

PHÂN TÍCH TRẮC LƯỢNG THƯ MỤC VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

Trần Thị Hồng Trinh*

Ngày nhận bài: 18/04/2025

Ngày nhận bản sửa: 16/05/2025

Ngày duyệt đăng: 30/06/2025

Tóm tắt. Các nghiên cứu gần đây đã ghi nhận sự gia tăng đáng kể về số lượng các nghiên cứu liên quan đến năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch (NLCTĐDDL), điều này phản ánh tầm quan trọng của chủ đề này trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt giữa các điểm đến du lịch. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích tài liệu để đánh giá xu hướng nghiên cứu NLCTĐDDL, với dữ liệu được thu thập từ các tài liệu khoa học trên các cơ sở dữ liệu Scopus. Sau quá trình lọc dữ liệu, tổng cộng có 491 tài liệu liên quan đã được phân tích bằng phần mềm VOSviewer kết hợp với Citespace để phân tích từ khóa, trích dẫn, và xu hướng. Kết quả cho thấy có 5 cụm chính với các nội dung chi tiết như: năng lực cạnh tranh (NLCT) điểm đến; đặc trưng NLCT; phát triển bền vững; hình ảnh điểm đến; và lợi thế cạnh tranh. Những cụm này phản ánh các trọng tâm nghiên cứu chính, góp phần làm rõ các động lực phát triển và định hướng chiến lược cho NLCTĐDDL.

Từ khoá: Điểm đến du lịch; Năng lực cạnh tranh; Trắc lượng thư mục.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các điểm đến, NLCTĐDDL trở thành một chủ đề quan trọng và được nghiên cứu rộng rãi trong lĩnh vực quản lý du lịch. Các quốc gia và vùng lãnh thổ không ngừng nâng cao vị thế của mình trên bản đồ du lịch quốc tế bằng cách phát triển các chiến lược độc đáo nhằm thu hút khách du lịch.

Trong thập kỷ gần đây, các nghiên cứu liên quan đến NLCTĐDDL đã tăng mạnh cả về số lượng và phạm vi. Việc áp dụng phương pháp phân tích trắc lượng thư mục giúp các nhà nghiên cứu có cái nhìn toàn diện về xu hướng, chủ đề nổi bật, và khoảng trống nghiên cứu trong lĩnh vực này. Đặc biệt, trong bối cảnh ngành du lịch toàn cầu đang hồi phục sau đại dịch COVID-19, NLCT điểm đến trở thành yếu tố then chốt để các quốc gia và khu vực tái định vị hình ảnh, nâng

*Trường Du lịch, Đại học Huế, email: nthtrinh.dl23@hueuni.edu.vn

cao sức hút và tận dụng hiệu quả các nguồn lực sẵn có. Tại Việt Nam, du lịch đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc gia và được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn. Các nghiên cứu về NLCT điểm đến tại Việt Nam hiện nay chủ yếu tập trung vào việc đánh giá thực trạng, tiềm năng và đề xuất giải pháp. Tuy nhiên, chưa có nhiều nghiên cứu phân tích hệ thống các tài liệu khoa học để đưa ra bức tranh toàn cảnh và định hướng nghiên cứu trong tương lai

Vì vậy, phương pháp phân tích trắc lượng thư mục được sử dụng nhằm khám phá các xu hướng nghiên cứu liên quan đến NLCTĐĐDL, qua đó xác định các chủ đề nổi bật, mạng lưới nghiên cứu, và các hướng đi tiềm năng trong tương lai. Kết quả của nghiên cứu không chỉ cung cấp một cơ sở dữ liệu hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách và quản lý du lịch mà còn đóng góp vào việc phát triển các chiến lược dài hạn nhằm nâng cao NLCT điểm đến, đặc biệt trong bối cảnh hậu đại dịch COVID-19.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Điểm đến du lịch

Điểm đến du lịch (ĐĐDL) là yếu tố quan trọng trong ngành du lịch, không chỉ giới hạn ở khía cạnh địa lý mà còn là một hệ thống kết hợp các sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách (Cooper, 2020). Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO, 2020), ĐĐDL là một khu vực địa lý mà du khách lưu trú ít nhất một đêm, bao gồm các sản phẩm, dịch vụ, và tài nguyên được quản lý trong phạm vi ranh giới hành chính, với hình ảnh được nhận diện rõ ràng để cạnh tranh trên thị trường.

2.2. Năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch

Phần lớn các nghiên cứu về năng lực cạnh tranh điểm đến (NLCTĐĐDL) dựa trên lý thuyết của Porter, song nền tảng ban đầu đã được Smith đặt ra từ cuối những năm 1970. Do đặc thù là ngành dịch vụ, nhiều học giả đã điều chỉnh khái niệm và mô hình cho phù hợp với bối cảnh du lịch. Crouch và Ritchie (1999) định nghĩa NLCTĐĐDL là khả năng gia tăng chi tiêu, thu hút du khách, mang lại trải nghiệm thỏa mãn, đồng thời nâng cao phúc lợi điểm đến và bảo tồn tài nguyên thiên nhiên cho tương lai (Dupeyras & MacCallum, 2013). Heath (2003) nhấn mạnh thêm rằng NLCT không chỉ là thu hút mà còn là duy trì sức hấp dẫn thông qua quản lý hiệu quả và đổi mới sáng tạo. Trong bối cảnh thị trường du lịch cạnh tranh gay gắt, việc nâng cao NLCT càng trở nên quan trọng (Chen & Gursoy, 2021). Goffi (2013) xem NLCT là yếu tố then chốt để điểm đến thu hút khách, trong khi Lee và Chang (2022) đề cao sự cân bằng giữa tăng trưởng và bảo tồn tài nguyên. NLCT còn gắn với việc đo lường bằng các phương pháp và hệ thống chỉ số phù hợp với từng điểm đến (Croes & Semrad, 2018; Hanafiah & cs., 2016). Tuy nhiên, khái niệm này còn phức tạp và tồn tại nhiều cách tiếp cận khác nhau, đôi khi mâu thuẫn (Cracolici & Nijkamp, 2008; Azzopardi & Nash, 2016). Sự khác biệt trong nhận thức giữa du khách

và nhà cung cấp dịch vụ cũng gây khó khăn trong đánh giá chất lượng, cho thấy tầm quan trọng của việc nghiên cứu NLCT từ nhiều góc độ trong bối cảnh văn hóa – xã hội đa dạng.

2.3. Tổng quan các tài liệu nghiên cứu nước ngoài liên quan năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch.

Tổng hợp các nghiên cứu quốc tế về NLCTĐDDL cho thấy sự đa dạng trong cách tiếp cận và phạm vi nghiên cứu, tập trung vào bảy nhóm yếu tố chính: tài nguyên thiên nhiên – môi trường, hạ tầng, chính sách – quản lý, văn hóa – di sản, công nghệ – đổi mới, phúc lợi xã hội và giá cả – chất lượng dịch vụ. Tài nguyên thiên nhiên được xem là yếu tố nền tảng tạo lợi thế cạnh tranh, đặc biệt ở các khu vực nông thôn tại Ba Lan (Roman & cs., 2020). Sự an toàn môi trường và cảnh quan thiên nhiên đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh điểm đến (Mustafa & cs., 2023). Vị trí địa lý chiến lược và tài nguyên thiên nhiên là những yếu tố then chốt trong việc thu hút khách du lịch (Rheeders, 2022). Hạ tầng cơ sở, bao gồm giao thông vận tải và cơ sở lưu trú, ảnh hưởng lớn đến trải nghiệm của du khách và đóng vai trò chiến lược trong việc nâng cao NLCT (Hall & Page, 2022; Rheeders, 2022; Nematpour & cs., 2024). Ngoài ra, chính sách và quản lý hiệu quả là yếu tố then chốt định hướng phát triển du lịch bền vững. Enright & Newton (2004) sử dụng phương pháp IPA để hỗ trợ quản lý điểm đến, trong khi Dwyer (2022) đề xuất đưa phúc lợi xã hội vào phân tích NLCT nhằm cân bằng giữa kinh tế và lợi ích cộng đồng. González-Rodríguez & cs. (2023) nhấn mạnh năng lực quản lý là yếu tố đảm bảo lợi thế cạnh tranh. Bên cạnh đó, tài nguyên văn hóa – lịch sử góp phần xây dựng bản sắc và phát triển bền vững cho điểm đến (Fernández & cs., 2020). Rheeders (2022) và Mustafa & cs. (2023) cũng khẳng định di sản văn hóa và truyền thống đặc sắc tạo nên lợi thế cạnh tranh rõ rệt.

Công nghệ và đổi mới sáng tạo ngày càng đóng vai trò quan trọng trong bối cảnh chuyển đổi số. Feng & cs. (2021) nhấn mạnh vai trò của công nghệ số, dữ liệu lớn, AI và nền tảng trực tuyến trong việc nâng cao NLCT, hiệu quả quản lý, cá nhân hóa trải nghiệm và thúc đẩy đổi mới dịch vụ. Fernández & cs. (2020) cho rằng ICT giúp thu hẹp khoảng cách cạnh tranh giữa các quốc gia, còn Nematpour & cs. (2024) khẳng định đây là yếu tố cốt lõi để cải thiện NLCT. Ngoài ra, các chỉ số du lịch bền vững và quản lý điểm đến bền vững cũng được xem là thành tố quan trọng (Font & cs., 2023; Zhang & Xie, 2023). Yếu tố phúc lợi xã hội ngày càng được chú trọng. Dwyer (2022) đề xuất đưa chỉ số phúc lợi vào phân tích NLCT nhằm đảm bảo du lịch không gây tổn hại đến cộng đồng. Font & cs. (2023) nhấn mạnh tầm quan trọng của việc cân bằng lợi ích giữa du lịch và xã hội để đảm bảo phát triển bền vững. Tleuberdinova & cs. (2024) cho rằng Kazakhstan cần cải thiện giá cả cạnh tranh và chất lượng dịch vụ, trong khi Nematpour & cs. (2024) nhấn mạnh rằng sự kết hợp giữa giá hợp lý và dịch vụ tốt là điều kiện then chốt để nâng cao hài lòng và định vị điểm đến trên thị trường quốc tế.

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phân tích trắc lượng thư mục đang được sử dụng rộng rãi nhờ khả năng cung cấp cái nhìn tổng quan và khách quan về một lĩnh vực nghiên cứu cụ thể. Phân tích trắc lượng thư mục không chỉ hỗ trợ việc hiểu rõ hơn về cơ sở lý thuyết và các mô hình khái niệm NLCTĐDDL, mà còn xác định được các yếu tố quan trọng giúp nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến. Với sự hỗ trợ từ các phần mềm chuyên dụng như VOSviewer và Bibliometrix, phương pháp này mang lại những đóng góp đáng kể trong việc khám phá xu hướng và định hướng chiến lược phát triển bền vững cho ngành du lịch, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập quốc tế và phục hồi sau đại dịch COVID-19.

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, phương pháp phân tích trắc lượng thư mục được áp dụng để khám phá lĩnh vực NLCTĐDDL và các khái niệm liên quan. Hai kỹ thuật chính được sử dụng là phân tích đồng trích dẫn và phân tích đồng từ khóa, giúp đánh giá tần suất xuất hiện và mối liên hệ giữa các từ khóa, qua đó xác định các chủ đề nghiên cứu chính và hiểu sâu hơn về sự phát triển của lĩnh vực NLCTĐDDL. Đồng thời, kỹ thuật này còn hỗ trợ theo dõi xu hướng và sự mở rộng của các chủ đề nghiên cứu trong lĩnh vực này (Rybinski & Gómez-Díaz, 2016).

3.2. Thu thập dữ liệu

Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát các tài liệu dựa trên thuật toán tìm kiếm của Scopus đối với các tên của các tài liệu và ấn phẩm (article title) được trích dẫn trên hệ thống Scopus với từ khóa là “destination”, “destinations”, “competitiveness”, “competitor”, “competition”, “competitive”). Tổng cộng có 543 tài liệu trong dữ liệu Scopus. có liên quan đến NLCT điểm đến được sử dụng để phân tích sau quá trình tìm kiếm và lọc dữ liệu. Sau khi trích xuất 543 tài liệu từ cơ sở dữ liệu Scopus, nghiên cứu đã áp dụng quy trình phân tích PRISMA để sàng lọc và lựa chọn tài liệu phù hợp. Việc loại trừ được thực hiện một cách có hệ thống, dựa trên các tiêu chí chính như: (i) tài liệu không liên quan trực tiếp đến NLCTĐDDL; (ii) tài liệu không đảm bảo thông tin tối thiểu cần thiết cho phân tích (thiếu tiêu đề, từ khóa hoặc tóm tắt rõ ràng). Kết quả, 491 tài liệu có nội dung học thuật rõ ràng, liên quan chặt chẽ đến các từ khóa nghiên cứu, và có khả năng cung cấp dữ liệu định lượng cần thiết cho phân tích.

3.3. Phân tích bằng phần mềm VOSviewer và Cite Space

VOSviewer là phần mềm chuyên dụng hỗ trợ trực quan hóa và phân tích mạng lưới dữ liệu, cho phép xây dựng bản đồ các mối quan hệ giữa ấn phẩm, tác giả, tổ chức, quốc gia, từ khóa... dựa trên đồng tác giả, đồng xuất hiện, trích dẫn, liên kết thư mục hoặc đồng trích dẫn (Van Eck & Waltman, 2010). Trong nghiên cứu về NLCTĐDDL, dữ liệu được thu thập từ hệ thống Scopus và phân tích các đặc điểm như loại tài liệu, ngôn ngữ, nguồn

tài liệu, năm xuất bản, và quốc gia. Sau đó, dữ liệu được nhập vào VOSviewer để thực hiện phân tích đồng từ khóa (co-occurrence of keywords). Phân tích này tập trung vào tần suất xuất hiện của các từ khóa và mối quan hệ đồng thời giữa hai từ khóa trong cùng một tài liệu, giúp nhận diện các xu hướng nghiên cứu chính. Chỉ những từ khóa xuất hiện tối thiểu 5 lần mới được đưa vào phân tích, nhằm đảm bảo kết quả có ý nghĩa trong việc khám phá các xu hướng nghiên cứu nổi bật. Bên cạnh đó, Citespace được sử dụng để phân tích sự tiến hóa của các từ khóa theo thời gian và xác định các "burst keywords" – những từ khóa có mức độ xuất hiện tăng đột biến trong một khoảng thời gian cụ thể, minh họa trực quan về sự chuyển đổi ưu tiên nghiên cứu trong các giai đoạn trên.

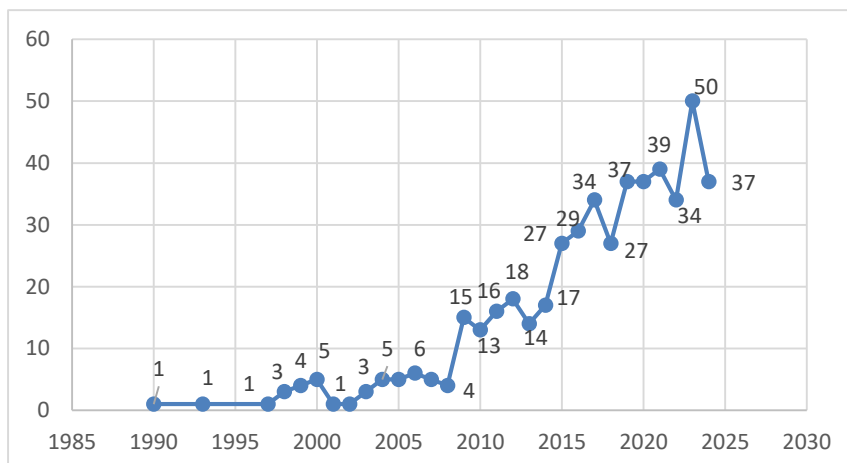
4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả phân tích trắc lượng thư mục

Mô tả mẫu nghiên cứu

Để có những nhận định và những đánh giá một cách cụ thể và chi tiết đối với xu hướng nghiên cứu về NLCT điểm đến, nghiên cứu đã tiến hành thu thập dữ liệu các tài liệu có liên quan đến NLCT điểm đến trên hệ thống cơ sở dữ liệu Scopus. Quá trình thu thập dữ liệu tập trung vào các tài liệu liên quan với từ khóa là “destination”, “destinations”, “competitiveness”, “competitor”, “competition”, “competitive”. Cụm từ tìm kiếm được áp dụng trên chủ đề với phạm vi nghiên cứu từ năm 1999 đến trước năm 2025. Tổng cộng có 491 tài liệu trong dữ liệu Scopus có liên quan đến NLCTĐĐDL được sử dụng để phân tích.

Phân tích theo thời gian xuất bản



Hình 1. Số lượng các bài báo thống kê hằng năm

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu Scopus bằng VOSviewer, 01/2025

Trong giai đoạn trước năm 2009, mỗi năm số lượng bài báo được xuất bản dưới 5 tác phẩm nhưng sau năm 2009 có sự bùng nổ về số lượng bài báo, đạt giá trị lớn nhất vào

năm 2023 với 50 ấn phẩm được xuất bản và trích dẫn trong cơ sở dữ liệu Scopus. Đặc biệt, trong giai đoạn 2019-2023 đã có 234 bài báo được xuất bản chiếm tỷ lệ 47,66% số lượng bài báo được xuất bản. Điều này cho thấy sự quan tâm ngày càng tăng của các nhà nghiên cứu trong lĩnh vực này.

4.2. Kết quả phân tích từ khóa và trích dẫn từ khóa

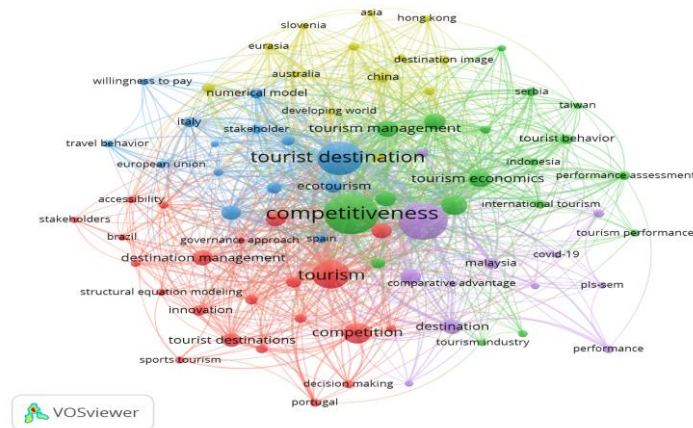
Phần đầu của phân tích này được thực hiện bằng phần mềm VOSViewer (Phiên bản 1.6.13) (Van Eck & Waltman, 2010), tạo danh mục từ khóa, tác giả, trích dẫn... xác định mối tương quan hoặc liên kết gợi ý giữa chúng. Tác giả đã lựa chọn minimum number of occurrences of a keyword is 5 (threshold), có 79 từ khóa có threshold từ 5 trở lên đối với dữ liệu Scopus được sử dụng để tiến hành phân tích. Các từ khóa có độ liên kết lớn hơn 100 được thể hiện ở Bảng 1.

Bảng 1. Xếp hạng tần xuất xuất hiện của các từ khóa

Xếp hạng	Từ khoá	Cụm	Tần suất xuất hiện	Độ mạnh liên kết tổng thể	Liên kết	Năm Xuất Bản Trung Bình
1	Competitiveness	2	171	661	77	2016
2	Tourist destination	1	115	576	76	2015
3	Destination competitiveness	1	140	349	69	2017
4	Tourism	2	80	244	64	2018
5	Tourism development	2	38	176	47	2018
6	Tourism market	2	26	162	47	2015
7	Tourism management	2	26	156	46	2015
8	Tourism economics	2	29	149	46	2013
9	Competition	2	44	126	40	2016
10	Sustainability	3	22	114	43	2019

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu Scopus bằng VOSviewer, 01/2025

Đi sâu hơn phân tích, Hình 2 cho biết kết quả biểu diễn đồ họa của các keywords theo các cụm khác nhau, với 5 nhóm (clusters) được lập nên từ kết quả phân tích của phần mềm VOSviewer đối với cơ sở dữ liệu Scopus.

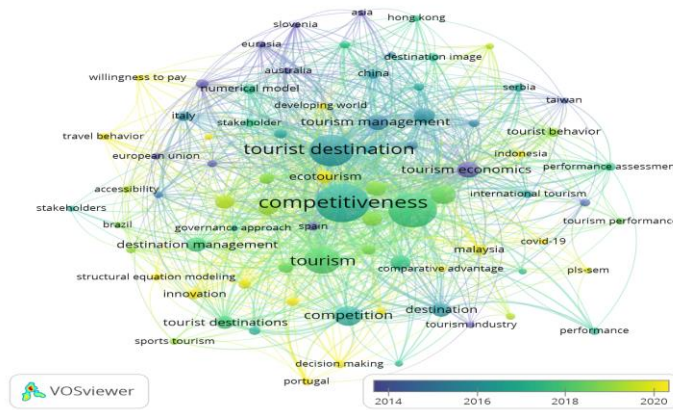


Hình 2. Các nhóm từ khoá

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu Scopus bằng VOSviewer, 01/2025

Trong đó, cụm màu đỏ (Cluser 1) thuộc khu vực nghiên cứu đối với đặc điểm cạnh tranh điểm đến du lịch. Trong cụm này chưa các từ khóa liên quan đến NLCT như ‘competition’, ‘accessibility’, ‘indicators’, ‘destination management’, ‘... Có sự khác biệt nhỏ giữa chúng là cụm 1 (màu đỏ) chứa một số loại hình du lịch (‘sport tourism’, ‘wellness tourism’....). Cụm thứ 2 (màu xanh lá cây) chứa các cụm từ liên quan đến đặc trưng của NLCTĐDDL, bao gồm ‘competitiveness’, ‘tourism management’, ‘tourism market’, ‘tourist attaction’, ‘tourist behavior’... Cụm thứ 3 (màu xanh dương), xem xét các đặc trưng bền vững của ĐDDL trong thu hút khách du lịch, bao gồm các từ khóa ‘sustainability’, ‘sustainable tourism’, ‘strategic planning’, ‘travel behavior’... Cụm thứ 4 (màu vàng) cho thấy một số hình ảnh ĐDDL có NLCT, bao gồm ‘Australia’, ‘China’, ‘Hong Kong’, ‘Eurasia’,... Cụm thứ 5 (màu tím), chứa các cụm từ liên quan đến lợi thế cạnh tranh của ĐDDL, bao gồm các từ khóa “comparative advantage”, ‘destination marketing’, ‘performance’...

Bên cạnh đó, phần mềm VOSviewer còn cung cấp khả năng phân tích sự phát triển theo thời gian của các từ khóa được phân tích. Kết quả của sự tiến hóa của các từ khóa được thể hiện ở Hình 3. Bên cạnh đó, bảng 2 cũng cho biết thời gian của các top10 từ khóa có tần suất xuất hiện lớn nhất.



Hình 3. Xu hướng phát triển của các từ khóa

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu Scopus bằng VOSviewer, 01/2025

Hầu hết các nghiên cứu chính và quan trọng được thực hiện gần đây, từ năm 2017. Trước năm 2017, các nhà nghiên cứu tập trung vào các khía cạnh của NLCT du lịch (thường là các từ khóa ‘tourism satisfaction’, ‘destination attractiveness’, ‘factors of competitiveness’, ‘destination marketing’, ‘destination branding’...); Vào giai đoạn tiếp theo, các nhà nghiên cứu tập trung vào các nghiên cứu đối với NLCT của điểm đến (các từ khóa ‘destination competitiveness’, ‘tourism destination’, ‘tourism destination competitiveness’...). Và gần đây nhất là từ năm 2021 phát triển cụ thể các loại hình du lịch để nâng cao NLCT điểm đến (các từ khóa là ‘comparative advantage’, ‘eco tourism’, ‘wellness tourism’). Phân tích cụ thể hơn mối liên kết của các từ khóa. Các liên kết này thể hiện số liên kết mà một từ khóa liên kết với các từ khóa khác. Tác giả tiến hành phân tích các liên kết giữa các từ khóa có Link cao nhất. Dựa vào kết quả thống kê ở bảng 2 tổng cộng có 5 từ khóa được lựa chọn để phân tích đó là ‘destination competitiveness’, ‘competitiveness’, ‘tourism’, ‘tourism destination’, ‘tourism competitiveness’. Kết quả cho thấy rằng, từ khóa ‘destination competitiveness’ và ‘competitiveness’ có liên kết mạnh nhất với ‘tourism’. Bên cạnh đó, còn có sự phụ thuộc lẫn nhau khá mạnh giữa ‘destination competitiveness’ và ‘Destination management’ ...

Bảng 2. Xác định những từ khóa hàng đầu dựa trên mối liên kết của các từ khóa

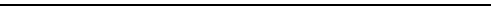
Thứ tự	Từ khoá	Liên kết	Từ khóa đồng xuất hiện	Độ mạnh của liên kết
1	Competitiveness	77	Tourist destination	102
			Destination competitiveness	43
			Tourism	40
2	Tourist destination	76	Competitiveness	102
			Destination competitiveness	47
			Tourist economics	27

			Tourist development	27
3	Destination competitiveness	69	Competitiveness	43
			Tourist destination	47
			Tourism	26
4	Tourism	64	Competitiveness	40
5	Tourism development	47	Competitiveness	27
			Tourist destination	27
6	Tourism market	47	Competitiveness	36

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu Scopus bằng VOSviewer, 01/2025

Thêm vào đó, nghiên cứu để xác định động lực của nghiên cứu trong lĩnh vực về NLCT điểm đến trong từng giai đoạn khác nhau, nghiên cứu đã tiến hành trích xuất cụm từ khóa theo sự bùng nổ trích dẫn trong giai đoạn 1995-2024 bằng cách sử dụng phần mềm Citespace. Nghiên cứu lựa chọn giai đoạn này bởi vì đây là giai đoạn có thời gian có số lượng ấn phẩm xuất bản liên tục, gia tăng số lượng nhanh chóng và có nhiều sự kiện diễn ra ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của điểm đến. Vì vậy, xem xét các xu hướng nghiên cứu đối với khả năng cạnh tranh giai đoạn này là một việc có ý nghĩa. Kết quả được trình bày ở Bảng 3, nghiên cứu có thể xác định các động lực trong nghiên cứu đối với NLCTĐDDL.

Bảng 3. Những từ khoá hàng đầu được trích dẫn nhiều nhất

Từ khoá	Năm	Cường độ	Bắt đầu	Kết thúc	1995 - 2024
tourism economics	2000	2.95	2000	2003	
destination marketing	2005	3.41	2005	2011	
eurasia	2008	5.09	2008	2009	
europe	2008	3.89	2008	2009	
economic impact	2012	3.12	2012	2012	
competition	1998	3.1	2013	2013	
performance assessment	2016	3.57	2016	2018	
tourism management	2008	3.4	2016	2017	
tourism destination	2016	4.19	2019	2020	
tourism	2016	7.73	2020	2021	

tourist destinations	2013	4.49	2021	2022	
sustainability	2021	4.22	2021	2024	
tourism competitiveness	2015	3.69	2022	2024	
destination management	2011	3.46	2022	2024	
ecotourism	2017	3.18	2023	2024	

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu Scopus bằng Citespace, 01/2025

Về vấn đề này, trong giai đoạn từ năm 2001 đến 2010, các học giả tập trung vào các khía cạnh về phát triển kinh tế du lịch và marketing điểm đến tại khu vực châu Âu và châu Á từ đó góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến (Các từ khóa đó là “Tourism economics” (kinh tế du lịch), “destination marketing” (marketing điểm đến), “Eurasia” (Á-Âu), “Europe” (Châu Âu). Trong khoảng thời gian thứ hai (từ 2010 - 2020), sự chú ý của các nhà nghiên cứu tập trung vào nghiên cứu đối với các yếu tố và đặc điểm tạo nên khả năng cạnh tranh của điểm đến, (các từ khóa “economic impact” (tác động của kinh tế), “performance assessment” (đánh giá hiệu suất), “tourism management” (quản trị du lịch), “Tourism destination” (ĐDDL).

Cuối cùng, giai đoạn cuối cùng (từ 2020 - 2024) là các nghiên cứu về hướng phát triển xanh và bảo vệ môi trường trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh điểm đến (các từ khóa xuất hiện như “sustainability” (bền vững), “ecotourism” (du lịch sinh thái), “destination management” (quản lý điểm đến)). Bên cạnh đó, nếu chúng ta tìm theo từ khóa có cường độ trích dẫn cao nhất đó là “tourism” (du lịch), “eurasia” (Á-Âu), “tourist destinations” (điểm đến du khách) (lần lượt các giá trị là 7,73, 5,09, 4,49). Cùng với một từ quan trọng khác là “sustainability” (bền vững) (4,22) và destination management (3,46). Từ thực tế này cho chúng ta có thể thấy rằng sự quan tâm mạnh mẽ đối với việc phát triển du lịch thông qua tập trung vào tính bền vững, hướng về du khách của các điểm đến, trong đó cần phải tập trung vào quản lý điểm đến.

5. Kết luận

Nghiên cứu về NLCT điểm đến đã cho thấy sự phát triển mạnh mẽ và đa dạng trong nhiều khía cạnh. Theo thời gian, số lượng các nghiên cứu đã tăng trưởng rõ rệt, đặc biệt là trong những năm gần đây, gắn liền với sự phát triển của ngành du lịch và sự thay đổi của các yếu tố kinh tế, xã hội toàn cầu. Phân tích từ khóa và trích dẫn trong nghiên cứu về NLCTĐDDL cho thấy một bức tranh tổng quan về xu hướng nghiên cứu cũng như sự phát triển của lĩnh vực này. Sử dụng các công cụ phân tích hiện đại như VOSviewer và Citespace, nghiên cứu đã làm nổi bật mối quan hệ, sự liên kết, và sự tiến hóa của các từ khóa qua thời gian. Kết quả chỉ ra rằng các từ khóa chủ đạo như “Competitiveness,”

"Tourist destination," và "Destination competitiveness" có mối liên hệ chặt chẽ, phản ánh tầm quan trọng của các chủ đề này trong việc xây dựng khái niệm và lý thuyết. Bên cạnh đó, sự phân cụm từ khóa đã giúp làm rõ các trọng tâm nghiên cứu như quản lý điểm đến, phát triển bền vững, và lợi thế cạnh tranh, thể hiện tính đa dạng trong các khía cạnh nghiên cứu. Xu hướng nghiên cứu theo thời gian cho thấy sự chuyển dịch đáng kể từ việc tập trung vào các yếu tố kinh tế và marketing điểm đến trong giai đoạn đầu, sang các nghiên cứu chuyên sâu hơn về hiệu suất và quản lý điểm đến trong giai đoạn tiếp theo, và gần đây là sự chú trọng đến phát triển bền vững, du lịch xanh, và đổi mới.

Mặc dù kết quả phân tích từ khóa và trích dẫn cho thấy bức tranh tổng quan tương đối rõ nét về tiến trình phát triển của lĩnh vực nghiên cứu NLCTĐDDL, vẫn còn tồn tại một số khoảng trống nghiên cứu cần được tiếp tục làm rõ trong các nghiên cứu tương lai. Thứ nhất, các nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào việc xây dựng mô hình khái niệm hoặc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT, song còn thiếu những nghiên cứu kiểm định mô hình một cách toàn diện trong các bối cảnh địa phương cụ thể – nơi có sự khác biệt về điều kiện kinh tế, xã hội, môi trường và mức độ phát triển du lịch. Thứ hai, mặc dù các chủ đề như phát triển bền vững, du lịch xanh và đổi mới sáng tạo đang nổi lên trong giai đoạn gần đây, nhưng mức độ tích hợp giữa các khái niệm này với lý thuyết NLCT vẫn còn hạn chế, đặc biệt là trong việc xây dựng các chỉ báo đo lường cụ thể và có thể áp dụng trong thực tiễn. Thứ ba, việc ứng dụng các công cụ số, trí tuệ nhân tạo hoặc dữ liệu lớn trong việc đánh giá NLCT điểm đến hiện vẫn còn là một hướng tiếp cận mới, chưa được khai thác đầy đủ. Do đó, nghiên cứu tương lai cần tập trung vào việc phát triển các mô hình tích hợp có khả năng giải thích tốt hơn sự vận động của NLCT trong bối cảnh chuyển đổi số và phát triển bền vững, đồng thời mở rộng phạm vi khảo sát sang các điểm đến ít được nghiên cứu, đặc biệt là ở các nền kinh tế đang phát triển và các ĐDDLnổi. Từ những khoảng trống nghiên cứu đã chỉ ra, việc định hướng các chiến lược phát triển NLCTĐDDL cần được cụ thể hóa hơn, vừa để đáp ứng yêu cầu thực tiễn, vừa để bổ sung cơ sở cho các nghiên cứu ứng dụng trong tương lai. Cần xây dựng chiến lược phát triển điểm đến dựa trên việc phát huy lợi thế so sánh và tạo lập lợi thế cạnh tranh, tập trung nâng cao chất lượng khai thác tài nguyên tự nhiên, di sản văn hóa và nguồn nhân lực du lịch. Đồng thời, cải thiện hạ tầng kỹ thuật, đặc biệt là hạ tầng số, nhằm nâng cao trải nghiệm du khách. Việc tăng cường phối hợp giữa các bên liên quan, thúc đẩy vai trò của cộng đồng địa phương, kết hợp đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và quản trị rủi ro là yếu tố then chốt để nâng cao năng lực cạnh tranh. Những định hướng này cần được cụ thể hóa bằng chính sách, chương trình hành động và quy hoạch phù hợp với từng địa phương.

Tóm lại, các kết quả phân tích không chỉ cung cấp nền tảng khoa học vững chắc mà còn mở ra hướng nghiên cứu mới cho tương lai. Việc tích hợp công nghệ, hình ảnh điểm

đến, và quản lý hình ảnh điểm đến sẽ là những chiến lược quan trọng để gia tăng lợi thế cạnh tranh cho các điểm đến trong bối cảnh thị trường du lịch toàn cầu đang thay đổi nhanh chóng. Sự kết nối chặt chẽ giữa các khía cạnh nghiên cứu cho thấy đây là một lĩnh vực phong phú, đầy triển vọng và cần tiếp tục được đầu tư nghiên cứu sâu rộng. Hạn chế của nghiên cứu này bao gồm việc dữ liệu chỉ giới hạn trong cơ sở dữ liệu Scopus, các nghiên cứu khác có thể mở rộng nguồn dữ liệu và từ khóa tìm kiếm để có cái nhìn toàn diện hơn.

Tài liệu tham khảo

- Azzopardi, E., & Nash, R. (2016). A critical evaluation of importance-performance analysis. *Tourism Management*, 56, 207-219.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2022). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation and real-time data. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18(2), 100548.
- Chen, J. S., & Gursoy, D. (2021). Tourism destination competitiveness: Understanding the implications of marketing strategy. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100819.
- Cooper, C. (2020). *Tourism: Principles and Practice (6th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2008). The Attractiveness and Competitiveness of Tourist Destinations: A Study of Southern Italian Regions. *Tourism Management*, 30(3), 336-344.
- Croes, R., & Semrad, K. (2018). Destination competitiveness: A measure of subjective wellbeing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 27-35.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152.
- Dupeyras, A., & MacCallum, N. (2013). Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document. *OECD Tourism Papers*, 2013/02.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777-788.
- Feng, R., Chen, W., & Lee, H. (2021). Sustainable tourism competitiveness in the digital era: A critical review. *Sustainability*, 13(19), 10875.
- Fernández, J. A. S., Azevedo, P. S., Martín, J. M. M., & Martín, J. A. R. (2020). Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of a synthetic index. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100582.
- Font, X., Torres-Delgado, A., Crabolu, G., Palomo Martinez, J., Kantanbacher, J., & Miller, G. (2023). The impact of sustainable tourism indicators on destination

- competitiveness: The European Tourism Indicator System. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1608-1630.
- Goffi, G. (2013). A model of tourism destination competitiveness: The case of the Italian destinations. *Annals of Tourism Research*, 43, 120-143.
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pulido-Pavón, N. (2023). Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 47, 101127.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2017). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space* (5th ed.). Routledge.
- Hanafiah, M. H., Hemdi, M. A., & Ahmad, I. (2016). Reflections on tourism destination competitiveness (TDC) determinants. *International Journal of Tourism Policy*, 6(2), 100-124. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2016.075094>
- Heath, E. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: A Southern African perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10(2), 124–141.
- Lee, T. H., & Chang, W. L. (2022). Examining factors affecting sustainable destination competitiveness: An empirical investigation. *Journal of Travel Research*, 61(8), 1742–1755.
- Mustafa, H., Omar, B., Mukhiar, S. N. S., Park, O., & Zainol, W. W. (2023). Exploring island destination competitiveness of langkawi and jeju UNESCO global geopark: Assessment from international tourists and tourism practitioners. *Tourism Planning & Development*, 20(6), 1054-1081.
- Nematpour, M., Khodadadi, M., Makian, S., & Ghaffari, M. (2024). Developing a competitive and sustainable model for the future of a destination: Iran's tourism competitiveness. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 25(1), 92-124.
- Rheeders, T. (2022). A review of the determinants of tourism destination competitiveness. *Journal of Contemporary Management*, 19(2), 238-268.
- Roman, M., Roman, M., Prus, P., & Szczepanek, M. (2020). Tourism competitiveness of rural areas: Evidence from a region in Poland. *Agriculture*, 10(11), 569.
- Rybinski, T., & Gómez-Díaz, J. A. (2016). Co-word analysis and its application in bibliometric research: Exploring trends and connections. *Scientometrics*, 108(3), 1237-1255. <https://doi.org/10.1007/s11192-016-2000-x>
- Tleuberdinova, A., Salauatova, D., & Pratt, S. (2024). Assessing tourism destination competitiveness: the case of Kazakhstan. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 16(2), 265-283.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538.
- Zhang, J., & Xie, L. (2023). Understanding destination competitiveness: Frameworks, strategies, and challenges. *International Journal of Tourism Research*, 25(1), 78–95.

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS

Tran Thi Hong Trinh

Abstract. Recent studies have reported a notable increase in the volume of research on tourism destination competitiveness, reflecting the growing importance of this topic amidst globalization and the intensifying competition among tourist destinations. This study applies a bibliometric analysis to examine research trends in tourism destination competitiveness, using data collected from scientific literature available in the Scopus database. Co-citation and co-keyword analyses were performed to clarify the foundational theories and primary research directions in this domain. After the data filtering process, a total of 491 relevant documents were analyzed using VOSviewer software combined with Citespace to examine keywords, citations, and trends. The results identified five main clusters with detailed themes: destination competitiveness, characteristics of competitiveness, sustainable development, destination image, and competitive advantage. These clusters reflect the primary research focuses, contributing to a clearer understanding of the development drivers and strategic directions for enhancing destination competitiveness.

Keywords: Bibliometric analysis; Competitiveness; Tourism destination.