

Phát triển du lịch tại thành phố Huế: Thực trạng và khuyến nghị

Nguyễn Hồ Minh Trang

Trường Đại học Kinh tế- Đại học Huế, Việt Nam

Ngày nhận: 06/02/2025

Ngày nhận bản sửa: 02/05/2025

Ngày duyệt đăng: 02/06/2025

Tóm tắt: Nằm ở khu vực Bắc Trung Bộ, thành phố Huế là địa phương có hệ thống tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn phong phú, đa dạng và riêng có mà trước hết phải kể đến hệ thống quần thể di tích Cố đô và nhã nhạc cung đình Huế đã được UNESCO công nhận là di sản văn hóa vật thể và phi vật thể của nhân loại. Trong những năm gần đây, ngành du lịch tại thành phố Huế đã có những bước chuyển mình mạnh mẽ, trở thành một trong những trụ cột quan trọng của nền kinh tế địa phương. Dựa trên phân tích dữ liệu thứ cấp từ các báo cáo của thành phố Huế và bộ dữ liệu sơ cấp thu thập thông qua khảo sát du khách, nghiên cứu này đánh giá thực trạng phát triển du lịch TP Huế trong giai đoạn 2021- 2023. Dựa vào mô hình hồi quy tuyến tính, bài viết đã phân tích tác động của các nhân tố đến sự phát triển du lịch của địa phương, từ đó cung cấp cơ sở khoa học để đề xuất chính sách nhằm nâng cao năng lực

The development of tourism in Hue City: An analysis of the current situation and policy recommendations

Abstract: Situated in Vietnam's North Central region, Hue City is endowed with an abundant, diverse, and distinctive system of both natural and cultural tourism resources. Most prominently, the Complex of Hue Monuments and Hue Royal Court Music- recognized by UNESCO as World Cultural Heritage (tangible and intangible, respectively)- represent invaluable assets that form the foundation for the city's tourism development. In recent years, the tourism sector in Hue City has undergone significant transformations, emerging as a key pillar of the local economy. Based on an analysis of secondary data from official reports and primary data collected through tourist surveys, this study evaluates the state of tourism development in Hue City during the 2021-2023 period. By employing a linear regression model, the paper identifies key factors influencing local tourism growth, thereby providing a scientific foundation for policy recommendations aimed at enhancing competitiveness, optimizing the efficient utilization of tourism resources, and fostering the sustainable development of Hue City's tourism sector in the long run.

Keywords: Tourism, Development, Hue City, Sustainable Development

Doi: 10.59276/JELB.2025.07.2877

Nguyen, Ho Minh Trang

Email: nhmtrang@hce.edu.vn

Organization: University of Economics- Hue University, Vietnam

cạnh tranh, tối ưu hóa hiệu quả khai thác tài nguyên du lịch và thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành du lịch tại TP Huế.

Từ khóa: *Phát triển, Du lịch, Thành phố Huế, Phát triển bền vững*

1. Giới thiệu

Thành phố (TP) Huế là một trong những điểm du lịch nổi tiếng của Việt Nam. Du lịch đóng vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế của TP Huế. Với lợi thế tài nguyên du lịch phong phú, bao gồm Quần thể di tích Cố đô Huế- di sản thế giới được UNESCO công nhận, danh lam thắng cảnh và lễ hội truyền thống, Huế có tiềm năng trở thành điểm đến hàng đầu Việt Nam. Tuy nhiên, trong giai đoạn 2021- 2023, ngành du lịch Huế dù đạt một số thành tựu nhưng vẫn đối mặt với thách thức như hạ tầng chưa đồng bộ, sản phẩm du lịch chưa đa dạng và công tác quảng bá còn hạn chế.

Nghiên cứu này phân tích thực trạng phát triển du lịch TP Huế, đánh giá các nhân tố tác động đến phát triển du lịch và đề xuất giải pháp nâng cao lợi thế phát triển du lịch TP Huế. Bài viết sử dụng bộ dữ liệu thứ cấp từ báo cáo của Huế kết hợp với dữ liệu sơ cấp thu thập qua khảo sát du khách, dựa vào mô hình hồi qui nhằm xác định nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch. Kết quả nghiên cứu cho thấy TP Huế đã đầu tư vào hạ tầng, phát triển các loại hình du lịch sinh thái, cộng đồng và làng nghề, nhưng mức độ thu hút khách chưa đồng đều theo mùa. Từ đó, nghiên cứu đề xuất chính sách nhằm thúc đẩy du lịch Huế bền vững đó là cần tiếp tục đầu tư hạ tầng du lịch, đa dạng hóa sản phẩm và phát triển du lịch đêm, gắn với di sản và cộng đồng. Đồng thời, đổi mới hoạt động quảng bá theo hướng chuyên nghiệp, ứng dụng công nghệ số. Những giải pháp này sẽ giúp Huế phát triển du lịch

bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh. Nhằm đạt mục tiêu nghiên cứu, bài viết gồm 5 phần: Phần 2. Tổng quan nghiên cứu; phần 3. Phương pháp nghiên cứu; phần 4. Kết quả và thảo luận; phần 5. Kết luận và hàm ý chính sách.

2. Tổng quan nghiên cứu

Phát triển du lịch là một quá trình phức tạp, chịu tác động của kinh tế, xã hội, văn hóa và công nghệ. Nhiều nghiên cứu thực nghiệm trong và ngoài nước đã tập trung phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch bằng phương pháp định lượng. Tại Đà Nẵng, nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng (2020) sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính để xác định vai trò của các yếu tố như cơ sở hạ tầng (CSHT), sản phẩm du lịch (SPDL), xúc tiến quảng bá (XTQB) và dịch vụ phục vụ du lịch (DVPVDL), trong đó CSHT được xác định là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến phát triển du lịch. Nghiên cứu của Hoàng Thị Hương và cộng sự (2025) cho thấy các yếu tố như chất lượng sản phẩm/dịch vụ du lịch và trình độ hướng dẫn viên có ảnh hưởng lớn nhất đến phát triển du lịch bền vững tại Tam Đảo. Trong khi nghiên cứu của Nguyễn Đức Chí (2018) lại nhấn mạnh tầm quan trọng của yếu tố bảo vệ môi trường và đặc thù điểm đến (ĐTQ) trong phát triển du lịch sinh thái bền vững tại Củ Chi. Các nghiên cứu này cung cấp cơ sở thực tiễn quan trọng để xác định các biến độc lập phù hợp cho mô hình nghiên cứu tại Huế tại mục 3 về phương pháp nghiên cứu.

Bảng 1 cho thấy các yếu tố như cơ sở hạ

Bảng 1. Tổng hợp các nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch

STT	Tác giả	Địa bàn	Biến phụ thuộc	Biến độc lập chính	Mô hình	Kết quả chính
1	Nguyễn Thị Hồng (2020)	Đà Nẵng	Phát triển du lịch	CSHT, SPDL, XTQB, DVPVDL	Hồi quy tuyến tính	CSHT ảnh hưởng lớn nhất
2	Hoàng Thị Hương và cộng sự (2025)	Tam Đảo, Vĩnh Phúc	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch bền vững	SPDL, hướng dẫn viên, giá cả, CSHT, ĐTQ, du lịch tuần hoàn	Hồi quy tuyến tính	Các yếu tố sản phẩm/ dịch vụ và hướng dẫn viên có ảnh hưởng mạnh nhất đến phát triển du lịch bền vững tại địa phương.
3	Nguyễn Đức Chí (2018)	Củ Chi, TP.HCM	Phát triển du lịch sinh thái bền vững	Bảo vệ môi trường, SPDL, DVPVDL, CSHT, ĐTQ, tài nguyên du lịch sinh thái	Hồi quy tuyến tính	Bảo vệ môi trường và ĐTQ là những yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến phát triển du lịch sinh thái bền vững.

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

tầng, sản phẩm du lịch, xúc tiến quảng bá, dịch vụ hỗ trợ, và yếu tố quản lý điểm đến thường xuyên được kiểm định trong các nghiên cứu thực nghiệm và cho kết quả có ý nghĩa thống kê. Theo tìm hiểu của tác giả, chưa có nghiên cứu nào sử dụng bộ dữ liệu khảo sát khách du lịch tại Huế giai đoạn hậu COVID-19 với mô hình hồi quy tuyến tính. Do đó, nghiên cứu này lựa chọn các nhân tố trên đưa vào kiểm định, nhằm làm rõ các yếu tố ảnh hưởng thực sự tại địa phương.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập thông tin và số liệu

Việc thu thập số liệu thứ cấp được thực hiện thông qua các báo cáo và thống kê liên quan đến lĩnh vực du lịch, được cung cấp bởi các sở, ban ngành tại TP Huế trong giai đoạn từ năm 2021 đến 2023. Cụ thể, các nguồn từ Phòng Tài chính- Kế hoạch, Phòng Văn hóa, Cục Thống kê, Sở Du lịch, UBND TP Huế.
Việc thu thập số liệu sơ cấp được thực hiện thông qua khảo sát bằng bảng hỏi, tập trung

vào nhóm đối tượng chính là du khách nội địa. Nội dung phiếu khảo sát bao gồm các thông tin chung và ý kiến đánh giá của du khách về thực trạng phát triển du lịch ở TP Huế thông qua các khía cạnh như: Sản phẩm du lịch, điểm tham quan, dịch vụ du lịch, cơ sở hạ tầng và hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch
Dữ liệu được phân tích bằng SPSS 20 để đảm bảo tính hệ thống và độ tin cậy, với kích thước mẫu xác định theo công thức chuẩn nhằm đảm bảo tính đại diện.
$$n = N / ((1 + N * e^2))$$

Trong đó: N là quy mô mẫu điều tra; e là mức độ sai số cho phép giữa tỷ lệ mẫu với tổng thể, e = 0,06
Dựa trên số liệu thống kê từ Sở Du lịch Huế, tổng số lượt khách du lịch đến Huế trong năm 2023 được ghi nhận là 175.000 lượt. Từ con số này, quy mô mẫu tối thiểu để đảm bảo tính đại diện được tính toán là 277 phiếu khảo sát. Tuy nhiên, nhằm tăng cường độ chính xác và giảm thiểu rủi ro từ các phiếu khảo sát không hợp lệ hoặc không thu hồi được, tác giả quyết định mở rộng quy mô mẫu lên 350 phiếu điều tra và thu về được 313 phiếu.

3.2. Phương pháp phân tích xử lý số liệu

Thông kê mô tả: bài viết tổng hợp, phân nhóm số liệu sơ cấp theo tiêu chí như độ tuổi, giới tính, loại hình kinh doanh... nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến phát triển du lịch và đề xuất giải pháp phù hợp.

Phân tích và tổng hợp: Hệ thống hóa dữ liệu thu thập, từ đó đưa ra nhận định sâu sắc về thực trạng phát triển du lịch tại TP Huế.

Phân tích hồi quy tương quan: Trên cơ sở tổng quan nghiên cứu tại mục 2, các nhân tố được các tác giả lựa chọn khi đưa vào mô hình là: sản phẩm du lịch (SPDL); Các điểm tham quan, du lịch (ĐTQ); Dịch vụ phục vụ du lịch (DVPVDL); Cơ sở hạ tầng (CSHT); Công tác xúc tiến, quảng bá du lịch (XTQB), du lịch tuần hoàn, bảo vệ môi trường, tài nguyên du lịch sinh thái,... Tác giả lựa chọn 5 nhân tố được sử dụng phổ biến nhất là SPDL, ĐTQ, DVPVDL, CSHT, XTQB để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch tại TP Huế và mô hình hàm hồi quy tuyến tính có dạng:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 * SPDL + \beta_2 * ĐTQ + \beta_3 * DVPVDL + \beta_4 * CSHT + \beta_5 * XTQB + e$$

Y: Phát triển du lịch ở TP Huế

Các biến độc lập: Sản phẩm du lịch (SPDL); Các điểm tham quan, du lịch (ĐTQ); Dịch vụ phục vụ du lịch (DVPVDL); Cơ sở hạ

tầng (CSHT); Công tác xúc tiến, quảng bá du lịch (XTQB).

β_0 : Hằng số

β_i : Các hệ số hồi quy ($i > 0$)

e: Sai số của mô hình

Các thang đo được kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha, sau đó phân tích nhân tố khám phá (EFA) trước khi đưa vào mô hình hồi quy. Mức độ phù hợp của mô hình hồi quy được đánh giá thông qua hệ số R^2 điều chỉnh. Kiểm định ANOVA được sử dụng để kiểm định độ phù hợp của mô hình hồi quy tương quan, tức là có hay không mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc dựa vào phần mềm thống kê SPSS 20.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Thực trạng phát triển du lịch ở Thành phố Huế

4.1.1. Tình hình khách du lịch

Trong giai đoạn 2021- 2023, ngành du lịch TP Huế đã trải qua những biến động đáng kể, từ suy giảm mạnh do đại dịch Covid-19 đến phục hồi và tăng trưởng ấn tượng.

Năm 2021, do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, hoạt động du lịch Huế suy giảm nghiêm trọng. Tổng lượt khách chỉ đạt 700.000, trong đó 450.000 khách lưu trú, giảm 50% so với năm 2020. Sang năm 2022, nhờ kiểm soát dịch và mở cửa trở lại,

Bảng 2. Tỷ trọng khách du lịch đến Huế giai đoạn 2021- 2023

TT	Chi tiêu	2021	2022	2023	2022/2021		2023/2022	
					+/-	%	+/-	%
1	Khách tham quan- du lịch	700	1.800	2.100	1100	157	300	17
2	Khách lưu trú	450	1.200	1.421,3	750	167	221,3	18
-	Khách nội địa	431	1.100	1.070,3	669	155	- 29,7	-3
-	Khách quốc tế	19	100	351	81	426	251	251

Đơn vị tính: Nghìn lượt khách

Nguồn: Báo cáo của UBND TP Huế

du lịch Huế phục hồi mạnh. Tổng khách đạt 1,8 triệu lượt (tăng 257%), với 1,2 triệu khách lưu trú (100.000 quốc tế). Festival Huế 2022 thu hút 180.000 lượt khách, gồm 72.000 khách lưu trú. Đến năm 2023, ngành du lịch tiếp tục tăng trưởng ổn định. Tổng khách đạt 2,1 triệu lượt (tăng 17%), khách lưu trú đạt 1,42 triệu (tăng 10%). Đặc biệt, khách quốc tế tăng vọt lên 351.000 lượt (tăng 346%). Festival Nghề truyền thống Huế 2023 đóng góp 120.000 lượt khách, với 65.350 khách lưu trú (25.500 quốc tế). Quần thể Di tích Cố đô Huế cũng ghi nhận lượng khách tăng cao, với 15.790 khách quốc tế và 64.990 khách nội địa. Nhìn chung, sau giai đoạn suy giảm do đại dịch, du lịch Huế đã phục hồi mạnh mẽ, đặc biệt là sự trở lại của khách quốc tế, khẳng định vị thế của thành phố như một điểm đến văn hóa- lịch sử quan trọng.

4.1.2. Tình hình doanh thu du lịch

Năm 2021, tình hình dịch bệnh Covid-19 bùng phát trở lại đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành du lịch TP Huế, mọi chỉ tiêu về du lịch giảm nhanh chóng; mọi kế hoạch về chương trình du lịch trong năm 2021 đều bị ngưng trệ và không thể tổ chức; cùng với đó tâm lý của người dân

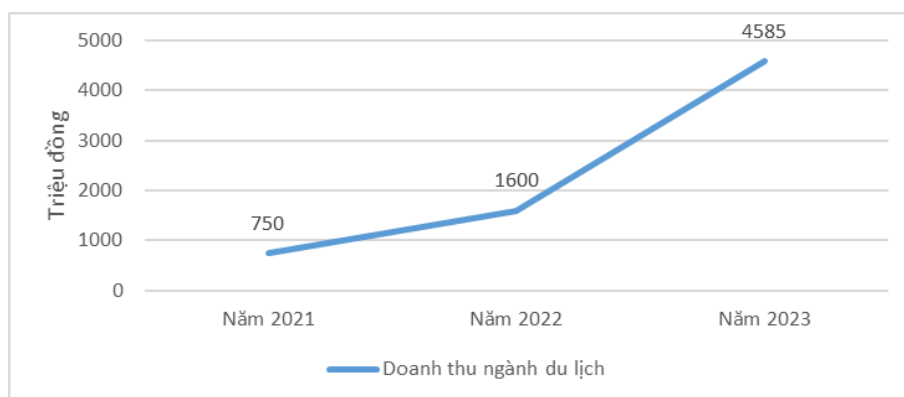
luôn lo lắng về tình hình dịch bệnh do đó nhu cầu du lịch giảm sút dẫn do đó doanh thu du lịch năm 2021 chỉ đạt 750 tỷ đồng, giảm 50% so với năm 2020.

Qua năm 2022, tình hình dịch bệnh đã được kiểm soát, giá cả một số mặt hàng thiết yếu có xu hướng ổn định hơn, TP cũng đã ban hành các chính sách nhằm kích cầu du lịch, đề ra kế hoạch phát triển du lịch năm 2022, ngành du lịch TP Huế đã từng bước phục hồi và có bước phát triển vượt trội với doanh thu năm 2022 đạt 1600 tỷ đồng, tăng 113% so với cùng kỳ năm 2021.

Đến năm 2023, tình hình du lịch trên địa bàn TP Huế đã ổn định trở lại sau đại dịch Covid-19, lượng khách du lịch đến Huế ngày một nhiều hơn. Huế đã tổ chức thành công Festival nghề truyền thống Huế 2023 với nhiều hoạt động văn hóa nghệ thuật, trưng bày, triển lãm, vui chơi giải trí hấp dẫn thu hút một lượng lớn du khách trong và ngoài nước. Doanh thu du lịch năm 2023 ước đạt 4.585 tỷ đồng, bằng 186,6% so với năm 2022.

4.2. Phát triển các loại hình du lịch và đa dạng hóa sản phẩm du lịch

4.2.1. Phát triển loại hình du lịch truyền thống



Nguồn: UBND TP Huế

Hình 1. Doanh thu ngành du lịch của Thành phố Huế giai đoạn 2021- 2023

Du lịch di sản

Huế nổi bật với hệ thống di tích văn hóa lịch sử đồ sộ gồm 54 di tích lịch sử, 35 di tích kiến trúc nghệ thuật, 2 di tích khảo cổ; trong đó 51 di tích được xếp hạng cấp quốc gia và 40 di tích cấp tỉnh. Đặc biệt, Huế có 5 di sản được UNESCO công nhận, khẳng định vị thế trung tâm văn hóa vượt thời gian. Nhờ mật độ di tích dày đặc, Huế phát triển mạnh du lịch di sản, vừa là điểm đến lịch sử, vừa là bảo tàng sống động về văn hóa dân tộc. Thành phố chú trọng bảo tồn, khai thác hiệu quả di sản qua các sản phẩm du lịch đặc trưng, nâng cao chất lượng dịch vụ và xây dựng thương hiệu gắn với giá trị văn hóa.

Du lịch lễ hội

Huế là trung tâm lễ hội tiêu biểu với Festival Huế, Lễ hội Điện Hòn Chén, Lễ Phật Đản, Hội khinh khí cầu... Trong giai đoạn 2021-2023, nhiều hoạt động quảng bá văn hóa được đẩy mạnh như triển lãm “Áo dài Huế-xưa và nay”, “Lễ hội dân gian”. Festival Bốn mùa với các sự kiện thể thao, văn hóa hấp dẫn như đua ghe, Hue Jogging, Tuần lễ sách, marathon VNEXPRESS góp phần nâng cao sức hút du lịch Huế.

Du lịch làng nghề- OCOP

Huế hiện có 86 làng nghề, trong đó 57 làng nghề truyền thống còn hoạt động cùng 75 sản phẩm OCOP đặc trưng. Các làng nghề nổi bật như đúc đồng, hương Thủy Xuân, thêu Thuận Lộc, nón Phú Cam... được giới thiệu thông qua Festival nghề truyền thống- sự kiện quan trọng nhằm bảo tồn và thu hút khách du lịch.

Du lịch ẩm thực

Với hơn 1.000 món ăn phong phú, từ ẩm thực cung đình đến dân gian, Huế tạo dấu ấn đậm nét về du lịch ẩm thực. Các đặc sản như bún bò, bánh khoái, chè cung đình...

không chỉ phục vụ nhu cầu thưởng thức mà còn góp phần xây dựng thương hiệu du lịch văn hóa Huế.

4.2.2. Phát triển loại hình du lịch hiện đại

Du lịch nghỉ dưỡng: TP Huế sở hữu hệ thống nghỉ dưỡng đa dạng, từ các khu nghỉ biển như Thuận An, Mỹ An, Lăng Cô đến không gian nghỉ dưỡng gần trung tâm như Alba, các khách sạn, resort và homestay. Giai đoạn 2021- 2023, TP đẩy mạnh phát triển các sản phẩm du lịch kết hợp nghỉ dưỡng, đồng thời tu bổ, tái tạo không gian truyền thống để mang lại trải nghiệm mới cho du khách. Các tuyến phố đi bộ ven sông Hương, Cồn Dã Viên, Hai Bà Trưng, Kim Long hay khu vực Hoàng Thành đang dần trở thành điểm đến hấp dẫn nhờ kết hợp giữa cảnh quan, di tích và giải trí.

Du lịch biển: Huế có tiềm năng du lịch biển lớn với các bãi biển đẹp như Thuận An, Hải Dương, nhưng sản phẩm du lịch biển hiện vẫn đơn điệu, chủ yếu là nghỉ dưỡng, du lịch cộng đồng và dịch vụ ăn uống. Mặc dù cảnh quan ven biển rất thuận lợi, nhưng hạ tầng chưa được đầu tư đồng bộ, khiến khu vực này chưa phát triển tương xứng với tiềm năng so với các địa phương ven biển khác.

Du lịch hội nghị- hội thảo (MICE)

Là loại hình có nhiều tiềm năng, Huế hiện có hơn 600 cơ sở lưu trú, bao gồm 8 khách sạn 5 sao và 16 khách sạn 4 sao, sẵn sàng phục vụ nhu cầu MICE. Tuy nhiên, sức chứa còn hạn chế khi tổ chức các sự kiện lớn mang tầm quốc tế. Để nâng cao năng lực cạnh tranh, TP cần tập trung cải thiện cơ sở vật chất, chất lượng dịch vụ và xây dựng các gói MICE chuyên nghiệp, góp phần khẳng định vị thế Huế trên bản đồ du lịch quốc tế.

4.3. Phát triển dịch vụ du lịch

Dịch vụ lưu trú

Trong giai đoạn 2021- 2023, các cơ sở lưu trú tại Huế không ngừng nâng cấp dịch vụ, quảng bá thương hiệu nhằm thu hút khách du lịch. Năm 2021, dịch Covid-19 khiến nhiều cơ sở phải đóng cửa hoặc chuyển thành điểm cách ly, hoạt động kinh doanh bị đình trệ. Đến năm 2022, số cơ sở lưu trú đạt 564, tăng 17% so với 2021, trong đó khách sạn tăng 44 cơ sở (20%), khách sạn 4 sao tăng thêm 3 cơ sở (23%). Năm 2023, số cơ sở lưu trú tiếp tục tăng lên 665, tăng 18% so với năm trước.

Tuy nhiên, Huế gặp thách thức trong việc giữ chân du khách lưu trú dài ngày, khi nhiều khách tham quan rồi di chuyển đến Đà Nẵng. Dù có hệ thống khách sạn đạt chuẩn, nhưng quy mô nhỏ, sức chứa hạn chế, chưa đáp ứng tốt nhu cầu của khách đoàn. TP Huế cũng chưa có trung tâm hội nghị quy mô lớn để phát triển du lịch MICE.

Cơ sở dịch vụ lữ hành

Năm 2022, Huế có 60 công ty lữ hành, tăng 15% so với năm 2021. Đến năm 2023, số lượng này tăng thêm 18 cơ sở (30%) nhờ sự phục hồi kinh tế và chính sách kích cầu du lịch. Các công ty lữ hành đã đẩy mạnh phát triển tour đặc trưng như tham quan Kinh thành Huế, lăng tẩm, nhà vườn, du lịch tâm linh tại chùa Thiên Mụ, Điện Hòn Chén, du

lịch cộng đồng tại Cầu Ngói Thanh Toàn, cùng các sản phẩm du lịch sinh thái, du lịch đêm. Ngoài ra, doanh nghiệp lữ hành còn kết nối tour liên vùng như Hội An- Đà Nẵng- Huế, Đà Nẵng- Huế- Động Thiên Đường, mang lại nhiều trải nghiệm mới lạ, đa dạng cho du khách.

4.4. Phát triển hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch

Trong giai đoạn 2021- 2023, vào mỗi năm TP Huế đều đã xây dựng kế hoạch và triển khai tuyên truyền, quảng bá các hoạt động lễ hội trên địa bàn TP Huế, các hoạt động mừng Đảng, mừng Xuân; các hoạt động văn hóa- nghệ thuật chào mừng kỷ niệm các ngày lễ lớn, sự kiện lịch sử, chính trị quan trọng trong năm; phát huy danh hiệu Huế- TP Văn hóa ASEAN.

TP Huế cũng đã và đang thực hiện số hóa các thông tin du lịch, sản phẩm du lịch, đã triển khai xây dựng và đưa vào sử dụng các website như: <https://khamphahue.com.vn/>; <http://visithue.vn/>..., nhằm giới thiệu về Huế đến bạn bè trong nước và quốc tế. Tại các website này, du khách có thể có được các thông tin về lịch sử, văn hóa, di sản, lễ hội... Du khách cũng có thể tìm hiểu về các địa điểm tham quan, lưu trú, giải trí, ăn uống, mua sắm và thời gian tổ chức các sự kiện, lễ hội trong năm và các tour du lịch

Bảng 3. Cơ sở lưu trú ở TP Huế giai đoạn 2021- 2023

Chỉ tiêu	2021	2022	2023	2022/2021		2023/2022	
				+/ -	%	+/ -	%
Tổng số cơ sở lưu trú	483	564	665	81	17	101	18
Khách sạn	216	260	306	44	20	46	18
Khách sạn 5 sao	6	6	6	0	0	0	0
Khách sạn 4 sao	13	16	16	3	23	0	0
Nhà nghỉ	237	263	285	26	11	22	8
Homestay	30	41	74	11	37	33	80

Nguồn: Phòng Thống kê TP Huế (2021, 2022)

tại Huế. Ngoài ra, website cũng cung cấp những thông tin cần biết khi đến Huế để khách tham quan có thể chuẩn bị trước.

Đến giai đoạn 2022- 2023, nhận thấy được sức ảnh hưởng, tốc độ tuyên truyền thông tin nhanh nhạy của các mạng xã, Huế đã phối hợp chặt chẽ với Sở Du lịch, Trung tâm Festival Huế tập trung tuyên truyền, quảng bá các kỳ Festival Huế, hình ảnh điểm đến du lịch, ẩm thực, sản phẩm, dịch vụ du lịch Huế đến với thị trường khách trong nước và nước ngoài thông qua các nền tảng mạng xã hội, trực tuyến như: Youtube, facebook, tiktok, instagram, zalo... nhằm đẩy mạnh truyền thông thương hiệu điểm đến cũng như phát triển ngành du lịch- dịch vụ.

4.5. Đánh giá phát triển du lịch tại thành phố Huế thông qua số liệu điều tra

4.5.1. Thông tin mẫu điều tra

Thông tin dữ liệu được thu thập thông qua việc điều tra, phát bảng hỏi khách du lịch nội địa ở TP Huế theo phương pháp điều tra thuận tiện từ 4/2024-5/2024 tại các điểm du lịch tại Huế: Đại Nội, Lăng Tự Đức, Lăng Khải Định, Chùa Thiên Mụ và tại các khách sạn: Vinperl, Morin, Kobi, Làng Hành Hương. Tổng số bảng hỏi phát ra là 350, tổng số bảng hỏi thu về là 313 bảng. Nội dung của bảng hỏi được chia hai phần gồm thông tin chung (giới tính, độ tuổi, số lần đến Huế,...) và nội dung đánh giá gồm 5 biến nghiên cứu là sản phẩm du lịch (SPDL), điểm tham quan du lịch (ĐTQ), dịch vụ du lịch (DVDL), cơ sở hạ tầng (CSHT), công tác xúc tiến quảng bá du lịch (XTQB) cùng các tiêu chí đánh giá (bảng 4) với thang đo Likert 5 mức (từ “Hoàn toàn không đồng ý” đến “Hoàn toàn đồng ý”). Dữ liệu từ 313 bảng hỏi hợp lệ này sẽ được làm sạch, xử lý, phân tích bằng phần mềm thống kê SPSS 20.

4.5.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Từ Bảng 4 cho thấy các biến có hệ số tương quan tổng lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,6. Như vậy, thang đo thỏa mãn điều kiện để có thể đưa vào sử dụng.

4.5.3. Đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch tại TP Huế

Mặc dù Huế đạt nhiều kết quả tích cực trong phát triển du lịch, vẫn còn nhiều lĩnh vực cần cải thiện, đặc biệt là nâng cao chất lượng sản phẩm, cơ sở hạ tầng, dịch vụ lưu trú và hiệu quả quảng bá. Kết quả thống kê mô tả cho thấy mức độ hài lòng của du khách với các yếu tố du lịch tại Huế ở mức khá, trung bình từ 3,67 đến 3,85. Nhóm điểm tham quan và sản phẩm du lịch được đánh giá cao, trong khi dịch vụ và hạ tầng còn hạn chế, đặc biệt ở yếu tố giá cả và giao thông. Quảng bá du lịch có hiệu quả nhưng nội dung cần cải thiện để hấp dẫn hơn.

4.5.4. Phân tích hồi quy các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch tại TP Huế

Kết quả kiểm định các nhân tố độc lập đều có giá trị t lớn và $Sig < 0,05$ cho thấy các biến đưa vào đều có ý nghĩa về mặt thống kê với độ tin cậy 95% và có mối quan hệ tác động lên biến phụ thuộc “Phát triển du lịch tại TP Huế”. Điều đó có nghĩa là các nhân tố độc lập trên đều tác động đến biến phụ thuộc.

Bảng 6 cho thấy hệ số R^2 hiệu chỉnh đạt 0,727, tức khoảng 72,7% sự biến thiên của biến phụ thuộc “Phát triển du lịch tại thành phố Huế” được giải thích bởi các biến độc lập. Sai số chuẩn của ước lượng là 0,416, cho thấy mức chênh lệch trung bình giữa giá trị thực và giá trị dự báo ở mức tương đối thấp. Hệ số Durbin-Watson = 2,045 gần bằng 2, cho thấy không có hiện tượng tự tương quan trong phần dư, đảm bảo giả

Bảng 4. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Nhóm nhân tố	Hệ số tương quan tổng	Hệ số Cronbach's Alpha
Sản phẩm du lịch	0,800	
Sản phẩm du lịch truyền thống, hiện đại đáp ứng nhu cầu khác nhau của du khách	0,426	0,800
Có sự liên kết giữa các SPDL nhằm gia tăng trải nghiệm cho khách du lịch khi đến Huế	0,598	0,759
Đa dạng các SPDL truyền thống về di sản, tâm linh, lễ hội, làng nghề...	0,648	0,747
Hệ thống di tích văn hóa- xã hội cuốn hút khách du lịch	0,473	0,787
Tài nguyên thiên nhiên phong phú và đa dạng	0,532	0,775
Ẩm thực địa phương, sản phẩm làng nghề truyền thống hấp dẫn	0,671	0,741
Các điểm tham quan, du lịch	0,829	
Điểm tham quan ở Huế đa dạng, độc đáo, thú vị, xứng đáng để tham quan	0,609	0,806
Thái độ của nhân viên phục vụ tại điểm tham quan chuyên nghiệp, tận tình	0,681	0,773
Giá vé tại các điểm tham quan, du lịch hợp lý	0,700	0,764
Tình hình vệ sinh tại các điểm tham quan được đảm bảo vệ sinh	0,637	0,793
Dịch vụ phục vụ du lịch	0,865	
Đa dạng phương tiện vận chuyển tham quan	0,648	0,844
Chất lượng khách sạn/ nhà nghỉ/ homestay sạch sẽ, tiện nghi, dịch vụ đầy đủ...	0,645	0,844
Dịch vụ ăn uống phong phú, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm	0,682	0,838
Thái độ của nhân viên chuyên nghiệp, tận tình	0,677	0,839
Mức giá dịch vụ tương xứng với chất lượng	0,671	0,840
Đa dạng hình thức thanh toán, đặt hàng trực tuyến...	0,636	0,846
Cơ sở hạ tầng	0,860	
Mạng lưới viễn thông tốt, truy cập internet dễ dàng	0,553	0,859
Hệ thống điện, nước tốt	0,531	0,850
Giao thông thuận lợi	0,758	0,810
Bãi đỗ xe rộng rãi, sạch sẽ	0,729	0,818
Nhà vệ sinh đầy đủ, sạch sẽ	0,842	0,785
Công tác xúc tiến, quảng bá du lịch	0,823	
Hình ảnh du lịch Huế được quảng bá trên đa dạng các kênh quảng bá	0,701	0,751
Các thông tin quảng bá về du lịch ở Huế rõ ràng và hấp dẫn	0,664	0,769
Quảng bá du lịch đã ảnh hưởng đến quyết định của bạn khi chọn Huế là điểm đến	0,526	0,821
Các sản phẩm du lịch, dịch vụ du lịch ở Huế đáp ứng được mong đợi như mô tả trong thông tin quảng bá	0,702	0,750

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra của tác giả, 2024

định độc lập của sai số trong hồi quy tuyến tính.
Kiểm định F trong bảng phân tích ANOVA

có giá trị sig. < 0,000 đều này cho thấy mẫu phiếu điều tra này có thể suy rộng ra tổng thể.

Bảng 5. Thống kê mô tả kết quả khảo sát

Nhóm yếu tố	Trung bình (Mean)	Độ lệch chuẩn (SD)	Ghi chú nổi bật
Sản phẩm du lịch (SPDL)	3,74	0,42	Điểm cao nhất: liên kết SPDL (3,88)
Điểm tham quan (ĐTQ)	3,85	0,36	Giá vé hợp lý được đánh giá cao nhất (3,89)
Dịch vụ du lịch (DVPVDL)	3,67	0,45	Thanh toán trực tuyến cao nhất (3,83); giá dịch vụ thấp (3,54)
Cơ sở hạ tầng (CSHT)	3,69	0,38	Giao thông có điểm thấp nhất (3,62)
Xúc tiến quảng bá (XTQB)	3,67	0,40	Tác động quảng bá đạt 3,81; nội dung quảng bá chưa hấp dẫn (3,53)

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu (2024)

Bảng 6. Kết quả phân tích hồi quy đa biến các nhân tố

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa Hệ số dung sai	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Hệ số dung sai	Hệ số phóng đại phương sai
1	Hằng số	0,123	0,202	0,608	0,544		
	ĐTQ	0,142	0,045	0,139	3,122	0,718	1,393
	SPDL	0,275	0,040	0,013	6,306	0,001	1,238
	CSHT	0,129	0,045	0,122	2,881	0,004	1,262
	DVPVDL	0,012	0,049	0,282	5,632	0,000	1,775
	XTQB	0,406	0,051	0,394	7,966	0,000	1,726

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu (2024)

Bảng 7. Tóm tắt mô hình

Mô hình	R	R bình phương	R bình phương hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Thống kê Durbin-Watson
1	.855a	.731	.727	.416	2.045

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu (2024)

Bảng 5 cho thấy hệ số phóng đại phương sai của các thành phần trong mô hình đều nhỏ hơn 2. Điều này cho thấy về cơ bản các biến độc lập này không có quan hệ tương quan chặt chẽ với nhau nên không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra. Phương trình hồi quy $Y = 0,013 \text{ SPDL} + 0,139 \text{ ĐTQ} + 0,282 \text{ DVPVDL} + 0,122 \text{ CSHT} + 0,394 \text{ XTQB} + 0,416$ cho thấy tất cả các biến độc lập đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến “Phát triển du lịch tại TP Huế”. Trong đó, “Công tác xúc

tiến, quảng bá” (XTQB) là yếu tố có hệ số tác động lớn nhất ($\beta = 0,394$), tiếp đến là “Dịch vụ phục vụ du lịch” (DVPVDL, $\beta = 0,282$), “Các điểm tham quan, du lịch” (ĐTQ, $\beta = 0,139$), “Cơ sở hạ tầng” (CSHT, $\beta = 0,122$) và cuối cùng là “Sản phẩm du lịch” (SPDL, $\beta = 0,013$). So sánh với các nghiên cứu trước đó, kết quả tại Huế tương đồng với nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng (2020) tại Đà Nẵng, khi xác định CSHT là nhân tố mấu chốt trong mô hình hồi quy linear về phát triển du lịch;

tuy nhiên, tại Huế, XTQB lại ảnh hưởng lớn hơn CSHT. Ở cấp huyện, Hoàng Thị Hương và cộng sự (2025) tại Tam Đảo chỉ ra sản phẩm và dịch vụ du lịch là nhân tố hàng đầu cho phát triển bền vững, trùng khớp với mức độ tác động cao của DVPVDL trong mô hình Huế. Ngược lại, nghiên cứu của Nguyễn Đức Chí (2018) tại Củ Chi lại nhấn mạnh yếu tố bảo vệ môi trường và đặc thù điểm đến (ĐTQ) đóng vai trò quyết định đối với du lịch sinh thái, gợi ý rằng cần xem xét bổ sung biến môi trường cho những nghiên cứu tương lai tại Huế. Phân tích đối chiếu này không những củng cố cơ sở lý thuyết cho các biến đã chọn mà còn chỉ ra định hướng nghiên cứu tiếp theo nhằm hoàn thiện mô hình phát triển du lịch tại Huế.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

5.1. Chính sách về gia tăng kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh du lịch

TP Huế cần xây dựng các cơ chế, chính sách, định hướng phát triển, cơ chế hỗ trợ, chính sách khuyến khích đầu tư... để thúc đẩy hoạt động SXKD du lịch phát triển, tạo điều kiện cho các đơn vị kinh doanh du lịch chủ động xây dựng các sản phẩm, dịch vụ du lịch mới về các hoạt động vui chơi giải trí như công viên, khu vui chơi giải trí. Các đơn vị kinh doanh du lịch phải đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường du khách để nắm bắt nhu cầu của du khách hiện nay, từ đó xây dựng các chiến lược kinh doanh phù hợp để thu hút khách du lịch.

Các đơn vị kinh doanh du lịch cũng cần xây dựng các chính sách nhằm thu hút nhân tài và giữ chân người lao động kinh nghiệm cao nhằm tránh tổn thất nhiều chi phí đào tạo nhân viên mới do người lao động cũ nhảy việc đến nơi có đãi ngộ cao hơn, đồng thời duy trì ổn định được chất lượng dịch

vụ du lịch tốt.

5.2. Chính sách về đa dạng hóa sản phẩm du lịch và nâng cao chất lượng dịch vụ

Một là, phát triển điểm đến và sản phẩm du lịch đẳng cấp: Nâng tầm các điểm đến, dịch vụ du lịch chuyên nghiệp, gắn với di sản Huế. Nhân mạnh thương hiệu “Huế” qua Quần thể Di tích Cố đô và Nhã nhạc Cung đình, đồng thời đẩy mạnh xã hội hóa dịch vụ tại Đại Nội để thu hút đầu tư.

Hai là, khai thác thương hiệu văn hóa đặc trưng: Phát huy các thương hiệu như “Huế - Kinh đô ẩm thực,” “Huế- Kinh đô áo dài Việt Nam,” và “Huế - Thành phố Lễ hội” thông qua phát triển sản phẩm, dịch vụ đi kèm và cơ chế hỗ trợ đầu tư.

Ba là, phát triển dịch vụ giải trí và du lịch đêm: Nâng cấp dịch vụ vui chơi, mua sắm, đặc biệt là du lịch đêm tại phố đi bộ, khu vực Đại Nội, chợ Đông Ba và hai bờ sông Hương, kết hợp các hoạt động văn hóa như Ca Huế, du lịch đường thủy.

Bốn là, phát huy giá trị Festival và sự kiện văn hóa: Xây dựng Festival Huế thành sản phẩm du lịch chủ lực theo mô hình Festival 4 mùa, kết hợp sự kiện văn hóa, nghệ thuật, thể thao. Thu hút tổ chức hội nghị, hội thảo và sự kiện lớn tại Huế.

5.3. Chính sách về xúc tiến quảng bá du lịch

Huế cần đẩy mạnh các chương trình kích cầu du lịch, tổ chức hội nghị, hội thảo về xúc tiến đầu tư, quảng bá điểm đến trong và ngoài nước. Việc tham gia các sự kiện du lịch, văn hóa, thể thao lớn, cùng với xây dựng kiosk thông tin du lịch, sẽ hỗ trợ hiệu quả cho du khách. Đồng thời, tiếp tục phát hành tài liệu quảng bá với mã QR đa ngôn ngữ tại sân bay, khách sạn nhằm cung cấp thông tin

Thành phố cần chủ động hợp tác du lịch với các địa phương trong nước và quốc tế, đặc biệt là liên kết với Đà Nẵng, Quảng Trị, Quảng Bình để xây dựng chiến lược chung. Sự hợp tác này cần cụ thể qua việc phát triển sản phẩm du lịch kết nối, xây dựng tour tuyến hấp dẫn, chia sẻ kinh nghiệm và trao đổi nguồn khách.

Bên cạnh đó, Huế cần hoàn thiện dự án

“Thành phố văn hóa và du lịch thông minh” do KOICA tài trợ, cải tiến các website du lịch, nâng cao nội dung, cập nhật thông tin mới và tối ưu giao diện. Đặc biệt, đẩy mạnh quảng bá qua mạng xã hội như YouTube, Facebook, TikTok và ứng dụng công nghệ thực tế ảo để tăng cường hiệu quả tiếp cận du khách.■

Tài liệu tham khảo

- Chi cục Thống kê thành phố Huế. (2021). *Niên giám thống kê năm 2021*. Huế.
- Chi cục Thống kê thành phố Huế. (2023). *Niên giám thống kê năm 2023*. Huế.
- Nguyễn Đức Chí. (2018). *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sinh thái bền vững tại huyện Củ Chi - Thành phố Hồ Chí Minh*. Luận văn thạc sĩ Trường Đại học Công nghệ HCM
- Hoàng Thế Đức. (2018). *Phát triển dịch vụ du lịch trên địa bàn Thành phố Huế*. Luận văn Thạc sĩ Quản lý Kinh tế, Đại học Kinh tế Huế.
- Nguyễn Thị Hồng (2020). *Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch tại thành phố Đà Nẵng*. Luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế Đà Nẵng.
- Hoàng Thị Hương, Đinh Hoàng Minh, Nguyễn Thị Trang Nhung. (2025). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch bền vững tại huyện Tam Đảo, tỉnh Vĩnh Phúc. *Hội thảo quốc tế phát du lịch bền vững: Kinh nghiệm quốc tế và giải pháp cho Việt Nam*, Tập 1.
- Đặng Hùng Sơn. (2015). *Nghiên cứu phát triển du lịch lễ hội tại Huế*, Luận văn thạc sĩ Du lịch, Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Ủy ban Nhân dân Thành phố Huế. (2022). *Kết quả thực hiện Chương trình phát triển du lịch, dịch vụ, trọng tâm là phát triển kinh tế tư nhân năm 2022*.
- Ủy ban Nhân dân Thành phố Huế. (2023). *Kết quả thực hiện Chương trình phát triển du lịch, dịch vụ, trọng tâm là phát triển kinh tế tư nhân năm 2023*.