



NGHIÊN CỨU SỰ ỦNG HỘ CỦA NGƯỜI DÂN ĐỊA PHƯƠNG ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ HUẾ

Châu Thị Minh Ngọc*, Đàm Lê Tân Anh

Khoa Du lịch, Đại học Huế, 22 Lâm Hoàng, Huế, Việt Nam

Tóm tắt: Người dân là nhân tố đóng vai trò chủ chốt của sự phát triển du lịch tại địa phương. Sự ủng hộ của người dân địa phương là cực kỳ quan trọng cho sự thành công của các dự án phát triển du lịch. Nghiên cứu này được thực hiện trên nền tảng Lý thuyết trao đổi xã hội. Theo đó, người dân sẽ ủng hộ sự phát triển du lịch địa phương nếu nhận thấy các tác động tích cực mang lại nhiều hơn các tác động tiêu cực gây ra. Tác động hai mặt của du lịch được xem xét trên 4 khía cạnh kinh tế, văn hoá, xã hội, môi trường. Mô hình hồi quy đa biến được thành lập nhằm giải thích sự ảnh hưởng của các yếu tố nhận thức về tác động du lịch đến sự ủng hộ của người dân đối với du lịch địa phương.

Từ khoá: tác động du lịch, sự ủng hộ của người dân, Lý thuyết trao đổi xã hội

1 Đặt vấn đề

Các bên liên quan luôn là nhân tố chủ chốt ảnh hưởng trực tiếp và sâu sắc đến các bước tiến trong sự phát triển của một điểm đến du lịch. Trong sự phát triển này, người ta hay bàn đến các chính sách, quyết định do chính quyền các cấp ban hành và quan tâm đến lợi ích của nhà đầu tư, doanh nghiệp du lịch cũng như sự hài lòng của du khách. Tuy nhiên, đôi khi lại quên mất lợi ích cân bằng và vai trò quan trọng của người dân địa phương trong các mục tiêu phát triển du lịch tại chính quê hương họ.

Khi địa phương trở thành điểm đến du lịch, một mặt, chất lượng cuộc sống của người dân bị tác động trực tiếp hoặc gián tiếp trên nhiều khía cạnh khác nhau. Điều này được phản ánh qua sự gia tăng số lượng người tại địa phương, tăng việc sử dụng hệ thống đường sá, cùng những hiệu ứng khác nhau về kinh tế – xã hội và định hướng việc làm. Mặt khác, du lịch dựa nhiều vào thiện chí của người dân địa phương nên sự hỗ trợ của họ là rất cần thiết cho sự thành công và sự phát triển bền vững của ngành kinh tế này (Jurowski, 1994) về mặt thương mại, văn hoá – xã hội, chính trị và kinh tế (Gursoy và Rutherford, 2004). Sự thành công của bất kỳ dự án du lịch nào cũng đều bị ảnh hưởng và dẫn đến kết quả xấu nếu quá trình phát triển không được lên kế hoạch chu đáo và *không nhận được sự ủng hộ từ phía người dân* (Gursoy và cs., 2002). Như vậy, người dân là đối tượng chính chịu ảnh hưởng, đồng thời là nhân tố đóng vai trò chủ chốt của sự phát triển du lịch tại địa phương. Do đó, tìm hiểu vấn đề về sự ủng hộ của người dân đối với phát triển du lịch là rất quan trọng và cần thiết đối với chính quyền địa phương, những người hoạch định chính sách, cũng như đối với các doanh nghiệp.

* Liên hệ: minhngoc.hat@gmail.com

Trong bối cảnh ngành du lịch được lựa chọn là ngành kinh tế mũi nhọn của thành phố Huế, nhiều chính sách, định hướng được đưa ra nhằm khai thác các tiềm năng, thế mạnh về tài nguyên du lịch. Hơn bao giờ hết, sự ủng hộ của người dân là một trong những chìa khoá quan trọng để tiến hành mọi hoạt động phát triển du lịch tại địa phương. Việc lựa chọn thành phố Huế là địa bàn nghiên cứu, người dân Huế là đối tượng khảo sát vừa có ý nghĩa tích cực cho bài nghiên cứu, đồng thời kết quả nghiên cứu sẽ góp phần thiết thực vào thực tế phát triển du lịch tại địa phương.

Nghiên cứu này được tiếp cận trên quan điểm, được kế thừa từ các công trình đi trước, là nhận thức của người dân về các tác động của du lịch sẽ ảnh hưởng đến thái độ ủng hộ của họ đối với sự phát triển du lịch tại địa phương. Trong đó, các tác giả hướng vào phân tích các tác động của du lịch trên hai khía cạnh tích cực và tiêu cực của 4 lĩnh vực: kinh tế, văn hoá, xã hội, và môi trường. Từ đó, các tác giả phân tích ảnh hưởng của việc nhận thức các tác động này đến sự ủng hộ của người dân đối với sự phát triển du lịch.

2 Cơ sở lý thuyết

Việc nghiên cứu về nhận thức và sự ủng hộ của người dân đối với du lịch không phải là vấn đề mới, đặc biệt đối với các chuyên gia quan tâm đến sự phát triển của một điểm đến. Theo tổng hợp của Sirakaya và cs. (2002), thái độ và sự ủng hộ của người dân đối với du lịch đã được tiến hành nghiên cứu từ giữa những năm 1970. Các nghiên cứu chủ yếu tập trung vào những địa bàn mà du lịch đã trở thành thành phần kinh tế quan trọng của địa phương (Mason và Cheyne, 2000); một số ít công trình tiến hành tại những khu vực bắt đầu trở thành điểm đến du lịch (Sirakaya và cs., 2002). Phần lớn các nghiên cứu được thực hiện tại các quốc gia phát triển như Hoa Kỳ, Canada, Úc, và một vài quốc gia thuộc châu Âu. Những năm gần đây, việc nghiên cứu về sự ủng hộ của người dân đối với du lịch địa phương đã được thực hiện tại một số quốc gia đang phát triển ở châu Á, châu Phi, nhưng số lượng rất hạn chế. Ở Việt Nam, hiện tại chưa tìm thấy các công trình liên quan được công bố.

2.1 Sự vận dụng Lý thuyết trao đổi xã hội trong nghiên cứu sự ủng hộ của người dân đối với du lịch

Lý thuyết trao đổi xã hội là nền tảng quan trọng được đa số các học giả chấp nhận và vận dụng trong quá trình nghiên cứu về thái độ của người dân đối với du lịch. Lý thuyết này xem các tương tác xã hội là sự trao đổi nguồn lực; trong đó, các cá nhân có khả năng tham gia vào sự trao đổi nếu như nhận được các lợi ích mà không phải chịu các chi phí vô lý (Ap, 1992). Ở lĩnh vực du lịch, thái độ của người dân được xây dựng dựa trên những đánh giá của họ về các lợi

ích (hoặc tác động tích cực) và chi phí (hoặc tác động tiêu cực) của du lịch. Trong trường hợp nhận thấy các kết quả tích cực từ du lịch cao hơn các tác động tiêu cực thì người dân sẵn sàng ủng hộ các hoạt động du lịch tại địa phương. Cũng trên quan điểm này, Perdue và cs. (1993) có kết luận cho rằng thái độ ban đầu của người dân đối với du lịch là rất tích cực, nhưng khi chi phí phải bỏ ra cao hơn lợi ích nhận lại được từ phát triển du lịch thì thái độ ủng hộ của người dân giảm dần.

Xuất phát từ Lý thuyết trao đổi xã hội, các nghiên cứu về thái độ ủng hộ của người dân đối với du lịch luôn gắn liền với việc nghiên cứu nhận thức về các tác động tích cực và tiêu cực của du lịch về mặt kinh tế, văn hoá – xã hội và môi trường tại điểm đến. Ap (1992) tiến hành nghiên cứu nhận thức của người dân về tác động của du lịch. Kết quả nghiên cứu này chỉ ra rằng người dân nhận thức và đánh giá các tác động tích cực về kinh tế cao hơn các hậu quả tiêu cực về mặt xã hội. Tuy nhiên, hạn chế của nghiên cứu này là chưa lý giải được tại sao những nhận thức tích cực về mặt kinh tế lại chiếm ưu thế (Tomljenovic và Faulkner, 2000).

Jurowski và cs. (1997) cũng sử dụng Lý thuyết trao đổi xã hội để phát triển mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến thái độ đối với du lịch của người dân. Trong mô hình này các tác giả nhận thấy rằng khả năng nhận thức lợi ích kinh tế, sử dụng nguồn lực tài nguyên, sự gắn bó với cộng đồng địa phương và thái độ đối với việc bảo tồn thiên nhiên ảnh hưởng đến nhận thức của người dân địa phương đối với các tác động kinh tế, xã hội và môi trường. Mô hình này công nhận nhóm 3 nhân tố tác động trên có ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp đến sự ủng hộ của người dân. Mô hình này đã bỏ qua sự ảnh hưởng của các hoạt động du lịch lên khía cạnh văn hoá của địa phương.

Những kết quả nghiên cứu của Jurowski (1997), Gursoy và cs. (2002) đã bổ sung các nhân tố về lợi ích và chi phí từ du lịch vào nhóm 3 nhân tố ban đầu. Các nghiên cứu này chỉ ra rằng sự ủng hộ của người dân địa phương đối với du lịch bị ảnh hưởng bởi các yếu tố như mức độ quan tâm của cộng đồng đối với du lịch, thái độ với môi trường, việc sử dụng các nguồn tài nguyên, nhận thức về những tác động tốt và xấu của việc phát triển du lịch. Gursoy và Rutherford (2004) đề xuất mô hình lý thuyết sự ủng hộ du lịch kế thừa và phát triển mô hình của Jurowski (1997) và Gursoy (2002) bằng cách chia nhận thức về tác động thành 5 nhân tố chính: lợi ích kinh tế, lợi ích xã hội, lợi ích văn hóa, chi phí xã hội, và chi phí văn hóa. Nghiên cứu này mặc dù đã phân tích sâu các nhận thức về tác động của du lịch theo hai hướng tích cực và tiêu cực cũng như ảnh hưởng của nó đến sự ủng hộ du lịch, nhưng lại bỏ qua những đánh giá của người dân về các tác động của du lịch về môi trường.

Nghiên cứu của Sirakaya và cs. (2002) đã củng cố và ủng hộ các kết quả nghiên cứu tương tự trước đó thực hiện ở các nước công nghiệp cũng như các điểm đến du lịch đã phát triển. Cụ thể là sự ủng hộ của người dân địa phương đối với một dự án du lịch cụ thể phụ

thuộc vào nhận thức của họ về lợi ích và chi phí như lý giải trong Lý thuyết trao đổi xã hội. Đóng góp lớn nhất về mặt lý thuyết của nghiên cứu này là những kết quả nghiên cứu thu được từ một quốc gia châu Phi đang phát triển như Ghana và tại những cộng đồng địa phương nơi phát triển du lịch đang diễn ra ở giai đoạn khởi đầu chứng minh mạnh mẽ tính đúng đắn của Lý thuyết trao đổi xã hội khi đưa vào kiểm nghiệm thực tế ở các quốc gia khác nhau với những điều kiện khác nhau.

Dyer và cs. (2006) tiến hành nghiên cứu nhằm mục đích đánh giá nhận thức của người dân địa phương về tác động của du lịch và những nhận thức này ảnh hưởng như thế nào đến việc ủng hộ phát triển du lịch tại khu vực bờ biển Sunshine, Queensland, Úc. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc áp dụng mô hình lý thuyết sự ủng hộ du lịch từ các nghiên cứu ở Bắc Mỹ và châu Âu (Dyer và cs. 2006) vào điều kiện thực tế ở Úc là phù hợp và có ý nghĩa. Kết quả nghiên cứu chỉ ra 5 nhóm nhân tố nhận thức về tác động gồm: tác động kinh tế xã hội tích cực, tác động xã hội tích cực, tác động xã hội tiêu cực, tác động kinh tế tích cực, và tác động văn hóa tích cực. Khi tiến hành kiểm tra mô hình nghiên cứu đề xuất, kết quả chỉ ra rằng chỉ có nhận thức lợi ích kinh tế và nhận thức lợi ích văn hóa có tác động trực tiếp tích cực lên sự ủng hộ của người dân địa phương đối với phát triển du lịch

Nghiên cứu của Hanafiah và cs. (2013) sử dụng bộ thang đo đánh giá nhận thức của người dân địa phương đối với phát triển du lịch ở đảo Tioman, Malaysia tổng hợp và kế thừa từ nghiên cứu của Latkova và Vogt (2012), và Lankford và Howard (1994). Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng người dân nhận thấy được những lợi ích từ mặt kinh tế và xã hội mà du lịch có thể đem lại. Họ ủng hộ sự phát triển du lịch tại địa phương khi du lịch đảm bảo việc tạo ra thu nhập cho cá nhân và đem lại nhiều hơn cơ hội việc làm.

2.2 Nhận thức về các tác động của du lịch

Du lịch mang lại các tác động tích cực và tác động tiêu cực cho điểm đến.

Về các tác động tích cực của du lịch, nhiều học giả có chung quan điểm rằng ở mặt tích cực du lịch tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho người dân địa phương (Garcia và cs., 2016). Du lịch nâng cao cải thiện nền kinh tế địa phương, thu thuế bổ sung vào ngân sách địa phương, thu nhập và trao đổi ngoại tệ (Ko và Steward, 2002). Du lịch duy trì và củng cố mạng lưới liên kết giữa các doanh nghiệp trong vùng, nâng cao đời sống người dân địa phương, giúp lưu giữ và bảo tồn những di tích lịch sử và di chỉ khảo cổ (Gursoy và Rutherford, 2004) đồng thời bảo tồn bản sắc cư dân địa phương và niềm tự hào văn hóa của họ. Du lịch còn tạo ra các cơ hội về các nơi mua sắm mới và các hoạt động giải trí cho địa phương (Brunt và Courtney, 1999) đồng thời giúp cải thiện hệ thống đường sá và các tiện ích công cộng (Gursoy và Rutherford, 2004). Bên

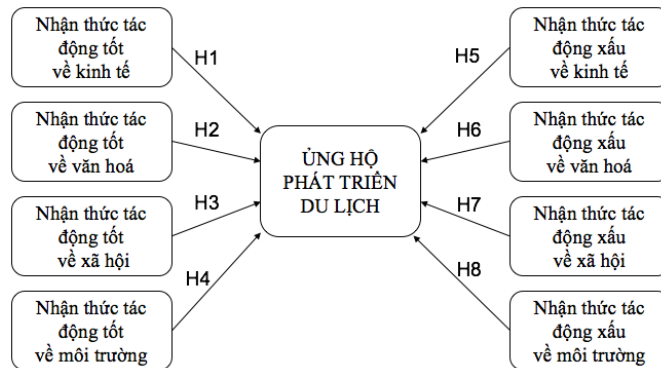
cạnh đó các tác động tích cực của du lịch còn được phản ánh qua việc tạo ra các cơ hội trao đổi văn hoá, giúp tái dựng lại truyền thống địa phương, nâng cao chất lượng cuộc sống và tăng cường hình ảnh của cộng đồng (Besculides và cs., 2002).

Về các tác động tiêu cực của du lịch, phát triển du lịch có thể mang lại những tác động xấu (Ko và Steward, 2002). Đặc biệt trong mùa cao điểm, du lịch gây ra những tác động tiêu cực lên nhiều mặt của đời sống như kinh tế, văn hóa – xã hội, và môi trường. Lindberg và Johnson (1997), và Sheldon và Abenoja (2001) cho rằng mùa du lịch cao điểm gây nên tình trạng quá tải ở các điểm công cộng, vui chơi giải trí; tình trạng ách tắc giao thông và quá tải ở các bãi đỗ xe. Những tác động trên ảnh hưởng rất lớn đến đời sống hằng ngày của người dân địa phương, gây ra những bất tiện trong quá trình sinh hoạt và làm việc của họ. Ngoài ra, có thể nhận thấy du lịch làm tăng chi phí sinh hoạt (McGehee và Andereck, 2004) cũng như tình trạng sử dụng rượu bia và chất kích thích trái phép ở một bộ phận du khách và người dân địa phương (Diedrich và García, 2009). Lankford (1994) nhấn mạnh rằng du lịch còn gây nên những tổn hại cho môi trường như ô nhiễm và tăng lượng rác thải. Những tác động xấu mà du lịch gây ra có thể khiến người dân địa phương hình thành và duy trì thái độ tiêu cực đối với phát triển du lịch. Về khía cạnh văn hoá, Kousis (1989) cho rằng du lịch có thể gây ra những ảnh hưởng xấu đến những giá trị văn hoá truyền thống của gia đình người dân. Du lịch là nguyên nhân của sự thương mại hóa văn hóa và có thể tạo ra những xung đột xã hội và văn hóa tại cộng đồng của điểm đến do những khác biệt về văn hóa xã hội, phúc lợi kinh tế và khoảng cách về khả năng chi tiêu giữa khách du lịch và người dân địa phương (Garcia và cs., 2016). Về lâu dài, cộng đồng người dân địa phương bắt đầu thích nghi với những chuẩn mực, giá trị văn hóa do du khách mang đến và trở nên phụ thuộc về mặt văn hóa mang đến từ du khách (Sharpley, 1994).

3 Mô hình nghiên cứu

Kế thừa quan điểm hợp lý của các tác giả đi trước, các tác giả của bài báo này cũng dựa trên nền tảng Lý thuyết trao đổi xã hội để nghiên cứu sự ủng hộ của người dân địa phương đối với sự phát triển du lịch tại thành phố Huế. Theo đó, người dân sẽ ủng hộ cho hoạt động du lịch địa phương khi nhận thấy được các tác động tích cực từ du lịch cao hơn các tác động tiêu cực mà nó đem lại. Các tác động tích cực và tiêu cực này được xem xét trên 4 khía cạnh chính của đời sống xã hội: kinh tế, văn hóa, xã hội, và môi trường. Ở nghiên cứu này, các tác giả tách văn hoá thành lĩnh vực chịu các tác động riêng biệt từ du lịch, không lồng ghép trong nhóm văn hoá – xã hội hoặc bị bỏ qua như trong một số các nghiên cứu trước. Với các lập luận như vậy, mô hình nghiên cứu đề xuất được thể hiện ở Hình 1, trong đó sự ủng hộ của người dân chịu ảnh hưởng của 8 nhóm nhận thức khác nhau về các tác động của du lịch. Những nhóm này sẽ ảnh hưởng đến sự ủng hộ của người dân địa phương theo giả thiết sau:

- H1. Nhận thức của người dân đối với các tác động tốt về kinh tế sẽ ảnh hưởng cùng chiều đến sự ủng hộ đối với du lịch,
- H2. Nhận thức của người dân đối với các tác động tốt về văn hoá sẽ ảnh hưởng cùng chiều đến sự ủng hộ đối với du lịch,
- H3. Nhận thức của người dân đối với các tác động tốt về xã hội sẽ ảnh hưởng cùng chiều đến sự ủng hộ đối với du lịch,
- H4. Nhận thức của người dân đối với các tác động tốt về môi trường sẽ ảnh hưởng cùng chiều đến sự ủng hộ đối với du lịch,
- H5. Nhận thức của người dân đối với các tác động xấu về kinh tế sẽ ảnh hưởng trái chiều đến sự ủng hộ đối với du lịch,
- H6. Nhận thức của người dân đối với các tác động xấu về văn hoá sẽ ảnh hưởng trái chiều đến sự ủng hộ đối với du lịch,
- H7. Nhận thức của người dân đối với các tác động xấu về xã hội sẽ ảnh hưởng trái chiều đến sự ủng hộ đối với du lịch,
- H8. Nhận thức của người dân đối với các tác động xấu về môi trường sẽ ảnh hưởng trái chiều đến sự ủng hộ đối với du lịch.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Bộ thang đo đo lường nhận thức của người dân đối với các tác động của du lịch bao gồm các biến quan sát được kế thừa từ thang đo của các nghiên cứu đi trước đặt trong sự cân nhắc về sự phù hợp với địa bàn nghiên cứu thành phố Huế (Bảng 1). Cụ thể, bộ thang đo mới kế thừa 15 biến của Gursoy và Rutherford (2004), 5 biến của Sirakaya và cs. (2002), 5 biến của Dyer và cs. (2007), 2 biến của Garcia và cs. (2016). Bên cạnh đó, qua thảo luận nhóm với các chuyên gia du lịch và văn hoá am hiểu về thành phố Huế, nhóm nghiên cứu đã đề xuất thêm 5 biến quan sát mới. Các biến quan sát về tác động của du lịch được thảo luận và phân chia thành 8

nhóm về tác động tốt và xấu của du lịch lên 4 lĩnh vực kinh tế, văn hoá, xã hội, và môi trường. Về thang đo sự ủng hộ của người dân đối với sự phát triển du lịch, nhóm nghiên cứu kế thừa 6 biến quan sát trong nghiên cứu của Hanafiah và cs. (2013).

Bảng 1. Bộ thang đo nghiên cứu

Nhân tố	Biến quan sát	
	Ký hiệu	Tên biến
Nhận thức tác động tốt về kinh tế (TKT)	TKT1	Du lịch tạo thêm nhiều việc làm cho người dân
	TKT2	Du lịch thu hút thêm đầu tư cho địa phương
	TKT3	Du lịch tạo cơ hội kinh doanh cho người dân và doanh nghiệp nhỏ tại địa phương
	TKT4	Du lịch đóng góp nguồn thu ngân sách địa phương
Nhận thức tác động tốt về văn hoá (TVH)	TVH1	Du lịch khuyến khích trùng tu di tích lịch sử
	TVH2	Du lịch khuyến khích bảo tồn văn hoá địa phương
	TVH3	Du lịch giúp người dân hiểu hơn văn hoá lịch sử địa phương
	TVH4	Du lịch giúp người dân và du khách trao đổi văn hoá với nhau nhiều hơn
	TVH5	Du lịch khuyến khích khôi phục làng nghề truyền thống
	TVH6	Du lịch khuyến khích phục dựng lễ hội văn hoá lịch sử địa phương
Nhận thức tác động tốt về xã hội (TXH)	TXH1	Du lịch giúp tạo thêm các công viên khu vui chơi giải trí cho người dân
	TXH2	Du lịch giúp cải thiện các dịch vụ tiện ích tại địa phương
	TXH3	Du lịch giúp cải thiện chất lượng dịch vụ giao thông
	TXH4	Đường sá, phương tiện dịch vụ công cộng được bảo vệ tốt nhờ du lịch
Nhận thức tác động tốt về môi trường (TMT)	TMT1	Du lịch khuyến khích bảo vệ tài nguyên thiên nhiên
	TMT2	Vì du lịch, cảnh quan thành phố được cải thiện
	TMT3	Du lịch giúp người dân nâng cao nhận thức về giá trị môi trường
Nhận thức tác động xấu về kinh tế (XKT)	XKT1	Du lịch làm tăng giá hàng hoá dịch vụ
	XKT2	Du lịch làm tăng giá bất động sản
	XKT3	Du lịch tạo ra các công việc không ổn định
Nhận thức tác động xấu về văn hoá (XVH)	XVH1	Du lịch làm biến đổi giá trị truyền thống của địa phương
	XVH2	Du lịch là nguyên nhân gây nhiều hơn các hành động phá hoại công trình nghệ thuật, thắng cảnh địa phương
	XVH3	Du lịch làm thay đổi tính nguyên bản của lễ hội truyền thống
	XVH4	Du lịch thay đổi lối sống của người dân địa phương
Nhận thức tác động xấu về xã hội (XXH)	XXH1	Du lịch làm tăng tỉ lệ tội phạm
	XXH2	Du lịch gây ách tắc giao thông
	XXH3	Du lịch làm tăng tệ nạn, mại dâm, ma tuý tại địa phương
	XXH4	Người dân gặp khó khăn khi tham gia vào các lễ hội, sự kiện vì du lịch
Nhận thức tác động xấu về môi trường (XMT)	XMT1	Xây dựng khách sạn phục vụ du lịch phá vỡ môi trường tự nhiên, không gian xanh
	XMT2	Du lịch gây ô nhiễm không khí, dòng sông và nhiều tiếng ồn
	XMT3	Du lịch gây ra nhiều rác thải
	XMT4	Du lịch làm cho các bãi biển, địa điểm vui chơi ngoài trời trở nên đông đúc

Ứng hộ phát triển du lịch (UHDL)	UH1	Hy vọng du lịch sẽ được khuyến khích phát triển
	UH2	Việc xây dựng các công trình tiện ích công cộng phục vụ du lịch là cần thiết
	UH3	Chính quyền nên tích cực hỗ trợ hoạt động quảng bá du lịch
	UH4	Huế cần có thêm dự án đầu tư kinh doanh du lịch
	UH5	Việc chính quyền địa phương lên kế hoạch dài hạn để phát triển du lịch là cần thiết
	UH6	Tôi sẽ giới thiệu về du lịch địa phương khi có cơ hội

Nguồn: nhóm nghiên cứu tổng hợp đề xuất

4 Phương pháp nghiên cứu

4.1 Nghiên cứu định tính

Phương pháp này được tiến hành thông qua quá trình thảo luận tay đôi và thảo luận nhóm với chuyên gia nhằm xây dựng thang đo nghiên cứu và xây dựng bảng câu hỏi khảo sát khách hàng.

Bảng hỏi được thiết kế thành hai phần, phần một là nội dung khảo sát chính phục vụ nghiên cứu, phần hai là thông tin cá nhân về đối tượng điều tra. Phần một được thiết kế dựa vào Bảng 1 để thu thập ý kiến của người dân về các tác động của du lịch và sự ủng hộ của họ đối với du lịch địa phương. Thang đo Likert 5 cấp độ được sử dụng để đo lường mức độ đồng ý với các quan điểm đưa ra (Quy ước: 1- rất không đồng ý → 5- rất đồng ý). Sau khi bảng hỏi được thiết kế, nhóm nghiên cứu tiến hành khảo sát và phỏng vấn thử 15 người dân để khắc phục các lỗi về diễn đạt.

4.2 Điều tra bảng hỏi

Để thu thập bộ dữ liệu cần thiết cho quá trình nghiên cứu, các tác giả tiến hành điều tra đối tượng người dân tại thành phố Huế. Quy mô mẫu được xác định dựa theo nghiên cứu của Hair và cs. (1998). Theo đó, kích thước mẫu tối thiểu gấp 5 lần số lượng biến quan sát. Với số lượng 38 biến quan sát được sử dụng trong nghiên cứu này, nhóm tác giả xác định mẫu tối thiểu phải đạt là 190, ngoài ra mẫu càng lớn hơn thì tính đại diện sẽ cao hơn. Áp dụng phương thức điều tra thuận tiện trong điều kiện nguồn lực giới hạn của nhóm nghiên cứu, số phiếu phát ra là 250, thu về 220 phiếu hợp lệ.

4.3 Phân tích và xử lý số liệu

Bộ dữ liệu sau khi thu thập sẽ được nhập và xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0 theo các bước sau:

Kiểm tra độ tin cậy của thang đo

Để bảo đảm độ tin cậy của thang đo, tiến hành kiểm định hệ số Cronbach's alpha của 8 nhóm nhân tố về nhận thức tác động du lịch và nhân tố sự ủng hộ du lịch của người dân. Hệ số Cronbach's alpha sẽ cho biết mức độ tương quan giữa các biến trong cùng nhóm. Đồng thời trong kiểm định này, dựa vào hệ số tương quan biến – tổng để loại đi các biến quan sát không đóng góp cho sự mô tả khái niệm cần đo (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Phân tích nhân tố khám phá

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) nhằm tìm ra các yếu tố nhận thức về tác động của du lịch ảnh hưởng đến sự ủng hộ của người dân đối với du lịch. Để thực hiện phương pháp này cần tiến hành kiểm tra các điều kiện tiến hành EFA: kiểm tra hệ số KMO (Kaiser – Meyer – Olkin), kiểm định Barlett. Phân tích nhân tố khám phá được thực hiện bằng phương pháp phân tích yếu tố chính và phép xoay Varimax. Sau khi xác định được các nhân tố tiềm ẩn, tiến hành kiểm định hệ số Cronbach's alpha nhằm bảo đảm độ tin cậy của thang đo mới.

Phân tích hồi quy đa biến

Phân tích hồi quy đa biến nhằm xác định các yếu tố chính về nhận thức tác động du lịch ảnh hưởng đến biến phụ thuộc sự ủng hộ du lịch của người dân. Giả định các yếu tố tác động đến sự ủng hộ du lịch của người dân có tương quan tuyến tính, mô hình lý thuyết được đề xuất như sau:

$$UHDL = \beta_0 + \beta_1 \times X_1 + \beta_2 \times X_2 + \beta_3 \times X_3 + \beta_4 \times X_4 + \beta_5 \times X_5 + \beta_6 \times X_6 + \beta_7 \times X_7 + \beta_8 \times X_8 + e_i$$

trong đó $UHDL$ là biến phụ thuộc là sự ủng hộ du lịch của người dân; β_i là hệ số hồi quy của các yếu tố tác động; e_i là các yếu tố ảnh hưởng khác.

+ Các biến độc lập:

X_1 : nhận thức tác động tốt về kinh tế	X_5 : nhận thức tác động xấu về kinh tế
X_2 : nhận thức tác động tốt về văn hoá	X_6 : nhận thức tác động xấu về văn hoá
X_3 : nhận thức tác động tốt về xã hội	X_7 : nhận thức tác động xấu về xã hội
X_4 : nhận thức tác động tốt về môi trường	X_8 : nhận thức tác động xấu về môi trường

5 Kết quả nghiên cứu

5.1 Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Đánh giá độ tin cậy của thang đo được tiến hành lần lượt cho 8 nhóm nhận thức tác động du lịch và nhóm sự ủng hộ du lịch thông qua hệ số tin cậy Cronbach's alpha. Theo Nuannaly và

Burstein (1994), thang đo đạt tin cậy khi có hệ số Cronbach's alpha đạt từ 0,6 trở lên, hệ số tương quan biến – tổng từ 0,3 trở lên.

Kết quả, các biến XVH4, XXH4, XMT4 bị loại ra khỏi thang đo do hệ số tương quan biến – tổng bé hơn 0,3. Sau khi loại các biến rác, hệ số Cronbach's alpha của các nhóm đều đạt trên 0,8 chứng tỏ thang đo lường tốt. Kết quả kiểm định được trình bày trong bảng 2. Với kết quả này, thang đo và bộ số liệu khá tin cậy để tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA.

Bảng 2. Hệ số tin cậy Cronbach's alpha

Các yếu tố	Số lượng biến quan sát	Hệ số Cronbach's alpha
Nhận thức tác động tốt về kinh tế (TKT)	4	0,867
Nhận thức tác động tốt về văn hoá (TVH)	6	0,855
Nhận thức tác động tốt về xã hội (TXH)	4	0,845
Nhận thức tác động tốt về môi trường (TMT)	3	0,826
Nhận thức tác động xấu về kinh tế (XKT)	3	0,846
Nhận thức tác động xấu về văn hoá (XVH)	3	0,886
Nhận thức tác động xấu về xã hội (XXH)	3	0,843
Nhận thức tác động xấu về môi trường (XMT)	3	0,822
Sự ủng hộ phát triển du lịch (UHDL)	6	0,921

Nguồn: xử lý số liệu điều tra, 2017

5.2 Phân tích nhân tố khám phá

Phân tích nhân tố khám phá cho các yếu tố về nhận thức các tác động du lịch

Mô hình lý thuyết các nhân tố nhận thức các tác động du lịch ảnh hưởng đến sự ủng hộ du lịch của người dân bao gồm 8 thành phần với 32 biến quan sát. Sau khi tiến hành kiểm định độ tin cậy của thang đo, loại 3 biến rác còn lại 29 biến và chúng được đưa vào phân tích nhân tố khám phá để đánh giá lại mức độ hội tụ của các biến quan sát theo các thành phần.

Kết quả EFA cho thấy cả hai điều kiện để thực hiện phân tích nhân tố điều thỏa mãn, dữ liệu điều tra phù hợp cho việc phân tích nhân tố.

– Hệ số KMO bằng 0,906 > 0,5, mức ý nghĩa Sig. = 0,000, dữ liệu phù hợp cho phân tích nhân tố.

– Giá trị kiểm định Bartlett's với giả thiết H_0 : "Các biến không tương quan với nhau trong tổng thể" bằng 3810,737 với mức ý nghĩa thống kê Sig. = 0,000 đã bác bỏ giả thiết (H_0), đồng nghĩa với việc các biến có tương quan với nhau trong tổng thể và việc áp dụng phân tích nhân tố là thích hợp (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Sau khi tiến hành phân tích nhân tố lần 1, biến TXH1 bị loại ra khỏi mô hình do bị phân bố về hai nhóm và 2 hệ số tải của biến quan sát ở hai nhóm không chênh lệch trên 0,3, tức là không đảm bảo giá trị phân biệt (Hair và cs., 1998).

Bảng 3. Phân tích nhân tố khám phá EFA của các thành phần nhận thức về tác động của du lịch

Biến quan sát	Nhân tố								Ký hiệu nhân tố	
	1	2	3	4	5	6	7	8		
Giúp người dân du khách trao đổi văn hoá, TVH4	0,785									
Giúp người dân hiểu văn hoá lịch sử địa phương, TVH3	0,774									
Khuyến khích bảo tồn văn hoá địa phương, TVH2	0,761									TVH
Khôi phục làng nghề truyền thống, TVH5	0,715									
Khuyến khích trùng tu di tích lịch sử, TVH1	0,670									
Phục dựng lễ hội văn hoá lịch sử địa phương, TVH6	0,501									
Tạo thêm việc làm, TKT1		0,801								
Đóng góp ngân sách địa phương, TKT4		0,732								TKT
Tạo cơ hội kinh doanh cho người dân và doanh nghiệp địa phương, TKT3		0,693								
Thu hút đầu tư cho địa phương, TKT2		0,605								
Làm tăng tỉ lệ tội phạm, XXH1			0,801							
Gây ách tắc giao thông, XXH2			0,791							XXH
Làm tăng tình trạng mại dâm ma tuý, XXH3			0,784							
Làm thay đổi tính nguyên bản của lễ hội truyền thống, XVH3				0,875						
Làm biến đổi giá trị văn hoá truyền thống, XVH1				0,788						XVH
Gây phá hoại công trình nghệ thuật, thắng cảnh, XVH2				0,778						
Tạo ra các công việc không ổn định, XKT3					0,834					
Làm tăng giá bất động sản, XKT2					0,806					XKT
Làm giá hàng hoá – dịch vụ tăng, XKT1					0,712					
Gây thêm nhiều rác thải, XMT3						0,816				
Gây ô nhiễm không khí dòng sông, tiến ồn, XMT2						0,814				
Xây dựng khách sạn du lịch gây phá vỡ môi trường tự nhiên, không gian xanh, XMT1						0,687				XMT
Đường xá và phương tiện dịch vụ công cộng được bảo vệ tốt hơn, TXH4							0,869			
Cải thiện chất lượng dịch vụ giao thông, TXH3							0,737			TXH
Cải thiện dịch vụ tiện ích tại địa phương,							0,622			

TXH2									
Giúp người dân nâng cao nhận thức về giá trị môi trường, TMT3									0,750
Khuyến khích bảo vệ tài nguyên tự nhiên, TMT1									0,748
Cảnh quan thành phố được cải thiện nhờ du lịch, TMT2									0,705
Hệ số tin cậy Cronbach alpha	0,855	0,867	0,843	0,886	0,846	0,822	0,824	0,826	
Thông số Eigenvalues	10,610	2,443	1,668	1,351	1,278	1,216	1,039	1,010	

Nguồn: xử lý số liệu điều tra, 2017

Kết quả (Bảng 3) cho thấy có 8 nhóm nhân tố hình thành với Thông số Eigenvalues thỏa mãn điều kiện chuẩn Kaiser lớn hơn 1, đồng thời hệ số tin cậy được tính cho các nhân tố mới này cũng thỏa mãn yêu cầu lớn hơn 0,6; do đó, các yếu tố mới này sẽ được sử dụng trong các phân tích sau này (Gerbing và Anderson,1998). Các nhân tố mới được thành lập bao gồm :

Nhân tố 1: Nhận thức tác động tốt về văn hoá (TVH) có 6 biến: TVH4, TVH3, TVH2, TVH5, TVH1, TVH6.

Nhân tố 2: Nhận thức tác động tốt về kinh tế (TKT) bao gồm 4 biến : TKT1, TKT4, TKT3, TKT2

Nhân tố 3: Nhận thức tác động xấu về xã hội (XXH) bao gồm 3 biến : XXH1, XXH2, XXH3

Nhân tố 4: Nhận thức tác động xấu về văn hoá (XVH) bao gồm 3 biến : XVH3, XVH1, XVH2

Nhân tố 5: Nhận thức tác động xấu về kinh tế (XKT) bao gồm 3 biến : XKT3, XKT2, XKT1

Nhân tố 6: Nhận thức tác động xấu về môi trường (XMT) bao gồm 3 biến : XMT3, XMT2, XMT1

Nhân tố 7 : Nhận thức tác động tốt về xã hội (TXH) bao gồm 3 biến : TXH4, TXH3, TXH2

Nhân tố 8 : Nhận thức tác động tốt về môi trường (XMT) bao gồm 3 biến : TMT3, TMT1, TMT2

Phân tích nhân tố khám phá cho yếu tố về sự ủng hộ của người dân đối với du lịch

Đối với thang đo về sự ủng hộ của người dân đối với du lịch, kết quả EFA ở Bảng 4 cho thấy hệ số KMO = 0,912 và kiểm định Barlett có mức ý nghĩa Sig. = 0,000. Các biến được rút trích thành 1 nhân tố với hệ số tin cậy Cronbach’s Alpha của nhân tố này là 0,921; Thông số Eigenvalues là 4,320 > 1, các hệ số tải đều lớn hơn 0,6. Điều này cho thấy khái niệm sự ủng hộ của người dân đối với du lịch là khái niệm đơn hướng.

Bảng 4. Phân tích nhân tố khái niệm sự ủng hộ của người dân đối với du lịch

Thuộc tính sự ủng hộ của người dân đối với du lịch	Ký hiệu	Hệ số tải nhân tố
Huế cần có thêm dự án đầu tư kinh doanh du lịch	UH4	0,882
Việc chính quyền địa phương lên kế hoạch dài hạn để phát triển du lịch là cần thiết	UH2	0,881
Chính quyền nên tích cực hỗ trợ hoạt động quảng bá du lịch	UH3	0,879
Tôi sẽ giới thiệu về du lịch địa phương khi có cơ hội	UH6	0,831
Hy vọng du lịch sẽ được khuyến khích phát triển	UH1	0,808
Việc xây dựng các công trình tiện ích công cộng phục vụ du lịch là cần thiết	UH5	0,807
Hệ số tin cậy Cronbach's alpha		0,921
Giá trị Eigen		4,320

Nguồn : xử lý số liệu điều tra, 2017

5.3 Đánh giá mức độ ảnh hưởng của nhận thức các tác động của du lịch đến sự ủng hộ của người dân đối với du lịch

Để làm rõ mức độ ảnh hưởng của các yếu tố về nhận thức các tác động của du lịch đến sự ủng hộ của người dân đối với du lịch, các tác giả đã sử dụng mô hình hồi quy đa biến với mô hình lý thuyết được trình bày ở phần phương pháp nghiên cứu. Kết quả phân tích hồi quy được tổng hợp ở Bảng 5.

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy

Biến phụ thuộc: Sự ủng hộ của người dân đối với du lịch (UHDL), Số quan sát: 220								
Biến độc lập	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	<i>t</i>	Sig.	Thống kê cộng tuyến		Hệ số phóng đại phương sai, (VIF)
	β	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận của biến		
<i>Hằng số</i>	1,547	0,429		3,607	0,000			
X ₁ Nhận thức tác động tốt về kinh tế	0,431	0,055	0,465	7,879	0,000	0,447	2,239	
X ₂ Nhận thức tác động tốt về văn hoá	0,132	0,057	0,119	2,326	0,021	0,597	1,676	
X ₃ Nhận thức tác động tốt về xã hội	0,161	0,052	0,163	3,124	0,002	0,568	1,759	
X ₄ Nhận thức tác động tốt về môi trường	0,089	0,056	0,087	1,609	0,109	0,526	1,899	
X ₅ Nhận thức tác động xấu về kinh tế	-0,039	0,045	-0,044	-0,860	0,391	0,606	1,650	
X ₆ Nhận thức tác động xấu về văn hoá	0,039	0,050	0,040	0,775	0,439	0,597	1,674	
X ₇ Nhận thức tác động xấu về xã hội	-0,049	0,048	-0,051	-1,029	0,305	0,636	1,573	
X ₈ Nhận thức tác động xấu về môi trường	-0,129	0,047	-0,138	-2,769	0,006	0,625	1,601	
R²	0,672							
R² hiệu chỉnh	0,660							
Giá trị F	54,083 (p = 0,000 < 0,05)							
Durbin – Watson	1,908							

Kết quả cho thấy giá trị kiểm định $F = 54,083$ với mức ý nghĩa $Sig. = 0,000$ chứng tỏ rằng mô hình hồi quy xây dựng là phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được (Nguyễn Đình Thọ, 2012).

Giá trị R^2 hiệu chỉnh của mô hình hồi quy bằng 0,660 cho thấy 8 biến độc lập đưa vào mô hình giải thích được 66 % sự thay đổi của biến phụ thuộc là sự ủng hộ của người dân địa phương đối với du lịch Huế, còn lại 44 % là ảnh hưởng của các yếu tố khác ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên (Nguyễn Đình Thọ, 2012).

Kết quả xử lý số liệu cho giá trị thống kê Durbin – Watson là 1,908. Đối với các nghiên cứu có số lượng quan sát trên 200 thì giá trị Durbin – Watson nằm trong khoảng $1 < d < 3$ cho phép kết luận mô hình không có hiện tượng tự tương quan (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Kết quả phân tích cho hệ số phóng đại phương sai VIF của các biến độc lập đưa vào mô hình đều bé hơn 10, do đó có thể kết luận *không có hiện tượng đa cộng tuyến*. Như vậy, giữa các biến độc lập không có sự tương quan với nhau (Nguyễn Đình Thọ, 2012).

Kết quả kiểm định hệ số hồi quy cho thấy, các biến độc lập X_1, X_2, X_3, X_8 có mức ý nghĩa (Sig.) bé hơn 0,05 chứng tỏ các yếu tố này có sự tương quan với biến phụ thuộc $UHDL$ với độ tin cậy 95 %. Các biến độc lập X_4, X_5, X_6, X_7 có mức ý nghĩa (Sig.) lớn hơn 0,05 chứng tỏ các yếu tố này không có sự tương quan với biến phụ thuộc $UHDL$ (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Diễn giải kết quả phân tích hồi quy

(1) Theo hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa (Bảng 5)

- Biến X_1, X_2, X_3 có hệ số hồi quy chưa chuẩn hoá tương ứng 0,431; 0,132; 0,161 chứng tỏ các biến có mối quan hệ cùng chiều với biến phụ thuộc $UHDL$. Điều này cũng chứng tỏ :
 - Khi yếu tố “*Nhận thức tác động tốt về kinh tế*” tăng 1 điểm thì sự ủng hộ của người dân đối với du lịch Huế tăng thêm 0,431 điểm,
 - Khi yếu tố “*Nhận thức tác động tốt về văn hoá*” tăng 1 điểm thì sự ủng hộ của người dân đối với du lịch Huế tăng thêm 0,132 điểm,
 - Khi yếu tố “*Nhận thức tác động tốt về xã hội*” tăng 1 điểm thì sự ủng hộ của người dân đối với du lịch Huế tăng thêm 0,161 điểm.
- Biến X_8 có hệ số $-0,129$ chứng tỏ có mối quan hệ trái chiều với biến phụ thuộc $UHDL$. Như vậy, khi yếu tố “*Nhận thức tác động xấu về môi trường*” tăng 1 điểm thì sự ủng hộ của người dân đối với du lịch Huế giảm 0,129 điểm.

(2) Theo hệ số hồi quy chuẩn hóa (Bảng 5)

Hệ số này xác định vị trí ảnh hưởng của các biến độc lập. So sánh các hệ số hồi quy chuẩn hóa của các biến độc lập cho thấy thứ tự ảnh hưởng của các yếu tố đến sự ủng hộ của người dân đối với du lịch Huế là: *Nhận thức tác động tốt về kinh tế* (0,465), *Nhận thức tác động tốt về xã hội* (0,163), *Nhận thức tác động tốt về văn hoá* (0,119), *Nhận thức tác động xấu về môi trường* (-0,138).

Phương trình hồi quy được thành lập

$$UHDL = 1,547 + 0,431 \times X_1 + 0,132 \times X_2 + 0,161 \times X_3 - 0,129 \times X_8$$

Trong đó UHDL là Sự ủng hộ của người dân đối với du lịch, X_1 là Nhận thức tác động tốt về kinh tế; X_2 là Nhận thức tác động tốt về văn hoá; X_3 là Nhận thức tác động tốt về xã hội; X_8 là Nhận thức tác động xấu về môi trường.

Tóm lại, kết quả hồi quy cho thấy trong 8 yếu tố đưa vào mô hình chỉ có 4 yếu tố 1, 2, 3 và 8 có tác động đến sự ủng hộ của người dân đối với du lịch. Trong đó, các yếu tố 1, 2, 3 có tác động tích cực và yếu tố 8 tác động tiêu cực đến biến phụ thuộc. Đây là những yếu tố quan trọng cần nghiên cứu để nâng cao sự ủng hộ của người dân đối với du lịch, cũng như cần cân nhắc trong các chiến lược phát triển du lịch tại địa phương.

5.4 Bàn luận về kết quả nghiên cứu

Nhìn chung người dân Huế ủng hộ sự phát triển du lịch tại địa phương, điều này thể hiện qua giá trị trung bình các ý kiến đánh giá của người dân đối với nhân tố sự ủng hộ du lịch xấp xỉ 4, tương đương với việc đồng ý ủng hộ phát triển du lịch của địa phương. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu trước khi đa phần các nghiên cứu đều cho thấy người dân có thái độ ủng hộ tích cực đối với du lịch (Gursoy và Rutherford, 2004, trích dẫn theo Andereck và Vogt, 2000).

Kết quả nghiên cứu cho thấy người dân Huế quan tâm đến các tác động của du lịch lên cả 4 khía cạnh kinh tế, văn hoá, xã hội, và môi trường. Kết quả này cho thấy rằng người dân đánh giá các tác động của du lịch trên từng khía cạnh của đời sống xã hội để đưa ra quyết định ủng hộ của họ đối với du lịch. Vì vậy, việc phân chia thành 8 yếu tố về nhận thức tác động du lịch của nghiên cứu này là hoàn toàn hợp lý, đồng thời cho phép đưa ra các giải pháp về quản lý tác động du lịch cụ thể hơn trên từng lĩnh vực.

Điểm tương đồng của nghiên cứu này so với các nghiên cứu của Jurowski và cs. (1997), Shirakaya và cộng sự (2002), Gursoy và Rutherford (2004), Dyer và cs. (2006) và một số các công trình khác là yếu tố nhận thức tác động tích cực về kinh tế là yếu tố ảnh hưởng quan trọng có mức độ ảnh hưởng lớn nhất đến sự ủng hộ của người dân đối với du lịch.

Về mức độ tác động của các yếu tố, căn cứ theo các hệ số hồi quy của mô hình, có thể thấy rằng các yếu tố nhận thức về tác động tích cực (X_1, X_2, X_3) có mức độ ảnh hưởng đến sự ủng hộ du lịch cao hơn rất nhiều so với yếu tố nhận thức về tác động tiêu cực (X_8). Trong đó *Nhận thức tác động tích cực về kinh tế* có ảnh hưởng ưu thế đến sự ủng hộ của người dân đối với du lịch (thể hiện qua hệ số hồi quy lớn nhất 0,431). Điều này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Ap (1992). Tác giả này đã nhận thấy rằng người dân nhận thức các tác động tích cực về kinh tế cao hơn các tác động khác.

Mặc dù đã tìm ra mô hình giải thích sự ảnh hưởng của các yếu tố *Nhận thức về tác động của du lịch* đến sự ủng hộ của người dân địa phương, kết quả của nghiên cứu này có những nét tương đồng và khác biệt so với các nghiên cứu liên quan trước. Tuy nhiên, do mới bước đầu tìm hiểu về sự ủng hộ của người dân đối với du lịch tại thành phố Huế, nghiên cứu này còn chưa cân nhắc đến các yếu tố nhân khẩu học, lĩnh vực việc làm, thời gian lưu trú của khách du lịch cùng một số các yếu tố khác có thể ảnh hưởng đến sự ủng hộ của họ đối với du lịch. Đây là hạn chế, đồng thời cũng là gợi ý cho các nghiên cứu tiếp theo về vấn đề này.

6 Kết luận

Từ việc vận dụng Lý thuyết trao đổi xã hội, cùng việc kế thừa có chọn lọc các yếu tố nhận thức về tác động du lịch của một số nghiên cứu đi trước, các tác giả đã xây dựng được bộ tiêu chí đánh giá nhận thức của người dân về tác động tích cực và tiêu cực của du lịch trên 4 khía cạnh của đời sống xã hội: kinh tế, văn hoá, xã hội, và môi trường ở thành phố Huế. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng người dân Huế quan tâm đến các tác động tích cực về kinh tế, văn hoá, xã hội mà du lịch mang lại cho địa phương, đồng thời cũng rất lưu tâm đến những nguy hại cho môi trường có thể gây ra do hoạt động khai thác du lịch. Kết luận này là căn cứ tham khảo quan trọng cho các nhà ra quyết định phát triển du lịch tại Huế. Theo đó, để nhận được sự đồng thuận từ phía người dân đối với các dự án phát triển du lịch, chính quyền và nhà đầu tư cần đảm bảo các lợi ích về mọi mặt cho địa phương; cam kết không gây ra hoặc hạn chế tối đa những tác hại về môi trường tại điểm đến. Ngoài ra, trước khi tiến hành dự án, chính quyền, nhà đầu tư cần trao đổi với người dân về các lợi ích mang lại cũng như đưa ra dự báo về tác động tiêu cực cùng giải pháp khắc phục kèm theo. Mặt khác, các cuộc đối thoại để nắm bắt ý kiến và nguyện vọng của người dân là cần thiết để dự án có các điều chỉnh tối ưu trên nguyên tắc cân bằng lợi ích giữa nhà đầu tư và cộng đồng địa phương. Cách làm đồng bộ này giúp người dân nhận thức rõ hơn những đóng góp của dự án du lịch đối với sự phát triển kinh tế – xã hội địa phương, từ đó họ sẽ đưa ra quyết định ủng hộ.

Tài liệu tham khảo

1. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nxb. Hồng Đức, Hà Nội.
2. Nguyễn Đình Thọ (2012), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb. Lao động – Xã hội, Hà Nội.
3. Allen, L., H. Hafer, R. Long, and R. Perdue (1993), Rural Residents' Attitudes toward Recreation and Tourism Development, *Journal of Travel Research* 31 (4), 27–33.
4. Ap, J. (1992), Residents' Perceptions on Tourism Impacts, *Annals of Tourism Research* 19, 665–690.
5. Besculides, A., Lee, M. E., & Mc Cormick, P. J. (2002), Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism, *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 303–319.
6. Brunt, P., & Courtney, P. (1999), Host perceptions of sociocultural impacts, *Annals of Tourism Research*, 26 (3), 493–515.
7. Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007), Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia, *Tourism Management*, 28, 409–422.
8. Fernando Almeida-García, María Angeles Pelaez-Fernandez, Antonia Balbuena-Vazquez, Rafael Cortes-Macias (2016), Residents' perceptions of tourism development in Benalmadena (Spain), *Tourism Management*, 54, 259–274.
9. Gerbing & Anderson (1998), "An Update Paradigm for Scale Development Incorporating Unidimensionality and Its Assessments", *Journal of Marketing Research*, 25, 186–192.
10. Gursoy, D., and Rutherford D. G. (2004), Host Attitudes toward Tourism: An Improved Structural Model, *Annals of Tourism Research*, 31 (3), 495–516.
11. Gursoy, D., Jurowski C., and Uysal M. (2002), Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach, *Annals of Tourism Research*, 29, 79–105.
12. Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998), *Multivariate Data Analysis*, (5th Edition), Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J., USA.
13. Jurowski, C. (1994), *The Interplay of Elements Affecting Host Community Resident Attitudes toward Tourism: A Path Analytic Approach*, PhD dissertation in Hospitality and Tourism, Virginia Polytechnic Institute and State University, USA.
14. Jurowski, C., M. Uysal, and R. Williams (1997), A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism, *Journal of Travel Research*, 36 (2), 3–11.
15. Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002), A structural equation model of residents' attitudes for tourism development, *Tourism Management*, 23, 521–530.
16. Kousis, M. (1989), Tourism and the Family in a Rural Cretan Community, *Annals of Tourism Research*, 16, 318–332.
17. Lankford, S. V., and Howard D. R. (1994), Developing a Tourism Impact Attitude Scale,

- Annals of Tourism Research*, 21 (1), 121–39.
18. Latkova, P., and Vogt, C.A. (2012), Residents' attitudes toward existing and future development in rural communities, *Journal of Travel Research*, 51(1), 50–67.
 19. Lindberg, K., & Johnson, R. L. (1997), Modelling resident attitudes toward tourism, *Annals of Tourism Research*, 24 (2), 402–424.
 20. Mason P, Cheyne J. (2000), Residents' attitudes to proposed tourism development, *Annals of Tourism Research* 27 (2): 391–411.
 21. Mason, P., and J. Cheyne (2000), Residents' Attitudes to Proposed Tourism Development, *Annals of Tourism Research*, 27 (2): 391–411.
 22. McGehee, N., & Andereck, K. (2004), Factors predicting rural residents' support of tourism, *Journal of Travel Research*, 43 (2), 131–140.
 23. Mohd Hafiz Hanafiah, Mohd Raziff Jamaluddin, Muhammad Izzat Zulkifly (2013), Local Community Attitude and Support towards Tourism Development in Tioman Island, Malaysia. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 105, 792–800.
 24. Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994), *Psychometric theory*, McGraw-Hill, Inc., New York, USA.
 25. Sharpley, R. (1994), *Tourism, Tourists and Society*, Huntingdon, Cambridgeshire: Elm Publications.
 26. Sheldon, P. J., & Abenoja, T. (2001), Resident attitudes in a mature destination: the case of Waikiki, *Tourism Management*, 22, 435–443.
 27. Sirakaya, E., Teye, V., & Sonmez, S. (2002), Understanding residents' support for tourism development in the central region of Ghana, *Journal of Travel Research*, 41, 57–67.
 28. Tomljenovic R, Faulkner B. (2000), Tourism and older residents in a sunbelt resort, *Annals of Tourism Research* 27(1): 93–114.

UNDERSTANDING RESIDENTS' SUPPORT FOR TOURISM DEVELOPMENT IN HUE CITY

Chau Thi Minh Ngoc*, Dam Le Tan Anh

HU – School of Hospitality and Tourism, 22 Lam Hoang St., Hue, Vietnam

Abstract. Local residents are the main stakeholders of tourism development. Their support is vitally important for the success of tourism development projects. This study was conducted by applying the basis of the Social exchange theory. Accordingly, the residents will be more supportive of tourism development in the community as they find out that the tourism positive impacts exceed the negative ones. The two-dimension (positive and negative) impact of tourism was examined in light of the economic, social, cultural and environmental aspects. A multiple linear regression model was established to test the influence of tourism impact perceptions on residents' support for tourism development.

Keywords: tourism impact, residents' support, social exchange theory