

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỤM NGÀNH DU LỊCH TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

ENHANCING THE COMPETITIVENESS OF TOURISM CLUSTER OF THUA THIEN HUE PROVINCE

Ngày nhận bài: 08/05/2017

Ngày chấp nhận đăng: 20/09/2017

Lê Văn Phúc, Nguyễn Hoàng Ngọc Linh

TÓM TẮT

Thừa Thiên Huế là nơi hội tụ của núi, rừng, đầm phá, biển và quần thể di tích lịch sử đa dạng, đặc biệt với hai di sản văn hóa thế giới nổi tiếng là Quần thể di tích cố đô Huế và Nhã nhạc cung đình Huế, có tiềm năng rất lớn cho việc phát triển du lịch. Du lịch Thừa Thiên Huế luôn được xem như là ngành kinh tế mũi nhọn, được thể hiện rõ trong quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của Trung Ương và địa phương. Tuy nhiên, kết quả phát triển du lịch Thừa Thiên Huế trong những năm qua còn khá khiêm tốn so với kỳ vọng. Sử dụng mô hình kim cương của Michael E. Porter, nghiên cứu đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của cụm ngành du lịch Thừa Thiên Huế và khuyến nghị những chính sách phù hợp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho cụm ngành này.

Từ khóa: Du lịch, du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, Thừa Thiên Huế, cụm ngành du lịch, năng lực cạnh tranh.

ABSTRACT

Thua Thien Hue is a convergence of mountains, forests, lagoons, sea and diverse historical relics. Especially, with the two world cultural heritages known as Hue Imperial Citadel and Hue Royal Court Music, this place has great potential for developing tourism. Thua Thien Hue tourism is always seen as a key economic sector, which is clearly reflected in the Central and Local master tourism development planning. However, the results of tourism development in Thua Thien Hue in recent years have not really lived up to expectations. Using the diamond model of Michael E. Porter, this study assesses the competitiveness of Thua Thien Hue tourism as well as suggests some appropriate policies to improve competitive advantages of this cluster.

Key Words: Tourism, Thua Thien Hue tourism, Thua Thien Hue, tourism cluster, competitiveness.

1. Giới thiệu

Thừa Thiên Huế (TT-Huế) là một tỉnh ven biển miền Trung, là nơi hội tụ của núi, rừng, đầm phá, biển và quần thể di tích lịch sử đa dạng. Đặc biệt, địa phương chứa đựng trong mình Quần thể di tích cố đô, Nhã nhạc cung đình, Mộc bản và Châu bản triều Nguyễn được Unesco công nhận là di sản văn hóa thế giới. Tất cả những lợi thế này giúp TT-Huế có thể phát triển thành một cụm ngành du lịch hấp dẫn, đặc biệt là du lịch di sản văn hóa và thiên nhiên. Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 xác định TT-Huế là một trong những địa bàn trọng điểm phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ. Theo đó, phát triển

du lịch TT-Huế gắn với hệ thống di sản văn hóa cố đô Huế và cảnh quan thiên nhiên Lăng Cô, Cảnh Dương, Bạch Mã, Tam Giang (Thủ tướng Chính phủ, 2013).

Về phía tỉnh TT-Huế, quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của tỉnh giai đoạn 2013 – 2030 đã xác định mục tiêu “tập trung phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, phấn đấu đến năm 2020 đưa TT-Huế trở thành điểm đến hàng đầu trong khu vực, đến năm 2030 xây dựng TT-Huế trở thành một điểm đến ngang hàng với các thành phố di

CN. Lê Văn Phúc, CN. Nguyễn Hoàng Ngọc Linh, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế.

sản văn hóa thế giới” (Ủy ban nhân dân TT-Huế, 2013).

Mặc dù du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn và có nhiều lợi thế tiềm năng, nhưng kết quả phát triển du lịch TT-Huế vẫn khá khiêm tốn so với kỳ vọng. Khả năng thu hút khách quốc tế của tỉnh khá thấp khi so sánh với một số thành phố có di sản văn hóa được UNESCO công nhận ở trong nước và khu vực Đông Nam Á. Giai đoạn 2011 – 2015, lượng khách quốc tế đến địa phương chỉ cao hơn tỉnh Ninh Bình và Luang Prabang – Lào, gần bằng 50% Quảng Nam, 40% Hà Nội, 35% Siem Reap - Campuchia và 22% BaLi – Indonesia. Thêm vào đó, kết quả điều tra của Tổng cục Thống kê cho thấy chỉ tiêu khách du lịch đến TT-Huế thấp hơn mức bình quân chung của cả nước, thậm chí chỉ tiêu của khách du lịch quốc tế còn có xu hướng giảm mạnh sau năm 2006. Không những vậy, lượng khách lưu trú ở TT-Huế còn chứng kiến sự sụt giảm sau năm 2014.

Tóm lại, vẫn còn một chặng đường dài để đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn như mục tiêu đề ra của tỉnh TT-Huế. Đứng trước tình hình này, TT-Huế cần phải đánh giá lại tiềm năng, xác định những nhân tố then chốt cản trở và thúc đẩy năng lực cạnh tranh (NLCT) ngành du lịch, nhằm có những giải pháp phát triển đúng hướng và bền vững cho du lịch trong tương lai.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Lý thuyết về năng lực cạnh tranh

Hầu hết các giả thuyết được đưa ra để giải thích về NLCT quốc gia đều không hoàn toàn thỏa đáng và đầy đủ.

OECD (2017) chỉ ra một quốc gia (khu vực) cạnh tranh là một quốc gia có thể thu hút và duy trì các công ty thành công, và có khả năng duy trì cũng như tăng mức sống

cho người dân. World Economic Forum (2016) cho rằng NLCT quốc gia là một tập hợp các thể chế, chính sách và các yếu tố xác định mức độ năng suất của một nền kinh tế, từ đó đặt ra mức độ thịnh vượng mà một đất nước có thể đạt được.

Bằng những lập luận thuyết phục, Micheal E. Porter (2008) đã chỉ ra khái niệm có ý nghĩa duy nhất về NLCT của quốc gia hay địa phương là năng suất. Năng suất là giá trị sản lượng do một đơn vị lao động hoặc vốn sinh ra trong một đơn vị thời gian. Hay nói một cách khác, năng suất là khả năng tạo ra các hàng hóa và dịch vụ có giá trị thông qua việc sử dụng các nguồn lực con người, vốn và nguồn lực tự nhiên của một quốc gia, là động lực cốt lõi dẫn dắt sự thịnh vượng bền vững.

Theo đó, NLCT của quốc gia được quyết định bởi ba nhóm nhân tố: (i) NLCT vĩ mô, không thực sự tác động trực tiếp đến năng suất nhưng tạo điều kiện cho các yếu tố thúc đẩy năng suất được phát huy, (ii) NLCT vi mô, tác động trực tiếp đến năng suất, mô tả cách thức các công ty hoạt động và các yếu tố bên ngoài tác động trực tiếp lên kết quả hoạt động của công ty và (iii) các lợi thế tự nhiên, không tác động đến năng suất nhưng có mối quan hệ mật thiết trong việc tạo ra sự thịnh vượng quốc gia.

Tuy nhiên, do đối tượng nghiên cứu của luận văn là tỉnh TT-Huế nên khuôn khổ lý thuyết sẽ được điều chỉnh theo khuôn khổ phân tích NLCT ở cấp độ địa phương của Vũ Thành Tự Anh (2016). Trong đó, NLCT của địa phương được quyết định bởi ba nhóm nhân tố chính. Trước hết, các yếu tố sẵn có của địa phương bao gồm tài nguyên tự nhiên, vị trí địa lý và quy mô của địa phương. Thứ hai, NLCT ở cấp độ địa phương bao gồm (i) chất lượng hạ tầng văn hóa, giáo dục, y tế, xã hội, (ii) chất lượng hạ tầng kỹ thuật và (iii) chính sách tài khóa, đầu tư, tín dụng hay cơ

cấu kinh tế. Cuối cùng, NLCT ở cấp độ doanh nghiệp bao gồm môi trường kinh doanh, trình độ phát triển cụm ngành và hoạt động, chiến lược của doanh nghiệp.

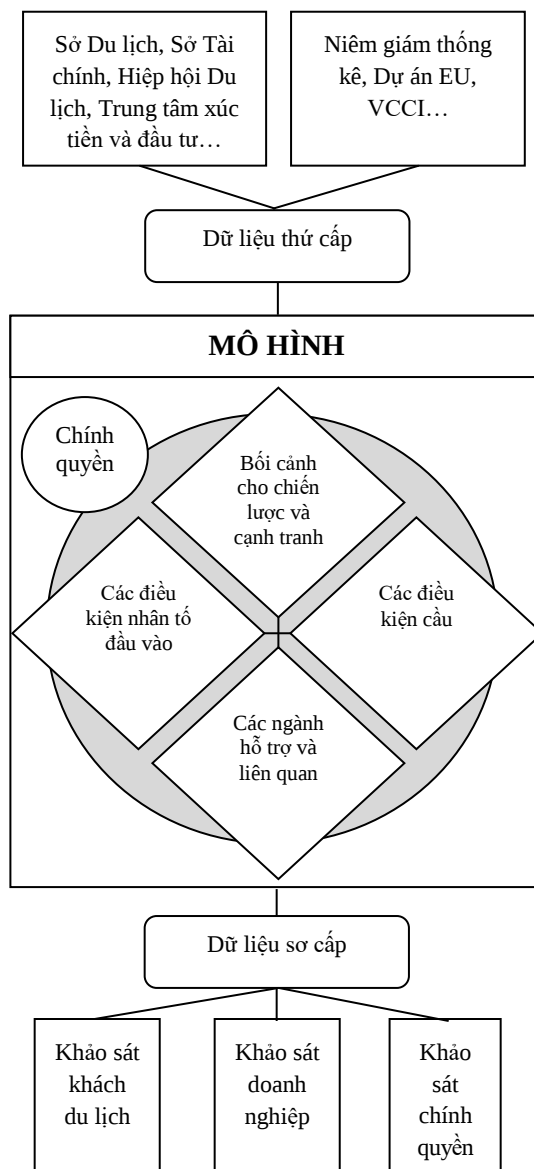
2.1.2. Lý thuyết về cụm ngành

Theo Micheal E. Porter (1998), tính phức tạp và năng suất mà các công ty dựa vào để cạnh tranh ở một địa điểm chịu tác động mạnh của chất lượng môi trường kinh doanh, được đánh giá thông qua bốn đặc tính tổng quát, bao gồm: (i) các đặc điểm nhân tố đầu vào, (ii) bối cảnh cho chiến lược và cạnh tranh, (iii) các điều kiện cầu và (iv) các ngành hỗ trợ và liên quan. Các đặc tính này được mô tả thông qua bốn góc của một hình thoi và được gọi là mô hình Kim cương Porter. Đây là mô hình khá tương đồng và phù hợp với khung phân tích đã được nhiều tác giả quốc tế nghiên cứu và ứng dụng như: Monfort (2002), Dwyer, Mellor và các cộng sự (2004), Sieglinde Kindl da Cunha (2005), Geoffrey I. Crouch (2007), Avnish Gunfadrudoss và các cộng sự (2012).

Cụm ngành không những tạo thành một mặt của mô hình Kim cương là các ngành hỗ trợ và liên quan, mà còn thể hiện mối tương tác giữa bốn mặt với nhau. Theo đó, “cụm ngành là xu hướng các công ty, nhà cung ứng chuyên biệt, nhà cung cấp dịch vụ liên quan, doanh nghiệp trong những ngành liên kết, và cả những hiệp hội tập trung quy tụ về một vùng địa lý, theo những lĩnh vực cụ thể, có cạnh tranh nhưng cũng có hợp tác với nhau” (Micheal E. Porter, 1998). Cụm ngành tác động lên cạnh tranh theo ba cách: một, bằng cách tăng năng suất của các doanh nghiệp hay các ngành trong đó; hai, bằng cách tăng năng lực đổi mới của các doanh nghiệp và qua đó là tăng trưởng năng suất; ba, bằng cách thúc đẩy việc hình thành doanh nghiệp

mới và mở rộng cụm ngành. Do đối tượng nghiên cứu là cụm ngành du lịch tỉnh TT-Huế nên khung phân tích chủ yếu được sử dụng là mô hình Kim cương.

2.2. Phương pháp nghiên cứu



Hình 1: Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp định tính, dựa trên mô hình kim cương trong lý thuyết về cụm ngành của Micheal E. Porter. Bên cạnh đó, nghiên cứu tiến hành phân tích số liệu thống kê và dữ liệu thứ cấp, kết hợp với kết quả phỏng vấn các nhà cung cấp dịch vụ du lịch, khảo sát khách du lịch,

các cơ quan quản lý và những nhà hoạch định chính sách cấp Tỉnh để đánh giá thực trạng NLCT của cụm ngành du lịch (Hình 1). Trên cơ sở đó, khuyến nghị những chính sách phù hợp nhằm nâng cao NLCT cho cụm ngành du lịch tỉnh TT-Huế.

Đối với khách du lịch, bảng câu hỏi phỏng vấn được thiết kế dựa trên mô hình Kim cương Porter và có sự tham khảo cuộc khảo sát điều tra nhu cầu của khách du lịch thuộc Dự án Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có trách nhiệm với Môi trường và Xã Hội (Dự án ERST).

Nội dung bảng câu hỏi gồm 3 phần. Phần 1, thông tin chung về chuyến đi của du khách (số lần đến TT-Huế, mục đích chuyến đi, hình thức và phương tiện đến TT-Huế, các địa điểm sẽ viếng thăm, các hoạt động sẽ tham gia...). Phần 2, đánh giá của du khách về chất lượng dịch vụ và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn điểm đến du khách (cơ sở lưu trú, nhà hàng, quán ăn, quán nước, các địa điểm tham quan du lịch...). Phần 3, thông tin cá nhân du khách (độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, thu nhập...)

Nghiên cứu chọn mẫu theo phương pháp ngẫu nhiên thuận tiện, với yêu cầu mức độ tin cậy là 95%, sai số chọn mẫu (e) không vượt quá 10% kích cỡ mẫu. Kích cỡ mẫu cho nghiên cứu được xác định theo công thức (Mark Saunders, Philip Lewis, Adiean Thornhill, 2010):

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - q)}{e^2}$$

Trong đó, n là kích cỡ mẫu dự tính, Z là giá trị ước lượng của miền thống kê. Với mức ý nghĩa $\alpha = 5\%$, $Z = 1,96$; $p = 0,5$ (cho kích cỡ mẫu lớn nhất); e: sai số cho phép (5%) đối với nghiên cứu mới. Kết quả số quan sát trong mẫu theo công thức là 196. Để đảm bảo số bảng hỏi thu về đầy đủ và chất lượng, nghiên cứu tiến hành khảo sát 300 khách du lịch, thu về 290 bảng hỏi hợp lệ (152 khách nội địa và 138 khách quốc tế).

Nghiên cứu tiến hành điều tra tại các địa điểm tập trung khách du lịch như: ga Huế, Đại Nội, cầu Tràng Tiền, phố đi bộ Nguyễn Đình Chiểu, phố Tây Phạm Ngũ Lão, chùa Thiên Mụ và các địa điểm du lịch khác. Khách du lịch được phỏng vấn đến TT-Huế đa dạng về quốc tịch, độ tuổi, thu nhập... Thời gian khảo sát từ tháng 8/2016 đến tháng 11/2016.

Các dữ liệu định lượng sau khi đã thu thập được hiệu chỉnh, làm sạch và được xử lý trên phần mềm thống kê SPSS 22.0. Các đại lượng như trung bình mẫu, tỷ lệ mẫu, trung vị, thống kê tần suất được sử dụng để tiến hành phân tích. Kết quả từ việc phân tích dữ liệu thứ cấp, tác giả đề xuất các vấn đề và nội dung nghiên cứu như sau:

Bảng 1: Hệ thống các vấn đề chính và nội dung nghiên cứu

NỘI DUNG ĐÁNH GIÁ	NGUỒN DỮ LIỆU
Các điều kiện nhân tố đầu vào	
<i>Nguồn tài nguyên cho du lịch</i>	Sở Du lịch Báo cáo của ERST
<i>Nguồn vốn</i>	Sở Kế hoạch Đầu tư, Sở Tài chính Niêm giám thống kê
<i>Cơ sở hạ tầng</i>	Sở Giao thông Vận tải Chỉ số PCI về cơ sở hạ tầng cứng

<i>Nguồn nhân lực</i>	Sở Du lịch Báo cáo của ERST
<i>Nguồn kiến thức</i>	Sở Giáo dục Đào tạo
Bối cảnh cho chiến lược và cạnh tranh	
<i>Tổng quan năng lực cạnh tranh của tỉnh</i>	Chỉ số PCI
<i>Bối cảnh cạnh tranh ngành du lịch tỉnh</i> (Cạnh tranh giữa các công ty du lịch; Liên kết du lịch với các tỉnh lân cận; Khả năng gia nhập thị trường du lịch; Thực trạng thu hút đầu tư vào du lịch; Mối quan hệ giữa bảo tồn di sản văn hóa, thiên nhiên và du lịch)	Sở Du lịch Phòng văn Công ty du lịch, lữ hành, khách sạn. Trung tâm bảo tồn di tích cổ đô Huế
Các điều kiện cầu	
<i>Số lượt khách du lịch qua các năm; Các kênh tiếp cận thông tin du lịch của du khách; Các điểm đến chủ yếu của du khách; Đánh giá chất lượng một số điểm đến; Mức độ hài lòng của khách du lịch; Chi tiêu trung bình của khách du lịch; Dự định quay trở lại của khách du lịch</i>	Sở Du lịch Khảo sát khách du lịch Phòng văn Công ty cung cấp dịch vụ du lịch.
Các ngành công nghiệp phụ trợ và liên quan	
<i>Các thể chế hỗ trợ</i>	UBND TT-Huế Sở Du lịch Tổ chức quốc tế
<i>Các ngành dịch vụ hỗ trợ và liên quan</i> (Dịch vụ lưu trú; Dịch vụ lữ hành; Dịch vụ ăn uống; Dịch vụ đồ lưu niệm; Phương tiện vận tải và truyền thông)	Sở Du lịch Phòng văn Công ty lữ hành, cơ sở cung cấp dịch vụ lưu trú, ăn uống và đồ lưu niệm. Khảo sát khách du lịch

Nguồn: Đề xuất của tác giả

3. Kết quả và đánh giá

3.1. Kết quả

3.1.1. Các điều kiện nhân tố đầu vào

Nguồn tài nguyên du lịch: Địa phương được mệnh danh là vùng đất văn hiến, được đánh giá là điểm đến hấp dẫn về khía cạnh giá trị truyền thống, lịch sử và văn hóa. Trong đó, nổi bật nhất là di sản thế giới quần thể các cung điện, đền đài, lăng tẩm của triều Nguyễn (Hoàng thành Huế); di sản văn hóa phi vật thể Nhã Nhạc cung đình Huế và các di tích lịch sử cách mạng. Đặc biệt, tỉnh có sự hòa quyện thú vị các làng nghề và các làng

nông thôn, với 88 làng nghề được thống kê, trong đó có các làng nghề hoạt động rất tốt như làng đúc đồng Phường Đúc, nón lá Phú Cam, dầu trầm nước Ngọt...

Bên cạnh đó, TT-Huế có hàng loạt các bãi biển đẹp như Lăng Cô, Thuận An, Cảnh Dương, Vinh Thanh và một loạt các đầm phá ven biển như phá Tam Giang (được xem là hệ đầm phá lớn nhất Đông Nam Á), đầm Cầu Hai, đầm Lập An. Ngoài ra, vườn quốc gia Bạch Mã được các chuyên gia đánh giá là một trong những vùng núi có khí hậu dễ chịu nhất Đông Dương, kết hợp với hàng loạt các địa điểm du lịch thiên nhiên khác tại các

huyện góp phần đa dạng tài nguyên du lịch sinh thái địa phương.

Cơ sở hạ tầng: Cơ sở hạ tầng của tỉnh cơ bản đáp ứng được nhu cầu du lịch của tỉnh, tuy vẫn còn nhiều hạn chế so với phần lớn các địa phương trong cả nước nói chung và trong Vùng Kinh tế trọng điểm Trung bộ (VKTĐ TB) nói riêng (chỉ số PCI về cơ sở hạ tầng của tỉnh xếp 32/63 tỉnh thành vào năm 2016). Tuy nhiên, việc phục vụ du khách tại các đường bay quốc tế rất hạn chế khi sân bay quốc tế Phú Bài chỉ mới khai thác chặng quốc tế duy nhất là Huế - Băng Cốc, với tần suất 2 chuyến/1 tháng.

Nguồn nhân lực: Năm 2015, lao động ngành du lịch đạt 12.000 người, gần 88% là lực lượng lao động trực tiếp tham gia vào hoạt động du lịch, 84% lao động trong lĩnh vực du lịch đã qua đào tạo, 35% lực lượng lao động có trình độ đại học và cao đẳng trở lên. Lực lượng lao động trong lĩnh vực lưu trú tại tỉnh có trình độ tay nghề không cao, đặc biệt là các vị trí quan trọng, vị trí quản lý. Đa phần các vị trí quản lý cao cấp trong các khách sạn từ 4-5 sao đều do người nước ngoài nắm giữ (ERST, 2015). Tính đến năm 2016, toàn tỉnh có 1200 hướng dẫn viên du lịch được cấp thẻ (với 715 quốc tế), tạo nên một lợi thế nhất định trong việc phục vụ và làm hài lòng khách du lịch.

Nguồn kiến thức: Tỉnh có 7 cơ sở đào tạo nhận phần lớn việc đào tạo chuyên môn cho đội ngũ nhân lực về du lịch từ trung cấp đến đại học. Khoa Du lịch trực thuộc Đại học Huế chuyên đào tạo cử nhân, Cao đẳng nghề du lịch Huế đảm nhận đào tạo trình độ cao đẳng và trung cấp, và hàng loạt các cơ sở giáo dục khác có mã ngành du lịch từ đào tạo nghề cho đến cao đẳng.

Nguồn vốn: Vốn đầu tư phát triển kinh tế xã hội và cơ sở hạ tầng ở TT-Huế khá hạn chế, kể cả ngành du lịch, điển hình là vui chơi giải trí và dịch vụ ăn uống và lưu trú. Từ năm 2012 đến năm 2015, tổng số vốn đầu tư

tính theo giá so sánh 2010 ở TT-Huế là 44.289,69 tỷ đồng, chỉ bằng 82% so với Quảng Nam và 46% so với Đà Nẵng. Vốn FDI đầu tư vào TT-Huế cũng không nhiều, khi chỉ có 97 dự án FDI với tổng số vốn đăng ký đạt hơn 2,113 tỷ USD, chiếm 11.93% tổng vốn đăng ký của cả VKTĐ TB trong giai đoạn 1988 – 2016.

Bảng 2: Thực trạng lao động du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế từ năm 2012 - 2015

Chỉ Tiêu	ĐVT	2012	2015
Nhân lực ngành du lịch			
Tổng số lao động	người	10500	12000
Lao động trực tiếp	người	9188	10550
Lao động gián tiếp	người	1312	1450
Trình độ lao động			
ĐH, CĐ trở lên	%	29	35
Sơ cấp, Trung cấp	%	50	49
Chưa qua đào tạo	%	21	16
Lĩnh vực			
Lao động tại khách sạn, nhà hàng	người	9120	10500
Lao động tại cơ sở lưu hành	người	623	750
Lao động tại các cơ sở vận chuyển	người	150	200
Dịch vụ khác	người	607	550
Nghiep vụ			
Lao động quản lý	người	1282	1400
Lao động nghiệp vụ	người	8525	9400
Số hướng dẫn viên du lịch	người	683	1200

Nguồn: Sở Du lịch Thừa Thiên Huế (2016)

3.1.2. Bối cảnh cho chiến lược và cạnh tranh

Tổng quan PCI: Chỉ số PCI của tỉnh TT-Huế liên tục giảm sút và chỉ mới được cải thiện không nhiều vào năm 2016. Theo đó, yếu tố được đánh giá cao nhất là *gia nhập thị trường* và các yếu tố được đánh giá thấp nhất là *cạnh tranh bình đẳng*, *chi phí thời gian* và *tính năng động*.

Bối cảnh cạnh tranh của cụm ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế: Hầu hết doanh nghiệp kinh doanh du lịch tại TT-Huế có quy mô nhỏ, cung cấp những sản phẩm và dịch vụ du lịch không có sự khác biệt so với các doanh nghiệp khác, do đó, việc các doanh nghiệp này thu hút khách hàng thông qua cạnh tranh về giá là điều tất yếu.

Đối với các doanh nghiệp lưu trú. Việc hạ giá quá mức để thu hút khách hàng đã diễn ra trong nhiều năm trở lại đây, kể cả một số khách sạn từ 3 đến 4 sao. Nguyên nhân cơ bản là có khá nhiều doanh nghiệp lưu trú trên địa bàn, trong khi phải chịu nhiều áp lực từ tỷ lệ khách du lịch lưu trú tại địa phương ngày càng sụt giảm và sự ép giá của các doanh nghiệp lữ hành.

Đối với các doanh nghiệp lữ hành. Sự cạnh tranh về giá diễn ra rất khốc liệt trên tất cả các phân khúc khách hàng. Các doanh nghiệp lữ hành không đủ tiêu chuẩn, nhỏ lẻ hoạt động một cách tràn lan, phá giá dịch vụ nhằm bán được tour cho khách hàng, khiến chất lượng tour phục vụ du khách bị cắt xén đáng kể. Trong khi đó, thị phần khách Hàn Quốc và Trung Quốc chiếm khoảng 13% tổng khách quốc tế đến TT-Huế (94,000 lượt khách trong năm 2015) và đang có xu hướng tăng. Tuy nhiên, các đoàn khách này đều được tổ chức và sử dụng dịch vụ tại các cơ sở lữ hành, ăn uống, lưu trú do người Hàn Quốc, Trung Quốc chi phối. Các doanh nghiệp du lịch trong nước không kiếm được lợi nhuận từ nguồn khách này và ngân sách nhà nước cũng không thu được bao nhiêu, ngoại trừ tiền vé tham quan.

Để hạn chế việc phá giá, ép giá của các doanh nghiệp du lịch. Hiệp hội Du lịch TT-Huế đã quản lý bằng cách buộc các hội viên cam kết mức “giá sàn” đối với các dịch vụ du lịch cụ thể. Tuy nhiên, do không có chế tài để xử lý, nên hiện tượng này vẫn diễn ra tại các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn.

Bên cạnh đó, việc liên tục tăng giá vé các điểm tham quan trong thời gian vừa qua khiến sự thu hút của điểm đến du lịch TT-Huế bị giảm sút so với các địa phương lân cận. Nhiều công ty lữ hành đã phải cắt bớt một số điểm tham quan để có thể giữ giá tour không quá cao, trong khi nhiều du khách phàn nàn rằng chất lượng dịch vụ không được cải thiện sau khi giá vé tăng.

3.1.3. Các điều kiện cầu

Giai đoạn 2008 – 2015, lượng du khách tăng gần 1,7 lần, lên mức 3.126.495 lượt năm 2015. Tuy nhiên, tỷ lệ khách quốc tế đến địa phương giảm đáng kể từ 42% xuống 32% cũng trong giai đoạn này. Tương tự, tỷ lệ khách lưu trú chứng kiến sự sụt giảm mạnh, từ mức 87% năm 2008 xuống còn 57% năm 2015. Bên cạnh đó, TT-Huế thu hút được 1.023.015 khách du lịch quốc tế trong năm 2015, với cơ cấu khách quốc tế gần như tương đồng với Quảng Nam (phần lớn đến từ Pháp, Thái Lan, Hàn Quốc, Úc, Anh, Đức, Mỹ và Nhật).

Ngoài Kinh thành Huế, các ngôi chùa, lăng tẩm và các di tích là các điểm đến thu hút du khách tham quan nhất, TT-Huế có các loại hình điểm đến phong phú khác như bãi biển Lăng Cô, Thuận An, Cảnh Dương và các địa điểm tôn giáo, tâm linh khác. Tuy nhiên, các điểm đến như làng nghề, làng nông thôn, rừng quốc gia Bạch Mã và các đầm phá ven biển vẫn chưa hấp dẫn được du khách. Điều này có thể lý giải, khi có đến gần 65% khách nội địa và 97% khách quốc tế cho biết rằng TT-Huế không chỉ là điểm đến duy nhất trong chuyến du lịch hiện tại, do đó, các địa điểm tham quan trong phạm vi trung tâm thành phố Huế thường được du khách ưu tiên lựa chọn để tiết kiệm thời gian và thuận tiện cho lịch trình. Theo đó, Đà Nẵng và Quảng Nam có lượng khách nội địa lựa chọn kết hợp với du lịch TT-Huế cao nhất với tỷ lệ lần lượt là 51,3% và 34,2%. Đối với khách

quốc tế, ngoại trừ Hà Nội và Hồ Chí Minh, thì Quảng Nam, Đà Nẵng, Thái Lan và Campuchia là những lựa chọn hàng đầu với tỷ lệ lần lượt là 57,7%, 48,2%, 38,7% và 32,1%.

Đối với TT-Huế, yếu tố di sản văn hóa lịch sử đa dạng (chiếm 92,7%), bầu không khí và sự thân thiện của người dân địa phương (80,9%), ăn uống (88,1%), sự an toàn (82,3%), hiệu quả chi tiêu (72,8%) và thiên nhiên phong cảnh (82,8%) là những yếu tố được khách du lịch đánh giá cao về sự hài lòng. Ngược lại, có đến 61,6% du khách cho rằng khí hậu và thời tiết quan trọng trong quyết định du lịch, nhưng đây là yếu tố đạt sự hài lòng thấp nhất của du khách khi đến TT-Huế với chỉ 33,2%. Bên cạnh đó, các mặt hàng lưu niệm, đặc sản địa phương (43,2%) và cuộc sống về đêm cũng như hoạt động vui chơi giải trí (41,8%) chưa đáp ứng được nhu cầu của du khách.

Cuộc sống về đêm và hoạt động vui chơi giải trí nhận được khá nhiều sự than phiền của du khách. Ngoài du thuyền trên sông Hương, phố đi bộ Nguyễn Đình Chiểu, phố Tây Phạm Ngũ Lão và một vài quán bar, nhà hàng, quán cà phê, hầu như rất ít các hoạt động phục vụ khách du lịch được tổ chức. Ngay cả phố Tây Phạm Ngũ Lão, là con đường được khách du lịch quốc tế tập trung đông nhất về đêm, cũng lại khá vắng và không có nhiều sự khác biệt so với các địa phương khác. Việc mở cửa Đại Nội về đêm được xem như là sự điểm sáng tích cực của địa phương trong việc đáp ứng nhu cầu du khách, mặc dù hiệu quả mang lại vẫn chưa rõ ràng và cần được kiểm chứng trong tương lai.

3.1.4. Các ngành dịch vụ hỗ trợ và liên quan

Dịch vụ lưu trú và ăn uống: Năm 2015, tỉnh có 543 cơ sở lưu trú với 10.314 phòng và 17.068 giường, số cơ sở được xếp hạng sao chỉ chiếm trung bình 23% và hầu như không có sự gia tăng đáng kể nào trong 5

năm qua, phân khúc cơ sở lưu trú chủ đạo là hệ thống nhà nghỉ, nhà trọ. Các cơ sở lưu trú và ăn uống tại TT-Huế chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ, phần lớn có quy mô vốn dưới 5 tỷ đồng. Công suất sử dụng phòng chỉ quanh quẩn ở mức 55%, thấp hơn công suất sử dụng phòng bình quân cả nước là 61,9% trong năm 2015 (Grant Thornton Việt Nam, 2016). Bên cạnh đó, thời gian lưu trú qua đêm trung bình tại TT-Huế chỉ đạt 2,4 đêm (cả khách nội địa và quốc tế), thấp hơn nhiều so với Quảng Nam (3,7 đêm) và Đà Nẵng (4,65 đêm).

Dịch vụ lữ hành: Tính đến hết năm 2015, tỉnh TT-Huế có 81 đơn vị lữ hành, với 39 đơn vị quốc tế, 33 đơn vị nội địa và 9 đại lý, văn phòng nội địa. Tuy nhiên, đa phần các doanh nghiệp lữ hành địa phương có quy mô nhỏ, tập trung khai thác mảng du lịch di sản trong nội đô thành phố Huế, cạnh tranh chủ yếu về giá và ít đưa ra các sản phẩm du lịch mới lạ, hấp dẫn.

Quán bar, phòng trà, rạp chiếu phim: Địa phương chỉ có một số quán bar, phòng trà... với quy mô nhỏ tại trung tâm hành phố Huế, chủ yếu để đáp ứng nhu cầu của giới trẻ địa phương và một phần du khách. Trong khi đó, mới chỉ có 1 cụm rạp phim với 3 phòng chiếu của Lotte tại TT-Huế.

Lễ hội và ẩm thực: Ngoài các lễ hội Festival thu hút lượng khách du lịch đặc biệt lớn trong năm, các lễ hội khác chỉ mới dừng lại ở việc tham gia của người dân địa phương, chưa tạo được sức hút đối với du khách. Bên cạnh đó, việc thưởng thức ẩm thực xứ Huế cũng là một trong những yêu cầu quan trọng nhất và nằm trong các hoạt động mà du khách thường tham gia khi đến địa phương (ERST, 2015).

Đồ lưu niệm: Với hơn 88 làng nghề cùng hàng trăm nghề thủ công truyền thống, song du lịch địa phương vẫn thiếu những sản phẩm lưu niệm và quà tặng đặc trưng, mang tính biểu tượng để thu hút du khách. Trong khi đó, hiện

tượng chắt chém du khách tại Chợ Đông Ba và các địa điểm du lịch diễn ra khá thường xuyên.

Phương tiện truyền thông: TT-Huế đã xây dựng các trang web, xuất bản tập san, ấn phẩm, tạp chí để phục vụ cho công tác truyền thông và quảng bá du lịch. Bên cạnh đó, việc các địa danh (Kinh thành Huế, Lăng Cô), các món ăn đặc sản (Bún bò Huế, cơm Hến) thường xuất hiện trên các trang web và tạp chí du lịch nổi tiếng thế giới là thuận lợi trong hoạt động truyền thông mà không phải địa phương nào cũng có được.

Phương tiện vận tải : Khá đa dạng và đáp ứng nhu cầu đi lại cơ bản của khách du lịch. Tuy nhiên, sự hạn chế về số tuyến xe buýt gây nên một số bất lợi nhất định cho du khách khi tham quan các điểm đến du lịch ở ngoài phạm vi thành phố Huế.

Dịch vụ y tế: TT-Huế là trung tâm y tế chuyên sâu với các cơ sở y tế nòng cốt như bệnh viện Trung Ương Huế và Đại học Y Dược Huế, cùng hàng loạt các cơ sở y tế khác. Địa phương hoàn toàn đáp ứng các nhu cầu chữa bệnh từ cơ bản cho đến công nghệ cao của người dân và khách du lịch, tạo tiền đề trong việc phát triển loại hình du lịch chữa bệnh.

Dịch vụ tài chính, ngân hàng, bảo hiểm: Hầu hết các ngân hàng, công ty tài chính và bảo hiểm lớn tại Việt Nam đều có chi nhánh tại TT-Huế. Tuy nhiên, phần lớn các chi nhánh đều tập trung tại thành phố Huế, mật độ ATM trên địa bàn toàn tỉnh còn thưa và khá ít các địa điểm chấp nhận thẻ POS khi thanh toán.

An ninh, dịch vụ bảo vệ: TT-Huế đảm bảo khá tốt môi trường du lịch an toàn cho du khách. Tuy nhiên, vẫn còn xuất hiện tình trạng móc túi, ăn xin và lừa đảo du khách, đặc biệt vào các mùa có đông du khách.

Thông tin liên lạc, Internet: Hạ tầng thông tin liên lạc và internet được đầu tư đầy đủ, đáp ứng được nhu cầu của người dân. Hầu hết các khách sạn, nhà nhĩ, nhà hàng đều có

wifi phục vụ nhu cầu của du khách. Dịch vụ wifi miễn phí đã có tại một số khu vực trung tâm thành phố, mặc dù thường xuyên chập chờn, thiếu ổn định.

3.1.5. Vai trò của cơ quan nhà nước, hiệp hội du lịch và tổ chức quốc tế

Các cơ quan quản lý nhà nước: Sở Du lịch tỉnh đóng vai trò chính trong việc quản lý các hoạt động du lịch tại địa phương, bên cạnh một số cơ quan quản lý khác. Tuy nhiên, các cơ quan quản lý nhà nước trên với các doanh nghiệp du lịch chưa có sự liên kết chặt chẽ. Bên cạnh đó, vấn đề quy hoạch trong phát triển du lịch đang gặp trở ngại lớn khi TT-Huế chưa xác định một cách rõ ràng định hướng để phát triển các loại hình du lịch khác ngoài du lịch di sản. Ngân sách thấp (1,2 tỷ VND đến 1.5 tỷ VND mỗi năm), thiếu vắng hoàn toàn sự tham gia của doanh nghiệp, hiệu quả kém là vấn đề mà công tác quảng bá, xúc tiến du lịch địa phương đang đối mặt.

Hiệp hội du lịch tỉnh TT-Huế: Vai trò của hiệp hội là khá mờ nhạt, chưa kiểm soát được tình trạng cạnh tranh bằng cách hạ giá, bất chấp chất lượng dịch vụ của một số cơ sở lưu trú và lữ hành.

Các chính phủ và tổ chức quốc tế: Giai đoạn 1992 – 2014, chỉ riêng Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế đã kêu gọi được sự tài trợ của các chính phủ và tổ chức quốc tế cho 42 dự án, với tổng ngân sách tài trợ đạt gần 8 triệu USD, chủ yếu là các dự án liên quan đến trùng tu, tôn tạo, phục chế di tích và đào tạo nhân lực. Trong thời gian gần đây, sự hỗ trợ chủ yếu đến từ các tổ chức như: EU, Tổ chức phát triển Hà Lan, JICA, ADB, ILO, UNESCO, Dự án Luxembourg.

3.2. Đánh giá

TT-Huế có nhiều tiềm năng để có thể phát triển du lịch di sản văn hóa và du lịch sinh thái: (i) địa phương có sự hội tụ của núi, rừng, đầm phá, biển và quần thể di tích lịch

sử đa dạng, lâu đời; (ii) định hướng phát triển du lịch địa phương với trọng tâm là du lịch di sản đã được xác định từ Trung Ương đến địa phương, (iii) nguồn nhân lực du lịch tại địa phương đáp ứng đầy đủ nhu cầu về số lượng và chất lượng (iv) du khách có nhu cầu rất lớn trong việc tham quan di sản văn hóa và thiên nhiên; (v) chất lượng dịch vụ cơ sở lưu trú đang dần ổn định và ngày càng tăng và (vi) địa phương có sự kết nối rất thuận lợi khi nằm trên Hành lang Kinh tế Đông Tây (nối Lào, Myanmar, Thái Lan và Việt Nam) và Con đường Di sản Đông Dương (Lào, Thái Lan, Campuchia và Việt Nam), tạo điều kiện cho sự liên kết phát triển du lịch.

Tuy nhiên, dường như du lịch của TT-Huế vẫn gặp phải một vài nút thắt cản trở nào đó, khi mà kết quả phát triển du lịch của địa phương vẫn còn khá khiêm tốn so với kỳ vọng.

Thứ nhất, về quy hoạch phát triển du lịch. Ngoài du lịch di sản, địa phương chưa thể xác định một cách rõ ràng định hướng để phát triển các loại hình du lịch khác, do có quá nhiều sự lựa chọn dựa trên sự ưu đãi của “tiên thiên” về tài nguyên thiên nhiên và nền văn hóa phong phú. Sự tham lam trong việc muốn phát triển hầu hết các loại hình du lịch khiến cho vấn đề liên kết điểm đến tại địa phương, đầu tư cơ sở hạ tầng, xây dựng sản phẩm du lịch đồng bộ gặp không ít khó khăn.

Thứ hai, chính quyền địa phương chưa thật sự có những hỗ trợ hiệu quả nhằm nâng cao NLCT cụm ngành. Các cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp chưa có sự liên kết chặt chẽ, các chương trình quảng bá xúc tiến thiếu hiệu quả và lan tỏa. Trong khi đó, vai trò của hiệp hội du lịch khá mờ nhạt, chưa kiểm soát được tình trạng cạnh tranh không lành mạnh. Cùng với đó là chi phí thời gian cao, khả năng cạnh tranh bình đẳng thấp cùng với một số khó khăn khác khiến cho môi trường kinh doanh du lịch kém công bằng và thiếu hiệu quả. Bên cạnh đó, sự liên

kết phát triển du lịch giữa TT-Huế và các địa phương khác vẫn còn khá yếu.

Thứ ba, sản phẩm du lịch mang tính đơn điệu và nhàm chán, đặc biệt là cuộc sống về đêm và hoạt động vui chơi giải trí tại địa phương. Sự thiếu hụt sản phẩm ngay trong loại hình du lịch di sản khiến cho việc thu hút khách du lịch lưu trú trở nên khó khăn, khách ở ngắn ngày, chi tiêu ít tiền và thường không quay lại. Hiện tượng du khách chỉ tham quan tại Huế trong vòng chưa đến 1 ngày, sau đó di chuyển vào Đà Nẵng hay Hội An để tiếp tục hành trình khá phổ biến.

Thứ tư, vốn đầu tư cho hoạt động du lịch thấp và cơ sở hạ tầng không đáp ứng được nhu cầu khách du lịch, nhất là ở phạm vi ngoại thành. Tỷ trọng vốn đầu tư thấp và giảm mạnh trong lĩnh vực lưu trú và ăn uống ở địa phương. Bên cạnh đó, ngân sách dành cho hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch khiêm tốn.

Tựu chung lại, những kết quả nghiên cứu trên đã có những đóng góp nhất định trong việc xác định các nhân tố thúc đẩy và cản trở NLCT cụm ngành du lịch tỉnh TT-Huế.

4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng TT-Huế có lợi thế rất lớn để phát triển du lịch di sản văn hóa và thiên nhiên, với sự hội tụ của nền văn hóa lâu đời, đa dạng và các danh lam thắng cảnh nổi tiếng. Bên cạnh đó, địa phương còn nhận được sự định hướng từ Trung Ương khi xác định đây là một trong những địa bàn trọng điểm phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ. Tuy nhiên, sự phát triển cụm ngành du lịch tỉnh TT-Huế gặp phải nhiều cản trở, xuất phát từ các nguyên nhân: (i) quy hoạch phát triển du lịch dàn trải trên tất cả các loại hình, (ii) sự kém hiệu quả của các thể chế liên quan đến sự phát triển của cụm ngành, đặc biệt là chính quyền địa phương và các bên liên quan, dẫn đến các chương trình liên kết, quảng bá du lịch kém

hiệu quả và môi trường kinh doanh có nhiều trở ngại, (iii) sự thiếu hụt về các sản phẩm du lịch, đặc biệt là các điểm vui chơi giải trí và cuộc sống về đêm và (iv) sự hạn chế về vốn đầu tư cho hoạt động du lịch cũng như cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng được đầy đủ nhu cầu của du khách.

Những trục trặc trên nhiều khía cạnh trong quá trình phát triển cụm ngành du lịch tỉnh TT-Huế đòi hỏi chính quyền địa phương cùng các bên liên quan phải thực thi nhiều giải pháp can thiệp nhằm tháo gỡ những nút thắt, tạo động lực cho sự phát triển bền vững của cụm ngành.

Đối với quy hoạch phát triển du lịch: TT-Huế cần xác định rõ nền tảng du lịch chính là các di sản văn hóa thế giới và tài sản thiên nhiên, đặc biệt là sự đa dạng sinh học và những “diện tích xanh” còn lưu giữ được tại địa phương. Không gian du lịch di sản tập trung chủ yếu ở trung tâm thành phố Huế, bờ bắc sông Hương. Phát triển Vườn Quốc gia Bạch Mã, đầm sinh thái Tam Giang - Cầu Hai, vịnh Lăng Cô, khu bảo tồn tự nhiên Phong Điền thành một mạng lưới du lịch sinh thái để du khách được hòa mình vào thiên nhiên.

Đối với vấn đề liên kết và nâng cao chất lượng môi trường kinh doanh trong phát triển du lịch: Tỉnh cần tận dụng tốt sự kết nối, liên kết với các địa phương lân cận trong việc gia tăng sức hút đối với du lịch địa phương: phía Bắc là Vườn quốc gia Phong Nha – Kẻ Bàng, phía Nam là Thánh địa Mỹ

Son, phố cổ Hội An và Đà Nẵng. Bên cạnh đó, chính quyền địa phương cần nâng cao chất lượng môi trường kinh doanh và cải thiện mối liên kết giữa các tác nhân tham gia trong cụm ngành. TT-Huế nên tạo điều kiện rộng mở hơn cho các doanh nghiệp du lịch tham gia vào các hoạt động xây dựng chiến lược phát triển du lịch, xúc tiến, quảng bá và thiết kế các chương trình du lịch.

Đối với việc đa dạng hóa và cải thiện chất lượng các sản phẩm du lịch: Địa phương có thể nghiên cứu học tập mô hình chợ Đêm ở SiemReap nhằm tận dụng 88 làng nghề truyền thống trên địa bàn. Địa điểm tổ chức chợ Đêm nên tận dụng ngay tại phố đi bộ Nguyễn Đình Chiểu, kết hợp với dự án quy hoạch chi tiết hai bên bờ sông Hương KOICA tài trợ. Khuyến khích các doanh nghiệp tham gia xây dựng các tuyến, tour du lịch đường thủy dọc sông Hương.

Đối với việc thu hút vốn đầu tư trong phát triển du lịch và cải thiện cơ sở hạ tầng tại địa phương: TT-Huế cần phải xác định các xếp hạng ưu tiên và lấy ý kiến của các bên liên quan trong việc đầu tư các hạng mục cơ sở hạ tầng thật sự mang lại hiệu quả cao. Bên cạnh đó, TT-Huế cần phải (i) tích cực tìm kiếm các nguồn vốn tài trợ của các tổ chức, chính phủ trong và ngoài nước trong việc bảo tồn di sản văn hóa và tài nguyên thiên nhiên, (ii) kêu gọi các nhà đầu tư chiến lược với nguồn lực đảm bảo đầu tư vào các khu du lịch có tiềm năng tại TT-Huế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Avnish Gunfadurdoss, Hala Hanna, Jade Salhab & Dalia Tarabay (2012), Improving the Competitiveness of the Tourism Cluster in Tunisia, Harvard Business School, USA.
- Cục thống kê Thừa Thiên Huế (2015), *Niên giám thống kê 2015*, Thừa Thiên Huế.
- ESRT (2015), *Báo cáo Kỹ thuật, Nghiên cứu khảo sát lực lượng lao động du lịch năm 2015_Khu vực 3 tỉnh Duyên hải miền Trung: Thừa Thiên Huế, TP Đà Nẵng và Quảng Nam*, Thừa Thiên Huế.
- ESRT (2015), *Báo cáo Kỹ thuật, Phát triển sản phẩm du lịch Khu vực Duyên hải miền Trung Việt Nam*, Thừa Thiên Huế.

- ESRT (2015), *Chiến lược quản lý điểm đến Đà Nẵng, Thừa Thiên Huế và Quảng Nam*, Thừa Thiên Huế.
- Geoffrey I. Crouch (2007), *Modelling Destination Competitiveness (A survey and analysis of the impact of competitiveness attributes*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd 2007, Australia.
- Grant Thornton Việt Nam (2016), *Báo cáo tóm tắt Khảo sát Ngành dịch vụ Khách sạn 2016*, Việt Nam.
- Larry Dwyer, Robert Mellor, Zelko Livaic, Deborah Edwards, and Chulwon Kim (2004), *Attributes of Destination Competitiveness: A Factor Analysis*, *Tourism Analysis*, 9 (1-2): 91-101.
- Mark Saunders, Philip Lewis, Adiean Thornhill (2010), *Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh*, Nxb Tài chính.
- Monfort (2002), *Competitive strategy and performance in the coastal hotel industry: empirical evidence in Benidorm and Peñíscola*, *Travel Guide*, num. 10; pp. 7 – 22, 2002
- Nghị Quyết về phát triển du lịch, dịch vụ Thừa Thiên Huế giai đoạn 2016 – 2020 và tầm nhìn đến năm 2030*, Tỉnh Thừa Thiên Huế, ban hành ngày 08 tháng 11 năm 2016.
- OCED (2017), *Regional Competitiveness*. Truy cập ngày 09 tháng 01 năm 2017, <http://www.oecd.org/cfe/regional-policy/regionalcompetitiveness.htm>
- Porter, Michael E (2008), *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*, NXB Trẻ, Hồ Chí Minh.
- Porter, Michael E (1998), *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, *The Free Press*, New York, United States of America.
- Sieglinde Kindl da Cunha, João Carlos da Cunha (2005), *Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development*, *BAR*, v. 2, n. 2, art. 4, p. 47-62, july/dec. 2005
- Sở Du lịch Thừa Thiên Huế (2015), *Thực trạng lao động ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế từ năm 2012 đến năm 2015*, Thừa Thiên Huế.
- Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thừa Thiên Huế (2013), *Báo cáo Công tác quản lý lễ hội trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2013*, Thừa Thiên Huế.
- Thủ tướng Chính phủ (2013), *Quyết định Phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”*, Việt Nam.
- Tổng cục Thống kê (2013), *Kết quả Điều tra Chi tiêu của Khách du lịch năm 2006, 2009, 2011 và 2013*, Việt Nam.
- Ủy ban nhân dân Thừa Thiên Huế (2013), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013 – 2030*, Thừa Thiên Huế.
- Vũ Thành Tự Anh (2016), *Bài giảng về khung phân tích năng lực cạnh tranh địa phương – môn Phát triển Vùng và Địa phương*, Chương trình Giảng dạy Kinh tế Fulbright, Thành phố Hồ Chí Minh.
- World Economic Forum (2016), *The Global Competitiveness Report 2016 – 2017*.