

Assessing Hue's attractiveness for cruise tourism development: Evidence from tourists' perceptions

ABSTRACT

Cruise tourism (CT) has gradually become a notable component of the global tourism system, offering considerable opportunities for heritage-rich coastal destinations such as Hue City. Despite this potential, the city has not yet achieved satisfactory outcomes in attracting cruise passengers. This study investigates the key determinants shaping tourists' evaluations of Hue as a cruise destination and examines whether such evaluations differ across visitor groups. A mixed-methods approach was employed, integrating qualitative insights with quantitative analysis. Survey data were collected from 130 cruise tourists and examined using reliability testing and multivariate statistical techniques, including Cronbach's Alpha, Exploratory Factor Analysis (EFA), T-test, and ANOVA. The findings reveal that destination attractiveness is structured around six principal dimensions, namely infrastructure, cuisine, historical attributes, service quality, environmental conditions, and overall travel experience. Moreover, tourists' assessments vary significantly according to demographic and travel-related characteristics such as age, occupation, income level, and length of stay. Based on these empirical results, the study puts forward several policy-oriented recommendations aimed at strengthening destination appeal and fostering the sustainable development of CT in Hue City.

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

Đánh giá sức hấp dẫn của Huế trong phát triển du lịch tàu biển từ cảm nhận du khách

TÓM TẮT

Du lịch tàu biển (DLTB) đang dần trở thành một bộ phận đáng chú ý trong cơ cấu du lịch toàn cầu, với tiềm năng khai thác lớn tại các điểm đến ven biển giàu giá trị di sản như thành phố Huế. Tuy nhiên, hoạt động thu hút khách tàu biển tại đây hiện vẫn còn nhiều hạn chế và chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định các yếu tố tác động đến mức độ hấp dẫn của điểm đến Huế đối với khách DLTB, đồng thời phân tích sự khác biệt trong nhận thức giữa các nhóm du khách khác nhau. Nghiên cứu áp dụng phương pháp tiếp cận hỗn hợp, kết hợp giữa phân tích định tính và định lượng. Dữ liệu được thu thập từ 130 khách DLTB và được xử lý bằng các kỹ thuật phân tích thống kê như Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), kiểm định T-test và ANOVA. Kết quả nghiên cứu chỉ ra khả năng thu hút của điểm đến Huế chịu ảnh hưởng bởi sáu nhóm nhân tố, bao gồm cơ sở hạ tầng, ẩm thực, cùng với các yếu tố liên quan đến lịch sử, dịch vụ, môi trường và trải nghiệm tổng thể. Đồng thời, mức độ đánh giá của du khách có sự khác biệt đáng kể theo các đặc điểm cá nhân như độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập và thời gian lưu trú. Từ những phát hiện này, một số hàm ý chính sách được đề xuất nhằm cải thiện mức độ hấp dẫn của điểm đến và thúc đẩy phát triển DLTB bền vững tại thành phố Huế.

Từ khóa: Du lịch tàu biển; khả năng hấp dẫn điểm đến; khách du lịch tàu biển; thành phố Huế.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch tàu biển (DLTB) đang ngày càng khẳng định vị thế như một phân khúc phát triển nhanh trong ngành du lịch (DL) toàn cầu, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các điểm đến (ĐD) và mở rộng cơ hội phát triển kinh tế cho các địa phương ven biển.^{1,2} Nhờ đặc điểm gắn với dòng khách có mức chi tiêu cao, DLTB không chỉ mang lại nguồn thu trực tiếp mà còn góp phần cải thiện hình ảnh, uy tín và giá trị thương hiệu của ĐD trên thị trường DL quốc tế.^{3,4}

Trong nhiều năm qua, DLTB được xem là loại hình có tiềm năng phát triển ổn định, đặc biệt tại các khu vực duyên hải có hệ thống tài nguyên DL phong phú.^{5,6} Thành phố Huế, với lợi thế nổi bật về di sản văn hóa, cảnh quan tự nhiên và hệ sinh thái đầm phá - biển đặc trưng, được đánh giá là điểm đến có khả năng tiếp nhận và khai thác dòng khách tàu biển quốc tế. Vị trí địa lý gần một trong những cảng biển quan trọng của khu vực miền Trung - cảng Chân Mây, cũng tạo điều kiện thuận lợi để Huế tham gia sâu hơn vào mạng lưới du lịch tàu biển khu vực và quốc tế.^{7,8} Dù vậy, để khai thác hiệu quả lợi thế này, sản phẩm DL tại Huế cần đáp ứng đồng thời các yêu cầu về hạ tầng, dịch vụ, bảo tồn giá trị văn hóa và bảo vệ môi trường, phù hợp với định hướng phát triển bền vững.⁹

Mặc dù có nhiều tiềm năng, thực tế cho thấy hiệu quả thu hút khách DLTB đến Huế vẫn chưa

đạt kỳ vọng, đặc biệt khi so sánh với các điểm đến cùng phân khúc trong khu vực. Thời gian lưu trú ngắn, chất lượng dịch vụ (DV) chưa đồng đều và mức độ phù hợp của sản phẩm DL với đặc điểm tiêu dùng của khách tàu biển là những vấn đề còn tồn tại.^{10,11} Các nghiên cứu trước đây chủ yếu tập trung phân tích khả năng thu hút của DLTB ở quy mô tổng thể hoặc đánh giá mức độ hài lòng của du khách, trong khi các nghiên cứu đi sâu vào cảm nhận và đánh giá của khách tàu biển đối với từng ĐD cụ thể tại Việt Nam vẫn còn hạn chế.^{12,13} Bên cạnh đó, mối quan hệ giữa các nhóm yếu tố cấu thành sức hấp dẫn ĐD và mức độ khác biệt trong đánh giá của các nhóm khách theo đặc điểm cá nhân chưa được làm rõ đầy đủ trong bối cảnh DLTB tại Huế.

Xuất phát từ khoảng trống nghiên cứu này, bài viết hướng tới ba mục tiêu chính: (1) xác định các nhóm yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách DLTB của ĐD Huế; (2) đo lường mức độ đánh giá của du khách đối với từng nhóm yếu tố này; và (3) phân tích sự khác biệt trong cảm nhận giữa các nhóm khách DLTB. Trên cơ sở kết quả phân tích, nghiên cứu đề xuất các hàm ý quản lý và giải pháp thực tiễn nhằm nâng cao sức hấp dẫn của ĐD, qua đó góp phần thúc đẩy phát triển DLTB tại thành phố Huế theo định hướng bền vững.

2. KHUNG LÝ THUYẾT VÀ CÁC NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN

Du lịch tàu biển và điểm đến du lịch

Luật DL Việt Nam mới nhất giải thích DL là các hoạt động gắn với việc di chuyển ra khỏi nơi cư trú thường xuyên nhằm phục vụ mục đích tham quan, nghỉ dưỡng và trải nghiệm các giá trị tự nhiên, văn hóa phù hợp với quy định pháp luật. Trên cơ sở đó, DLTB là một loại hình DL đặc thù, trong đó tàu biển đóng vai trò vừa là phương tiện vận chuyển, vừa là không gian cung ứng các DV cho du khách. Hoạt động DLTB không chỉ diễn ra trong suốt hành trình trên biển mà còn bao gồm các hoạt động tham quan, trải nghiệm tại các ĐĐ nơi tàu dừng chân.^{15,16,17,18}

Khách DLTB được hiểu là những du khách tham gia các hành trình DL bằng tàu biển, trong đó mỗi cảng biển hoặc ĐĐ tham quan được xem là một điểm dừng trong toàn bộ chuyến đi. Đặc điểm nổi bật của khách DLTB là thời gian lưu trú tại mỗi ĐĐ thường ngắn, song mức chi tiêu cho các DV và hoạt động trải nghiệm lại tương đối cao, đặc biệt đối với các sản phẩm DL mang tính chọn lọc và có giá trị đặc thù tại ĐĐ.

Theo Luật DL Việt Nam, ĐĐ DL là nơi tập trung tài nguyên DL, được khai thác nhằm phục vụ nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng của du khách. Trong bối cảnh DLTB, ĐĐ không chỉ được nhìn nhận như không gian có tài nguyên tự nhiên và văn hóa hấp dẫn, mà còn là nơi kết nối giữa cảng biển, khu vực trung tâm và các tuyến tham quan, trải nghiệm dành cho khách DLTB. Do đó, mức độ hấp dẫn của ĐĐ đối với DLTB phụ thuộc không chỉ vào giá trị tài nguyên, mà còn chịu tác động của hệ thống hạ tầng, chất lượng DV, khả năng tổ chức hoạt động trải nghiệm và mức độ thuận tiện trong tiếp cận các điểm tham quan.¹⁴

Khả năng thu hút của điểm đến du lịch

Đối với ĐĐ DL, khả năng thu hút có thể được xem là mức độ mà một ĐĐ đáp ứng được nhu cầu, mong đợi và mục đích chuyến đi của du khách thông qua các đặc điểm và DV mà ĐĐ cung cấp. Theo cách tiếp cận dựa trên cảm nhận của du khách, sức hấp dẫn của ĐĐ không chỉ phản ánh ở tài nguyên sẵn có mà còn thể hiện qua cách thức du khách đánh giá sự phù hợp giữa các thuộc tính của ĐĐ với nhu cầu cá nhân trong từng bối cảnh DL cụ thể.¹² Trong bối cảnh DLTB, khả năng thu hút của ĐĐ chịu ảnh hưởng đồng thời bởi các đặc điểm của ĐĐ và hệ thống DV đi kèm, bao gồm hạ tầng tiếp cận, tổ chức tham quan, chất lượng DV, cũng như sự thuận tiện trong kết nối giữa cảng biển và các điểm tham quan.¹⁹ Do đặc thù thời gian lưu trú ngắn, các chương trình tham quan tập

trung, trải nghiệm tại ĐĐ và mức độ thuận tiện trong di chuyển trở thành những yếu tố có vai trò quan trọng trong việc hình thành cảm nhận và mức độ hài lòng của khách DLTB.²⁰ Bên cạnh trải nghiệm trực tiếp tại ĐĐ, khả năng thu hút của ĐĐ đối với khách DLTB còn được hình thành từ giai đoạn trước chuyến đi, thông qua hình ảnh ĐĐ, thông tin quảng bá, cũng như các kênh truyền thông và giới thiệu điểm đến. Những yếu tố này góp phần định hình kỳ vọng ban đầu của du khách và ảnh hưởng đến quá trình ra quyết định lựa chọn ĐĐ trong hành trình DLTB.^{13,21} Do đó, sức hấp dẫn của ĐĐ cần được nhìn nhận như một quá trình hình thành liên tục, từ giai đoạn tiếp cận thông tin đến trải nghiệm thực tế tại điểm đến.

Bối cảnh nghiên cứu và các bằng chứng thực nghiệm

Các nghiên cứu trong lĩnh vực DL cho thấy khả năng thu hút của ĐĐ là một khái niệm đa chiều và được tiếp cận theo nhiều hướng khác nhau. Trong bối cảnh DLTB, một nghiên cứu nền tảng chỉ ra rằng đặc thù của loại hình này khiến các yếu tố về hạ tầng tiếp cận, khả năng kết nối giữa cảng biển và ĐĐ, các hoạt động trải nghiệm và khả năng đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách DL cũng trở nên đặc biệt quan trọng.²² Theo Hu và Ritchie, sức hấp dẫn của ĐĐ được hình thành từ sự kết hợp của các yếu tố như tài nguyên tự nhiên, đặc điểm xã hội – lịch sử, hệ thống giải trí mua sắm, cơ sở hạ tầng – ẩm thực và chất lượng DV lưu trú. Cách tiếp cận này nhấn mạnh vai trò của các thuộc tính hữu hình và vô hình trong việc tạo nên giá trị tổng thể của ĐĐ đối với du khách.¹²

Tại Việt Nam, nhiều công trình đã vận dụng và điều chỉnh khung phân tích của Hu và Ritchie nhằm phản ánh đặc thù của từng ĐĐ cụ thể. Trong số đó, nghiên cứu của Bùi Thị Tám và Mai Lê Quyên về ĐĐ Huế đã mở rộng mô hình bằng cách bổ sung yếu tố an toàn, đồng thời chỉ ra vai trò đáng kể của mức độ phát triển sản phẩm DL và hiệu quả quản lý đối với việc gia tăng sức hấp dẫn của ĐĐ.⁷ Cùng hướng tiếp cận này, nghiên cứu của Nguyễn Thị Minh Nghĩa và cộng sự tại Hội An cho thấy các nhóm yếu tố về điều kiện tự nhiên – khí hậu và tổ hợp lưu trú – ẩm thực có tác động rõ rệt đến khả năng thu hút khách DL, trong khi một số thành phần khác chưa thể hiện ảnh hưởng đáng kể.¹⁰ Bên cạnh đó, các công trình nghiên cứu gần đây về Huế cho thấy rằng hoạt động diễn giải các nghi lễ cung đình, việc làm rõ các biểu tượng văn hóa và sắp xếp hợp lý lịch trình tham quan có ý nghĩa then chốt trong quá trình xây dựng sản phẩm DLTB. Những kết quả này qua đó nhấn mạnh tầm quan trọng của nhóm nhân tố văn hóa – xã hội và lịch sử trong việc hình thành trải nghiệm

của du khách cũng như trong việc gia tăng sức hấp dẫn của ĐĐ.¹⁹

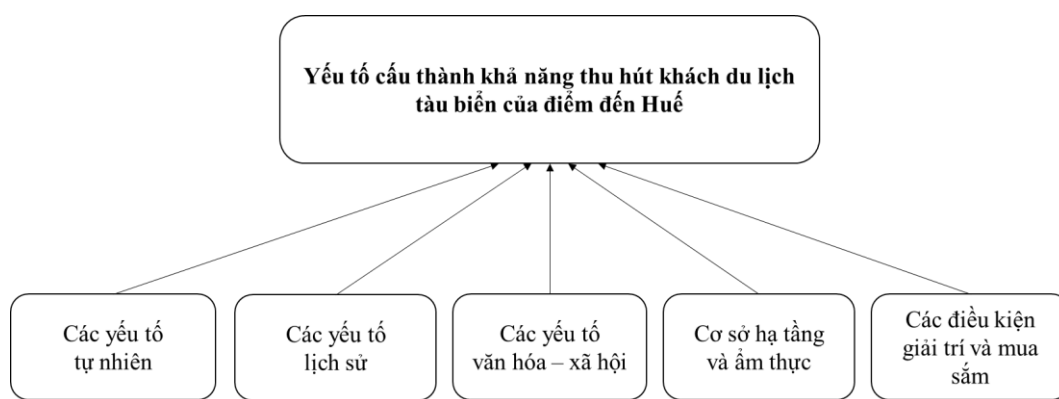
Tổng hợp kết quả từ các nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy sức hấp dẫn của ĐĐ không chỉ được quyết định bởi nguồn tài nguyên sẵn có, mà còn chịu chi phối mạnh bởi chất lượng DV, hệ thống hạ tầng, mức độ hoàn thiện của sản phẩm DL và năng lực quản lý ĐĐ. Đối với một đô thị di sản được UNESCO ghi danh như thành phố Huế, nội dung và cách thức diễn giải giá trị di sản giữ vai trò then chốt trong việc định hình trải nghiệm tham quan ngắn hạn của khách DLTB, qua đó tác động đến giá trị cảm nhận cũng như mức độ hài lòng của du khách.⁹

Những luận điểm này tạo nền tảng học thuật cho việc xây dựng khung phân tích và lựa chọn các

nhóm nhân tố dùng để đánh giá khả năng thu hút khách DLTB tại ĐĐ Huế trong nghiên cứu này.

3. MÔ HÌNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Các mô hình nghiên cứu về khả năng thu hút của ĐĐ DL thường tiếp cận theo hướng xem xét tổng hợp nhiều nhóm nhân tố, trong đó phổ biến là các yếu tố liên quan đến tài nguyên, cơ sở hạ tầng, chất lượng DV và trải nghiệm của du khách tại ĐĐ. Trên cơ sở kế thừa các mô hình trước đây, đặc biệt là khung phân tích của Hu và Ritchie, nghiên cứu này xây dựng mô hình khái niệm gồm năm nhóm yếu tố chính: 1) tự nhiên (YTTN); 2) lịch sử (YTLS); 3) văn hóa - xã hội (VHXH); 4) cơ sở hạ tầng và ẩm thực (HTAT); và 5) điều kiện giải trí và mua sắm (GTMS) tại ĐĐ.¹² (Hình 1)



Hình 1. Các yếu tố cấu thành khả năng thu hút khách DLTB của ĐĐ Huế.

Nghiên cứu được triển khai theo hướng tiếp cận hỗn hợp, kết hợp giữa phương pháp định tính và định lượng nhằm đảm bảo tính toàn diện và độ tin cậy của kết quả phân tích. Ở giai đoạn định tính, nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn chuyên gia trong lĩnh vực DL và quản lý ĐĐ để điều chỉnh mô hình khái niệm, bổ sung các biến quan sát phù hợp với bối cảnh ĐĐ Huế và đặc điểm hành vi của khách DLTB, đồng thời hoàn thiện bộ thang đo sử dụng trong khảo sát. Trên cơ sở kết quả đó, bảng hỏi được xây dựng và sử dụng trong khảo sát định lượng đối với khách DLTB tham quan tại ĐĐ Huế. Mẫu khảo sát được thu thập trực tiếp tại các điểm tham quan và khu vực đón khách, bảo đảm đối tượng trả lời là khách DLTB có trải nghiệm thực tế tại ĐĐ. Khả năng thu hút khách DLTB được khảo sát dựa trên 20 biến quan sát từ 5 nhóm yếu tố. Trong đó, nhóm YTTN bao gồm các đặc điểm về môi trường, khí hậu và cảnh quan; nhóm VHXH và nhóm YTLS phản ánh các giá trị di sản, lễ hội, con người và hệ thống công trình lịch sử tiêu biểu của Huế; nhóm HTAT đề cập đến giao thông, cảng biển, DV công cộng, dịch vụ ăn uống và mức độ an toàn; còn nhóm GTMS thể hiện mức độ đáp ứng nhu cầu vui chơi, tiêu dùng và mua sắm của du khách trong thời gian lưu trú ngắn tại ĐĐ.

Dữ liệu sau khi thu thập được xử lý thông qua các bước phân tích thống kê phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Trước hết, độ tin cậy của thang đo được kiểm định nhằm loại bỏ các biến quan sát không đạt yêu cầu. Tiếp theo, phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để xác định cấu trúc các nhóm nhân tố và đánh giá mức độ hội tụ của các biến quan sát trong từng nhóm. Sau khi xác định được các nhân tố đại diện, nghiên cứu tiếp tục sử dụng các kiểm định thống kê để đánh giá mức độ khác biệt trong cảm nhận của các nhóm khách DLTB theo các đặc điểm cá nhân và hành vi DL. Các kết quả phân tích này được sử dụng làm cơ sở để xác định vai trò tương đối của từng nhóm nhân tố và đề xuất các hàm ý quản lý nhằm nâng cao khả năng thu hút của ĐĐ Huế đối với phân khúc khách DLTB.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Thông tin mẫu

Quá trình khảo sát được thực hiện thông qua việc phát và thu bảng hỏi trực tiếp từ khách DL, qua đó thu thập được 130 phiếu hợp lệ để đưa vào phân tích. Quy mô mẫu này thỏa mãn các yêu cầu về độ tin cậy cũng như mức độ đại diện cần thiết đối với nghiên cứu định lượng trong lĩnh vực DL, đồng

thời bảo đảm điều kiện tối thiểu để triển khai các kỹ thuật phân tích thống kê như kiểm định giả thuyết, phân tích nhân tố và hồi quy tuyến tính. Sau khi hoàn tất thu thập, dữ liệu được mã hóa và

xử lý bằng phần mềm SPSS (phiên bản 22.0) nhằm phục vụ cho các bước phân tích định lượng tiếp theo. Thông tin khái quát về đặc điểm của nhóm đối tượng khảo sát được trình bày tại Bảng 1.

Bảng 1. Thông tin về mẫu điều tra.

Đặc điểm phân loại	Số người	%	Đặc điểm phân loại	Số người	%
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. Mức thu nhập	130	100	Trên 6 ngày	16	12,3
Dưới 5.000 USD	20	15,4	7. Hình thức tổ chức chuyến đi	130	100
5.000 – 10.000 USD	73	56,1	Tự tổ chức	52	40
Trên 10.000 USD	37	28,5	Theo tour	78	60
4. Lĩnh vực công việc	130	100	8. Châu lục	130	100
Học sinh - sinh viên	12	9,2	Châu Âu	30	23,1
Công chức	49	37,7	Châu Á	65	50,0
Kinh doanh	25	19,2	Châu Mỹ	20	15,4
Lao động phổ thông	9	6,9	Châu Phi	0	0
Nghỉ hưu	30	23,1	Châu Đại Dương	15	11,5
Khác	5	3,9	Châu Nam Cực	0	0

Độ tin cậy của thang đo (Cronbach’s Alpha)

Bảng 2 trả về kết quả rằng toàn bộ 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 0,7, đáp ứng tiêu chuẩn chấp nhận trong các nghiên cứu định lượng. Đồng thời,

hệ số tương quan biến - tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3, cho thấy các biến có mức độ đóng góp phù hợp vào thang đo tương ứng. Trên cơ sở đó, không có biến nào bị loại khỏi mô hình và toàn bộ 20 biến quan sát được giữ lại trong bài báo để sử dụng cho các bước phân tích chuyên sâu tiếp theo.

Bảng 2. Độ tin cậy của các thang đo trong mô hình nghiên cứu (Cronbach’s Alpha).

Thang đo	Ký hiệu	Số biến	Hệ số tương quan biến – tổng nhỏ nhất	Cronbachs Alpha
Yếu tố tự nhiên	YTTN	3	0,673	0,862
Yếu tố lịch sử	YTLS	3	0,595	0,787
Yếu tố văn hóa – xã hội	VHXXH	4	0,619	0,861
Cơ 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

Phân tích cấu trúc thang đo bằng EFA

Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis – EFA) được sử dụng nhằm đánh giá mức độ hội tụ của các biến quan sát và xác định cấu trúc các nhóm nhân tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách DLTB tại ĐĐ Huế.

Hệ số kiểm định KMO		0,820
Giá trị kiểm định Bartlett	Chi-Square xấp xỉ	1556,390
	Bậc tự do df	190
	Mức ý nghĩa	0,000

Kết quả kiểm định trong Bảng 3 cho thấy chỉ số KMO đạt 0,820, vượt ngưỡng tối thiểu 0,5, chứng tỏ dữ liệu phù hợp để thực hiện phân tích nhân tố. Đồng thời, kiểm định Bartlett có giá trị Chi-square xấp xỉ 1556,390 với mức ý nghĩa Sig.

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

= 0,000 (< 0,05), cho thấy các biến quan sát có tương quan đủ lớn để tiến hành 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 tiến hành với kỹ thuật trích xuất thành phần chính (Principal Component Analysis – PCA) và áp dụng phép xoay Varimax nhằm làm rõ cấu trúc nhân tố. Kết quả cho thấy mô hình rút trích được 5 nhân tố (20 biến quan sát), phù hợp với cấu trúc lý thuyết ban đầu. Các nhân tố này có giá trị Eigenvalue đều cao hơn 1; trong đó, nhân tố có giá trị thấp nhất đạt 1,181. Tổng phương sai giải thích đạt 73,711%, vượt ngưỡng khuyến nghị 50%, cho thấy mô hình EFA có khả năng bao quát phần lớn biến thiên của dữ liệu và đáp ứng tiêu chuẩn đánh giá độ phù hợp của phân tích nhân tố.

Bảng 4. Kết quả phân tích cấu trúc nhân tố (EFA).

Nhân tố	Số biến	Khoảng hệ số tải
HTAT	7	0,721–0,900
VHXXH	4	0,704–0,875
YTTN	3	0,839–0,854
GTMS	3	0,658–0,883
YTLS	3	0,642–0,872
Tổng	20	

Kết quả trình bày ở Bảng 4 cho thấy: các hệ số tải nhân tố của các biến quan sát đều đạt yêu cầu và không có biến nào bị loại khỏi mô hình. Điều này cho thấy thang đo sử dụng trong nghiên cứu đáp ứng tốt các tiêu chí về giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Trong đó, nhóm HTAT gồm 7 biến quan sát, với hệ số tải dao động từ 0,721 đến 0,908; nhóm VHXXH gồm 4 biến, có hệ số tải trong khoảng 0,704–0,875; nhóm YTTN gồm 3 biến, với hệ số tải từ 0,839 đến 0,854; nhóm GTMS gồm 3 biến, đạt mức 0,658–0,883; và nhóm YTLS gồm 3 biến, với hệ số tải nằm trong khoảng 0,642–0,872.

Dựa trên kết quả EFA, các thang đo trong mô hình được xác nhận đáp ứng yêu cầu về độ tin cậy và giá trị đo lường, vì vậy toàn bộ 20 biến quan sát tiếp tục được sử dụng trong các phân tích tiếp theo nhằm xem xét mức độ tác động của các nhân tố đến khả năng thu hút khách DLTB tại ĐĐ Huế.

Đánh giá của khách DLTB về các nhân tố thu hút tại ĐĐ Huế

Các kết quả trình bày trong Bảng 5 cho thấy mức điểm trung bình của các nhóm nhân tố đều vượt ngưỡng trung lập, dao động từ 3,53–3,72, cho thấy cảm nhận của khách DLTB về ĐĐ Huế nhìn chung ở mức khá thuận lợi.

Bảng 5. Thống kê giá trị trung bình và xếp hạng các nhóm nhân tố thu hút tại ĐĐ Huế theo ý kiến khách DLTB.

Nhân tố	Giá trị trung bình	Xếp hạng
YTTN	3,53	4
VHXXH	3,53	5
YTLS	3,69	2
HTAT	3,72	1
GTMS	3,67	3

Trong số các nhóm nhân tố được khảo sát, “HTAT” là nhóm được khách DLTB đánh giá tốt nhất, với điểm trung bình đạt 3,72 và đứng ở vị trí ưu tiên hàng đầu. Kết quả này cho thấy tầm quan trọng của hạ tầng kỹ thuật, khả năng kết nối giao thông, hệ thống DV công cộng, cùng với chất lượng và sự phong phú của ẩm thực địa phương trong việc gia tăng mức độ hấp dẫn của ĐĐ Huế đối với phân khúc khách DLTB.

Xếp sau là nhóm “YTLS”, với giá trị trung bình đạt 3,69, phản ánh lợi thế cạnh tranh nổi bật của Huế nhờ sở hữu quần thể di sản văn hóa – lịch sử, kiến trúc đặc trưng và bề dày giá trị truyền thống. Đây là những thành tố đặc biệt phù hợp với đặc điểm tham quan ngắn hạn của khách DLTB khi cập cảng. Kết quả này cũng gợi ý nhiệm vụ phát triển các sản phẩm DL theo hướng cô đọng, tập trung vào các điểm di sản nổi bật và kết hợp trải nghiệm ẩm thực tiêu biểu, nhằm tối ưu hóa quỹ thời gian lưu trú trong ngày của khách tàu biển.⁹

Nhóm nhân tố liên quan đến “GTMS” đạt điểm trung bình 3,67 và đứng ở vị trí thứ ba trong thứ hạng đánh giá. Kết quả này cho thấy các hoạt động vui chơi, mua sắm cùng các DV đi kèm tại Huế đã phần nào đáp ứng được nhu cầu cơ bản của khách DLTB, song vẫn còn tiềm năng để tiếp tục mở rộng loại hình sản phẩm và cải thiện chất lượng nhằm nâng cao trải nghiệm của du khách trong thời gian lưu trú ngắn.

Ngược lại, hai nhóm “YTTN” và “VHXXH” cùng đạt mức điểm trung bình 3,53, lần lượt xếp ở các vị trí cuối trong bảng xếp hạng. Mặc dù Huế có lợi thế về cảnh quan tự nhiên và nền tảng văn hóa đặc sắc, kết quả này cho thấy các nguồn lực này chưa được chuyển hóa hiệu quả thành các sản phẩm và trải nghiệm phù hợp với đặc điểm tiêu dùng của khách DLTB, có thể xuất phát từ hạn chế trong thiết kế tour, tổ chức hoạt động hoặc công tác truyền thông đối với phân khúc thị trường này.

Tổng hợp các kết quả trên cho thấy mức độ hấp dẫn của ĐĐ Huế đối với khách DLTB hiện chịu tác động rõ rệt từ các yếu tố gắn với HTAT và YTLS hoặc GTMS, trong khi các khía cạnh về

YTTN và VNXH cần được đầu tư có trọng tâm và khai thác hiệu quả hơn để cải thiện sức cạnh tranh tổng thể của ĐĐ trong phân khúc DLTB.

Kiểm định sự khác biệt trong đánh giá các nhân tố thu hút khách DLTB tại ĐĐ Huế

Để xem xét sự khác biệt trong mức độ đánh giá của du khách đối với những nhóm nhân tố tạo nên khả năng thu hút của ĐĐ Huế, bài báo đã so sánh giữa các nhóm khách được phân loại theo đặc điểm nhân khẩu học. Trong đó, sự khác biệt giữa hai nhóm giới tính được kiểm tra bằng kiểm định Independent Samples T-test, còn đối với các biến có từ ba nhóm trở lên như độ tuổi, nghề nghiệp, mức thu nhập và châu lục xuất xứ, nghiên cứu sử dụng One-way ANOVA (phương pháp phân tích phương sai một yếu tố).

Trước khi thực hiện các phép so sánh này, giả định về sự đồng nhất của phương sai giữa các nhóm được kiểm tra thông qua kiểm định Levene. Kết quả chỉ ra đa số các biến đáp ứng yêu cầu về phương sai đồng nhất (Sig. > 0,05), do đó các phép kiểm định T-test kết hợp với ANOVA được áp dụng để phân tích sự khác biệt giữa các nhóm du khách. Với một số trường hợp không thỏa mãn điều kiện này, kết quả không được đưa vào diễn

giải và được ký hiệu bằng dấu “-” trong bảng tổng hợp kết quả. Để đảm bảo tính rõ ràng trong diễn giải kết quả, các ký hiệu trong bảng được chú thích như sau:

(a) Kết quả được xác định thông qua kiểm định Independent Samples T-test.

(b) Kết quả được xác định bằng phương pháp One-way ANOVA.

Ký hiệu Ns (non-significant) biểu thị trường hợp giá trị Sig. lớn hơn 0,1, cho thấy sự khác biệt giữa các nhóm không có ý nghĩa thống kê.

Ký hiệu * tương ứng với mức ý nghĩa thống kê thấp (0,05 ≤ Sig. < 0,1).

Ký hiệu ** thể hiện mức ý nghĩa thống kê trung bình (0,01 < Sig. ≤ 0,05).

Ký hiệu *** đại diện cho mức ý nghĩa thống kê cao (Sig. ≤ 0,01).

Trong các trường hợp kiểm định Levene cho kết quả Sig. nhỏ hơn 0,1, giả định về sự đồng nhất phương sai bị bác bỏ ở mức tin cậy 95%. Khi đó, việc áp dụng ANOVA không còn phù hợp và các biến tương ứng được ký hiệu bằng dấu “-” trong bảng.

Bảng 6. Phân tích sự khác biệt theo đặc điểm nhân khẩu học (T-Test và ANOVA)

Chỉ số ý nghĩa thống kê theo nhóm (Sig.)							
STT	Nhân tố	GTTB	Giới tính (a)	Độ tuổi (b)	Nghề nghiệp (b)	Mức thu nhập (b)	Châu lục (b)
1	YTTN	3,63	**	**	Ns	Ns	Ns
2	VHXX	3,67	Ns	**	Ns	Ns	**
3	YTLS	3,72	Ns	***	Ns	Ns	**
4	HTAT	3,53	Ns	Ns	Ns	**	Ns
5	GTMS	3,36	Ns	Ns	***	**	Ns

Kết quả tổng hợp ở Bảng 6 cho thấy tồn tại sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong mức độ đánh giá của du khách khi phân theo các nhóm đặc điểm nhân khẩu học. Cụ thể, cảm nhận đối với YTTN và YTLS có sự khác biệt rõ rệt giữa các nhóm độ tuổi. Đối với VHXX, sự khác biệt được ghi nhận theo cả độ tuổi và khu vực châu lục của du khách. Bên cạnh đó, HTAT thể hiện sự khác biệt đáng kể theo mức thu nhập, trong khi GTMS có sự khác biệt theo cả nghề nghiệp và mức thu nhập của du khách.

Phân tích theo giới tính cho thấy sự khác biệt trong đánh giá của du khách đối với các nhân tố là không đáng kể về mặt thống kê. Kết quả này

hàm ý rằng cảm nhận về mức độ hấp dẫn của ĐĐ Huế chủ yếu chịu ảnh hưởng từ đặc điểm kinh tế – xã hội cũng như bối cảnh xuất xứ của du khách hơn là từ sự khác biệt giới tính.

Ngoài ra, các kiểm định về sự khác biệt giữa các nhóm không làm thay đổi cấu trúc các nhân tố trong mô hình, mà chỉ phản ánh mức độ cảm nhận khác nhau của từng nhóm đối với các nhân tố đã được xác lập.

5. KẾT LUẬN - KIẾN NGHỊ

Kết luận

Dựa trên cảm nhận của du khách, nghiên cứu làm rõ cấu trúc các nhóm nhân tố quyết định

khả năng thu hút khách DLTB tại ĐĐ Huế, đồng thời góp phần bổ sung cơ sở thực nghiệm cho nghiên cứu về mức độ hấp dẫn của ĐĐ trong bối cảnh phát triển DLTB ở Việt Nam. Phân tích cho thấy năm nhóm nhân tố chính, bao gồm: YTTN; YTLS; VHXH; HTAT; và GTMS là những thành phần chính cấu thành sức hấp dẫn của điểm đến này. Phát hiện này phù hợp với lập luận của Nguyễn và cộng sự khi cho rằng 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

Phân tích cho thấy du khách đánh giá cao nhất đối với nhóm HTAT, tiếp đến là các yếu tố thuộc về giá trị lịch sử, qua đó nhấn mạnh tầm quan trọng của DV hỗ trợ, điều kiện tiếp cận và tài nguyên di sản trong việc gia tăng sức hấp dẫn của ĐĐ Huế đối với thị trường DLTB. Ngược lại, các thành tố liên quan đến YTTN và VHXH chưa được phản ánh tương xứng với tiềm năng vốn có, cho thấy việc tổ chức sản phẩm và xây dựng trải nghiệm cho khách DLTB vẫn chưa thực sự phù hợp với giới hạn thời gian lưu trú tại ĐĐ.

Mặc dù không ghi nhận sự khác biệt trong đánh giá theo giới tính, kết quả phân tích lại chỉ ra sự khác biệt có ý nghĩa thống kê theo độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập và châu lục. Điều này hàm ý rằng các chính sách và giải pháp phát triển DLTB 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 từ tổng thể, Huế có nhiều lợi thế để mở rộng và phát triển DLTB, song hiệu quả khai thác phân khúc này phụ thuộc lớn vào việc thực hiện thống nhất các giải pháp về hạ tầng, DV và thiết kế sản phẩm phù hợp với đặc thù thị trường, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh và hướng tới phát triển bền vững. Theo Nguyễn Thị Thanh Nga, một trong những giải pháp mang tính chiến lược là thúc đẩy liên kết giữa cảng Chân Mây với các ĐĐ di sản như Huế và Đà Nẵng, đồng thời tăng cường sự gắn kết giữa cảng và đô thị trong chuỗi giá trị DLTB.²³

Kiến nghị

Dựa trên các phát hiện của nghiên cứu, việc nâng cao khả năng thu hút khách DLTB tại ĐĐ Huế trong tương lai đòi hỏi sự tham gia và phối hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan.

Về phía chính quyền địa phương, cần xây dựng và điều chỉnh quy hoạch phát triển DLTB theo hướng gắn kết với chiến lược phát triển DL

bền vững của thành phố, trong đó làm rõ vai trò trung tâm của cảng Chân Mây trong hệ thống tiếp nhận khách tàu biển quốc tế. Bên cạnh đó, cần ưu tiên bố trí nguồn lực để cải thiện hạ tầng giao thông, đặc biệt các điểm kết nối giữa cảng với khu vực nội đô và các ĐĐ trọng điểm, đồng thời ban hành các cơ chế, chính sách khuyến khích đầu tư vào các loại hình DV phục vụ riêng cho thị trường khách DLTB.

Đối với Sở DL thành phố Huế, cần hình thành định hướng phát triển DLTB một cách rõ ràng, trong đó ưu tiên xây dựng các chương trình tham quan trong ngày phù hợp với quỹ thời gian hạn chế của khách DLTB. Cách tiếp cận này cũng tương đồng với kinh nghiệm quốc tế trong việc tổ chức các hoạt động tham quan ngắn tại ĐĐ, nhằm bảo đảm tính cô đọng, hiệu quả về thời gian và chi phí cho du khách.²³ Bên cạnh đó, cần tăng cường công tác xúc tiến và quảng bá hình ảnh Huế thông qua các kênh truyền thông và sự kiện DL mang tầm quốc tế, đồng thời quan tâm đào tạo cũng như cải thiện năng lực nguồn nhân công để đáp ứng tốt hơn yêu cầu phục vụ phân khúc khách DLTB.

Đối với Công ty Cổ phần Cảng Chân Mây, cần chú trọng đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng và cải thiện chất lượng DV, đặc biệt là các quy trình đón và tiễn khách theo chuẩn mực quốc tế. Đồng thời, việc tăng cường liên kết với các hãng tàu và doanh nghiệp lữ hành, kết hợp phát triển thêm các DV tiện ích và hoạt động trải nghiệm ngắn ngay trong khu vực cảng, sẽ giúp nâng cao chất lượng trải nghiệm ban đầu của du khách. Ngoài ra, việc chuẩn hóa các khâu phục vụ tại cảng, từ tiếp nhận thông tin, hướng dẫn khách đến tổ chức dòng di chuyển hợp lý, đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ấn tượng tích cực ban đầu và góp phần củng cố hình ảnh ĐĐ trong toàn bộ chuỗi giá trị DLTB.⁹

Đối với các doanh nghiệp lữ hành, xây dựng các sản phẩm DL dành riêng cho thị trường DLTB với lịch trình linh hoạt, tập trung vào các trải nghiệm gắn với di sản, tìm hiểu giá trị văn hóa và nét đẹp ẩm thực Cố đô là nhiệm vụ trọng yếu. Đồng thời, việc cải thiện chất lượng DV, ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ trong khâu tổ chức và điều hành tour, thêm vào đó, gia tăng liên kết với các chủ thể liên quan sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm toàn diện của khách DLTB.

Cuối cùng, đối với cộng đồng địa phương, việc gia tăng hiểu biết về vai trò của DLTB gắn với gìn giữ các giá trị văn hóa, ý thức bảo vệ môi trường và cách hành xử thân thiện, hiểu khách có ý nghĩa quan trọng trong việc củng cố hình ảnh ĐĐ Huế theo hướng hấp dẫn và phát triển bền vững trong mắt du khách quốc tế.

LỜI CẢM ƠN

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. R. Dowling, C. Weeden. *Cruise ship tourism*, CABI Publishing, Wallingford, 2017.
2. Cruise Lines International Association. *State of the Cruise Industry Report 2025*, CLIA, Washington, 2025.
3. P. Gibson, R. Parkman. *Cruise Operations Management: Hospitality Perspectives*, Routledge, New York, 2019.
4. Cruise Lines International Association. *State of the cruise industry outlook*, CLIA, Washington, 2019.
5. N. A. Tuấn. Phát triển du lịch tàu biển ở Việt Nam: thành tựu và thách thức. *Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ*, **2025**, 16. <https://tapchicongthuong.vn/phat-trien-du-lich-tau-bien-o-viet-nam--thanh-tuu-va-thach-thuc-245645.htm>
6. Tổng cục Du lịch. *Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045*, Báo cáo tóm tắt, Hà Nội, 2022.
7. B. T. Tâm, M. L. Quyên. Đánh giá khả năng thu hút của điểm đến Huế, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế*, **2012**, 72, 45–56.
8. UBND thành phố Huế. *Kế hoạch 275/ KH-UBND về việc triển khai thực hiện Đề án “Phát triển du lịch, dịch vụ du lịch thành phố Huế giai đoạn 2025 – 2030, tầm nhìn đến năm 2045”*, Huế, 2025.
9. N. T. T. Nga, T. H. Tuấn, Đ. K. Hưng, T. T. T. Hiền, V. Đ. Phong. Di sản văn hóa và trải nghiệm DLTB tại thành phố Huế: cơ hội, thách thức và hướng tiếp cận bền vững, *Tạp chí Văn hóa và Nghệ thuật*, **2025**, 612, 71-74.
10. N. T. M. Nghĩa, T. H. Tuấn, L. V. T. Nhi. Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An. *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, **2017**, 126 (5D), 29–39
11. T. T. Tran, P. H. Nguyen, B. Mohamad, T. K. T. Nguyen, T. L. C. Nguyen, T. H. Le. Port-city mobility challenges in Ho Chi Minh City: Cruise tourism infrastructure, stakeholder governance, and sustainable urban transitions, *Frontiers in Sustainable Cities*, **2025**, 7, 1679677.
12. Y. Hu, J. R. B. Ritchie. Measuring destination attractiveness: A contextual approach, *Journal of Travel Research*, **1993**, 32(2), 25–34.
13. A. D. A. Tasci, S. T. Cavusgil, W. C. Gartner. Conceptualization and Operationalization of Destination Image, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, **2007**, 31, 194.
14. Quốc Hội. *Luật DL*, Hà Nội, 2017.
15. J. R. Donaldson. Cruise tourism: A new form of mass tourism. *Tourism: The state of the art* John Wiley & Sons, Chichester, 1994.
16. R. K. Dowling. *Cruise ship tourism*. CABI Publishing, Wallingford, 2006.
17. P. Gibson. Cruising in the 21st century: Who works while others play? *International Journal of Hospitality Management*, **2006**, 25(1), 42–52.
18. P. Monpanthong, S. J. Teixeira, S. Ratanakomut. The determinants of cruise tourists’ satisfaction: A study of cruise destinations in Thailand. *Tourism Management Perspectives*, **2016**, 20, 161–169.
19. T. N. Thanh-Nga, N. Thanh-Nam. *Leveraging Hue’s cultural heritage for creative and sustainable cruise tourism development*, The 1st International Conference on Cultural Industry with Sustainable Tourism Development in Vietnam in the Context of International Integration, Ninh Binh, Vietnam, 2025.
20. E. J. Mayo, L. P. Jarvis. *Psychology of Leisure Travel*. C.B.I. Publishing Co., Boston, 1981.
21. S. Vengesai. *Destination Attractiveness and Destination Competitiveness: A Model of Destination evaluation*, The 11th ANZMAC 2003 Conference, Adelaide, Australia, 2003.
22. C. E. Gearing, W. W. Swart, T. Var. Establishing a Measure of Touristic Attractiveness, *Journal of Travel Research*, **1974**, 22 (Spring), 1–8.
23. N. T. T. Nguyen. Cruise Tourism Development in Thừa Thiên Huế Province, Vietnam: Lessons from the Case Studies of the Franconia and Le Lapérouse. *Routledge Handbook of Tourism and Hospitality Development in Vietnam*, Routledge, London, 2025.