách của điểm đến Huế"*, *Tạp chí khoa học Đại học Huế*, 72B (3), 295–305.
6. Luật du lịch (2017), cơ quan ban hành: Quốc hội, ngày ban hành 19/6/2017; <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/docs/853>.
7. Beirman, D. (2003), *Restoring tourism destinations in crisis: a strategic marketing approach*, Cabi, Oxon (UK).
8. Buckley, R. (1994), *"A framework for ecotourism"*, *Annals of Tourism Research*, 21 (3), 9–661.
9. Buhalis, D. (2000), *"Marketing the competitive destination of the future"*, *Tourism Management*, (21) 1, 97–116.
10. Crouch, G. I., Ritchie, J. R. B. (1999), *"Tourism, competitiveness and societal prosperity"*, *Journal of Business Research*, 44 (3), 137–152.
11. Dwyer, L., Kim, C. (2003), *"Destination competitiveness: Determinants and indicators"*, *Current Issues in Tourism*, 6 (5), 369–414.

12. Enright, M. J., Newton, J. (2004), "Tourism Destination Competitiveness: A quantitative approach", *Tourism Management*, 25 (6), 777–788.
13. Ferrario, F. (1979), "The evaluation of Tourist Resources: An Applied Research (Part2)", *Journal of Travel Research*, 17 (4), 24–30.
14. Glover, V. H. D. (2005), *Assessment guidance for Edexcel GCE in Travel and Tourism: Unit 3: Destination Europe*.
15. Go, F. M., Govers, R. (2000), "Integrated Quality Management for Tourist Destination: A European Perspective on Achieving Competitiveness", *Tourism Management*, 21, 79–88.
16. Gomezelj, D. O. (2006), "Competitiveness of Slovenia as a Tourist Destination", *Managing Global Transitions*, 4 (2), 167–189.
17. Hassan, S. (2000), "Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry", *Journal of Travel Research*, 38 (3), 239–245.
18. Haugland, S. A., Ness, H., Gronseth, B. O., Aarstad, J. (2011), "Development of Tourism Destination: An Integrated Multilevel Perspective", *Annals of Tourism Research*, 38, (1), 268–290.
19. Hu, Y., Ritchie, J. R. B. (1993), "Measuring destination attractiveness: A contextual approach", *Journal of Travel Research*, 32 (2), 25–34.
20. Kozak, M., Rimmington, J. (1999), "Measuring tourist destination competitiveness: A comparison of two cases", *Tourism Management*, 606–616.
21. Pearce, D. G. (1997), "Competitive destination analysis in Southeast Asia", *Journal of Travel Research*, 35 (4), 16–25.
22. Poon, A. (1993), *Tourism, technology and competitive strategies*, Cabi, Wallingford.
23. Ritchie, J. R. B., Crouch, G. I. (1993), *Competitiveness in international tourism: A framework for understanding and analysis*, Proceedings of the 43rd Congress of the Association Internationale d'Experts Scientifique de Tourisme on Competitiveness of Long-Haul Tourist Destinations, p. 23–71.
24. Ritchie, J. R. B., Crouch, G. I. (2003), *The Competitive Destination—A Sustainable Tourism Perspectives*, CABI Publishing, CAB International.
25. Vengesai, S. (2003), *Destination Attractiveness and Destination Competitiveness: A Model of Destination evaluation*, ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide 1–3 December 2003, Monash University, p. 637–645.
26. Vengesai, S. (2013), "Tourism Destination Competitiveness: The Impact of Destination Resources, Support Services and Human Factors", *Journal of Tourism*, 6(1), 80–108.
27. World Economic Forum (2007), *The travel and tourism competitiveness report 2007*, Furthering the process of economic development, Geneva, Switzerland.

TOURISM RESOURCES FACTORS IN COMPETITIVENESS OF TOURIST DESTINATION THUA THIEN HUE

Le Thi Ngoc Anh*

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

Abstract: Studies of tourist destination competitiveness have drawn much attention from many interest parties over the past decades. The previous studies on this issue indicated the importance of tourism resources in building and promoting the competitive advantages of a tourist destination. Thua Thien Hue (TTH) is well-known for its tourism resources, especially the cultural ones. However, the development of TTH's tourism is not appropriate to its resources potential, and the competitiveness of this destination is still a matter of concern. A question arises: "What is the role of tourism resources in the competitiveness of TTH as a tourist destination?" The opinions of tourism experts, involved managers, and tourism staff revealed that tourism resources of TTH are well-recognized as much more competitive than those of Dang Nang and Hoi An. Among which "natural landscapes" and "historical and cultural destinations" play an important role and need to be paid special attention. As a result, the management and promotion of the value of tourism resources will positively contribute to enhancing the competitiveness of the Thua Thien Hue tourist destination.

Keywords: tourism resources, competitiveness, TTH, TTH's tourism