

MÔ HÌNH CLUSTER DU LỊCH HUẾ - ĐÀ NẴNG – QUẢNG NAM CHO PHÁT TRIỂN KINH TẾ KHU VỰC MIỀN TRUNG

TOURISM CLUSTER MODEL OF HUE – DANANG – QUANG NAM FOR ECONOMIC DEVELOPMENT OF CENTRAL VIETNAM

TRƯƠNG HỒNG TRÌNH –

NGUYỄN THỊ BÍCH THỦY

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

TÓM TẮT

Bài viết tiếp cận phân tích kinh tế dựa trên cluster cho phát triển kinh tế khu vực trên cơ sở nghiên cứu thực tiễn vận dụng phân tích cluster ngành ở các nước, và cung cấp một cơ sở nền tảng để các nhà hoạch định chính sách hiểu được các đặc tính và hoạt động kinh tế trong nền kinh tế khu vực. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng cluster du lịch là một cluster ngành cạnh tranh cho phát triển kinh tế khu vực Miền Trung. Ngoài ra, nghiên cứu phát triển mô hình cluster du lịch dựa trên kết quả khảo sát các doanh nghiệp du lịch và phân tích các yếu tố cạnh tranh của khu vực Miền Trung.

ABSTRACT

The paper provides an industry cluster analysis for the regional economic development from practices and experience around the world, and a framework for policy makers to understand economic activities and characteristics of competitive clusters in the regional economy. The research results also reveal that tourism cluster plays as a key industry cluster for economic development of Central Vietnam. In addition, the study has developed a tourism cluster profile based on investigating tourism enterprises and analyzing competitive factors in the central region.

1. Giới thiệu

Trong những thập kỷ qua, phát triển kinh tế khu vực đã trở nên một vấn đề quan trọng trong tiến trình công nghiệp hóa ở các quốc gia đang phát triển. Thực tế, các chương trình phát triển khu vực hiện nay đều vận dụng theo mô hình thị trường - tập trung vào phạm vi ngành và hạn chế bởi ranh giới khu vực hành chính. Nếu chính sách phát triển kinh tế chỉ tập trung vào ngành hoặc doanh nghiệp riêng lẻ có thể dẫn đến phá vỡ mối liên kết vốn có, và nền kinh tế sẽ suy giảm cho dù với liều tiêm vốn đầu tư nước ngoài vào nền kinh tế địa phương (Carroll and Stanfield, 2001).

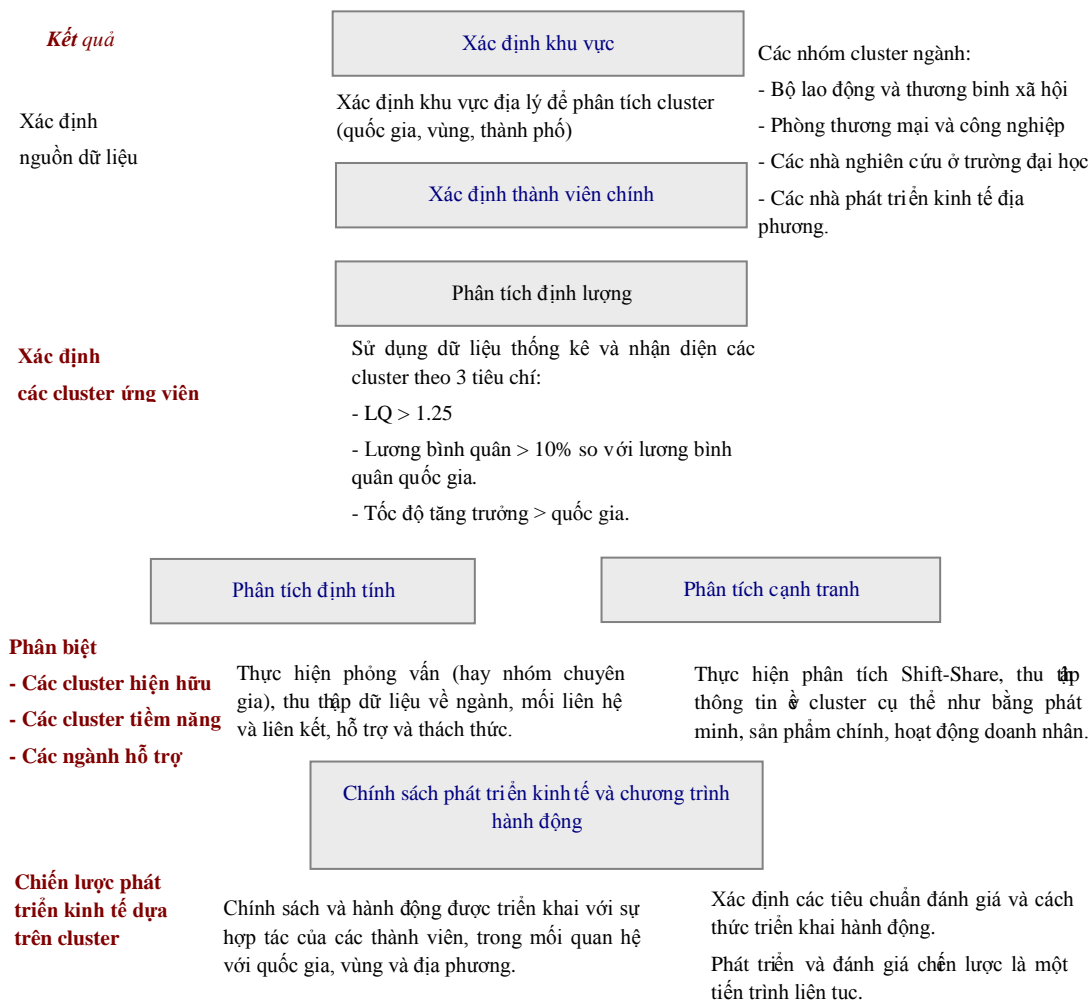
Nhận thức tầm quan trọng trong việc xác định mối liên kết giữa các doanh nghiệp, các dữ liệu kinh tế của doanh nghiệp hay các hoạt động của ngành cần phải bổ sung thêm để phản ánh các hoạt động khu vực của các cluster. Các cluster kinh tế là

“tập hợp theo khu vực các doanh nghiệp, nhà cung cấp và dịch vụ có mối liên kết với nhau trong các ngành liên quan. (Porter, 1998; 2000). Cluster có nghĩa rộng hơn so với ngành, bởi các liên kết trong hoạt động kinh tế. Chúng không tập trung vào một ngành, mà điều có ý nghĩa nhất đó là mối liên kết trong nền kinh tế khu vực.

Đề tài này tiếp cận phân tích kinh tế dựa trên cluster cho phát triển kinh tế khu vực trên cơ sở nghiên cứu thực tiễn vận dụng phân tích cluster ở các nước, kết hợp với nghiên cứu đặc thù về điều kiện kinh tế - xã hội của khu vực Miền Trung. Mục tiêu của đề tài nhằm vận dụng lý thuyết phát triển kinh tế theo cách tiếp cận cluster ngành nhằm nhận diện các cluster cạnh tranh cho phát triển kinh tế khu vực, và phát triển cấu trúc cluster du lịch điển hình cho khu vực Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam. Kết quả nghiên cứu cung cấp các giải pháp nhằm tăng cường liên kết và hoạt động của cluster du lịch cho khu vực Miền Trung.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Tiến trình phân tích cluster ngành



Hình 1. Tiến trình phân tích cluster ngành

(Nguồn: Cluster Monitor (Mayer, 2005))

2.2. Nguồn và dữ liệu phân tích

Nguồn và dữ liệu phân tích phục vụ cho đề tài gồm: nguồn từ dữ liệu thống kê hỗ trợ cho các phân tích định lượng; nguồn từ nghiên cứu điều tra hỗ trợ cho phân tích định tính và phân tích cạnh tranh.

Dữ liệu từ cục thống kê được thu thập và tổng hợp từ năm 2000 đến 2005 gồm 10 ngành chính (theo phân loại ngành của cục thống kê) từ 64 tỉnh thành trên cả nước. Các dữ liệu thu thập hỗ trợ cho việc nhận diện các cluster ngành bao gồm:

Bảng 1. Danh mục ngành và chỉ tiêu tổng hợp nghiên cứu

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Ngành</i>
1. Số doanh nghiệp (doanh nghiệp)	1. Nông, Lâm nghiệp
2. Số lao động (người)	2. Thủy sản
3. Lao động nữ (người)	3. Công nghiệp khai thác mỏ
4. Thu nhập người lao động (triệu đồng)	4. Công nghiệp chế biến
5. Nguồn vốn (triệu đồng)	5. Điện, khí đốt và nước
6. Doanh thu (triệu đồng)	6. Xây dựng
7. Lợi nhuận (triệu đồng)	7. Thương nghiệp, Sửa chữa
8. Thuế (triệu đồng)	8. Khách sạn và nhà hàng
9. Vốn đầu tư (triệu đồng)	9. Vận tải và thông tin liên lạc
	10. Tài chính, tín dụng

Dữ liệu nghiên cứu thông qua điều tra bảng câu hỏi, theo phương pháp phỏng vấn trực tiếp, được tiến hành với 50 doanh nghiệp gồm: các công ty lữ hành, khách sạn và nhà nghỉ, nhà hàng, công ty vận chuyển. Các doanh nghiệp này hoạt động trên khu vực Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam. Mục tiêu nghiên cứu nhằm cung cấp thông tin về mối liên kết nhằm phát triển mô hình cluster du lịch, và làm cơ sở cho việc xây dựng chính sách và giải pháp phát triển cluster du lịch khu vực Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam.

- Khảo sát mối liên kết ngang và dọc, và tìm hiểu mức độ sẵn sàng của doanh nghiệp tham gia vào cluster du lịch.
- Tìm hiểu yếu tố đầu vào góp phần tạo ra chất lượng dịch vụ cho cluster du lịch, và cách thức tạo ra những khác biệt so với đối thủ cạnh tranh.
- Xác định mối quan hệ giữa những thành viên trong cluster du lịch với những ngành hỗ trợ và với các cơ sở nền tảng kinh tế.

3. Phân tích và kết quả

3.1. Xác định khu vực và đối tác tham gia

Khu vực Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam là khu vực có vị trí địa lý nằm trên tuyến du lịch miền Trung - Tây Nguyên, nơi tập trung 6 di tích được thế giới công nhận. Thành phố Huế có đặc điểm du lịch nổi bật đó là cố đô và nhã nhạc cung đình, giúp du khách khám phá và hiểu được một phần kiến trúc của thời vua chúa ngày trước. Đến với Đà Nẵng, du khách được tận hưởng không gian biển, du lịch sinh thái. Quảng Nam có phố cổ Hội An nổi tiếng và Thánh địa Mỹ Sơn với những dấu ấn văn hoá Chăm để lại.

Đề khai thác tiềm năng du lịch trong khu vực, chính quyền địa phương và các doanh nghiệp nhận thức lợi ích và nhu cầu liên kết để cung cấp một sản phẩm du lịch hoàn chỉnh nhằm gia tăng giá trị cho khách hàng, lợi nhuận cho doanh nghiệp, và nguồn thu ngân sách địa phương.

3.2. Các phân tích và mô hình cluster du lịch

Phân tích định lượng từ dữ liệu thống kê nhằm nhận diện các cluster ứng viên cho tiềm năng phát triển trong khu vực thông qua phân tích toàn diện kinh tế khu vực liên quan đến mức độ tương đồng khu vực (LQ - Location Quotient), tốc độ tăng thu nhập và việc làm, theo ba tiêu chí đánh giá sau:

- Mức độ tương đồng khu vực $LQ > 1.25$
- Thu nhập bình quân $> 10\%$ bình quân quốc gia.
- Tốc độ tăng trưởng khu vực cao hơn quốc gia.

Tiêu chí 1: Mức độ tương đồng khu vực (LQ)

$$\frac{R_i/RR_i}{R/RR} \text{ hay } \frac{R_i/R}{RR_i/RR}$$

Trong đó:

- R_i: số lao động trong ngành công nghiệp i tại khu vực
- RR_i: số lao động trong ngành công nghiệp i toàn quốc gia
- R: số lao động trong tất cả các ngành công nghiệp tại khu vực
- RR: số lao động trong tất cả các ngành công nghiệp toàn quốc gia
- LQ: mức độ tương đồng khu vực (Location Quotient)
- LQ > 1: khu vực có mức độ tập trung lao động cao hơn so với bình quân quốc gia.
- LQ < 1: khu vực có mức độ tập trung lao động thấp hơn so với bình quân quốc gia.

Tiêu chí 2: Tốc độ tăng thu nhập

Thu nhập của người lao động là một yếu tố rất quan trọng trong việc tác động đến năng suất làm việc của họ. Để trở thành một ứng cử viên cluster thì đòi hỏi mức thu nhập của ngành công nghiệp đó phải lớn hơn 10% so với thu nhập bình quân quốc gia.

Tiêu chí 3: Tốc độ tăng việc làm

Phân tích tốc độ tăng việc làm xác định những phân đoạn công nghiệp mà có tốc độ tăng trưởng trong khu vực nhanh hơn so với toàn bộ quốc gia.

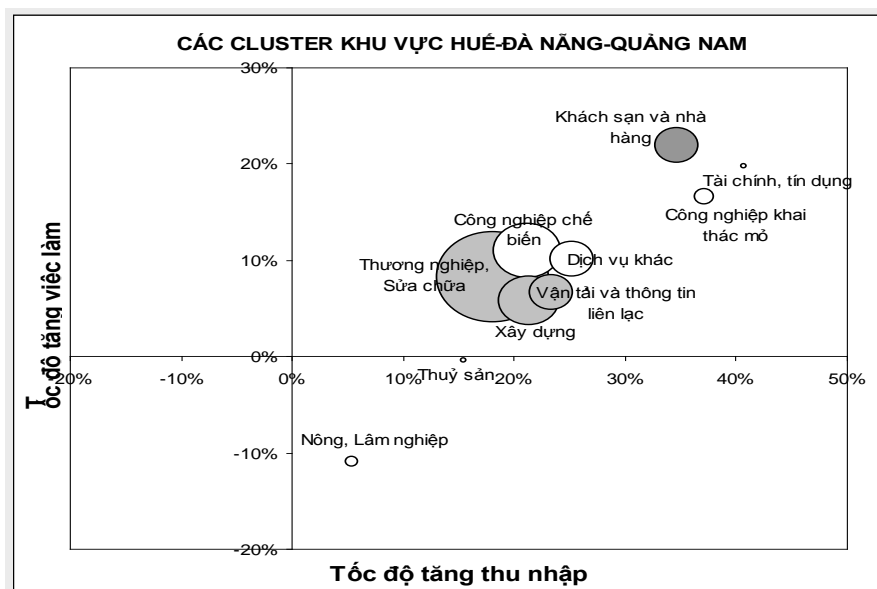
$$Emp_t = Emp_b (1+r)^n$$

Trong đó:

- Emp_t: là số lao động trong năm cuối
- Emp_b: là số lao động năm gốc
- n: số năm trong khoảng thời gian trải qua
- r: tốc độ tăng trưởng qua mỗi khoảng

Bảng 2. Dữ liệu ngành của khu vực Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam

Ngành	Doanh nghiệp	Lao động	Thu nhập	LQ
Nông, Lâm nghiệp	33	-11%	5%	0.21
Thủy sản	14	0%	15%	0.31
Công nghiệp khai thác mỏ	69	17%	37%	0.75
Công nghiệp chế biến	756	11%	21%	0.85
Điện, khí đốt và nước	4	7%	27%	1.12
Xây dựng	647	6%	21%	1.48
Thương nghiệp, Sửa chữa	2041	8%	18%	1.24
Khách sạn và nhà hàng	324	22%	35%	2.39
Vận tải và thông tin liên lạc	315	7%	23%	1.10
Tài chính, tín dụng	15	20%	41%	0.29
Dịch vụ khác	328	10%	25%	0.72

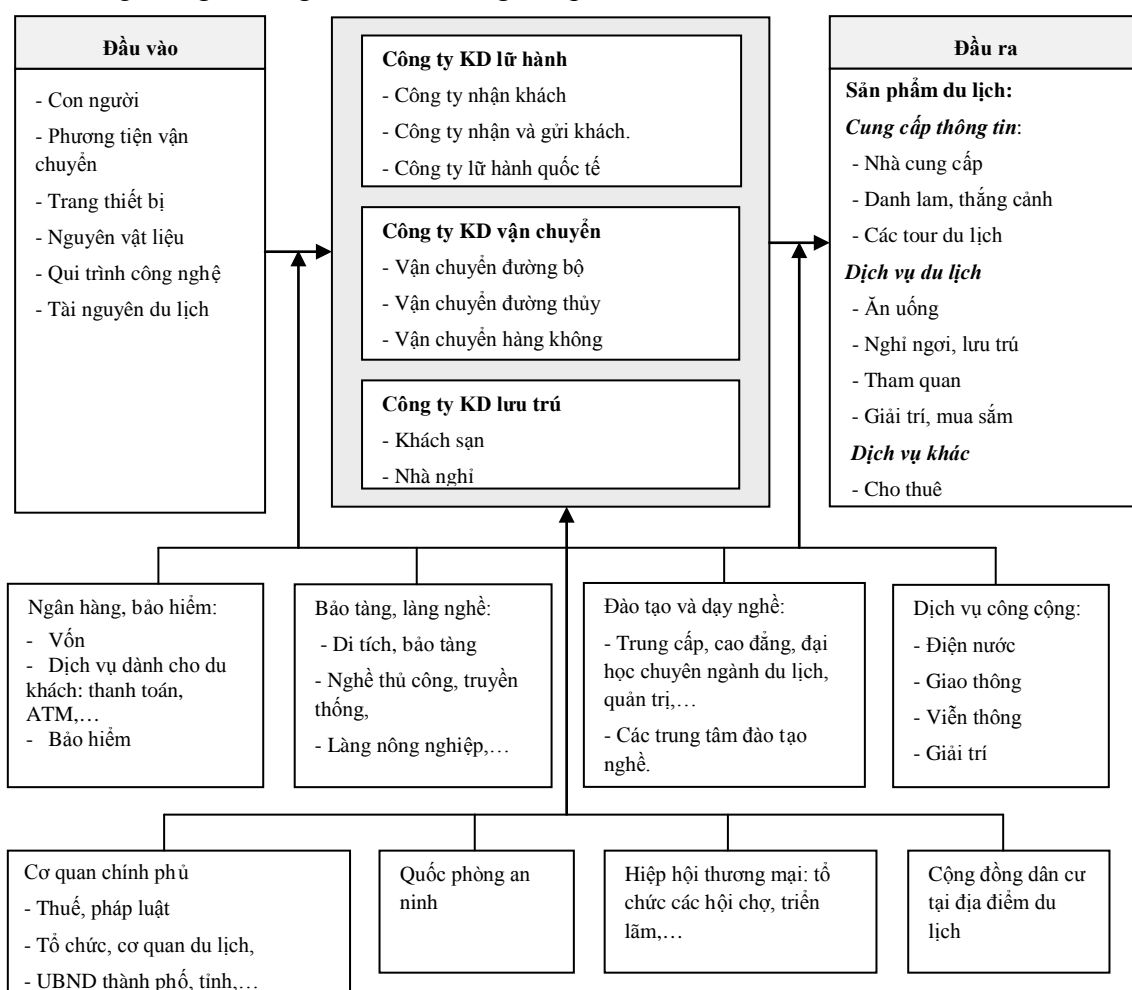
**Hình 2.** Biểu đồ phân loại các cluster ngành

Phân tích định tính nhằm phân biệt các cluster là: cluster hiện hữu, cluster tiềm năng, ngành hỗ trợ. Phân tích định tính cho biết mức độ liên kết của doanh nghiệp trong cluster và quan hệ với người mua, nhà cung cấp, và quan hệ liên kết mạng không chính thức khác nhằm hình thành cấu trúc cluster.

- Hầu hết, các công ty trong ngành du lịch của ba khu vực Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam đều có mối quan hệ liên kết ngang (trên 80%), nhưng mức độ thực hiện còn chưa thực sự được quan tâm. Các liên kết dọc chủ yếu là liên kết với những nhà cung cấp trang thiết bị, nguyên vật liệu đầu vào, còn với những nhà cung cấp như các công ty lữ hành, lưu trú, vận chuyển thì chưa được quan tâm nhiều.
- Kết quả điều tra cho thấy số lượng doanh nghiệp mong muốn mở rộng liên kết

đọc (56,7%) chiếm tỷ lệ cao hơn so với các doanh nghiệp mong muốn mở rộng liên kết ngang (40%). Điều này phản ánh doanh nghiệp trong ngành muốn mở rộng liên kết với các ngành hỗ trợ, và hiện tại liên kết với đối thủ cạnh tranh ngành còn chưa cao.

- Trong số những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm đầu ra, yếu tố con người (chiếm 70%) và khách du lịch (chiếm 60%) được quan tâm nhất, tiếp đến các yếu tố như nguyên vật liệu, nhà cung cấp và thiết kế sản phẩm. Điều này cho thấy tầm quan trọng của yếu tố con người trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh thông qua chất lượng sản phẩm.
- Các ngành hỗ trợ và cơ sở nền tảng kinh tế đều có ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm của cluster du lịch, nhưng sự ảnh hưởng lớn nhất vẫn là chính sách chính phủ và an ninh quốc phòng. Mặc dầu, doanh nghiệp quan tâm nhiều đến yếu tố con người, nhưng nhận thức ảnh hưởng từ nhà cung cấp nguồn nhân lực đến chất lượng là còn thấp. Ngoài ra, doanh nghiệp chưa thật sự thấy ảnh hưởng của các hiệp hội thương mại, cộng đồng dân cư tại địa điểm du lịch, KHCCN, làng nghề, ngân hàng đến chất lượng sản phẩm du lịch.

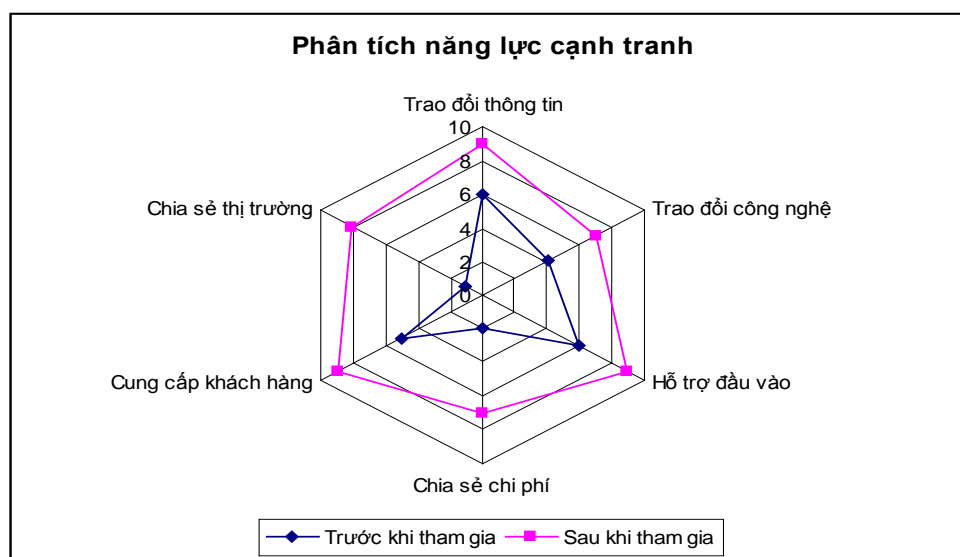


Hình 3. Mô hình cấu trúc Cluster du lịch

Hình 3 mô tả cấu trúc cluster du lịch. Các thành phần cốt lõi trong cluster du lịch bao gồm các doanh nghiệp: kinh doanh lữ hành, kinh doanh vận chuyển và kinh doanh lưu trú. Các liên kết bao gồm: liên kết dọc với các yếu tố đầu vào và đầu ra, liên kết ngang với các ngành hỗ trợ liên quan, và các liên kết với các cơ sở nền tảng kinh tế quan trọng.

Phân tích cạnh tranh cung cấp cho các nhà lãnh đạo địa phương về lợi thế cạnh tranh của cluster ngành so với các khu vực khác, và hiểu biết sâu sắc về tiềm năng của mỗi liên kết hợp tác giữa các doanh nghiệp trong cluster du lịch. Kết quả phân tích giúp các nhà lãnh đạo khu vực hoạch định chính sách phát triển kinh tế khu vực.

- Trao đổi thông tin: các công ty kinh doanh lưu trú, lữ hành, vận chuyển và những ngành hỗ trợ chỉ cung cấp thông tin cho nhau với mục đích tìm kiếm lợi nhuận trong ngắn hạn.
- Trao đổi công nghệ: các doanh nghiệp kinh doanh chỉ tìm kiếm cho mình những lợi nhuận riêng, trong khi đó mức độ trao đổi về công nghệ như: trang thiết bị, bí quyết, là rất thấp.
- Hỗ trợ đầu vào: các nhu cầu về những yếu tố đầu vào như nguồn nhân lực, nguồn vốn, của các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực du lịch và những nhà cung cấp (vốn và lao động) thường không trùng khớp với nhau.
- Chia sẻ chi phí vận chuyển: việc chịu trách nhiệm về chi phí vận chuyển giữa các doanh nghiệp phụ thuộc vào những điều khoản trong hợp đồng giữa các bên qui định với nhau. Vì vậy, việc chia sẻ chi phí vận chuyển giữa họ là rất thấp.
- Cung cấp khách hàng: các doanh nghiệp chưa có những ràng buộc chặt chẽ, mà chủ yếu dựa trên mối quan hệ truyền thống và lâu dài.
- Chia sẻ thị trường: các doanh nghiệp muốn mở rộng thị trường chứ không muốn nhường thị trường hay chia sẻ nó với bất kỳ ai.



Hình 4. Phân tích năng lực cạnh tranh từ liên kết

Kết quả khảo sát cũng chỉ ra rằng các doanh nghiệp đều nhận thức lợi ích từ sự liên kết khi gia nhập cluster ngành. Trong đó, các yếu tố có ảnh hưởng mạnh đến năng lực cạnh tranh như: cung cấp khách hàng, chia sẻ thị trường và trao đổi thông tin. Một vấn đề đặt ra là làm thế nào để các doanh nghiệp tìm kiếm sản phẩm du lịch chung để cùng hướng đến thị trường du lịch tiềm năng, to lớn hơn. Hình 4 minh họa biểu đồ phân tích năng lực cạnh tranh tăng lên khi các doanh nghiệp gia nhập vào cluster ngành.

3.3. Chính sách phát triển cluster du lịch

Phân tích chu kỳ cluster chỉ ra rằng mỗi khu vực đều có tốc độ tăng trưởng du lịch nhanh. Do vậy, giải pháp phát triển bền vững phù hợp với giai đoạn phát triển, giai đoạn mang lại cho các thành viên của cluster lợi nhuận nhiều nhất và sản phẩm cung cấp cũng trở nên đa dạng, sẽ tập trung vào các hoạt động như:

- Nâng cao chất lượng sản phẩm;
- Bổ sung những sản phẩm mới;
- Xuyên nhập các phân khúc thị trường mới;
- Mở rộng phạm vi phân phối và tham gia các kênh phân phối mới.

Các giải pháp có tính định hướng nhằm tăng cường liên kết và hoạt động trong mô hình cluster du lịch Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam gồm:

Giải pháp 1: Tạo ra sự ràng buộc và liên kết với các thành phần cốt lõi trong cluster du lịch bao gồm các công ty: kinh doanh vận chuyển, kinh doanh lưu trú, kinh doanh lễ hành liên kết với nhau để cung cấp những sản phẩm chất lượng cao với chi phí thấp cho du khách.

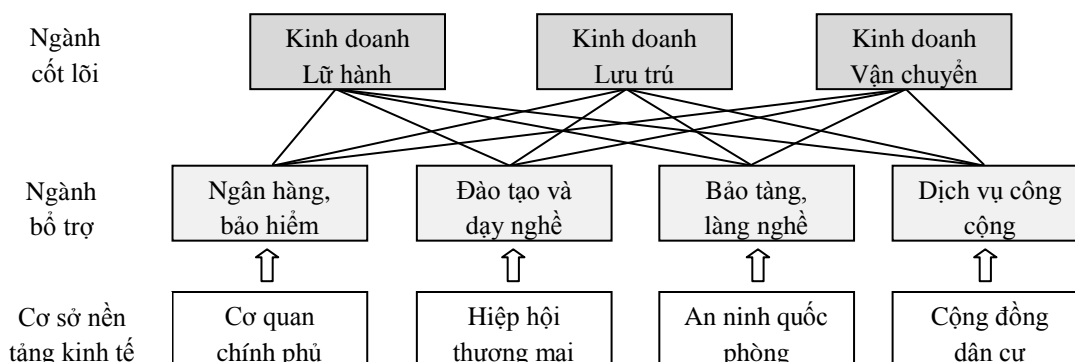
Giải pháp 2: Các thành phần cốt lõi liên kết với những ngành hỗ trợ để nâng cao chất lượng sản phẩm và gia tăng giá trị cho khách hàng.

Giải pháp 3: Thiết lập mối liên kết với những nền tảng kinh tế quan trọng như cơ sở hạ tầng, cộng đồng dân cư và tài nguyên môi trường cho sự phát triển bền vững.

Để phát triển cluster du lịch bền vững, điều quan trọng là phải xây dựng được mối liên kết và những ràng buộc giữa các thành viên. Sau đó, tạo ra những mối quan tâm chung giữa các thành viên bằng cách tạo ra sản phẩm chung. Nguồn nhân lực là một yếu tố quan trọng nhất trong việc tạo ra chất lượng sản phẩm dịch vụ nên nó phải được quan tâm trong những năm đầu khi thiết lập cluster. Khi cấu trúc cluster đã định hình thì cần tăng cường sự hỗ trợ từ chính phủ và các ngành hỗ trợ. Trong khi đó, quan hệ với các cơ sở nền tảng kinh tế cần quan tâm sau đó để đảm bảo cho sự phát triển bền vững, tính bền vững không chỉ nhìn từ quan điểm sinh thái mà còn từ quan điểm bảo tồn tính toàn vẹn về kinh tế - xã hội của khu vực.

Các hoạt động hợp tác trong cluster du lịch Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam tập trung vào 5 vấn đề chính: xây dựng sản phẩm du lịch chung của toàn khu vực và cùng nhau khai thác các tuyến điểm du lịch; xây dựng và khai thác tuyến hành trình di sản văn hóa; hợp tác trong việc xúc tiến quảng bá hình ảnh du lịch chung của khu vực đối với thị trường trong nước và quốc tế; hợp tác trong đầu tư xây dựng một số dự án du

lịch trong khu vực; hợp tác trong lĩnh vực đào tạo và phát triển nguồn nhân lực.



Hình 5. Cấu trúc và liên kết của Cluster Du lịch Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam

4. Kết luận

Tiến trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới tạo ra nhiều cơ hội và thách thức lớn đối với các doanh nghiệp. Trong tiến trình đó, vai trò của chính phủ nhằm hỗ trợ và tạo môi trường pháp lý thuận lợi, còn thành công tùy thuộc vào năng lực cạnh tranh và sự năng động của doanh nghiệp. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để nhận diện cluster cạnh tranh, xây dựng cơ chế phối hợp và chính sách hỗ trợ hoạt động trong mỗi cluster góp phần gia tăng việc làm và giá trị sản phẩm cho khu vực.

Khu vực miền Trung có địa hình trải dài, có lợi thế và tiềm năng phát triển kinh tế biển và kinh tế du lịch. Trong đó, phát triển du lịch đang được sự quan tâm của chính quyền khu vực và các doanh nghiệp. Cùng với xu hướng hội nhập, số lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam ngày càng gia tăng cả về số lượng và chất lượng. Mặt khác, chất lượng cuộc sống của người dân ngày càng tăng cao và nhu cầu du lịch tham quan nghỉ ngơi hay mục đích khác gia tăng. Ngành du lịch khu vực Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam nói riêng và du lịch Việt Nam nói chung phải nâng cao hơn nữa sự liên kết hợp tác để tạo ra những sản phẩm, dịch vụ du lịch liên hoàn, chất lượng hơn nhằm nâng cao sự thoả mãn của khách hàng. Kết quả đem lại không chỉ thu hút và duy trì khách hàng, mà còn quảng bá đất nước và con người Việt Nam đến với thế giới.

Chính vì vậy, để phát triển ngành công nghiệp không khói này trở thành một trong những ngành mũi nhọn của khu vực hay của quốc gia thì đòi hỏi phải có chiến lược, sự hợp tác và liên kết với nhau cùng phát triển. Vì ý nghĩa đó, đề tài phát triển cấu trúc cluster du lịch trên cơ sở khảo sát doanh nghiệp và môi trường cạnh tranh khu vực để tăng cường sự liên kết và hoạt động của các thành phần cốt lõi trong cluster du lịch. Đồng thời phải có sự hỗ trợ từ phía chính phủ cũng như của những ngành hỗ trợ liên quan để ngành du lịch có thể phát triển và cạnh tranh bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] A Synthesis Paper of the Six Papers, Policy and Planning of Tourism Product Development in Asian Countries, *Proceedings of The 6th ADRF General Meeting*,

- 2004 Bangkok, Thailand.
- [2] Carroll, M. C., and Stanfield, J. R. (2001) Sustainable Regional Economic Development, *Journal of Economic Issues*, Vol XXXV, No. 2.
 - [3] Mayer, H. (2005) Cluster Monitor, *Economic Development Journal*, ABI/INFORM Global, 4, 4.
 - [4] Porter, M. E. (1998) On Competition. Boston: *The Harvard Business Review Book Series*.
 - [5] Porter, M. E. (2000) Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Economy, *Economic Development Quarterly*, 14 (1): 15-34.
 - [6] Statistical Yearbook (2005) General Statistics Office: *Statistical Publishing House*.
 - [7] The National Governors Association (NGA) (2002), A Governor's Guide to Cluster-Based Economic Development, *ISBN: 1-55877-356-8*.