

tuan

By qnujs

The attractiveness of Hue as a cruise tourism destination: A tourist-based approach

ABSTRACT

Cruise tourism is emerging as an important segment of the global tourism industry and is considered a promising development pathway for heritage-rich coastal destinations such as the city of Hue. However, practice, the effectiveness of attracting cruise tourists to Hue remains limited and falls short of expectations. Against this backdrop, this study aims to explore the factors constituting Hue's attractiveness as a cruise tourism destination, assess tourists' perceptions of these factors, and analyze differences in perceptions among tourist groups. The study adopts a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative methods to provide a comprehensive assessment of Hue's cruise tourism attractiveness from the tourists' perspective. Data collected from 130 cruise tourists were analyzed using Cronbach's Alpha, Exploratory Factor Analysis (EFA), T-test, and ANOVA. The results indicate that Hue's attractiveness for cruise tourism is composed of five main groups of factors, among which infrastructure and cuisine, together with historical factors, are rated most highly by tourists. In addition, significant differences are found in tourists' evaluations according to age, occupation, income level, and continent of origin. Based on the findings, the paper proposes several policy implications to enhance destination attractiveness and promote the sustainable development of cruise tourism in Hue.

Keywords: cruise tourism; tourism destination attractiveness; cruise tourists; Hue city.

Khả năng thu hút khách du lịch tàu biển của điểm đến Huế: Tiếp cận từ du khách

TÓM TẮT

Du lịch tàu biển đang nổi lên như một phân khúc quan trọng của du lịch toàn cầu và đang phát triển tiềm năng với các điểm đến ven biển giàu giá trị di sản như thành phố Huế. Tuy nhiên, hiệu quả thu hút khách du lịch tàu biển tại Huế vẫn còn nhiều hạn chế, chưa tương xứng kỳ vọng. Nghiên cứu này nhằm khám phá các nhân tố cấu thành khả năng thu hút khách du lịch tàu biển của điểm đến Huế, đánh giá mức độ cảm nhận của du khách đối với các nhân tố này và phân tích sự khác biệt trong nhận thức giữa các nhóm khách. Nghiên cứu sử dụng phương pháp hỗn hợp (mixed methods), kết hợp định tính và định lượng để đánh giá toàn diện khả năng thu hút khách du lịch tàu biển của điểm đến Huế từ góc nhìn du khách. Dữ liệu của 130 khách du lịch tàu biển được xử lý thông qua các kỹ thuật phân tích Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), kiểm định T-test và ANOVA. Kết quả cho thấy khả năng thu hút khách du lịch tàu biển của Huế được cấu thành từ năm nhóm nhân tố chính: cơ sở hạ tầng và ẩm thực, cùng với các yếu tố lịch sử, được du khách đánh giá cao nhất. Đồng thời, tồn tại sự khác biệt đáng kể trong đánh giá của du khách theo độ tuổi, nghề nghiệp, mức thu nhập và châu lục. Từ kết quả nghiên cứu, bài báo đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm nâng cao sức hấp dẫn và thúc đẩy phát triển du lịch tàu biển tại Huế theo hướng bền vững.

Từ khóa: du lịch tàu biển; khả năng thu hút điểm đến du lịch; khách du lịch tàu biển; thành phố Huế.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch tàu biển đang trở thành một trong những phân khúc phát triển nhanh của ngành du lịch toàn cầu, đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến, mở rộng kết nối quốc tế và thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương.^{1,2} Các điểm đến ven biển và giàu giá trị di sản, du lịch tàu biển không chỉ mang lại nguồn khách có mức chi tiêu tương đối cao mà còn góp phần gia tăng hình ảnh, uy tín và vị thế của điểm đến trên thị trường du lịch quốc tế.^{3,4}

Tại Việt Nam, du lịch tàu biển được đánh giá là loại hình du lịch có nhiều tiềm năng phát triển, đặc biệt tại các điểm đến khu vực duyên hải miền Trung, vốn là nơi tập trung nhiều cảng nước sâu và hệ thống tài nguyên du lịch phong phú.^{5,6} Thành phố Huế vốn được biết đến là ô thị di sản tiêu biểu của cả nước, với hệ thống di sản văn hóa – lịch sử đặc sắc, cảnh quan thiên nhiên đa dạng và bản sắc văn hóa riêng biệt. Thành phố là một vị trí địa lý gần cảng Chân Mây, một trong những cảng biển quan trọng có khả năng tiếp nhận tàu du lịch quốc tế cỡ lớn, đây được xem là lợi thế để Huế trở thành điểm đến có tiềm năng trong phát triển du lịch tàu biển.^{7,8} Để khai thác hiệu quả lợi thế này, thiết kế sản phẩm du lịch tàu biển tại Huế được xem là yếu tố định hình chiều sâu trải nghiệm di sản, đồng thời đặt ra yêu cầu cân bằng giữa khai thác giá trị văn hóa và bảo tồn tính xác thực trong bối cảnh phát triển bền vững.⁹

Tuy nhiên, trên thực tế, hiệu quả thu hút khách du lịch tàu biển đến Huế vẫn còn ở mức khiêm tốn so với tiềm năng sẵn có. Những hạn chế chủ yếu liên quan đến hạ tầng phục vụ khách du

lịch tàu biển, chất lượng dịch vụ, thời gian lưu trú ngắn cũng như sự thiếu vắng các sản phẩm du lịch chuyên biệt phù hợp với đặc điểm của phân khúc khách này.^{10,11}

Các nghiên cứu trước đây về khả năng thu hút của điểm đến chủ yếu tập trung vào khách du lịch nói chung, hình ảnh điểm đến hoặc mức độ hài lòng của du khách.^{12,13} Trong khi đó, các nghiên cứu xem xét riêng cảm nhận và đánh giá của khách du lịch tàu biển còn tương đối hạn chế, biệt đối với các điểm đến di sản tại Việt Nam. Bên cạnh đó, vẫn thiếu các bằng chứng thực nghiệm nhằm nhận diện một cách hệ thống các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch tàu biển tại điểm đến Huế, từ góc nhìn trực tiếp của du khách. Đây chính là khoảng trống nghiên cứu mà bài báo hướng tới làm rõ.

Xuất phát từ khoảng trống nghiên cứu nêu trên, nghiên cứu này nhằm: 1) Khám phá các yếu tố cấu thành khả năng thu hút khách du lịch tàu biển của điểm đến Huế; thông qua 2) Đánh giá mức độ cảm nhận của khách du lịch tàu biển đối với các yếu tố này; cũng như 3) Phân tích sự khác biệt trong nhận thức của các nhóm khách du lịch tàu biển. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng sẽ cung cấp các hàm ý thực tiễn cho chủ quyền địa phương, đơn vị quản lý cảng và các doanh nghiệp du lịch trong việc xây dựng chiến lược giải pháp phù hợp nhằm nâng cao sức hấp dẫn và thúc đẩy phát triển du lịch tàu biển theo hướng bền vững tại Huế.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Du lịch tàu biển và điểm đến du lịch

Luật Du lịch Việt Nam (2017) đã quy định du lịch là các hoạt động gắn với chuyến đi tạm thời của con người ngoài nơi cư trú thông thường nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng và trải nghiệm các giá trị du lịch hợp pháp.¹⁴ Trên cơ sở đó, du lịch tàu biển được xem là một loại hình du lịch đặc trưng mang tính quốc tế cao, trong đó tàu biển vừa đóng vai trò là phương tiện vận chuyển vừa là không gian lưu trú và tiêu dùng dịch vụ của du khách. Hoạt động du lịch tàu biển diễn ra đồng thời trên tàu và tại các điểm đến bờ, với trọng tâm là mức độ tiện nghi trên tàu và các hoạt động tham quan, trải nghiệm tại điểm dừng chân.^{15,16,17,18}

Khách du lịch tàu biển được hiểu là những du khách tham gia các hành trình du lịch bằng tàu biển, trong đó điểm đến ven bờ là điểm dừng tham quan trong thời gian nghỉ theo lịch trình cố định của tàu. Do đặc điểm thời gian lưu trú hạn chế, khách du lịch tàu biển có hành vi tiêu dùng và kỳ vọng trải nghiệm khác biệt so với khách du lịch lưu trú dài ngày, đặc biệt trong việc lựa chọn sản phẩm tham quan, dịch vụ và hoạt động trải nghiệm tại điểm đến.

Luật Du lịch Việt Nam (2017) đã giải thích điểm du lịch là nơi có tài nguyên du lịch được đầu tư, khai thác phục vụ khách du lịch. Trong bối cảnh du lịch tàu biển, điểm đến du lịch thông chỉ bao gồm khu vực cảng biển mà còn là hệ thống các điểm tham quan, dịch vụ và hạ tầng kết nối giữa cảng và khu vực trung tâm, nơi diễn ra các hoạt động trải nghiệm của khách du lịch tàu biển.¹⁴

2.2. Khả năng thu hút của điểm đến du lịch

Khả năng thu hút của điểm đến được xem là một khái niệm nền tảng trong nghiên cứu du lịch, dùng để mô tả mức độ hấp dẫn của một điểm đến đối với du khách thông qua việc thỏa mãn các nhu cầu và kỳ vọng gắn với mục đích chuyến đi. Theo hướng tiếp cận dựa trên cảm nhận của du khách, khả năng thu hút không chỉ phản ánh những gì điểm đến sở hữu mà thể hiện cách du khách đánh giá và cảm nhận về mức độ phù hợp của các yếu tố tại điểm đến đối với nhu cầu cá nhân của họ.¹² Trên cơ sở đó, một điểm đến được xem là có khả năng thu hút cao khi các đặc điểm và dịch vụ của điểm đến tạo ra sự thỏa mãn tương xứng với động cơ và kỳ vọng du lịch của du khách. Đối với loại hình du lịch tàu biển, sự kết hợp giữa diễn giải di sản, khả năng tiếp cận không gian và thiết kế tham quan ngắn trong ngày được xem là những yếu tố quan trọng góp phần nâng cao cảm nhận giá

trị, sự hài lòng và ý định quay lại của khách tàu biển.¹⁹ Các tiếp cận này tương đồng với quan điểm coi khả năng thu hút của điểm đến là khả năng tạo ra giá trị và lợi ích cho du khách thông qua hệ thống các thuộc tính mà điểm đến mang cấp.²⁰ Những lợi ích này được hình thành từ cả yếu tố hữu hình và vô hình, qua đó tác động đến quá trình ra quyết định lựa chọn điểm đến của khách.^{13,21} Bên cạnh trải nghiệm trực tiếp, khả năng thu hút của điểm đến còn được hình thành ở giai đoạn trước chuyến đi thông qua hình ảnh, thông tin và hoạt động truyền thông về điểm đến, từ đó ảnh hưởng đến nhận thức và kỳ vọng ban đầu của du khách.

2.3. Tổng quan nghiên cứu

Các công trình nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch đều thống nhất rằng khả năng thu hút của điểm đến không phải là một thuộc tính đơn lẻ mà được hình thành từ nhiều thành phần khác nhau, phản ánh tính chất đa chiều của khái niệm này. Một trong những nghiên cứu nền tảng đã tiếp cận khả năng thu hút của điểm đến thông qua hệ thống các thuộc tính cấu thành, trong đó nhấn mạnh vai trò của môi trường tự nhiên, bối cảnh xã hội – văn hóa, giá trị lịch sử, các hoạt động giải trí và mua sắm, cùng với điều kiện cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch.²² Tiếp thừa cách tiếp cận này, các nghiên cứu sau đó đã phát triển các mô hình đánh giá ngày càng đa diện hơn, trong đó nổi bật là mô hình của Hu và Ritchie (1993) với việc phân loại khả năng thu hút của điểm đến thành các nhóm nhân tố liên quan đến tài nguyên tự nhiên, đặc điểm văn hóa và lịch sử, hệ thống giải trí – mua sắm, cũng như các điều kiện về hạ tầng, ẩm thực và dịch vụ lưu trú.¹²

Tại Việt Nam, nhiều nghiên cứu đã kế thừa điều chỉnh mô hình của Hu và Ritchie (1993) để phù hợp với bối cảnh điểm đến cụ thể.¹² Nghiên cứu của Bùi Thị Tâm và Mai Lệ Quyên (2012) về khả năng thu hút của điểm đến Huế đã bổ sung yếu tố an toàn của điểm đến và nhấn mạnh vai trò của mức độ phát triển sản phẩm và công tác quản lý điểm đến trong việc nâng cao sức hấp dẫn.⁷ Tương tự, nghiên cứu của Nguyễn Thị Minh Nghĩa và cộng sự (2017) tại Hội An cho thấy các yếu tố liên quan đến thiên nhiên – khí hậu và lưu trú – ẩm thực có ảnh hưởng đáng kể đến khả năng thu hút khách du lịch, trong khi một số yếu tố khác chưa thể hiện tác động rõ ràng.¹⁰

Nhìn chung, các nghiên cứu trong và ngoài nước đều khẳng định rằng khả năng thu hút của điểm đến không chỉ phụ thuộc vào tài nguyên sẵn có mà còn chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ chất lượng dịch vụ, hạ tầng, sản phẩm du lịch và công tác quản lý điểm đến. Trong bối cảnh Huế, một đô thị di sản được UNESCO công nhận, nội dung diễn

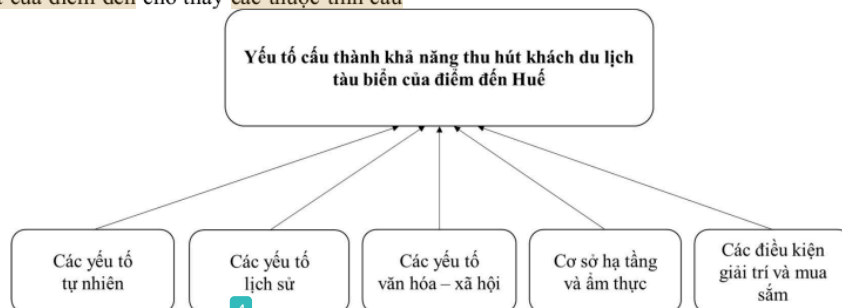
giải đi sản được xem là thành tố trọng yếu trong việc định hình trải nghiệm tham quan ngắm hồ của khách du lịch tàu biển, góp phần nâng cao giá trị cảm nhận và sự hài lòng của du khách.⁹

Đây là cơ sở lý luận quan trọng để nghiên cứu này xây dựng mô hình phân tích và lựa chọn các nhân tố đánh giá khả năng thu hút khách du lịch tàu biển tại điểm đến Huế.

3. MÔ HÌNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Tổng quan các mô hình nghiên cứu về khả năng thu hút của điểm đến cho thấy các thuộc tính cấu

thành khả năng du khách thường được phân thành những nhóm nhân tố cơ bản, phản ánh cả giá trị tài nguyên, điều kiện phục vụ và trải nghiệm tại điểm đến. Trên cơ sở kế thừa các mô hình nghiên cứu trước, đặc biệt là mô hình của Hu và Ritchie (1993), nghiên cứu này xác định khả năng thu hút của điểm đến được cấu thành từ năm nhóm nhân tố chính, bao gồm: (1) các yếu tố tự nhiên; (2) các yếu tố văn hóa – xã hội; (3) cơ sở hạ tầng và ẩm thực; và (4) các điều kiện giải trí và mua sắm.¹² (Hình 1)



Hình 1. Mô hình yếu tố cấu thành khả năng thu hút khách du lịch tàu biển của điểm đến Huế.

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, kết hợp giữa định tính và định lượng nhằm đảm bảo tính toàn diện và độ tin cậy của mô hình nghiên cứu. Ở giai đoạn định tính, nghiên cứu tiến hành tổng quan tài liệu và tham vấn ý kiến chuyên gia trong lĩnh vực du lịch và quản lý điểm đến nhằm điều chỉnh mô hình lý thuyết cho phù hợp với bối cảnh điểm đến Huế và đặc thù của khách du lịch tàu biển, đồng thời xây dựng hệ thống thang đo nghiên cứu.

Ở giai đoạn định lượng, trên cơ sở vận dụng mô hình đề xuất, nghiên cứu xây dựng mô hình gồm năm nhân tố với tổng cộng 20 biến quan sát nhằm đo lường mức độ ảnh hưởng của các thuộc tính điểm đến đến khả năng thu hút khách du lịch tàu biển. Cụ thể, nhóm yếu tố tự nhiên phản ánh điều kiện môi trường, khí hậu và cảnh quan; nhóm yếu tố văn hóa – xã hội và lịch sử thể hiện các giá trị di sản, lễ hội, con người và công trình lịch sử đặc trưng của Huế; nhóm cơ sở hạ tầng và ẩm thực tập trung vào hệ thống giao thông, cảng biển, dịch vụ công cộng, ăn uống và mức độ an toàn; trong khi nhóm điều kiện giải trí và mua sắm phản ánh khả năng đáp ứng nhu cầu vui chơi, tiêu dùng và mua sắm của du khách trong thời gian lưu trú ngắn tại điểm đến.

Mô hình nghiên cứu được sử dụng làm khung tham chiếu cho việc xây dựng thang đo, Bảng 1. Thông tin về mẫu điều tra.

Nghiên cứu thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA) và đánh giá mức độ tác động của các nhóm nhân tố đến khả năng thu hút khách du lịch tàu biển tại điểm đến Huế. Các nghiên cứu gần đây về Huế cũng chỉ ra rằng việc diễn giải nghỉ lễ cung đình, nhận diện biểu tượng văn hóa và tối ưu hóa lịch trình tham quan đóng vai trò quan trọng trong thiết kế sản phẩm dịch vụ tàu biển, qua đó khẳng định vai trò nổi bật của các nhân tố văn hóa – xã hội và lịch sử trong việc định hình trải nghiệm và nâng cao khả năng thu hút của điểm đến.¹⁹

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu đã tiến hành phát hành và thu thập bảng hỏi trực tiếp từ khách du lịch, với kết quả thu được 130 phiếu khảo sát hợp lệ. Kích thước mẫu này đáp ứng yêu cầu về độ tin cậy và tính đại diện cho nghiên cứu định lượng trong lĩnh vực du lịch, đồng thời phù hợp với yêu cầu tối thiểu để tiến hành các phân tích thống kê như kiểm định, phân tích nhân tố, hồi quy tuyến tính. Dữ liệu sau khi thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS phiên bản 22.0 nhằm phục vụ cho các bước phân tích định lượng. Đặc điểm của đối tượng khảo sát được tổng hợp ở Bảng 1.

Tiêu chí phân loại	Số lượng (Người)	Tỷ lệ (%)	Tiêu chí phân loại	Số lượng (Người)	Tỷ lệ (%)
1. Giới tính	130	100	5. Số lần đến Huế	130	100
Nam	71	54,6	Lần đầu	53	40,7
Nữ	53	40,8	Lần thứ 2	43	33,1
Khác	6	4,6	Lần thứ 3	13	10,0
2. Độ tuổi	130	100	Trên 3 lần	21	16,2
Dưới 18 tuổi	12	9,2	6. Thời gian lưu trú	130	100
18 – 30 tuổi	24	18,5	1-2 ngày	58	44,6
31 – 50 tuổi	41	31,5	3-4 ngày	32	24,6
Trên 50 tuổi	53	40,8	5-6 ngày	24	18,5
3. Nghề nghiệp	130	100	Trên 6 ngày	16	12,3
Học sinh, sinh viên	12	9,2	7. Hình thức tổ chức chuyến đi	130	100
Công chức	49	37,7	Tự tổ chức	52	40
Kinh doanh	25	19,2	Theo tour	78	60
Lao động phổ thông	9	6,9	8. Châu lục	130	100
Nghỉ hưu	30	23,1	Châu Âu	30	23,1
Khác	5	3,9	Châu Á	65	50,0
4. Mức thu nhập	130	100	Châu Mỹ	20	15,4
Dưới 5.000 USD	20	15,4	Châu Phi	0	0
Từ 5.000 – 10.000 USD	73	56,1	Châu Đại Dương	15	11,5
Trên 10.000 USD	37	28,5	Châu Nam Cực	0	0

4.2. Đánh giá độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's alpha

Kết quả trình bày tại Bảng 2 cho thấy các thang đo trong nghiên cứu đều đạt yêu cầu về độ tin cậy, với hệ số Cronbach's Alpha của các nhóm nhân tố đều vượt ngưỡng chấp nhận 0,7. Đồng thời, các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến – tổng lớn

Bảng 2. Kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha.

Thang đo	Ký hiệu	Số biến quan sát	Hệ số tương quan biến – tổng nhỏ nhất	Cronbachs Alpha
Các yếu tố tự nhiên	YTTN	3	0,673	0,862
Các yếu tố văn hóa – xã hội	VHXX	4	0,619	0,861
Các yếu tố lịch sử	YTLS	3	0,595	0,787
Sở hạ tầng và ẩm thực	HTAT	7	0,645	0,935
Điều kiện giải trí và mua sắm	GTMS	3	0,601	0,767

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA đối với biến quan sát

Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis – EFA) được sử dụng nhằm rút gọn các biến quan sát và xác định các nhóm nhân tố đại diện cho các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch tàu biển của điểm đến Huế.

Bảng 3. Giá trị KMO và Bartlett's Test biến quan sát.

Hệ số kiểm định KMO	0,820
Giá trị kiểm	Chi-Square xấp xỉ 1556,390
	Bậc tự do df 190

hơn 0,3 và nhỏ hơn hệ số Cronbach's Alpha của biến tổ tương ứng, qua đó đáp ứng các tiêu chí đánh giá độ tin cậy của thang đo. Trên cơ sở kết quả kiểm định này, thang đo được xem là đạt độ tin cậy thiết và toàn bộ 20 biến quan sát được sử dụng để phục vụ cho các bước phân tích tiếp theo của nghiên cứu.

định	Mức ý nghĩa	0,000
Bartlett		

Kết quả kiểm định mức độ phù hợp của dữ liệu tại Bảng 3 cho thấy chỉ số KMO đạt giá trị 0,820, vượt ngưỡng chấp nhận 0,5, qua đó khẳng định dữ liệu đáp ứng điều kiện cần thiết để tiến hành phân tích nhân tố khám phá. Bên cạnh đó, kiểm định Bartlett cho kết quả có ý nghĩa thống kê với giá trị Sig. = 0,000 (<0,05), cho thấy tồn tại mối tương quan đáng kể giữa các biến quan sát, phù hợp cho việc áp dụng phương pháp EFA. Những kết quả này cho thấy việc sử dụng mô hình

phân tích nhân tố là phù hợp đối với dữ liệu nghiên cứu.

Phân tích EFA được thực hiện bằng phương pháp trích các thành phần chính (Principal Components) kết hợp với phép xoay Varimax. Kết quả cho thấy 20 biến quan sát được gom lại thành 5 nhân tố, tương ứng với cấu trúc mô hình nghiên cứu đã đề xuất. Các nhân tố được giữ lại đều có giá trị Eigenvalue lớn hơn 1, trong đó giá trị nhỏ nhất đạt 1,181. Đồng thời, tổng phương sai trích đạt 73,711%. Với mức khuyến nghị 50%, phản ánh khả năng giải thích cao của các nhân tố đối với sự biến thiên của bộ dữ liệu.

Bảng 4. Tóm tắt kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA).

Nhân tố	Số biến	Khoảng hệ số tải
Cơ sở hạ tầng và ẩm thực	7	0,721–0,900
Văn hóa – xã hội	4	0,704–0,875
Tự nhiên	3	0,839–0,854
Giải trí – mua sắm	3	0,658–0,883
Lịch sử	3	0,642–0,872
Tổng	20	

Kết quả phân tích ma trận xoay được trình bày tại Bảng 4 cho thấy toàn bộ các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố đạt giá trị trên 0,5 và không nhận hiện tượng tải chéo giữa các nhân tố. Điều này cho thấy thang đo trong nghiên cứu đáp ứng đồng thời yêu cầu về giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Cụ thể, nhân tố “Cơ sở hạ tầng và ẩm thực” được hình thành từ 7 biến quan sát với hệ số tải nằm trong khoảng từ 0,721 đến 0,900; nhân tố “Các yếu tố văn hóa – xã hội” bao gồm 4 biến quan sát, có hệ số tải dao động từ 0,704 đến 0,875; nhân tố “Các yếu tố tự nhiên” gồm 3 biến quan sát với hệ số tải từ 0,839 đến 0,854; nhân tố “Điều kiện giải trí và mua sắm” được cấu thành bởi 3 biến quan sát với hệ số tải từ 0,658 đến 0,883; và nhân tố “Các yếu tố lịch sử” gồm 3 biến quan sát, với hệ số tải trong khoảng từ 0,642 đến 0,872.

Trên cơ sở kết quả phân tích nhân tố khám phá, có thể nhận thấy các thang đo sử dụng trong nghiên cứu đều đạt yêu cầu về độ tin cậy và giá trị đo lường, đồng thời không có biến quan sát nào loại khỏi mô hình. Năm nhân tố được xác định tiếp tục được sử dụng cho các bước phân tích tiếp theo nhằm xem xét mức độ tác động đến khả năng thu hút khách du lịch tàu biển của điểm đến Huế.

4.4. Đánh giá mức độ đồng ý của khách du lịch tàu biển về các yếu tố cấu thành khả năng thu hút của điểm đến Huế

Kết quả phân tích giá trị trung bình cho thấy mức độ đồng ý của khách du lịch tàu biển đối với các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút của điểm đến Huế dao động trong khoảng từ 3,53 đến 3,72 trên thang đo Likert 5 mức, phản ánh mức độ đánh giá từ trung bình khá đến khá tích cực. (Bảng 5)

Bảng 5. Giá trị trung bình và thứ hạng đánh giá của khách du lịch tàu biển đối với các yếu tố cấu thành khả năng thu hút của điểm đến Huế.

Nhân tố	Giá trị trung bình	Xếp hạng
Các yếu tố tự nhiên	3,53	4
Các yếu tố văn hóa – xã hội	3,53	5
Các yếu tố lịch sử	3,69	2
Cơ sở hạ tầng và ẩm thực	3,72	1
Điều kiện giải trí và mua sắm	3,67	3

Trong đó, nhân tố “Cơ sở hạ tầng và ẩm thực” được khách du lịch tàu biển đánh giá cao nhất với giá trị trung bình đạt 3,72, xếp hạng thứ nhất. Kết quả này cho thấy vai trò quan trọng của hệ thống hạ tầng phục vụ, điều kiện giao thông, dịch vụ công cộng cũng như chất lượng và sự đa dạng của ẩm thực địa phương trong việc nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến Huế đối với phân khúc khách du lịch tàu biển.

Tiếp theo, nhân tố “Các yếu tố lịch sử” đạt giá trị trung bình 3,69, xếp hạng thứ hai. Điều này phản ánh lợi thế nổi trội của Huế với hệ thống di sản văn hóa – lịch sử đặc sắc, các công trình kiến trúc và giá trị lịch sử lâu đời, vốn là những yếu tố có sức hấp dẫn lớn đối với khách du lịch trong thời gian lưu trú ngắn tại điểm đến. Điều này nhấn mạnh sự cần thiết của việc ưu tiên thiết kế các sản phẩm du lịch gắn với trải nghiệm di sản văn hóa, kết hợp điểm tham quan mang tính biểu tượng và thưởng thức ẩm thực đặc trưng Huế để phù hợp với thời gian cập cảng trong ngày của khách tàu biển.

Nhân tố “Điều kiện giải trí và mua sắm” được đánh giá ở mức khá với giá trị trung bình 3,67, xếp hạng thứ ba. Kết quả này cho thấy các hoạt động giải trí, mua sắm và dịch vụ bổ trợ tại Huế bước đầu đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch tàu biển, tuy nhiên vẫn còn dư địa để tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng nhằm gia tăng trải nghiệm cho du khách.

Trong khi đó, hai nhân tố “Các yếu tố tự nhiên” và “Các yếu tố văn hóa – xã hội” có cùng giá trị trung bình là 3,53, lần lượt hạng thứ tư và thứ năm. Mặc dù Huế sở hữu cảnh quan thiên nhiên tương đối đa dạng và nền văn hóa đặc trưng, kết quả này cho thấy các yếu tố này chưa được khách du lịch tàu biển đánh giá cao tương xứng với tiềm năng sẵn có, có thể do hạn chế trong việc khai thác, tổ chức sản phẩm hoặc truyền thông hiệu quả tới phân khúc khách du lịch tàu biển.

Nhìn chung, kết quả đánh giá độ đồng ý của khách du lịch tàu biển cho thấy khả năng thu hút của điểm đến Huế chịu ảnh hưởng rõ nét bởi các yếu tố mà ảnh hưởng tăng, dịch vụ và giá trị lịch sử, trong đó các yếu tố tự nhiên và văn hóa – xã hội cần được quan tâm tự và khai thác hiệu quả hơn nhằm nâng cao sức hấp dẫn tổng thể của điểm đến đối với phân khúc khách du lịch tàu biển.

4.5. Kiểm định sự khác biệt về các yếu tố cấu thành khả năng thu hút của điểm đến Huế

Nhằm phân tích sự khác biệt trong mức độ đánh giá của khách du lịch tàu biển đối với các nhóm

Bảng 6. Kiểm định Independent Sample T – Test và kiểm định sự khác biệt One-Way ANOVA.

Mức độ ý nghĩa theo các nhóm (Sig.)							
STT	Các nhân tố	GTTB	Giới tính (a)	Độ tuổi (b)	Nghề nghiệp (b)	Mức thu nhập (b)	Châu lục (b)
1	Các yếu tố tự nhiên	3,63	**	**	Ns	Ns	Ns
2	Các yếu tố văn hóa – xã hội	3,67	Ns	**	Ns	Ns	**
3	Các yếu tố lịch sử	3,72	Ns	***	Ns	Ns	**
4	sở hạ tầng và ẩm thực	3,53	Ns	Ns	Ns	**	Ns
5	Điều kiện giải trí và mua sắm	3,36	Ns	Ns	***	**	Ns

Chú thích:

(a): Kiểm định Independent Sample T-Test

(b): Kiểm định One-way ANOVA

Ns (non - significant): (Sig. > 0,1) không có ý nghĩa về mặt thống kê, không có sự khác biệt trong ý kiến đánh giá giữa các nhóm du khách.

*: (0,05 < Sig. < 0,1) có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê thấp.

** : (0,01 < Sig. <= 0,05) có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê trung bình.

***: (Sig. <= 0,01) có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê cao

Do Sig khi kiểm định Levene bé hơn 0,1 nên ở độ tin cậy 95%, bác bỏ giả thuyết

H0: “Phương sai bằng nhau”, và chấp nhận giả thuyết H1: “Phương sai khác nhau”. Vì phương sai khác nhau nên không thể tiến hành kiểm định Anova và kết luận đối với một số biến, do đó kí hiệu những biến này là “-”

Bảng 6 trình bày kết quả kiểm định chỉ ra sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong đánh giá của du khách khi phân theo nhóm các đặc điểm nhân khẩu học. Cụ thể, đánh giá về các yếu tố tự nhiên và các yếu tố lịch sử có sự khác biệt rõ rệt theo độ tuổi của du khách. Đối với các yếu tố văn

nhân khẩu thành khả năng thu hút của điểm đến Huế, nghiên cứu tiến hành các kiểm định so sánh theo những đặc điểm nhân khẩu học của du khách. Cụ thể, kiểm định T-Test cho hai mẫu độc lập được sử dụng để xem xét sự khác biệt theo giới tính, trong khi kiểm định phương sai một yếu tố (One-Way ANOVA) được áp dụng đối với các biến phân loại có từ hai nhóm trở lên, bao gồm độ tuổi, nghề nghiệp, mức thu nhập và châu lục.

Trước khi tiến hành hai các phân tích so sánh, kiểm định Levene được thực hiện nhằm kiểm tra giả định về tính đồng nhất của phương sai. Kết quả cho thấy đa số các biến quan sát có giá trị Sig. lớn hơn 0,05, do đó giả thuyết phương sai bằng nhau được chấp nhận và việc áp dụng các kiểm định T-Test và ANOVA là phù hợp. Đối với trường hợp không đáp ứng giả định này, kết quả kiểm định không được trình bày và được ký hiệu bằng dấu “-” trong các bảng kết quả.

hóa – xã hội, sự khác biệt được ghi nhận theo độ tuổi và châu lục. Nhân tố cơ sở hạ tầng và ẩm thực có sự khác biệt đáng kể theo mức thu nhập, trong khi điều kiện giải trí và mua sắm cho thấy sự khác biệt theo nghề nghiệp và mức thu nhập của du khách.

Ngược lại, kết quả kiểm định theo giới tính cho thấy không tồn tại sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong đánh giá của du khách đối với hầu hết các nhân tố nghiên cứu. Điều này cho thấy cảm nhận về khả năng thu hút của điểm đến Huế chủ yếu chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố đặc điểm xã hội – kinh tế và bối cảnh xuất xứ của du khách hơn là sự khác biệt về giới.

Kết quả kiểm định sự khác biệt không làm thay đổi cấu trúc các nhân tố đã được xác lập trong phân tích EFA, mà chỉ phản ánh sự khác biệt trong mức độ đánh giá của các nhóm du khách đối với từng nhân tố.

5. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

5.1. Kết luận

Nghiên cứu đã tiếp cận khả năng thu hút khách du lịch tàu biển từ điểm đến Huế từ góc nhìn của du khách, qua đó góp phần bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho nghiên cứu về khả năng thu hút điểm trong bối cảnh du lịch tàu biển tại Việt Nam. Kết quả phân tích định lượng cho thấy khả năng thu hút khách du lịch tàu biển của Huế được cấu thành từ năm nhóm nhân tố chính, bao gồm: các yếu tố tự nhiên; các yếu tố văn hóa – xã hội; các yếu tố lịch sử; cơ sở hạ tầng và ẩm thực; và điều kiện giải trí và mua sắm. Nguyễn và cộng sự (2025) đã nhấn mạnh, mô hình thiết kế trải nghiệm di sản văn hóa có tính chiến lược với ba yếu tố then chốt: thời lượng tour, cấu trúc không gian và nội dung diễn giải, nhằm cân bằng giữa giới hạn thời gian và nhu cầu trải nghiệm, đồng thời phản ánh chiến lược phân khúc thị trường rõ ràng.⁹

Trong đó, cơ sở hạ tầng và ẩm thực là nhóm nhân tố được du khách đánh giá cao nhất, tiếp đến là các yếu tố lịch sử, phản ánh vai trò nổi bật của hạ tầng phục vụ, dịch vụ thiết yếu và hệ thống di sản văn hóa – lịch sử trong việc nâng cao sức hấp dẫn của Huế đối với phân khúc khách du lịch tàu biển. Ngược lại, các yếu tố tự nhiên và văn hóa – xã hội tuy là thế mạnh vốn có của Huế nhưng chưa được đánh giá tương xứng, cho thấy những hạn chế trong khai thác sản phẩm tổ chức trải nghiệm phù hợp với đặc điểm thời gian lưu trú ngắn của khách du lịch tàu biển.

Kết quả kiểm định cũng cho thấy tồn tại sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong đánh giá của du khách theo độ tuổi, nghề nghiệp, mức thu nhập và châu lục, trong khi không ghi nhận sự khác biệt theo giới tính. Điều này hàm ý rằng các chính sách và giải pháp phát triển du lịch tàu biển tại Huế cần được xây dựng theo hướng phân khúc thị trường, gắn với đặc điểm và nhu cầu của từng nhóm khách cụ thể.

Nhìn chung, nghiên cứu khẳng định Huế có nhiều tiềm năng phát triển du lịch tàu biển, song để khai thác hiệu quả phân khúc này, cần có các giải pháp đồng bộ nhằm hoàn thiện hạ tầng, nâng cao chất lượng dịch vụ và phát triển sản phẩm chuyên biệt, qua đó góp phần nâng cao khả năng thu hút và phát triển du lịch tàu biển tại Huế theo hướng bền vững. Đáng chú ý, Nguyễn Thị Thanh Nga (2025) nhấn mạnh việc tăng cường liên kết vùng giữa cảng Chân Mây và các đô thị di sản (Huế, Đà Nẵng), đồng thời tối ưu hóa mối quan hệ cảng – thành phố trong chuỗi giá trị như một định hướng chiến lược cho phát triển du lịch tàu biển tại thành phố Huế.²³

5.2. Kiến nghị

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, để nâng cao khả năng thu hút khách du lịch tàu biển tại điểm đến Huế trong thời gian tới, cần có sự phối hợp đồng bộ giữa các chủ thể liên quan.

Đối với chính quyền địa phương, cần hoàn thiện quy hoạch phát triển du lịch tàu biển gắn với chiến lược phát triển du lịch bền vững của thành phố, trong đó xác định rõ vai trò và vị trí của cảng Chân Mây trong mạng lưới đón khách tàu biển quốc tế. Đồng thời, ưu tiên ưu tiên nâng cấp hạ tầng giao thông kết nối từ cảng đến trung tâm thành phố và các điểm du lịch trọng điểm, cũng như xây dựng các cơ sở kinh doanh phù hợp nhằm thu hút đầu tư vào các dịch vụ phục vụ khách du lịch tàu biển.

Đối với Công ty Cổ phần Cảng Chân Mây, cần tiếp tục hiện đại hóa cơ sở hạ tầng và nâng cao chất lượng dịch vụ, quy trình đón - tiễn khách theo các tiêu chuẩn quốc tế. Bên cạnh đó, việc tăng cường phối hợp với các hãng tàu và doanh nghiệp lữ hành, cũng như phát triển các dịch vụ tiện ích và hoạt động trải nghiệm ngay tại khu vực cảng, sẽ góp phần tạo ấn tượng tích cực ban đầu cho du khách. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ cảng, bao gồm chuẩn hóa quy trình tiếp đón, cung cấp thông tin hướng dẫn và đảm bảo sự đồng bộ trong dịch vụ, được nhấn mạnh như một giải pháp quan trọng nhằm tạo ấn tượng ban đầu tích cực, củng cố hình ảnh điểm đến trong chuỗi giá trị du lịch tàu biển.⁹

Đối với Sở Du lịch Thành phố Huế, cần xây dựng định hướng phát triển riêng cho du lịch tàu biển, chú trọng thiết kế các chương trình tham quan ngắn ngày phù hợp với đặc điểm thời gian lưu trú của khách du lịch tàu biển. Điều này phù hợp với kinh nghiệm quốc tế về thiết kế các cuộc tham quan và trải nghiệm trong ngày tại điểm đến, đảm bảo tính súc tích, tối ưu hóa thời lượng và chi phí cho khách du lịch tàu biển.²³ Song song với đó,

105
cần đẩy mạnh hoạt động quảng bá hình ảnh Huế trên các kênh 59 yền thông và sự kiện du lịch quốc tế, đồng thời chú trọng đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ phân khúc khách này.

74
Đối với doanh nghiệp lữ hành, cần phát triển các sản phẩm du lịch 95 uyên biệt, linh hoạt về thời gian, tập trung vào trải nghiệm di 38 n, văn hóa và ẩm thực đặc trưng của Huế. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ, ứng dụng công nghệ trong tổ

109
chức và quản lý tour, cũng như tăng c 100 g liên kết với các bên liên quan sẽ góp phần cải thiện trải nghiệm tổng thể của khách du lịch tàu biển.

1
Cuối cùng, đối với cộng đồng địa phương, việc 70 g cao nhận thức về vai trò của du lịch tàu biển gắn với bảo vệ môi trường, gìn giữ bản sắc văn hóa và thái độ 32 ân thiện, hiếu khách là yếu tố quan trọng nhằm xây dựng hình ảnh điểm đến Huế hấp dẫn và bền vững trong mắt du khách quốc tế.

53%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	tailieu.vn Internet	194 words — 3%
2	tmu.edu.vn Internet	177 words — 3%
3	text.123docz.net Internet	159 words — 2%
4	sj.ctu.edu.vn Internet	155 words — 2%
5	luutruvn.com Internet	144 words — 2%
6	www.slideshare.net Internet	135 words — 2%
7	thuvienso.itdr.org.vn Internet	123 words — 2%
8	toc.123docz.net Internet	112 words — 2%
9	fr.slideshare.net Internet	110 words — 2%
10	www.tailieudaihoc.com Internet	82 words — 1%

11	Internet	81 words — 1%
12	www.researchgate.net Internet	61 words — 1%
13	jos.hueuni.edu.vn Internet	53 words — 1%
14	www.vtr.org.vn Internet	53 words — 1%
15	www.zbook.vn Internet	53 words — 1%
16	luanvan.co Internet	52 words — 1%
17	text.xemtailieu.net Internet	50 words — 1%
18	thuvienso.bvu.edu.vn Internet	49 words — 1%
19	vietnamtourism.gov.vn Internet	47 words — 1%
20	Ton Duc Thang University Publications	46 words — 1%
21	thuvien.hce.edu.vn:8080 Internet	46 words — 1%
22	ueh.edu.vn Internet	46 words — 1%
23	kinhtevadubao.vn Internet	44 words — 1%

24	daihoctantrao.edu.vn Internet	43 words — 1%
25	tapchicongthuong.vn Internet	43 words — 1%
26	prezi.com Internet	41 words — 1%
27	dised.vn Internet	37 words — 1%
28	hvtc.edu.vn Internet	35 words — 1%
29	vjol.info.vn Internet	35 words — 1%
30	media.ufba.edu.vn Internet	33 words — < 1%
31	journalofscience.ou.edu.vn Internet	30 words — < 1%
32	sdh.hueuni.edu.vn Internet	29 words — < 1%
33	Hanoi National University of Education Publications	27 words — < 1%
34	VNUA Publications	27 words — < 1%
35	danangtimes.vn Internet	27 words — < 1%
36	huetc.edu.vn Internet	26 words — < 1%

37	khoahoc.tmu.edu.vn Internet	23 words — < 1%
38	thuvien.due.udn.vn:8080 Internet	23 words — < 1%
39	text.123doc.net Internet	22 words — < 1%
40	Nguyễn Thị Khánh Chi, Vũ Hoàng Nam, Nguyễn Thị An Ly, Phạm Thu Hương. "Impact of national institutional quality on the foreign-direct-invested economic sector in emerging economies - The moderating role of financial development", VNU JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS, 2025 Crossref	21 words — < 1%
41	baoquangninh.vn Internet	21 words — < 1%
42	ce.ctu.edu.vn Internet	20 words — < 1%
43	doc.edu.vn Internet	20 words — < 1%
44	journal.hcmue.edu.vn Internet	20 words — < 1%
45	qldiem.ctu.edu.vn Internet	20 words — < 1%
46	ussh.vnu.edu.vn Internet	20 words — < 1%
47	Vietnam National University of Forestry Publications	19 words — < 1%
48	thuvienluanvan.net	

19 words — < 1%

49 luanvan.net.vn

Internet

18 words — < 1%

50 Phan TRINH THI, Nga NGUYEN THI PHUONG, Hao HOANG VAN. "Factors Affecting the Development of Community-Based Night Tourism in Vietnam: A Case Study in Sapa-Lao Cai", Journal of Environmental Management and Tourism, 2023

Crossref

17 words — < 1%

51 doanhnhsaigon.vn

Internet

17 words — < 1%

52 luanvan.org

Internet

17 words — < 1%

53 jmi.stekom.ac.id

Internet

16 words — < 1%

54 pqlkh-htqt.qnu.edu.vn

Internet

16 words — < 1%

55 tai-lieu.com

Internet

15 words — < 1%

56 cdsdlat.edu.vn

Internet

14 words — < 1%

57 sites.google.com

Internet

14 words — < 1%

58 tailieu.tv

Internet

14 words — < 1%

59 thuvientinhlaocai.vn

Internet

14 words — < 1%

60	www.vanhoanghethuat.vn Internet	14 words — < 1%
61	ancofi.com.vn Internet	13 words — < 1%
62	haidangplaza.com.vn Internet	13 words — < 1%
63	pdfslide.net Internet	13 words — < 1%
64	www.dnse.com.vn Internet	13 words — < 1%
65	Ha Nam Khanh Giao, Nguyen Pham Hanh Phuc, Huynh Quoc Tuan, Nguyen Thi Kim Ngan. "ẢNH HƯỞNG CỦA HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN VÀ GIÁ TRỊ CẢM XÚC ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI TỈNH AN GIANG", Open Science Framework, 2022 Publications	12 words — < 1%
66	Phenikaa University Publications	12 words — < 1%
67	adenztravel.vn Internet	12 words — < 1%
68	economics.neu.edu.vn Internet	12 words — < 1%
69	ibaohiem.vn Internet	12 words — < 1%
70	infonet.vietnamnet.vn Internet	12 words — < 1%
71	js.vnu.edu.vn Internet	12 words — < 1%

72	tapchitaichinh.vn Internet	12 words — < 1%
73	www.baobinhdinhh.com.vn Internet	12 words — < 1%
74	baotintuc.vn Internet	11 words — < 1%
75	chamuchiennhung.com.vn Internet	11 words — < 1%
76	dspace.tvu.edu.vn Internet	11 words — < 1%
77	idoc.vn Internet	11 words — < 1%
78	itdr.org.vn Internet	11 words — < 1%
79	tdsi.gov.vn Internet	11 words — < 1%
80	thoibaotaichinhvietnam.vn Internet	11 words — < 1%
81	tropicalnacondotel.com Internet	11 words — < 1%
82	vanhoadoanhnghiepvnn.vn Internet	11 words — < 1%
83	vi.travelwaiting.com Internet	11 words — < 1%
84	vnq.edu.vn Internet	11 words — < 1%

85	www.dulichvn.org.vn Internet	11 words — < 1%
86	www.eslite.com Internet	11 words — < 1%
87	www.vietnamplus.vn Internet	11 words — < 1%
88	cokhinama.com.vn Internet	10 words — < 1%
89	dulieuphapy.vn Internet	10 words — < 1%
90	hoithao.hunre.edu.vn Internet	10 words — < 1%
91	iasvn.org Internet	10 words — < 1%
92	lib.bvu.edu.vn Internet	10 words — < 1%
93	static2.vietstock.vn Internet	10 words — < 1%
94	tailieutuoic.com Internet	10 words — < 1%
95	vietnamtourism.vn Internet	10 words — < 1%
96	vnn.vietnamnet.vn Internet	10 words — < 1%
97	www.betadergi.com Internet	10 words — < 1%

98	www.ifc.org Internet	10 words — < 1%
99	Hải Thi Võ, Trịnh Đức Hiệu Nguyễn, Trung Du Hoàng, Minh Hiếu Nguyễn. "BIẾN ĐỘNG VÀ MỐI TƯƠNG QUAN CỦA MẬT ĐỘ VI SINH VẬT TRONG MÔI TRƯỜNG NƯỚC, TRẦM TÍCH VÀ CƠ NGHÊU BẾN TRE <i>Meretrix lyrata</i> (Sowerby, 1851) TẠI BÃI NGHÊU XÃ HIỆP THẠNH, HUYỆN DUYÊN HẢI, TỈNH TRÀ VINH", Tạp chí Khoa học và Công nghệ Nhiệt đới, 2025 Crossref	9 words — < 1%
100	acvn.vn Internet	9 words — < 1%
101	admin.cms.ueb.edu.vn Internet	9 words — < 1%
102	giaoducvaxahoi.vn Internet	9 words — < 1%
103	hagiangtv.vn Internet	9 words — < 1%
104	hoithao.vietnamtourism.gov.vn Internet	9 words — < 1%
105	mdsoft.vn Internet	9 words — < 1%
106	nghienquubiendong.vn Internet	9 words — < 1%
107	sinhhoc.blogspot.com Internet	9 words — < 1%
108	tlford.thanglongford.com.vn Internet	9 words — < 1%

109	vngo-cc.vn Internet	9 words — < 1%
110	www.inroozha.com Internet	9 words — < 1%
111	www.scribd.com Internet	9 words — < 1%
112	www.vnfa.com Internet	9 words — < 1%
113	xemtailieu.com Internet	9 words — < 1%
114	elib.duytan.edu.vn Internet	8 words — < 1%
115	hfs1.duytan.edu.vn Internet	8 words — < 1%
116	iluanvan.com Internet	8 words — < 1%
117	khoamarketing.neu.edu.vn Internet	8 words — < 1%
118	ktpt.neu.edu.vn Internet	8 words — < 1%
119	nangxanh.com Internet	8 words — < 1%
120	socencoop.org.vn Internet	8 words — < 1%
121	tcgd.tapchigiaoduc.edu.vn Internet	8 words — < 1%

122	text.123doc.org Internet	8 words — < 1%
123	thuvienphapluat.vn Internet	8 words — < 1%
124	vietnam.unfpa.org Internet	8 words — < 1%
125	vietnamnet.vn Internet	8 words — < 1%
126	www.hics.org.vn Internet	8 words — < 1%
127	www.smartland.vn Internet	8 words — < 1%
128	www.thuvientailieu.vn Internet	8 words — < 1%
129	www.viet-studies.net Internet	8 words — < 1%
130	Banking Academy Publications	7 words — < 1%
131	Mai Xuan Dat, Nguyen Van Long, Phan Thi Kim Hong. "Coral reef fishes in the coastal waters of Ninh Thuan province", Tạp chí Khoa học và Công nghệ biển, 2021 Crossref	6 words — < 1%
132	Pham T.T., Bennett K., Vu T.P., Brunner J., Le N.D., Nguyen D.T.. "Chi tra dich vu m&ocirc;i truong rung tai&nbsp;Viet&nbsp;Nam: Tu chinh sách den thuc tien", Center for International Forestry Research (CIFOR) and World Agroforestry Centre (ICRAF), 2013 Crossref	6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF