



ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

Pisa VONGSILA

**NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH
CỘNG HÒA DÂN CHỦ NHÂN DÂN LÀO:
NGHIÊN CỨU TỪ PHÍA CUNG**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh

Mã số: 9.34.01.01

Đà Nẵng, năm 2024

Công trình được hoàn thành tại
Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng

Người hướng dẫn khoa học

Giảng viên hướng dẫn 1: TS. Nguyễn Thị Bích Thủy

Giảng viên hướng dẫn 2: TS. Nguyễn Quốc Tuấn

Phản biện 1: PGS.TS. Nguyễn Quyết Thắng

Phản biện 2: TS. Nguyễn Quốc Nghi

Phản biện 3: PGS.TS. Trần Trung Vinh

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận án tốt nghiệp Tiến sĩ
Quản trị kinh doanh họp tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng vào
ngày 17 tháng 5 năm 2024

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Trung tâm thông tin - Học liệu và truyền thông, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của nghiên cứu

Du lịch là một ngành hàng xuất khẩu trên toàn thế giới, du lịch đứng thứ ba sau nhiên liệu và hóa chất, và là ngành xuất khẩu hàng đầu ở nhiều nước đang phát triển (UNWTO, 2017). Ngành du lịch cũng là một động lực quan trọng hướng tới xóa đói giảm nghèo và chênh lệch khu vực, đặc biệt là ở các điểm đến mới nổi, thông qua gia tăng được việc làm và các hoạt động kinh tế đi kèm với du lịch.

Sự gia tăng nhanh chóng về số lượng các điểm đến khác nhau trên thế giới đã làm gia tăng mạnh mẽ sự cạnh tranh giữa các điểm đến (Cracolici và cộng sự, 2008; Eraqi, 2009). Bất chấp sự sụt giảm hiện tại về các dòng du lịch do đại dịch (Fotiadis và cộng sự 2020), sự cạnh tranh dự kiến sẽ còn khốc liệt hơn khi đại dịch kết thúc. Các nhà quản lý điểm đến du lịch ngày càng nhận thấy việc duy trì năng lực cạnh tranh của điểm đến là một yếu tố quan trọng để tồn tại trên thị trường du lịch năng động và bão hòa ngày nay (Luštický và Štumpf, 2021; Mat Som và cộng sự, 2021; Zainuddin và cộng sự, 2013). Thúc đẩy TDC đã trở thành một thách thức chính đối với một số quốc gia và là lĩnh vực nghiên cứu du lịch chính, với hơn một trăm bài báo được xuất bản trong 20 năm qua (Cronjé và du Plessis, 2020).

Các mô hình lý thuyết nổi tiếng nhất về năng lực cạnh tranh tổng thể của du lịch là của Crouch và Ritchie (1999), được cải tiến thêm trong Ritchie và Crouch (2000) và được mô tả chi tiết hơn trong Ritchie và Crouch (2003). Các mô hình khác về năng lực cạnh tranh của điểm đến mang tính thực nghiệm được áp dụng với mục đích phân tích vị thế cạnh tranh của các điểm đến cụ thể (Sirše và Mihalič, 1999; Dwyer và cộng sự, 2003; Enright và Newton, 2004; Gomezelj và Mihalič, 2008). Tuy nhiên vẫn có một số điểm bất đồng và chưa đạt được sự đồng thuận về cách tiếp cận và phương pháp hay nhất được sử dụng (Miličević, Mihalič, và Sever 2017). Do đó việc hiểu biết về các nghiên cứu hiện tại về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch và tiếp tục thực hiện nghiên cứu năng lực cạnh tranh của điểm du lịch là rất quan trọng.

Theo Novais (2020), trong nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của điểm đến, đo lường nó là một trong những chủ đề chính được nhiều nhà khoa học tiếp tục quan tâm. Hiểu biết về năng lực cạnh tranh của điểm đến, đo lường nó đặc biệt có ý nghĩa vì giúp cho các nhà quản lý điểm đến hiểu được vị thế cạnh tranh của họ và cung cấp thông tin cần thiết để cải thiện vị thế đó (Gmezelj và Mihalič, 2008; Abreu-Novais và cộng sự, 2016). Nghiên cứu năng lực cạnh tranh điểm đến có thể được tiếp cận từ cung, từ cầu hoặc đồng thời cả hai. Sở dĩ các nghiên cứu sử dụng phương pháp tiếp cận từ cung nhiều hơn là do đa phần cho rằng do những người trong ngành du lịch sẽ có kinh nghiệm, thông tin, kiến thức về tài nguyên đáp ứng nhu cầu của du khách cùng các hoạt động quản lý điểm đến và chính sách cho phát triển du lịch nên có thể đánh giá tốt hơn các thuộc tính về năng lực cạnh tranh của một điểm đến. Đặc biệt những nghiên cứu về TDC du lịch hầu như chưa được thực hiện ở những nền kinh tế kém phát triển.

Trong những năm qua, nước CHDCND Lào đã xác định du lịch là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn. Chính phủ Lào ưu tiên thúc đẩy du lịch đã góp phần giúp nền kinh tế Lào phát triển và đưa vẻ đẹp thanh bình, êm ả của đất nước Lào đến với bạn bè quốc tế. Mặc dù đã có những chuyển biến tích cực, tiềm năng đa dạng và đạt được tăng trưởng đáng

kê, song du lịch của nước CHDCND Lào chưa thực sự phát triển tương xứng với tiềm năng, tăng trưởng của du lịch còn thấp.

Từ luận giải những lý do trên, đề tài nghiên cứu để xác định mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh cho điểm đến du lịch của CHDCND Lào là cần thiết, có ý nghĩa đóng góp về lý luận và thực tiễn. Bên cạnh đó, đề tài thực hiện đánh mức độ cạnh tranh được đo lường cụ thể với các đặc điểm địa lý, kinh tế xã hội văn hóa riêng có của nước CHDCND Lào cũng như đánh giá được việc thực thi phân bổ nguồn lực hiện nay. Trên cơ sở đó để có những chính sách và giải pháp phù hợp nhằm cải thiện năng lực cạnh tranh của du lịch ở đây thu hút du khách trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt của thị trường du lịch trong khu vực và thế giới, từ đó CHDCND Lào có thể hướng đến sự phát triển du lịch bền vững.

2. Tổng quan nghiên cứu về năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch

Kết quả phân tích nội dung từ các ấn phẩm mà nghiên cứu chủ đề này tập trung vào đã cho thấy:

- *Về vai trò của năng lực cạnh tranh của điểm đến:* Từ những năm 1980, một số học giả đã nắm bắt tầm quan trọng của năng lực cạnh tranh của điểm đến và nỗ lực xác định các yếu tố góp phần làm cho một điểm đến trở nên cạnh tranh hơn cũng như xác định cách các điểm đến cạnh tranh và hoạt động với nhau (ví dụ: Bahar & Kozak, 2007; Crouch, 2010; Crouch & Ritchie, 1999; 2000; Dwyer & Kim, 2003; Heath, 2003). Năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch là điều quan trọng để một điểm đến có được vị trí thuận lợi trên thị trường du lịch thế giới và duy trì LTCT (Leung & Baloglu, 2013).

- *Về định nghĩa năng lực cạnh tranh điểm đến:* Trong bối cảnh ngành du lịch năng lực cạnh tranh của điểm đến, giống như năng lực cạnh tranh nói chung, là một khái niệm phức tạp và đa nghĩa (Cracolici & Nijkamp, 2009; Li và cộng sự, 2013). Vẫn có sự chưa thống nhất hoàn toàn trong tài liệu về năng lực cạnh tranh đòi hỏi những gì (Hamarneh, 2015) do có sự khác biệt giữa các định nghĩa, các yếu tố cạnh tranh của điểm đến du lịch.

- *Về các khía cạnh và thuộc tính xác định năng lực cạnh tranh điểm đến:* Các nghiên cứu đầy đủ về năng lực cạnh tranh du lịch đã được phát triển đầu tiên bởi Crouch và Ritchie (1994, 1995, 1999), Ritchie và Crouch (2000, 2003). Sau đó Dwyer đã phát triển một mô hình toàn diện về TDC (Dwyer, Livaic, & Mellor 2003) tập trung vào việc xác định một bộ chỉ số, phân loại thành bảy nhóm lớn (Nguồn lực ưu đãi, Nguồn lực được tạo ra, Yếu tố hỗ trợ, Quản lý điểm đến, Điều kiện tình huống, Yếu tố nhu cầu và Chỉ số hoạt động thị trường). Những đóng góp khác gần đây hơn tập trung vào việc lý thuyết hóa và phát triển các mô hình TDC là của Cvelbar, Dwyer, Koman và Mihalič (2016), Andrades-Caldito, Sanchez-Rivero và Pulido-Fernandez (2014), Goffi (2013). Mặt khác, một số tác giả đã liên kết khái niệm năng lực cạnh tranh với khái niệm bền vững (Ritchie & Crouch, 2000; Hassan, 2000; Mihalic, 2000; Heath, 2002).

- *Về phương pháp tiếp cận đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch:* Nghiên cứu TDC đã được thực hiện tiếp cận từ cung hoặc từ cầu hoặc đồng thời cả hai. Tuy nhiên, một số quan điểm cho rằng khách du lịch là những người xác định một phần năng lực cạnh tranh của một điểm đến khi họ quyết định đến quốc gia nào nên đến hay không (như Andrades- Calditoetal., 2014), vì thế họ cho rằng cần tiếp cận nghiên cứu từ cầu.

- Về các điểm đến được nghiên cứu: Nhiều trong số các nghiên cứu về TDC ban đầu không dựa trên một quốc gia/lục địa cụ thể, mà là các nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của ngành du lịch hoặc điểm đến nói chung.

Thứ nhất, các nghiên cứu ứng dụng đầu tiên nhằm đánh giá TDC ở cấp quốc gia hoặc khu vực đã có từ gần hai thập kỷ trước (Sirše và Mihalič, 1999; Kim và Dwyer, 2003; Dwyer và cộng sự, 2004; Hudson, Ritchie và Timur, 2004; Enright và Newton, 2004) nhưng hầu như không có bằng chứng từ các quốc gia có nền kinh tế kém phát triển.

Thứ hai, vẫn chưa có mô hình lợi thế cạnh tranh điểm đến du lịch phù hợp với các đặc điểm địa lý, nhân khẩu học và kinh tế văn hóa xã hội riêng có của nước CHDCND Lào. Định nghĩa và đo lường của nó vẫn còn gây tranh cãi tùy thuộc vào thời điểm và nơi nó được áp dụng (Croes và Semrad, 2018).

3. Câu hỏi nghiên cứu

1. Mô hình với những yếu tố và các thuộc tính nào cấu thành năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch nước CHDCND Lào theo hướng phát triển du lịch bền vững theo quan điểm từ phía cung?

2. Năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch nước CHDCND Lào theo mô hình xác định được đánh giá như thế nào?

3. Xác định được nguồn lực hiện tại đang được đầu tư trong việc thực hiện được TDC nước CHDCND Lào như thế nào và cần điều chỉnh phân bổ lại ra sao nhằm thúc đẩy tốt hơn TDC bền vững nước CHDCND Lào trong thời gian tới?

4. Mục tiêu nghiên cứu của luận án

Mục tiêu chung

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và phương pháp luận về TDC du lịch theo hướng phát triển du lịch bền vững từ phía cung, luận án đề xuất và kiểm định mô hình tổng thể và đơn giản với những yếu tố và thuộc tính cấu thành và thực hiện đánh giá thực tiễn TDC nước CHDCND Lào. Ngoài ra luận án còn phân tích để xác định sự hợp lý trong việc đầu tư nguồn lực hiện tại đối với TDC của Lào. Trên cơ sở những kết quả nghiên cứu luận án đề xuất những định hướng quản trị để tăng cường được TDC du lịch nước CHDCND Lào trong thời gian tới theo hướng bền vững.

Mục tiêu cụ thể

1. Hệ thống hóa, làm rõ những vấn đề lý luận và phương pháp luận về đánh giá TDC theo hướng phát triển du lịch bền vững.

2. Đề xuất và kiểm định một mô hình tổng thể với các yếu tố và thuộc tính giá trị và tin cậy cấu thành TDC nước CHDCND Lào theo hướng phát triển du lịch bền vững theo quan điểm từ phía cung.

3. Đánh giá TDC du lịch của nước CHDCND Lào với các khía cạnh đã xác định theo mô hình được kiểm định.

4. Sử dụng phân tích tầm quan trọng và hiệu suất thực hiện (IPA) để đánh giá được việc phân bổ các nguồn lực cho các yếu tố TDC nước CHDCND Lào hiện nay, từ đó đề

xuất những định hướng quản trị để tăng cường được TDC du lịch nước CHDCND Lào trong thời gian tới theo hướng bền vững.

5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là những vấn đề lý luận và nghiên cứu thực tiễn về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch.

Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung nghiên cứu: Tập trung nghiên cứu làm rõ các khái niệm về điểm đến và các cấp độ điểm đến, TDC du lịch, các vấn đề lý luận và phương pháp luận về đánh giá TDC du lịch.

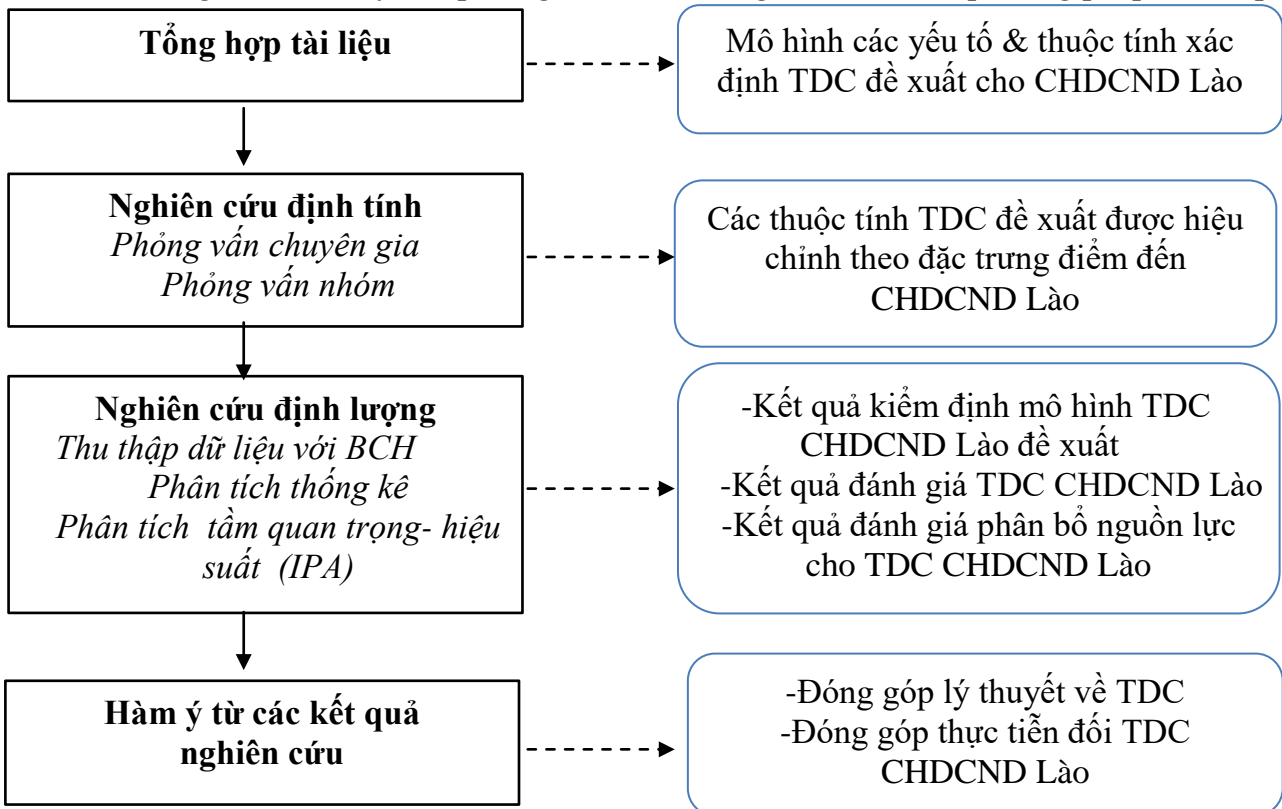
Về đối tượng khảo sát: Luận án này sẽ thực hiện nghiên cứu từ phía cung, dữ liệu được thu thập phản ánh quan điểm từ các bên liên quan cung cấp sản phẩm điểm đến du lịch Lào.

Về không gian: Nghiên cứu đối với điểm đến du lịch quốc gia là CHDCND Lào, với sự tiếp cận trên cơ sở quan điểm của những nhà nghiên cứu cho rằng không cần thực hiện sự so sánh rõ ràng với điểm đến khác mà giả định có một sự so sánh ngầm và chỉ khám phá một điểm đến cụ thể.

Về thời gian: Các số liệu thứ cấp thu thập chủ yếu cho giai đoạn 2015-2023; dữ liệu sơ cấp định tính và định lượng thu thập trong các năm 2021 và 2022. Định hướng và giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh được luận giải và đề xuất đến năm 2025, tầm nhìn 2030.

6. Khung nghiên cứu

Khung nghiên cứu của luận án được khái quát ở hình 1.1. Trên cơ sở câu hỏi nghiên cứu đề xuất, nghiên cứu này đã áp dụng một thiết kế nghiên cứu theo phương pháp hỗn hợp.



Hình 1.1. Khung nghiên cứu

7. Ý nghĩa của nghiên cứu

Về góc độ lý thuyết: Kết quả của nghiên cứu này góp phần củng cố lý thuyết về mô hình thực nghiệm để đánh giá TDC đối với nền kinh tế kém phát triển, nghiên cứu này xem xét từ hệ thống các lý thuyết để lựa chọn và xác định mô hình TDC thể hiện các đặc điểm địa lý, nhân khẩu học và kinh tế xã hội độc đáo của nước CHDCND Lào, một nền kinh tế đang kém phát triển.

Nghiên cứu này sẽ góp phần xem xét xem tính bền vững có đóng vai trò trong việc giải thích khả năng cạnh tranh của điểm đến ở các nước kém phát triển hay không.

Về phương diện thực tiễn: Các bên liên quan của ngành du lịch của nước CHDCND Lào phải hiểu biết nhiều hơn về chủ đề này và biết được năng lực cạnh tranh hiện tại của điểm đến này cũng như những gì cần phải được ưu tiên tập trung cải thiện. Do đó, nghiên cứu này có năng lực đóng góp vào việc giám sát hiệu quả hơn và cải thiện mối quan hệ giữa các nhà quản lý điểm đến của các bên liên quan khác nhau. Nghiên cứu này cũng nhận diện được sự hợp lý trong việc đầu tư nguồn lực cho TDC để từ đó hỗ trợ kế hoạch chiến lược phát triển du lịch của CHDCND Lào.

8. Cấu trúc của luận án

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận án được cấu trúc thành những chương như sau:

Chương 1. Cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh điểm đến.

Chương 2. Phát triển mô hình và thiết kế nghiên cứu đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào.

Chương 3. Kết quả nghiên cứu.

Chương 4. Kết luận và các hàm ý quản trị.

CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

1.1. Điểm đến du lịch

1.1.1. Ngành du lịch và vai trò của ngành du lịch đối phát triển nền kinh tế

Du lịch phát triển thúc đẩy các ngành kinh tế hỗ trợ phát triển theo như giao thông vận tải, bưu chính viễn thông, bảo hiểm, dịch vụ tài chính... Ngành du lịch phát triển cũng đem lại một thị trường tiêu thụ hàng hóa rộng lớn; từ đó thúc đẩy tăng trưởng nhanh tổng sản phẩm kinh tế quốc dân. Ngoài ra, du lịch quốc tế phát triển cũng giúp củng cố và phát triển mối quan hệ kinh tế với các nước trên thế giới cũng như thúc đẩy phát triển giao thông quốc tế. (Go & Govers, 2000; Gooroochurn & Sugiyarto, 2005; Mazanecetal., 2007).

Ngành du lịch đã tạo ra hàng triệu việc làm cho nhiều lao động. Ngành du lịch cũng giải quyết việc làm cho nhiều người dân vùng nông thôn, góp phần giảm quá trình đô thị hóa trong quá trình phát triển du lịch.

Đối với nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào, Du lịch phát triển giúp truyền bá văn hóa với hình ảnh đất nước; con người Lào cho bạn bè quốc tế; đồng thời cũng là phương tiện quảng bá hàng hóa Lào ra thị trường nước ngoài hiệu quả.

1.1.2. Điểm đến du lịch

1.1.2.1. Khái niệm điểm đến du lịch

Điểm đến là sự kết hợp của các sản phẩm du lịch, mang lại trải nghiệm tích hợp cho người tiêu dùng. Quan điểm truyền thống về điểm đến nhấn mạnh vào định hướng địa lý và do đó điểm đến thường được coi là khu vực địa lý được xác định (Maitland 1997). Tuy nhiên, người ta ngày càng thừa nhận rằng điểm đến cũng có thể là một khái niệm cảm tính, tùy thuộc vào hành trình du lịch của du khách.

Với mục tiêu của nghiên cứu này, điểm đến được coi là một khu vực địa lý xác định, được du khách hiểu như một thực thể độc lập, có khuôn khổ chính trị và pháp lý để quản lý. Điều này cho phép các Tổ chức Quản lý Điểm đến (DMO) chịu trách nhiệm về việc qui hoạch phát triển sản phẩm du lịch, lập kế hoạch và tiếp thị du lịch theo khu vực mình quản lý, đồng thời có quyền lực và nguồn lực để thực hiện hành động nhằm nhằm tạo nên lợi thế cạnh tranh, đạt được các mục tiêu chiến lược của mình. Do đó, điểm đến cần cung cấp một tập hợp các sản phẩm và dịch vụ cho khách du lịch được tiêu thụ dưới thương hiệu của nó.

Hầu hết các điểm đến bao gồm cốt lõi của các thành phần được mô tả theo khuôn khổ sáu chữ A: Các yếu tố thu hút (Attractions), Khả năng tiếp cận (Accessibility), Tiện nghi (Amenities), Gói có sẵn (Available packages), Hoạt động (Activities), Dịch vụ phụ trợ (Ancillary services).

1.1.2.2. Các loại hình điểm đến du lịch

Phát triển một loại hình điểm đến là một nhiệm vụ khó khăn khi những du khách khác nhau sử dụng điểm đến cho những mục đích khác nhau. Tuy nhiên phần lớn các điểm đến có thể được phân loại theo một số loại thể hiện sự hấp dẫn cơ bản của chúng. Hiểu và đánh giá loại hình điểm đến cho phép các nhà tiếp thị phát triển và tiếp thị điểm đến phù hợp, tạo nên lợi thế cạnh tranh để đưa chúng đến các thị trường mục tiêu thích hợp, bao gồm: điểm đến đô thị, Điểm đến ven biển và các khu nghỉ dưỡng, Các điểm đến ở vùng núi cao, Điểm đến du lịch nông thôn, Các điểm đến ở các quốc gia Thế giới thứ ba, điểm đến được gắn nhãn hiệu độc đáo-kỳ lạ-duy nhất

1.2. Các lý thuyết nền tảng cho nghiên cứu về TDC

Các lý thuyết đầu tiên làm cơ sở nền tảng cho nghiên cứu về TDC bao gồm hai lý thuyết là lý thuyết về lợi thế so sánh (Ricardo, 1891) và lý thuyết về LTCT (Porter, 1985).

1.2.1. Lý thuyết lợi thế so sánh

Lý thuyết lợi thế so sánh được David Ricardo phát triển đầu của thế kỷ XIX. Các quốc gia có thể không có lợi thế tuyệt đối về sản xuất bất kỳ hàng hóa nào sẽ có lợi thế so sánh trong việc sản xuất ít nhất một mặt hàng. Việc đánh giá chi phí cơ hội giữa các quốc gia này khuyến khích chuyên môn hóa và do đó có trao đổi thương mại. Quan điểm chính của lý thuyết tân cổ điển này là thương mại quốc tế cho phép tổng phúc lợi kinh tế tăng lên và tất cả các quốc gia phát triển mạnh mẽ khi họ chuyên môn hóa những sản phẩm hoặc hoạt động mà họ có lợi thế so sánh (De Grauwe, 2010; Ritchie & Crouch, 2003).

1.2.2. Lý thuyết lợi thế cạnh tranh

Lý thuyết về LTCT, đặt trọng tâm vào các hoạt động giá trị gia tăng hơn là các nguồn lực, đã nhanh chóng trở nên nổi tiếng như một lời giải thích cho các mô hình thương mại và thành công kinh tế. Mô hình của Porter, còn được gọi là “viên kim cương động”, bao gồm bốn yếu tố chính mà ông cho rằng sẽ thúc đẩy hoặc cản trở LTCT của các DN hoạt động trong một quốc gia (Porter, 1990). Bốn yếu tố trong mô hình kim cương cạnh tranh của

Porter là (1) điều kiện về yếu tố, (2) điều kiện về cầu, (3) các ngành hỗ trợ và liên quan và (4) chiến lược, cấu trúc và sự cạnh tranh của công ty.

1.2.3. Lý thuyết các bên liên quan

Lý thuyết các bên liên quan là một lý thuyết về tổ chức quản lý nhằm xác định và giải thích mối quan hệ và trách nhiệm của một tổ chức đối với các thành phần của nó (Dempsey, 2009). Được giới thiệu lần đầu tiên bởi Ansoff (1965), và được hình thành với công trình chính của Freeman (1984), quan điểm này xuất hiện trong bối cảnh ngày càng có nhiều mối quan tâm đến các tác động xã hội và môi trường của các tập đoàn. Theo đó, quan điểm này được coi là một nền tảng cung cấp các công cụ cần thiết để quản lý và cân bằng các bên có lợi ích và nhu cầu khác nhau (Timur & Getz, 2008).

Nhìn chung, có hai quan điểm về những gì cấu thành một bên liên quan. Một trong những quan điểm rộng nhất trong tài liệu là của Freeman (1984), người đã định nghĩa một bên liên quan là “bất kỳ nhóm hoặc cá nhân nào có thể ảnh hưởng hoặc bị ảnh hưởng bởi việc đạt được các mục tiêu của tổ chức” Trong bối cảnh cụ thể của du lịch, định nghĩa của Freeman (1984) giả định vị trí thống trị (García-Rosell, Haanpää, Kylänen, & Markuksela 2007).

1.3. Năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch

1.3.1. Định nghĩa năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch

Phân tích sâu thêm về các định nghĩa cho thấy ba khía cạnh chung. *Đầu tiên* là liên quan đến khía cạnh kinh tế của năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch. *Khía cạnh thứ hai* được xác định trong nhiều định nghĩa về năng lực cạnh tranh là khái niệm về sự thu hút và hài lòng (Crouch & Ritchie, 2003; Enright & Newton, 2004; Ritchie & Crouch, 1993), đề cập đến năng lực của một điểm đến ngày càng thu hút và làm hài lòng khách du lịch tiềm năng. *Khía cạnh thứ ba* được xác định trong hầu hết các định nghĩa về năng lực cạnh tranh của điểm đến liên quan đến tính bền vững.

Trên cơ sở phân tích ở trên, nghiên cứu này tiếp cận TDC theo quan điểm như sau: *Khả năng tăng chi tiêu du lịch, ngày càng thu hút du khách, đồng thời cung cấp cho họ những trải nghiệm hài lòng, đáng nhớ và làm như vậy một cách sinh lợi, đồng thời nâng cao phúc lợi của cư dân điểm đến và bảo tồn vốn tự nhiên của điểm đến cho các thế hệ tương lai* (Ritchie và Crouch (2003).

1.3.2. Các yếu tố của năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch

1.3.2.1. Các mô hình nền tảng về năng lực cạnh tranh của điểm đến

Mô hình của Crouch and Ritchie's (1999, 2000, 2003) xác định 36 yếu tố TDC được nhóm lại thành năm thành phần/khía cạnh chính. Mô hình gồm khía cạnh thứ nhất là *các nguồn lực và các yếu tố hỗ trợ cơ bản*. Khía cạnh thứ hai là *các nguồn lực cốt lõi và các điểm thu hút*. Khía cạnh thứ ba là yếu tố *quản lý điểm đến*. Ở mô hình của Crouch và Ritchie's (1999), hạng mục này đã đồng nhất với việc *hoạch chính sách và phát triển điểm đến*. Khía cạnh cuối cùng, *các yếu tố quyết định điều kiện và khuếch tán*.

Mô hình của Dwyer and Kim's (2003) Mô hình hiển thị tám chủ đề chính: tài nguyên cốt lõi (tài nguyên được ưu đãi và tạo ra); các yếu tố hỗ trợ và nguồn lực (cơ sở hạ tầng chung, chất lượng dịch vụ, năng lực tiếp cận); các yếu tố quản lý điểm đến (các hoạt động và chức năng); điều kiện nhu cầu (nhận thức, cảm nhận và sở thích); các điều kiện tình huống (kinh tế, xã hội, văn hóa, nhân khẩu học, môi trường, chính trị, v.v.) và các chỉ số

hoạt động thị trường.

Mô hình của Hassan (2000) bốn yếu tố chính quyết định đến năng lực cạnh tranh của thị trường. Bốn yếu tố quyết định bao gồm: (1) Lợi thế so sánh; (2) Định hướng nhu cầu; (3) Sự tồn tại của cấu trúc ngành; và (4) Cam kết của điểm đến đối với môi trường.

Mô hình của Heath's (2003) tượng trưng cho một chiến lược về năng lực cạnh tranh như một chiến lược xây nhà. Nền tảng bao gồm các yếu tố chính: “thu hút”, “không thể thương lượng”, “hỗ trợ”, “gia tăng giá trị”, “nhân viên hỗ trợ” và “những thúc đẩy trải nghiệm”.

Một số mô hình khác về TDC: De Keyser & Vanhove (1994); Hassan (2000) đã được phát triển để giải thích TDC, Họ cho rằng việc phân tích vị thế cạnh tranh cần xem xét đến 5 nhóm yếu tố cạnh tranh: chính sách du lịch, kinh tế vĩ mô, các yếu tố cung, vận tải và cầu.

1.3.2.2. Các yếu tố năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

Mô hình tập hợp các yếu tố chính của năng lực cạnh tranh quốc gia và doanh nghiệp đã được đề xuất trong các tài liệu bởi các nhà nghiên cứu du lịch khác nhau, đặc biệt là Crouch và Ritchie (2000) trong khuôn khổ toàn diện về khả năng cạnh tranh của điểm đến, và sau đó được điều chỉnh bởi Dwyer và Kim (2003). Năng lực cạnh tranh điểm đến không phải là mục tiêu cuối cùng của việc hoạch định chính sách mà là mục tiêu trung gian hướng tới mục tiêu thịnh vượng kinh tế khu vực, quốc gia. Các yếu tố được tích hợp xác định năng lực cạnh tranh của điểm đến được xem xét cụ thể.

1.3.3. Năng lực cạnh tranh với phát triển bền vững điểm đến du lịch

1.3.3.1. Phát triển bền vững du lịch

Du lịch bền vững có nghĩa là đạt được sự cân bằng giữa kinh tế, môi trường và xã hội trong hệ thống phát triển để không có khía cạnh này lấn át những khía cạnh khác (Farrell, 1992). Owen et al. (1993) cho rằng khái niệm phát triển bền vững không nhất thiết phải phù hợp với tăng trưởng kinh tế. Phát triển bền vững chấp nhận một thực tế là xóa đói giảm nghèo, cải thiện chất lượng cuộc sống và bảo tồn môi trường và đòi hỏi sự thịnh vượng về kinh tế, tuy nhiên cần cân nhắc cân đối sao cho nhu cầu không vượt quá tài nguyên thiên nhiên.

1.3.3.2. Năng lực cạnh tranh với phát triển bền vững du lịch của điểm đến

Hầu hết các tác giả dường như đồng ý rằng một điểm đến cạnh tranh có thể bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và văn hóa và cung cấp phúc lợi lâu dài cho người dân bằng cách chuyển giao những trải nghiệm hài lòng hơn là đối thủ cạnh tranh (Cucculelli và Goffi, 2014). Ritchie và Crouch (2003) tin rằng một giải pháp bền vững phải cố gắng thiết lập sự cân bằng đúng đắn giữa bốn trụ cột bổ sung (kinh tế, văn hóa xã hội, chính trị và môi trường) để không có điểm yếu nào còn thấy trong hệ thống bền vững. Chắc chắn, các bên liên quan đến du lịch đóng một vai trò quan trọng trong sự phát triển và tính bền vững của du lịch tại các điểm đến. Các bên liên quan là những nhân tố góp phần cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh và tối đa hóa lợi ích. Các điểm du lịch thường được quản lý bởi các bên liên quan khác nhau trong một chuỗi giá trị (Bieger, 2008).

1.3.4. Các nghiên cứu đánh giá về năng lực cạnh tranh các điểm đến du lịch

Bảng 1.2 sau đây tổng hợp một số những nghiên cứu đã được thực hiện để đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến các quốc gia và vùng lớn trong một quốc gia.

*Bảng 1.2. Đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến của các quốc gia/vùng thuộc quốc gia, các nghiên cứu đã công bố***Table 2. Evaluating destination competitiveness of specific countries, published studies**

Tác giả	Tình huống NC	Loại nghiên cứu		Nguồn dữ liệu		Số lượng nhân tố/ thuộc tính	Phương pháp	Số lượng người trả lời
		Định lượng	Định tính	Các bên liên quan	Du khách			
Sirše and Mihalič (1999)	Slovenia	X		X			Means, SD	25 chuyên gia ngành du lịch
Kim and Dwyer (2003)	South KoreaAustralia	X		X		7/32	Means, SD	Các bên liên quan ngành DL: 162 Hàn quốc & 132 Úc
Dwyer, Livaic and Mellor (2003)	Australia	X		X		6/83	Means, SD	123 bên liên quan ngành DL
Hudson, Ritchie and Timur (2004)	Canada, Mountain Region	X		X		5/42	Means, SD	130 bên liên quan ngành DL
Enright and Newton (2004)	Hong Kong	X		X		1/37	Means, SD, IPA	183 nhà quản trị khách sạn, lữ hành, điều hành tour, lữ hành
Gomezelj & Mihalič (2008)	Slovenia	X		X		6/85	Means, SD	118 các nhà quản trị công & tư ngành du lịch
Kozak, Baloğlu & Bahar (2009)	Turkey	X			X	4/23	PCA	881 du khách
Pike (2011)	Australia, Sunshine Coast	X			X	/173	Mean, IPA	3000 du khách
Armenski et al. (2012)	Serbia and Slovenia	X		X		6/85	Means, SD	Các bên liên quan ngành DL: 140 Serbian+118 Slovenian
Dragičević et al. (2012)	Vojvodina Province	X		X		6/59	Means, SD	118 các bên liên quan ngành DL
Dwyer et al. (2012)	Slovenia	X		X		6/49	Mean, IPA	81 Các bên liên quan ngành DL
Wang , Hsu, and Swanson (2012)	China	X		X			SEM	235 tourism practitioners
Mulec and Wise (2013)	Serbia, Vojvodina Region	X		X			Means, SD	113 các bên liên quan ngành DL
Bagaric and Žitinic (2013)	Croatia, Kvarner Region	X		X		6/85	Means, SD	107 các bên liên quan ngành DL
Andrades-Caldito et al. (2014)	Spain, Andalusia	X			X		SEM	4,195 du khách

Dwyer et al. (2014)	Serbia	X		X		6/51	Mean, IPA	270 các bên liên quan ngành DL
Pansiri (2014)	Botswana	X		X	X	16/100	PCA, Gap analysis	213 nhà cung cấp du lịch / 298 du khách
Azzopardi and Nash (2015)	Malta		X	X			In-Depth interviews	35 chuyên gia ngành du lịch
Chin, Haddock-Fraser and Hampton (2015)	Indonesia, Bali Province		X	X		3/9	Semistructured interviews	23 các bên liên quan ngành DL
Correia Loureiro & Sarmento Ferreira (2015)	São Tomé and Príncipe		X	X			In-Depth interviews	27 các bên liên quan ngành DL
Zhou et al. (2015)	USA, West Virginia	X			X	4/25	PCA	891 du khách
Chen et al. (2016)	Taiwan, Kinmen Island	X			X		Means, SD, PCA	577 du khách
Topolansky Barbe et al. (2016)	Uruguay, rural region	X		X	X*	6/87	Means, SD	76 các bên liên quan ngành DL ở nông thôn và 109 du khách Đức tiềm năng
Aqueveque and Bianchi (2017)	Chile		X	X			Semistructured interviews	13 các bên liên quan ngành DL
Weldearegay (2017)	Ethiopia	X			X	7/30	Mean, IPA	384 du khách
Albayrak et al. (2018)	Costa Brava (Spain) and Antalya (Turkey)	X			X		Mean, IPA	141+110 du khách
Djeri et al. (2018)	Serbia, Jablanica district	X			X	7/32	Mean, IPA	378 du khách
Drakulić Kovačević et al. (2018)	Serbia, South Banat District	X		X			Means, SD	95 chủ doanh nghiệp và nhà quản trị ngành DL
Djeri et al. (2018)	Jablanica District, Serbia	X			X	7/31	PCA, IPA	378 du khách
Reisinger, Michael and Hayes (2019)	United Arab Emirates	X			X		Regression	218 du khách
Sundram and Gani (2022)	Mabul Island, Sabah	X			X	6/57	PCA, IPA	386 du khách
Goffi và Cucculelli, 2014	small Italian destinations	X		X	X	13/52	PCA, Mean	1.220 các bên liên quan chủ chốt ngành DL
Cucculelli và Goffi, 2016	Italy	X		X	X	13/55	PCA, Mean	550 các bên liên quan ngành DL
Cuccinelli và cộng sự, 2018	Italian outstanding SMDs	X		X	X	13/60	PCA, Mean	628 các bên liên quan ngành DL

CHƯƠNG 2 PHÁT TRIỂN MÔ HÌNH VÀ THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH CHDCND LÀO

2.1. Tổng quan về điểm đến du lịch Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào

2.1.1. Khái quát về tiềm năng các điểm du lịch của nước CHDCND Lào

Bất cứ nơi nào trên đất nước Lào, du khách sẽ bắt gặp những khung cảnh ngoạn mục, những món ăn ngon và nụ cười thân thiện.

Tính đến năm 2020, Lào có hơn 600 di tích thắng cảnh, trong đó có hơn 250 di tích được xếp hạng di tích quốc gia và hơn 350 di tích được xếp hạng cấp tỉnh. Mật độ và số lượng di tích nhiều nhất ở các tỉnh vùng đồng bằng sông Mekong với tỷ lệ chiếm khoảng 60% di tích của Lào.

Đến nay, Lào có 1.145 địa điểm du lịch thiên nhiên, 534 địa điểm du lịch văn hóa và 278 địa điểm du lịch lịch sử. Thời gian qua, các cơ sở hạ tầng, các điều kiện thuận lợi cho du lịch đã liên tục được cải thiện; các địa phương đã điều chỉnh, cải tạo các địa điểm du lịch hoàn thành các tuyến đường đi vào địa điểm du lịch; cải tạo các nhà vệ sinh công cộng theo tiêu chuẩn ASEAN; cải thiện chất lượng các khách sạn, nhà nghỉ, chợ, cửa hàng đồ lưu niệm, cửa hàng ăn uống, nâng cao chất lượng các dịch vụ... nhằm đạt mục tiêu thu hút hơn 3 triệu lượt du khách trong và ngoài nước trong năm 2022. Thời gian qua, BTTVHDL Lào đã phối hợp với các ngành, địa phương tổ chức nhiều hoạt động nhằm phục hồi ngành du lịch của nước CHDCND Lào bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19.

2.1.2. Kết quả hoạt động của ngành du lịch của nước CHDCND Lào trong thời gian qua

Bộ trưởng Thông tin, Văn hóa và du lịch Bosengkham Vongdara cho biết, năm 2015, Lào đã đón trên 4,6 triệu lượt khách quốc tế, tạo nguồn thu nhập cho ngân sách nhà nước trên 700 triệu USD, tăng 13% so với năm 2014. Trong vòng thời gian 4 năm từ 2016 -2019 trước sự bùng phát của dịch bệnh Covid 19, Lào được đón hơn 22 triệu lượt khách du lịch quốc tế. Về cơ sở vật chất, Lào có 2.579 khách sạn, nhà khách đang hoạt động, 34 trung tâm du lịch cung cấp cho du khách các thông tin về các địa điểm du lịch và thông tin cần thiết.

Qua bảng trên ta thấy năm 2017 số lượng khách quốc tế du lịch của nước CHDCND Lào có xu hướng giảm xuống so với năm trước là giảm -8,7 %. Những năm tiếp theo vì sự chỉ đạo của các ban ngành liên quan đến ngành du lịch cải thiện chất lượng các khách sạn, nhà nghỉ, chợ, cửa hàng đồ lưu niệm, cửa hàng ăn uống, nâng cao chất lượng các dịch vụ cho nên năm 2018 và 2019 xu hướng khách du lịch của nước CHDCND Lào đã tăng lên đến so với năm trước là 8,2 và 14,4% trong năm 2019. Đối với khách du lịch nội địa người Lào thì mỗi năm cũng có xu hướng tăng lên nhưng cho đến năm 2019 lại có xu hướng giảm xuống.

Từ năm 2020, dịch Covid-19 đã làm cho ngành du lịch của Lào đã bị ảnh hưởng nặng nề, các DN hoạt động trong lĩnh vực du lịch đã phải tạm dừng các dịch vụ, các biện pháp hạn chế xuất-nhập cảnh và đi lại trong nước đã làm cho lượng khách du lịch sụt giảm.

Để phục hồi ngành du lịch thời gian qua, BTTVHDL Lào đã tổ chức thành công các hội nghị phổ biến các tiêu chuẩn du lịch của ASEAN, đồng thời phối hợp với các ngành, địa phương

tổ chức nhiều hoạt động nhằm phục hồi ngành du lịch của nước CHDCND Lào bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19.

Tốc độ tăng trưởng số lượng khách quốc tế sang du lịch của nước CHDCND Lào hàng năm tăng dần nên làm cho doanh thu tăng lên năm 2017 doanh thu đạt 648.067.008 USD cho đến năm 2019 tăng 934.710.409 USD tỷ lệ doanh thu tăng 42,2%; tạo công ăn việc làm cho người dân đạt hơn 100 nghìn người hàng năm, phần lớn là phụ nữ chiếm khoảng 65%.

Vào năm 2020, bởi vì đại dịch COVID-19 Kết quả là lượng khách du lịch quốc tế đến Lào giảm 81,5%, từ 4,791,065 vào năm 2019 chỉ còn 886,447 vào năm 2020.

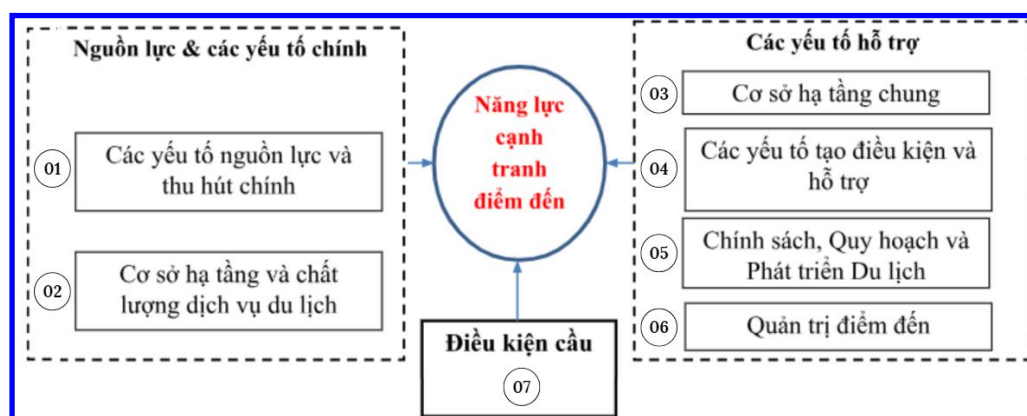
Hiện nay, ngành du lịch của nước CHDCND Lào có những hạn chế như tỷ lệ khách quay trở lại thấp (15-45%). Chi tiêu của khách du lịch quốc tế tại Lào không cao, trung bình hơn 1.000 USD cho một chuyến 07 ngày.

2.1.3. Định hướng phát triển du lịch của Lào

Sáu định hướng chiến lược: (i) phát triển các sản phẩm và dịch vụ du lịch độc đáo, bền vững, thân thiện với môi trường của Lào; (ii) phát triển và cải thiện cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất và giảm thiểu các tác động tiêu cực đến cộng đồng địa phương và môi trường; (iii) phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng, nâng cao nhận thức cộng đồng về du lịch; (iv) tạo sự cân bằng giữa các thị trường mục tiêu thông qua các kênh tiếp thị và xây dựng lòng tin đối với khách du lịch; (v) phối hợp giữa chính phủ và các lĩnh vực kinh doanh có liên quan để phát triển và quản lý du lịch một cách hiệu quả và tăng cường sự phối hợp trong khu vực và trên toàn thế giới và (vi) quản lý du lịch hiệu quả bằng các biện pháp phù hợp với tình hình thực tế, cũng như xây dựng và cải thiện các tiêu chuẩn du lịch của Lào phù hợp với ASEAN, các tiêu chuẩn khác của khu vực và quốc tế.

2.2. Phát triển mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến CHDCND Lào

Nghiên cứu này đưa ra một mô hình toàn diện đánh giá TDC CHDCND Lào với 7 yếu tố xác định, được nhóm gộp trong 3 nhóm bao gồm: (1) nhóm yếu tố liên quan đến nguồn lực và các yếu tố chính (bao gồm các nguồn lực cốt lõi và các yếu tố thu hút chính; cơ sở hạ tầng & chất lượng dịch vụ du lịch); (2) nhóm yếu tố liên quan đến các yếu tố hỗ trợ (bao gồm cơ sở hạ tầng chung; các yếu tố tạo điều kiện và hỗ trợ; chính sách, quy hoạch và phát triển du lịch; quản trị điểm đến); và (3) điều kiện về cầu như được trình bày trong hình 2.1.



Hình 2.1. Mô hình năng lực cạnh tranh du lịch điểm đến nước CHDCND Lào đề xuất
(1) Các nguồn lực cốt lõi và các yếu tố thu hút chính

Tài nguyên kế thừa là yếu tố nguồn lực đầu tiên xác định mức độ hấp dẫn của điểm đến, là yếu tố cơ bản của sức hấp dẫn, nó được coi là một trong những tài nguyên quan trọng nhất đối với một điểm đến du lịch. Các thành phần được coi là tài nguyên kế thừa, được ban tặng cho điểm đến bao gồm tài nguyên thiên nhiên, và tài nguyên văn hóa (Dwyer & Kim, 2003 ; Berdo, 2015).

Các sự kiện, lễ hội đặc biệt; các hoạt động và giải trí; và mua sắm cũng là động lực chính để ghé thăm một điểm đến (Ritchie & Crouch, 2003). Chúng được gọi là *các tài nguyên được tạo ra*, có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao vị thế thị trường của điểm đến (Dwyer và cộng sự, Berdo, 2015).

(1) Cơ sở hạ tầng du lịch và chất lượng dịch vụ du lịch

Cơ sở hạ tầng du lịch bao gồm các đặc điểm như cơ sở lưu trú, dịch vụ ăn uống, phương tiện đi lại, điểm tham quan theo chủ đề, cửa hàng thức ăn nhanh, quán rượu/bar và các điểm tiếp đón du khách tham quan, đại lý bán buôn tour du lịch, công ty lữ hành, đại lý du lịch, công ty vận chuyển khách, cho thuê xe, văn phòng hội nghị và du khách. Khách sạn được xác định là yếu tố bản chất của du lịch và có một vai trò rất quan trọng trong việc tạo ra lợi ích kinh tế cho cộng đồng (Cooper et. Al, 1998). Dịch vụ ăn uống là yếu tố cơ bản khác để đảm bảo mang đến cho du khách trải nghiệm tốt nhất có thể.

(2) Cơ sở hạ tầng chung

Cơ sở hạ tầng chung cung cấp nền tảng cho việc xây dựng một điểm đến du lịch và có thể là một yếu tố đặc biệt quan trọng ở các quốc gia hoặc khu vực kém phát triển, nơi thường có cơ sở hạ tầng hạn chế (Heraty, 1989). Ngay cả khi một điểm đến có thể sở hữu một lượng lớn các nguồn tài nguyên và các yếu tố hấp dẫn, thì nó vẫn rất cần có sự hỗ trợ của các yếu tố khác để đủ sức đón khách du lịch (Gunn, 2002).

(3) Các yếu tố tạo điều kiện và hỗ trợ

Các yếu tố tạo điều kiện và hỗ trợ làm tăng giá trị cho trải nghiệm du lịch, do đó tạo điều kiện cho việc tham quan. Theo Crouch và Ritchie (2000,2023), các nguồn lực hỗ trợ có tác dụng nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến vì chúng cung cấp cơ sở để tạo ra một ngành du lịch thành công (Dwyer & Kim, 2003). “Năng lực tiếp cận của điểm đến” và “sự gần gũi với các điểm du lịch khác” có mối liên hệ chặt chẽ với vấn đề cơ sở hạ tầng. “Giá trị đồng tiền khi lưu trú” và “giá trị đồng tiền khi trải nghiệm du lịch ở điểm đến” là hai biến số khác được đưa vào yếu tố xác định này. Việc “sử dụng CNTT của các công ty du lịch”, Rimmington & Kozak (1997) tuyên bố rằng CNTT có thể tạo ra các điểm đến/tổ chức du lịch hạng nhất và hạng hai và năng lực cạnh tranh trong tương lai của ngành du lịch sẽ phụ thuộc lớn vào phạm vi công nghệ được sử dụng. Các biến số được nhắc đến là “lòng hiếu khách của cư dân”, “chất lượng môi trường” và “sự an toàn”.

(4) Chính sách, Quy hoạch và Phát triển Du lịch

Chính sách du lịch có thể được định nghĩa là một tập hợp các quy định, quy tắc, hướng dẫn, chỉ thị và các mục tiêu, chiến lược phát triển/xúc tiến để cung cấp một khuôn khổ trong đó các quyết định của tập thể và cá nhân ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển du lịch lâu dài và các hoạt động hàng ngày tại một điểm đến (Goeler & Ritchie, 2003).

Hall (2000) cho rằng quy hoạch du lịch cần một cách tiếp cận tổng hợp và toàn diện, trong đó thừa nhận rằng các nguồn lực, dịch vụ, cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng có mối quan

hệ với nhau và với môi trường văn hóa, xã hội và tự nhiên.

Quy hoạch du lịch hiếm khi chỉ dành riêng cho du lịch và diễn ra dưới nhiều hình thức chẳng hạn như phát triển về cơ sở hạ tầng, sử dụng đất và tài nguyên, các tổ chức, nguồn nhân lực; cấu trúc các bộ máy của chính phủ, bán chính phủ và phi chính phủ; xác định quy mô hoạt động du lịch ở phạm vi quốc tế, quốc gia, khu vực, địa phương, địa điểm; và theo các quy mô thời gian khác nhau (Hall, 2000). “Sự hợp tác giữa các đơn vị khu vực công”, “sự hợp tác giữa khu vực công và khu vực tư nhân” và “sự nhấn mạnh vào quá trình có sự tham gia của cộng đồng” là ba chỉ số được bao gồm bởi yếu tố xác định này.

(5) Quản lý điểm đến

Nói một cách dễ hiểu, quản lý điểm đến là năng lực thực hiện chiến lược du lịch của điểm đến (Berdo, 2015). Trong khi chính sách du lịch đặt ra một khuôn khổ để một điểm đến có thể cạnh tranh được phát triển lâu dài, thì việc quản lý điểm đến giải quyết các yếu tố khác nhau của nó trong một khoảng thời gian ngắn, để đảm bảo lợi nhuận kinh tế đồng thời tránh sự suy thoái của các yếu tố hình thành vị thế cạnh tranh của một điểm đến (Crouch & Ritchie, 1999). Tiếp thị điểm đến là một thành phần cơ bản của quản lý điểm đến. Buhalis (2000) khẳng định rằng tiếp thị điểm đến tạo điều kiện thuận lợi cho việc đạt được chính sách du lịch. Nhiều biến số khác cũng bao gồm trong yếu tố xác định này như “Hiệu quả trong việc xây dựng các trải nghiệm du lịch”; “thông tin và hướng dẫn khách du lịch”; “Quản lý sự hài lòng của du khách”; “Quản lý môi trường tự nhiên” và “giám sát tác động du lịch”.

(6) Điều kiện về cầu

Ba chỉ số (1) sự quan tâm của khách du lịch đối với di sản địa phương, (2) sự tôn trọng của khách du lịch đối với văn hóa địa phương và (3) nhận thức về môi trường là 3 yếu tố được kết nối với khái niệm hành vi du lịch có trách nhiệm. Nhu cầu du lịch có tính thời vụ. “Nhận thức về điểm đến” là một yếu tố quan trọng khác của điều kiện về cầu. Có ba thành phần chính liên quan cầu trong du lịch, đó là nhận thức/thông tin, cảm nhận/hình ảnh và sở thích.

2.3. Thiết kế nghiên cứu định lượng đánh giá TDC CHDCND Lào

Mục tiêu của nghiên cứu định lượng là để kiểm định mô hình các yếu tố xác định TDC nước CHDCND Lào đã được phát triển qua tổng hợp tài liệu và hiệu chỉnh từ nghiên cứu định tính phỏng vấn chuyên gia và sau đó là đánh giá TDC hiện tại theo mô hình đã được kiểm định cũng như phân tích việc phân bổ nguồn lực hiện tại cho TDC ở điểm đến này trên cơ sở phân tích tầm quan trọng – hiệu suất (IPA) để từ đó có cơ sở cho đề xuất cải thiện TDC của Lào trong thời gian tới.

2.3.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Nghiên cứu định lượng được thực hiện với phương pháp thu thập dữ liệu là khảo sát thông qua bảng câu hỏi thông qua hình thức trực tiếp kết hợp trực tuyến. Đối tượng khảo sát là các nhà quản lý ở khu vực công trong lĩnh vực du lịch của Lào; các đại diện của các DN cung cấp sản phẩm/dịch vụ du lịch của điểm đến nước CHDCND Lào (nhà quản trị cấp cao và cấp trung và một số cá nhân ở các vị trí tương tác với khách du lịch). Việc thu thập dữ liệu được tiến hành thông qua kết hợp cả hình thức trực tiếp và trực tuyến, trong đó hình thức chủ yếu là trực tiếp.

2.3.2. Xác định kích thước mẫu và phương pháp chọn mẫu

Phương pháp lựa chọn mẫu thuận tiện được áp dụng trong nghiên cứu này. Nghiên cứu này đã xác định qui mô mẫu để thu thập dữ liệu là $n = 500$.

2.3.3. Xử lý và phân tích dữ liệu kiểm định mô hình đánh giá TDC

Nghiên cứu này sử dụng SPSS 25, AMOS 24 để thực hiện nghiên cứu định lượng

Đánh giá độ tin cậy

Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

2.3.4. Thống kê mô tả đánh giá TDC CHDCND Lào

Phân tích thống kê mô tả các giá trị trung bình và độ lệch chuẩn được sử dụng để đưa ra một cái nhìn tổng quan, đồng thời được dùng để miêu tả mẫu thu thập dữ liệu dựa trên đặc điểm nhân khẩu học.

2.3.5. Phân tích mức độ quan trọng - thực hiện (IPA) đánh giá phân bổ nguồn lực cho TDC

Trong các nghiên cứu về ngành du lịch, việc sử dụng kỹ thuật IPA (Importance Performance Analysis) đã được ghi nhận rộng rãi (Murphy & Pike, 2012). IPA gần đây đã trở nên phổ biến trong việc áp dụng kỹ thuật này để đánh giá TDC bởi nhiều nhà nghiên cứu bởi khuôn khổ IPA là một công cụ chẩn đoán để hướng dẫn việc phát triển các chiến lược quản lý bằng cách xác định các cơ hội cải tiến (Sörensson & Friedrichs, 2013). Đây là công cụ dễ áp dụng và kết quả trình bày hấp dẫn và đơn giản (Oh, 2000).

CHƯƠNG 3

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH CHDCND LÀO

3.1. Mô tả mẫu khảo sát

Kết quả thống kê cho thấy trong tổng số 459 mẫu thu thập được, có 233 đáp viên nam tương đương 50.8% và 177 đáp viên nữ tương đương 49.2%. Số lượng người tham gia khảo sát trong độ tuổi từ 25 đến 35 tuổi và 35-45 tuổi chiếm tỷ lệ 34.9% và 28.3%, trong khi đó đáp viên nằm trong độ tuổi dưới 25, 45-55 tuổi và từ 55 tuổi chiếm tỷ lệ với 11.8%, 13.5% và 11.5%. Đáp viên đến từ đô Viengchan (chiếm 26.1%), Tỉnh Luangphabang (chiếm 17.4%), 16.8% và 15.3% lần lượt Tỉnh Udomxay và Tỉnh khammuon, Thị trấn Vangvieng và Muong Phuong tỉnh Viengchan (chiếm 10.9%) và Tỉnh Champasak (chiếm 10.9%), Tỉnh Savanakhet (chiếm 9.8%).

Trong số những người tham gia khảo sát, Trưởng phòng/Phó trưởng phòng marketing, kinh doanh chiếm tỷ lệ (47.9%), Hướng dẫn viên du lịch với tỷ lệ là 21.8%, (Tổng) giám đốc/Phó (Tổng) giám đốc chiếm 19.2% và Nhân viên kinh doanh, marketing chiếm 11.1%. Đáp viên là những người hoạt động trong lĩnh vực lữ hành (chiếm 25.7%) và khách sạn (chiếm 20.3%), nhà hàng (chiếm 15.9%), Bán hàng đặc sản/ lưu niệm cho khách du lịch (chiếm 13.1%), Điểm tham quan/ vui chơi giải trí (10.2%), Cơ quan quản lý về du lịch (chiếm 8.7%) và Vận chuyển khách du lịch (chiếm 6.1%).

3.2. Kiểm định mô hình đo lường TDC CHDCND Lào

3.2.1. Phân tích hệ số tin cậy Cronbach's alpha

Kết quả phân tích cho thấy tất cả thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0.7 cho thấy thang đo lường sử dụng được. Tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3. Như vậy không có biến nào bị loại ra khỏi thang đo.

3.2.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả cho thấy giá trị KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) bằng **0.913** thỏa điều kiện $0.5 < KMO < 1$. Bartlett's Test có giá trị Sig. = $0.000 < 0.05$. Vì vậy các biến quan sát có tương quan với nhau trong mỗi nhóm nhân tố. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA đã xác lập được 7 nhân tố chính. Bảng Total Variance Explained cho biết phân tích nhân tố đã trích được 7 nhân tố từ 57 biến quan sát với phương sai trích rút là $60.978\% > 50\%$. Các hệ số tải nhân tố (Factor loading) của 57 biến quan sát trong đạt giá trị lớn hơn 0.5, đáp ứng yêu cầu và không có biến nào bị loại.

3.2.3. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Một số chỉ số về mức độ phù hợp, chẳng hạn như $CMIN/df=1.825 < 2$, $CFI = 0.906 > 0.9$, $TLI = 0.901 > 0.9$, $RMSEA = 0.408 < 0.6$, $PCLOSE = 0.875 > 0.05$. Các chỉ số phù hợp chính đều lớn hơn 0.9, cho thấy mô hình rất phù hợp với dữ liệu và thoả mãn tính đơn hướng (Hair và cộng sự, 2009; Hu và Bentler, 1999).

Giá trị hội tụ

Giá trị CR dao động từ 0.840 đến 0.928, vượt quá giá trị ngưỡng 0,6 (Bagozzi, 1988). Mô hình đã đáp ứng được tiêu chuẩn kiểm định theo đề xuất của Fornell & Larcker (1981): AVE (tổng phương sai trích) dao động từ 0.501 đến 0.637 (≥ 0.5), Các hệ số tải nhân tố của tất cả các mục đều lớn hơn 0.5 và đạt ý nghĩa thống kê ($p < 0.05$), do đó các thang đo đạt giá trị hội tụ.

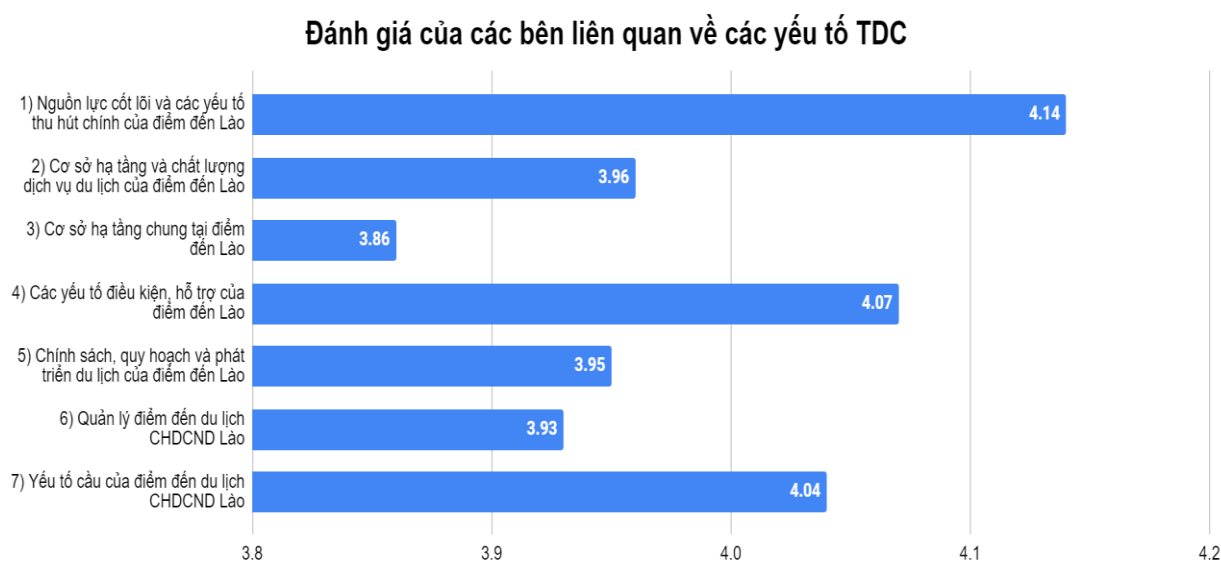
Giá trị phân biệt

Kiểm định Fornell–Larcker đã được đáp ứng và không có vấn đề cộng tuyến trong mô hình. Bên cạnh đó, tất cả các mối tương quan xây dựng đều nhỏ hơn 0.85. Có thể kết luận rằng mô hình đảm bảo tính phân biệt tốt và đáp ứng yêu cầu phân tích (Claes và David, 1981).

3.3. Đánh giá TDC của Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào

3.3.1. Mức độ đạt được của các yếu tố cấu thành TDC của CHDCND Lào

Kết quả cho thấy TDC nước CHDCND Lào đang được đánh giá không cao và có sự chênh lệch khá nhiều giữa các yếu tố (các giá trị từ 3.86 đến 4.14).



Trong số 7 thành phần thì "Nguồn lực cốt lõi và các yếu tố thu hút chính của điểm đến Lào" được đánh giá tốt nhất (cao nhất là 4.14). Đối với thành phần "Các yếu tố điều kiện, hỗ trợ của điểm đến Lào" (là 4.07) tác động đến TDC Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào, các bên liên quan đã đánh giá là tốt thứ hai. Thành phần "Yếu tố cầu của điểm đến du lịch CHDCND Lào" được đánh giá là tốt tiếp theo (là 4.04). Thành phần "Cơ sở hạ tầng và chất lượng dịch vụ du lịch của điểm đến Lào" (là 3.96) được các bên liên quan đánh giá rằng các DN du lịch và cơ quan quản lý du lịch đã thực hiện khá tốt. Thành phần "Chính sách, quy hoạch và phát triển du lịch của điểm đến Lào" (là 3.95) được các bên liên quan đánh giá rằng các DN du lịch và cơ quan quản lý du lịch đã thực hiện thấp hơn. "Quản lý điểm đến du lịch CHDCND Lào" (là 3.93) được đánh giá thấp tiếp theo. Cuối cùng, Thành phần "Cơ sở hạ tầng chung tại điểm đến Lào" được khách hàng đánh giá với mức độ thực hiện thấp nhất (là 3.86).

3.3.2. Mức độ đạt được của các thuộc tính ở mỗi yếu tố xác định TDC của CHDCND Lào

Đối với các thuộc tính của mỗi nhân tố cấu thành TDC, kết quả nghiên cứu cho thấy điểm trung bình hiệu suất thực hiện của 57 biến quan sát nằm trong khoảng từ 3.6 đến 4.32, cho thấy có sự chênh lệch nhiều giữa mức độ cạnh tranh giữa các thuộc tính.

3.3.2.1. Nguồn lực cốt lõi và các yếu tố thu hút chính của điểm đến Lào

Kết quả nghiên cứu cho thấy thành phần "Nguồn lực cốt lõi và các yếu tố thu hút chính của điểm đến Lào" được đánh giá tốt nhất trong số 7 thành phần (nhất là 4.18). Trong đó, tiêu chí được đánh giá cao nhất là "NL1 - Phong cảnh thiên nhiên điểm đến đẹp, hệ động thực vật phong phú, đặc biệt" (là 4.32). Tiếp theo đó là "NL2 - Thời tiết khí hậu thuận lợi, thoải mái cho đi du lịch" (là 4.2). Bốn thuộc tính "NL3 - Nghệ thuật kiến trúc tại điểm đến thiết kế đẹp, lạ", "NL4 - Có những di tích lịch sử, khu văn hóa/làng dân gian với nghệ thuật truyền thống đặc sắc", "NL6 - Đặc sản, ẩm thực địa phương đặc sắc, độc đáo", "NL8 - Có nhiều hoạt động cho du khách tham gia" có cùng mức điểm trung bình là 4.18. Theo sau đây là thuộc tính "NL9 - Có các loại hình giải trí hấp dẫn, cuộc sống về đêm sống động" (là 4.1) và "NL5 - Có các sự kiện, lễ hội địa phương đặc biệt" (là 4.0). Cuối cùng, tiêu chí

“NL7 - Cơ hội mua sắm đa dạng, giá trị” được đánh giá thấp là 3.9.

3.3.2.2. Cơ sở hạ tầng và chất lượng dịch vụ du lịch của điểm đến Lào

Kết quả nghiên cứu cho thấy, thành phần "Cơ sở hạ tầng và chất lượng dịch vụ du lịch của điểm đến Lào" được các bên liên quan đánh giá đã thực hiện khá tốt là 3.96. Trong đó, tiêu chí được đánh giá tốt nhất là “CL5 - Dịch vụ xuất nhập cảnh nhanh chóng và thuận tiện” (là 4.05). Tiêu chí “CL2 - Các cơ sở ăn uống đa dạng, chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm” được đánh giá cao tiếp theo với mức điểm trung bình là 4.03. Tiêu chí “CL1 - Hệ thống khách sạn/resort dồi dào, đáp ứng tốt các tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ lưu trú” (là 3.98) và “CL4 - Các dịch vụ lữ hành, đưa đón khách tham quan các điểm du lịch là có sẵn và chất lượng” (là 3.94) được các bên liên quan đánh giá đã thực hiện khá thấp. Cuối cùng, tiêu chí “CL3 - Dịch vụ vận tải du lịch đa dạng, chất lượng và thân thiện với môi trường” được đánh giá thấp nhất là 3.8.

3.3.2.3. Cơ sở hạ tầng chung tại điểm đến Lào

Kết quả nghiên cứu cho thấy, Thành phần "Cơ sở hạ tầng chung tại điểm đến Lào" được các bên liên quan đánh giá rằng mức độ thực hiện thấp nhất là 3.86. Trong đó, tiêu chí “CS2 - Có hệ thống để xử lý chất thải đảm bảo tốt cho môi trường” (là 4.0). Tiêu chí “CS5 - Có hệ thống để xử lý chất thải đảm bảo tốt cho môi trường” được đánh giá cao tiếp theo với mức điểm trung bình là 3.99. Tiêu chí “CS4 - Vệ sinh công cộng đầy đủ, sạch sẽ” (là 3.9) và “CS3 - Cơ sở chăm sóc y tế đầy đủ, tiện lợi” (là 3.8) được các bên liên quan đánh giá đã thực hiện khá thấp. Cuối cùng, tiêu chí “CS1 - Hệ thống đường sá, giao thông thuận tiện” được đánh giá thấp nhất là 3.6.

3.3.2.4. Các yếu tố điều kiện, hỗ trợ của điểm đến Lào

Thấy, thành phần "Các yếu tố điều kiện, hỗ trợ của điểm đến Lào" (là 4.07) tác động đến TDC CHDCND Lào, các bên liên quan đã đánh giá là khá tốt. Tiêu chí được đánh giá tốt nhất là “DK2 - Dễ dàng xin visa, chi phí visa thấp”, “DK11 - Chất lượng môi trường (sạch sẽ; không quá đông đúc, ồn ào)”, “DK5 - Điểm đến cạnh tranh tốt về giá khi du khách đến trải nghiệm (giá sử dụng các dịch vụ, tỷ giá hối đoái...)”, “DK10 - Cư dân của điểm đến thân thiện, hiếu khách” (là 4.3). Tiêu chí “DK9 - Trình độ kỹ năng nghiệp vụ du lịch cao” được đánh giá cao tiếp theo là 4.11.

Tiêu chí “DK12 - Điểm đến an toàn cho du khách” (là 4.09) được các bên liên quan đánh giá đã thực hiện khá thấp. Tiêu chí “DK6 - Có sự tham gia của nhiều DN địa phương cung cấp các sản phẩm, dịch vụ” (là 4.05), “DK7 - Năng lực cung cấp hàng hóa và dịch vụ tại địa phương tốt” (là 4.04), “DK4 - Có sự liên kết với các thị trường khách du lịch lớn (quan hệ kinh doanh, liên kết thể thao, mối quan hệ tôn giáo...)” (là 4.01), “DK1 - Có nhiều chuyến bay quốc tế trực tiếp/gián tiếp để dễ dàng tới đây du lịch” và “DK3 - Gần các điểm đến khác để kết hợp trong chuyến du lịch của du khách” được đánh giá thực hiện khá thấp tiếp theo. Cuối cùng, tiêu chí “DK8 - Các công ty du lịch có năng lực tốt trong ứng dụng CNTT & TT” được đánh giá thấp nhất là 3.7.

3.3.2.5. Chính sách, quy hoạch và phát triển du lịch của điểm đến Lào

Kết quả nghiên cứu cho thấy, “Chính sách, quy hoạch và phát triển du lịch của điểm đến Lào” được đánh giá với mức độ thực hiện thấp (là 3.95). Đối với thành phần này, tiêu chí được đánh giá tốt nhất là “QH7 - Khu vực công có các chương trình đào tạo hữu ích để

đảm bảo chất lượng nhân viên cho lĩnh vực du lịch" (là 4.01). Tiêu chí “QH1 - Có tầm nhìn/cam kết dài hạn của chính phủ đối với phát triển du lịch” và “QH9 - Hợp tác giữa khu vực công và tư nhân đã được chú trọng để phát triển du lịch” được đánh giá cao tiếp theo là 4.0.

Tiêu chí “QH6 - Điểm đến an toàn cho du khách” (là 3.99) và “QH8 - Hợp tác giữa các đơn vị khu vực công đã được chú trọng để phát triển du lịch” (là 3.97) được các bên liên quan đánh giá đã thực hiện khá thấp. Tiêu chí “QH3 - Quy hoạch phát triển du lịch đã tiếp cận theo cách giảm thiểu được các tác động tiêu cực đến môi trường của du lịch” (3.95), “QH2 - Lập kế hoạch phát triển du lịch có tính toàn diện và gắn với phát triển tổng thể các ngành khác” (là 3.94), “QH4 - Khu vực công có những cách thức để giảm thiểu các tác động tiêu cực về mặt xã hội của du lịch đối với cộng đồng địa phương” (là 3.92), “QH5 - Khu vực công có những cách thức để tối đa hóa tác động kinh tế của phát triển du lịch đến cộng đồng địa phương” (là 3.91) được đánh giá thực hiện khá thấp tiếp theo. Cuối cùng, tiêu chí “QH10 - Sự tham gia của cộng đồng trong lập kế hoạch du lịch được chú trọng” được đánh giá thấp nhất là 3.8.

3.3.2.6. Quản lý điểm đến du lịch CHDCND Lào

Kết quả nghiên cứu cho thấy, “Quản lý điểm đến du lịch CHDCND Lào” được đánh giá có thực hiện thấp (là 3.93). Đối với thành phần này, tiêu chí được đánh giá tốt nhất là “QL8 - Nỗ lực đối với quản lý môi trường tự nhiên và giám sát các tác động của du lịch” (là 4.01). Tiêu chí “QL4 - Xây dựng cụ thể những chương trình trải nghiệm cho khách du lịch hài lòng” (là 3.99), “QL3 - Thiết kế cấu trúc hợp lý cho việc quản lý điểm đến” (là 3.9), “QL2 - Xác định rõ phân khúc thị trường du khách thu hút” (là 3.94) và “QL10 - Thúc đẩy quan hệ đối tác giữa các DN du lịch” (là 3.94) được đánh giá cao tiếp theo.

Tiêu chí “QL5 - Đầu tư mạnh cho việc thực hành xúc tiến, truyền thông về điểm đến du lịch” và “QL9 - Thúc đẩy quan hệ đối tác giữa các bên liên quan nhà nước và tư nhân” (là 3.9) được các bên liên quan đánh giá đã thực hiện khá thấp. Cuối cùng, tiêu chí “QL1 - Có sự định vị điểm đến rõ ràng” và “QL6 - Quản lý mức độ hài lòng của du khách được chú trọng” được đánh giá thấp nhất là 3.8.

3.3.2.7. Yếu tố cầu của điểm đến du lịch CHDCND Lào

Kết quả nghiên cứu cho thấy, thành phần “Yếu tố cầu của điểm đến du lịch CHDCND Lào” được các bên liên quan đánh giá rằng mức độ thực hiện cao là 4.04. Trong đó, tiêu chí “YT3 - Nhận thức rõ ràng, đầy đủ và đúng về điểm đến này” và “YT5 - Nhiều du khách muốn quay trở lại” (là 4.1) được đánh giá tốt nhất. Tiêu chí “YT1 - Khách du lịch yêu thích di sản tự nhiên và văn hóa địa phương điểm đến này” (là 4.03) và “YT6 - Có sự phù hợp cao giữa sản phẩm điểm đến và sở thích của khách” (là 4.01) được đánh giá cao tiếp theo. Cuối cùng, tiêu chí “YT2 - Khách du lịch thể hiện có trách nhiệm khi đi du lịch ở điểm đến này” và “YT4 - Ít tính thời vụ trong các luồng khách du lịch đến điểm đến này” được đánh giá thấp nhất là 4.0.

3.4. Kết quả IPA về việc phân bổ các yếu tố của TDC CHDCND Lào

Kết quả của phân tích cho thấy rằng trong số 57 nhân tố đánh giá TDC nước CHDCND Lào thì có 57 nhân tố có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê ($p < 0.05$) giữa đánh giá về tầm quan trọng và mức độ thực hiện. Phân tích cũng đã thực hiện tính khoảng cách giữa

mức độ thực hiện và tầm quan trọng của các thuộc tính cấu thành TDC Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào. Kết quả cho thấy tổng thể các yếu tố cấu thành TDC nước CHDCND Lào có giá trị GAP (P-I) là -0.39.

Kết quả cụ thể về khoảng cách cho từng thành phần như sau:

Thành phần "**Cơ sở hạ tầng chung tại điểm đến Lào**" có giá trị tổng thể GAP là -0.55, nhỏ hơn 0 (với $P = 0.000 < 0.05$, chứng tỏ sự khác biệt đúng với tổng thể). Trong thành phần này, sự khác biệt lớn hơn xuất hiện ở các tiêu chí: "CS1" (GAP = -0.79 với $P = 0.000 < 0.05$), "CS3" (GAP = -0.62 với $P = 0.000 < 0.05$); tiêu chí "CS4" (GAP = -0.5 với $P = 0.000 < 0.05$); cuối cùng là hai tiêu chí "CS2" (GAP = -0.45 với $P = 0.000 < 0.05$) và "CS5" (GAP = -0.4 với $P = 0.000 < 0.05$).

Thành phần "**Quản lý điểm đến du lịch CHDCND Lào**" có giá trị tổng thể GAP là -0.44, nhỏ hơn 0 (với $P = 0.000 < 0.05$, chứng tỏ sự khác biệt đúng với tổng thể). Trong thành phần này, tiêu chí "QL6" (hệ số GAP = -0.63 với $P = 0.000 < 0.05$), "QL1" (hệ số GAP = -0.62 với $P = 0.000 < 0.05$), "QL5" (hệ số GAP = -0.49 với $P = 0.000 < 0.05$), tiêu chí "QL2" (GAP = -0.45 với $P = 0.000 < 0.05$), "QL3" (GAP = -0.4 với $P = 0.000 < 0.05$), các tiêu chí "QL4" và "QL6" (cùng giá trị GAP = -0.39 với $P = 0.000 < 0.05$), "QL1" và "QL7" (cùng GAP = -0.39 và $P = 0.000 < 0.05$), "QL7" (GAP = -0.38 với $P = 0.000 < 0.05$). Tiêu chí trong thành phần này có sự khác biệt ít hơn là tiêu chí "QL10" (GAP = -0.2 với $P = 0.000 < 0.05$).

Thành phần "**Cơ sở hạ tầng và chất lượng dịch vụ du lịch của điểm đến Lào**" có giá trị tổng thể GAP là -0.44, nhỏ hơn 0 và $P = 0.000 < 0.05$. Trong thành phần này, các tiêu chí có sự khác biệt lớn là tiêu chí "CL3" (GAP là -0.59 với $P = 0.000 < 0.05$), "CL4" (GAP là -0.44 với $P = 0.000 < 0.05$), "CL1" và "CL5" (cùng hệ số GAP là -0.4 với $P = 0.000 < 0.05$). Tiêu chí có sự khác biệt ít hơn là "CL2" (GAP là -0.39 với $P = 0.000 < 0.05$).

Thành phần "**Yếu tố cầu của điểm đến du lịch CHDCND Lào**" có giá trị tổng thể GAP là -0.37, nhỏ hơn 0 và $P = 0.002 < 0.05$, có ý nghĩa thống kê. Trong thành phần này, các tiêu chí có một sự khác biệt lớn giữa đánh giá mức độ tầm quan trọng và mức độ thực hiện: "YT6" (GAP là -0.44 với $P = 0.000 < 0.05$), "YT4" (GAP là -0.43 với $P = 0.000 < 0.05$), "YT2" (GAP là -0.4 với $P = 0.000 < 0.05$), "YT1" (GAP là -0.39 với $P = 0.000 < 0.05$) và "YT5" (GAP là -0.29 với $P = 0.000 < 0.05$). Các tiêu chí có sự khác biệt ít hơn là "YT3" (GAP là -0.28 với $P = 0.012 < 0.05$).

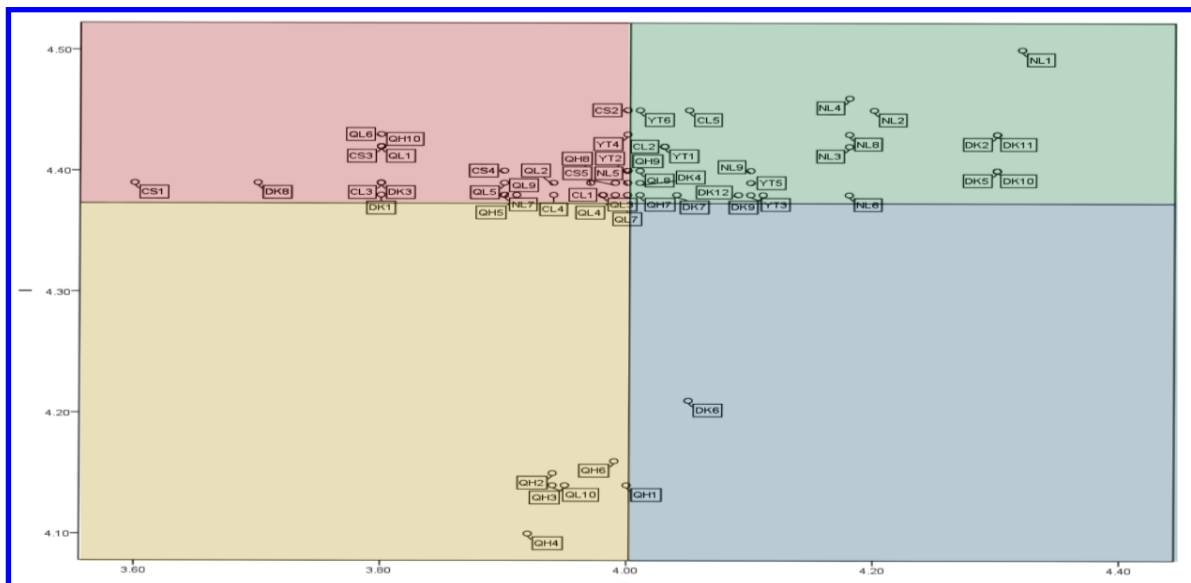
Thành phần "**Chính sách, quy hoạch và phát triển du lịch của điểm đến Lào**" có giá trị tổng thể GAP là -0.32 < 0 và $P = 0.000 < 0.05$. Tiêu chí có sự khác biệt lớn: "QH10" (GAP là -0.62 với $P = 0.000 < 0.05$), "QH5" (GAP là -0.47 với $P = 0.000 < 0.05$), "QH8" (GAP là -0.42 với $P = 0.000 < 0.05$), "QH9" (GAP là -0.4 với $P = 0.000 < 0.05$), "QH7" (GAP là -0.37 với $P = 0.000 < 0.05$). Các tiêu chí còn lại có sự khác biệt ít hơn: "QH2" (GAP là -0.21 với $P = 0.000 < 0.05$), "QH3" (GAP là -0.19 với $P = 0.004 < 0.05$), "QH4" (GAP là -0.18 với $P = 0.000 < 0.05$), "QH6" (GAP là -0.17 với $P = 0.000 < 0.05$) và cuối cùng là "QH1" (GAP là -0.14 với $P = 0.000 < 0.05$).

Giá trị tổng thể GAP của thành phần "**Các yếu tố điều kiện, hỗ trợ của điểm đến Lào**" là -0.31 với $P = 0.000 < 0.05$, chứng tỏ sự khác biệt đúng với tổng thể. Các tiêu chí thuộc thành phần này có một sự khác biệt lớn giữa đánh giá mức độ tầm quan trọng và mức độ thực hiện: Tiêu chí "DK8" (GAP là -0.69 với $P = 0.000 < 0.05$), "DK3" (GAP là -0.59 với $P = 0.000$

< 0.05), “DK1” (GAP là -0.58 với $P= 0.000 < 0.05$), “DK4” (GAP là -0.38 với $P= 0.000 < 0.05$), “DK7” (GAP là -0.34 với $P= 0.000 < 0.05$). Các tiêu chí có sự khác biệt ít hơn là tiêu chí “DK12” (GAP là -0.29 với $P= 0.000 < 0.05$), “DK9” (GAP là -0.27 với $P= 0.000 < 0.05$), “DK6” (GAP là -0.16 với $P= 0.001 < 0.05$), “DK2” và “DK11” (cùng GAP là -0.13 với $P= 0.000 < 0.05$) và cuối cùng là “DK5” và “DK10” (cùng GAP là -0.1 với $P= 0.000 < 0.05$)

Giá trị tổng thể GAP của thành phần "**Nguồn lực cốt lõi và các yếu tố thu hút chính của điểm đến Lào**" là -0.029 với $P= 0.031 < 0.05$, có ý nghĩa thống kê, khoảng cách sự khác biệt giữa đánh giá mức độ quan trọng và mức độ thực hiện của các tiêu chí trong thành phần này là không đáng kể: Tiêu chí “NL7” (GAP là -0.48 với $P= 0.000 < 0.05$), “NL5” (GAP là -0.39 với $P= 0.000 < 0.05$), “NL9” (GAP là -0.3 với $P= 0.000 < 0.05$), “NL4” (GAP là -0.28 với $P= 0.000 < 0.05$), “NL2” và “NL8” (cùng giá trị GAP là -0.25 với $P= 0.000 < 0.05$), “NL3” (GAP là -0.24 với $P= 0.000 < 0.05$), “NL6” (giá trị GAP là -0.2 với $P= 0.000 < 0.05$) và cuối cùng là “NL1” (GAP là -0.18 với $P= 0.025 < 0.05$).

Kết quả về giá trị trung bình cho thấy mức độ quan trọng và đánh giá hiệu suất thực hiện của các bên liên quan đối với các yếu tố cấu thành TDC nước CHDCND Lào đã được thể hiện trong mô hình IPA như được mô tả trong hình 4.1.



Hình 3.10. Mô hình tâm quan trọng - mức độ thực hiện (IPA) TDC Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào

(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ SPSS)

Các thuộc tính cấu thành TDC nước CHDCND Lào được đặt trong các góc của ma trận IPA cụ thể như sau:

Góc phần tư thứ 1 (Tập trung phát triển) bao gồm 27 yếu tố: NL5, NL7, CL1, CL3, CL4, CS1, CS2, CS3, CS4, CS5, DK1, DK3, DK8, QH5, QH8, QH9, QH10, QL1, QL2, QL3, QL4, QL5, QL6, QL7, QL9, YT2, YT4. Các yếu tố trong phân vùng này được đánh giá là có mức độ quan trọng cao nhưng mức độ thực hiện tại điểm đến nước CHDCND Lào lại thấp.

Góc phần tư thứ 2 (Tiếp tục duy trì) bao gồm 23 thuộc tính: NL1, NL2, NL3, NL4,

NL6, NL8, NL9, CL2, CL5, CS2, DK2, DK4, DK5, DK7, DK9, DK10, DK11, DK12, QH7, QL8, YT1, YT3, YT5, YT6. Các bên liên quan đánh giá những yếu tố này có mức độ quan trọng và điếm đến nước CHDCND Lào cũng đạt được mức độ thực hiện tốt.

Góc phần tư thứ 3 (Hạn chế phát triển) là nơi có nhiều thuộc tính phân bố nhất gồm 6 yếu tố: QH1, QH2, QH3, QH4, QH6, QL10. Những yếu tố này có mức độ quan trọng không cao và cũng đạt được mức độ thực hiện thấp.

Góc phần tư thứ tư (Tập trung phát triển thuộc tính khác): Bao gồm 1 yếu tố: DK6. Các yếu tố này được đánh giá có tầm quan trọng thấp, tuy nhiên điếm đến nước CHDCND Lào đã thể hiện rất tốt trong việc triển khai chúng.

CHƯƠNG 4

KẾT LUẬN, THẢO LUẬN VÀ CÁC HÀM Ý

4.1. Kết luận nghiên cứu và các thảo luận

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định được mô hình các yếu tố và thuộc tính đáng tin cậy và có giá trị xác định TDC CHDCND Lào thông qua góc nhìn của các bên liên quan cung ứng của ngành du lịch Lào; đánh giá được mức độ cụ thể TDC với mô hình xác định và phân tích việc phân bổ nguồn lực cho các yếu tố cấu thành TDC nước CHDCND Lào. Mô hình về TDC CHDCND Lào được phát triển, hiệu chỉnh các thuộc tính của các nhân tố đo lường với các chuyên gia và sau đó kiểm định bằng phân tích nhân tố khám phá và khẳng định. Kết quả thực nghiệm cho thấy:

Về mô hình xác định TDC Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào

Mô hình xác định TDC nước CHDCND Lào với 7 nhân tố bao gồm: (1) Nguồn lực cốt lõi và các yếu tố thu hút chính; (2) Cơ sở hạ tầng & chất lượng dịch vụ du lịch; (3) Cơ sở hạ tầng chung; (4) Các yếu tố điều kiện và hỗ trợ; (5) Chính sách, quy hoạch và phát triển điếm đến; (6) Quản lý điếm đến; và (7) Điều kiện về cầu.

Những người được hỏi là phù hợp để có khả năng về kiến thức kinh nghiệm để hiểu về những gì tạo nên năng lực cạnh tranh theo hướng bền vững theo mô hình đã được phát triển.

Mô hình TDC nước CHDCND Lào với 7 nhân tố và 57 biến quan sát được xác định là giá trị và đáng tin cậy để đánh giá năng lực cạnh tranh của điếm đến Lào.

Bằng chứng này cho thấy các mô hình nền tảng của Ritchie và Crouch (2000, 2003), Dwyer and Kim (2003) hoàn toàn có thể làm cơ sở để ứng dụng phát triển cho mô hình thực hiện đánh giá cho một điếm đến du lịch của các quốc gia đang kém phát triển. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu đã ủng hộ quan điếm rằng năng lực cạnh tranh của điếm đến du lịch là bao gồm các khía cạnh liên quan đến phát triển du lịch bền vững.

Về đánh giá năng lực cạnh tranh của điếm đến du lịch nước CHDCND Lào

Năng lực cạnh tranh của điếm đến du lịch Lào được các bên liên quan từ phía cung đánh giá còn ở mức độ hạn chế, trong đó đặc biệt là những khía cạnh liên quan đến Cơ sở hạ tầng chung; Quản lý điếm đến; và Chính sách qui hoạch và phát triển du lịch. Điều này là đúng với một nền kinh tế còn kém phát triển, nguồn lực của nền kinh tế cũng như trình độ của các nhà quản lý cả ở khu vực công và khu vực tư nhân còn hạn chế.

Nhìn chung nguồn lực tự nhiên đang là yếu tố tạo nên năng lực cạnh tranh cao nhất

cho CHDCND Lào. Đây cũng là điều dễ hiểu đối với một điểm đến ở giai đoạn đầu trong phát triển ngành du lịch, du khách còn ít biết đến và sức thu hút bởi yếu tố tự nhiên của điểm đến là cao. Ngoài ra, với vị trí thuận lợi của nước CHDCND Lào cùng với sự định hướng của Chính phủ Lào đối với phát triển du lịch những năm gần đây và nhận thức về lợi ích của du lịch mang lại, các tổ chức quản lý điểm đến và các doanh nghiệp đã có những nỗ lực nên khía cạnh các yếu tố điều kiện, hỗ trợ của TDC đang có kết quả khá tốt.

Về phân bổ nguồn lực đối với TDC hiện tại của nước CHDCND Lào

Kết quả phân tích tầm quan trọng - mức độ thực hiện cho thấy việc phân bổ nguồn lực các thuộc tính của 7 thành phần hầu hết được sắp xếp vào ô thứ nhất (27 thuộc tính) và thứ hai (23 thuộc tính) trên ma trận IPA. Số lượng các thuộc tính nằm ở ô số 4 là rất hiếm (1 thuộc tính). Cũng có một ít thuộc tính nằm ở ô số 3 (6 thuộc tính).

Điều này cho thấy các nhà quản trị tại Lào nên cải thiện các yếu tố như các lễ hội, cơ hội mua sắm, cơ sở lưu trú, dịch vụ vận tải, dịch vụ lễ hành cũng như là cơ sở hạ tầng bao gồm đường sá, y tế, hệ thống thông tin, xử lý chất thải và nhà vệ sinh, các chuyến bay, vị trí điểm đến, năng lực công nghệ,... Những thuộc tính này theo quan điểm từ phía cung là quan trọng trong việc ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của điểm đến tuy nhiên chưa được tập trung thực hiện tốt. Mặt khác, tài nguyên thiên nhiên khá là dồi dào và đầy tiềm năng và các nhà quản trị hiện đã và đang khai thác tốt các nguồn lực từ tự nhiên tại Lào. Vì vậy, việc giữ gìn và bảo vệ những nguồn tài nguyên này sẽ có tác dụng thúc đẩy lớn đến năng lực cạnh tranh của điểm đến. Kết quả cũng chỉ rằng Lào nên đảm bảo duy trì chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm, chất lượng môi trường cũng như sự cạnh tranh tốt về giá, trình độ của người lao động trong ngành du lịch, dịch vụ xuất nhập cảnh,... vì theo các bên liên quan từ phía cung thì các thuộc tính này có tầm quan trọng cao và đang được thực hiện tốt, từ đó nên phát huy hơn nữa để có thể gia tăng tính hấp dẫn của điểm đến.

Ngoài ra, các nhà quản lý du lịch ở Lào không nên dành quá nhiều nỗ lực vào việc tham gia vào cung cấp các hàng hoá bởi vì những thuộc tính này không có ý nghĩa quan trọng đối với kinh tế của du lịch tại điểm đến. Các thuộc tính nhận được điểm thấp cả về tầm quan trọng và hiệu quả hoạt động là tầm nhìn dài hạn về phát triển du lịch, lập kế hoạch phát triển du lịch, quy hoạch phát triển du lịch theo hướng giảm tác động tiêu cực đến môi trường, chính sách việc làm, thúc đẩy quan hệ giữa các doanh nghiệp du lịch. Xét rằng các khía cạnh đã nêu không có ý nghĩa quan trọng đối với các bên liên quan từ phía cung, thì việc đầu tư vào phát triển những thuộc tính đó không phải là vấn đề quan trọng hàng đầu.

4.2. Các đóng góp từ kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu của luận án đã góp phần vào một số khoảng trống và vấn đề đang được cho thấy qua việc xem xét các tài liệu hiện có, cũng như những đóng góp về thực tiễn thông qua những phát hiện của nghiên cứu thực nghiệm trong luận án này.

4.2.1. Đóng góp về lý thuyết

Thứ nhất, nghiên cứu này đã bổ sung vào mô hình thực nghiệm về một điểm đến của một nền kinh tế kém phát triển chưa được các nhà nghiên cứu quan tâm từ mô hình lý thuyết nền tảng đầu tiên về TDC của Ritchie và Crouch (2000). Nghiên cứu hiện tại đã thực nghiệm mô hình TCD cho điểm đến du lịch CHDCND Lào với những đặc trưng riêng về địa lý, kinh tế và văn hóa xã hội.

Thứ hai, nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm rằng tính bền vững đã đóng một vai trò quyết định TDC ở một quốc gia kém phát triển như CHDCND Lào, thể hiện ở các khía cạnh về chính sách phát triển qui hoạch du lịch và quản lý điểm đến. Nghiên cứu này là nghiên cứu đầu tiên chứng minh rằng tính bền vững xác định trong TDC ở một nền kinh tế kém phát triển. Phát hiện qua thực nghiệm cũng góp phần củng cố quan điểm rằng các hoạt động hướng tới du lịch bền vững của một điểm đến sẽ nâng cao khả năng cạnh tranh của nó.

4.2.2. Hàm ý về thực tiễn quản trị

Các bên liên quan của ngành du lịch của nước CHDCND Lào phải hiểu biết nhiều hơn về chủ đề này và biết được năng lực cạnh tranh hiện tại của điểm đến này cũng như những gì cần phải được ưu tiên tập trung cải thiện. Đòi hỏi phải xem xét đầy đủ các khía cạnh kinh tế, văn hóa xã hội và môi trường sinh thái, mặt khác xem xét tất cả các bên liên quan tham gia vào quá trình du lịch. Vì thế, để gia tăng năng lực cạnh tranh điểm đến CHDCND Lào theo hướng bền vững trong thời gian tới, đầu tiên, ngành du lịch của nước CHDCND Lào cần có những định hướng giải pháp tốt các hoạt động của khu vực công và khu vực các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực du lịch.

1) Các hoạt động của khu vực công để tăng cường TDC nước CHDCND Lào

Nhiệm vụ của các tổ chức quản lý điểm đến Lào cần nhận thức trách nhiệm và nhanh chóng có những giải pháp thiết thực cho việc cải thiện TDC. Các cơ quan quản lý điểm đến CHDCND Lào cần phải tập trung ưu tiên hơn vào tối đa hóa tác động kinh tế đến cộng đồng địa phương, lập kế hoạch du lịch, thúc đẩy sự hợp tác giữa các doanh nghiệp trong khu vực công và giữa khu vực công và tư, đẩy mạnh truyền thông, thiết kế cấu trúc hợp lý, xác định rõ phân khúc, chương trình trải nghiệm cho du khách, gia tăng mức độ hài lòng của du khách, thông tin du lịch cụ thể tại điểm đến, hệ thống đường sá, hệ thống thông tin liên lạc, cơ sở y tế, vệ sinh công cộng, hệ thống xử lý chất thải, phát triển thêm các sự kiện lễ hội địa phương, cơ hội mua sắm.

Cơ quan quản lý du lịch Trung ương của CHDCND Lào cần nghiên cứu và đưa một mô hình kinh doanh du lịch bền vững cao có thể mang lại lợi ích ròng cho người nghèo và tăng cơ hội việc làm cho nhóm dễ bị tổn thương nhất trong xã hội.

Phải tránh những hạn chế từ kinh nghiệm các nước đang phát triển đã từng xảy ra, chẳng hạn tỷ lệ sở hữu nước ngoài cao, dẫn đến mất kiểm soát các nguồn lực địa phương; sự rò rỉ đáng kể từ nước ngoài về thu nhập từ du lịch; hội nhập sâu rộng với các thành phần kinh tế khác trong nước; phân bổ không bình đẳng về không gian các cơ hội phát triển; thu nhập dao động do thời vụ và các yếu tố bên ngoài (ví dụ, suy thoái kinh tế toàn cầu); hủy hoại môi trường với sự mất mát của các nguồn tài nguyên không thể tái sinh; sự xa lánh ngày càng tăng giữa người dân địa phương; xung đột về khả năng tiếp cận các nguồn tài nguyên khan hiếm; tỷ lệ tội phạm gia tăng; đông đúc; cơ sở hạ tầng quá tải; tăng giá hàng hóa, dịch vụ và tài sản; và đánh mất bản sắc văn hóa.

Để tăng cường chất lượng trong hoạt động xây dựng chính sách phát triển du lịch điểm đến Lào, cần phải thúc đẩy sự hợp tác giữa các bên liên quan. Sự phối hợp giữa các chính quyền địa phương và DN tốt mới có thể định hướng phát triển sản phẩm du lịch bền vững được. Chính sách phát triển phải làm thế nào có sự tham gia của nhiều DN địa phương trong

cung cấp sản phẩm và dịch vụ tại Lào mang lại nhiều lợi ích cho ngành du lịch và cộng đồng địa phương.

Các DN cần được đào tạo và hỗ trợ để nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế và phù hợp với nhu cầu của khách du lịch.

Qua việc tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi và động viên DN địa phương tham gia vào ngành du lịch, Lào có thể khai thác được tiềm năng và tăng cường sự cạnh tranh của mình.

Áp dụng mô hình du lịch dựa vào nghỉ dưỡng, nơi nguồn cung lao động rẻ thường là cách tiếp cận nhanh nhất và dễ dàng nhất để các quốc gia nghèo thúc đẩy ngành du lịch của mình, nhưng lại đặt sự phát triển du lịch vào tay các công ty đa quốc gia, những công ty quan tâm đến lợi nhuận ngắn hạn và coi tính bền vững là vấn đề thứ yếu cần xem xét kỹ để lựa chọn.

Để đảm bảo sự phát triển bền vững và thành công của ngành du lịch tại Lào, việc thiết kế cấu trúc hợp lý cho quản lý điểm đến là không thể bỏ qua. Cần thiết có sự nhấn mạnh và ưu tiên để xây dựng một cấu trúc quản lý chặt chẽ, trong đó tất cả các khía cạnh quan trọng của việc quản lý điểm đến được đảm bảo và thực hiện một cách hiệu quả. Điều này đòi hỏi sự hợp tác giữa chính quyền địa phương, các cơ quan liên quan và DN du lịch, cùng với việc tăng cường nhận thức và đào tạo cho những người liên quan đến ngành du lịch tại Lào.

Bằng cách định rõ phân khúc thị trường, chúng ta có thể tập trung vào nhóm khách hàng tiềm năng phù hợp với đặc điểm và lợi thế của Lào. Điều này giúp xây dựng chiến lược truyền thông, quảng cáo và sản phẩm du lịch chính xác hơn. Cần tiến hành định vị điểm đến và áp dụng các chiến lược truyền thông và marketing hiệu quả. Quá trình này bao gồm việc xác định thị trường mục tiêu một cách chính xác và nắm bắt được nhu cầu của khách du lịch. Đồng thời, cần xây dựng một chiến lược marketing tích hợp và bền vững nhằm thúc đẩy sự phát triển toàn diện cho ngành du lịch Lào. Sự hợp tác chặt chẽ giữa chính phủ, các DN du lịch và các cơ sở đào tạo là điều không thể thiếu để đảm bảo nguồn nhân lực chất lượng và quản lý hiệu quả. Điều này đảm bảo rằng các hoạt động và chiến lược du lịch được thiết kế và triển khai một cách hợp lý và hiệu quả, góp phần vào sự phát triển bền vững của ngành du lịch và đất nước Lào.

Mặc dù quản lý mức độ hài lòng của du khách và cung cấp hướng dẫn, thông tin du lịch là những yếu tố quan trọng trong ngành du lịch. Việc theo dõi, đánh giá và phản hồi từ du khách không chỉ giúp nắm bắt được ý kiến và nhu cầu của họ, mà còn tạo điều kiện để cải thiện dịch vụ và tăng cường sự hài lòng của du khách. Du khách cần được hướng dẫn rõ ràng về các địa điểm du lịch, hoạt động, thông tin an ninh và các quy định địa phương.

Để nâng cao chất lượng dịch vụ y tế và thu hút du khách y tế, Lào cần phải Thứ nhất, tăng cường và mở rộng dịch vụ y tế nhằm cải thiện chất lượng y tế cho du khách. Điều này bao gồm cung cấp các dịch vụ chẩn đoán, điều trị, và dự phòng tốt hơn. Các cơ sở y tế chất lượng và đội ngũ chuyên gia y tế đáng tin cậy, sẽ dễ dàng xử lý các tình huống khẩn cấp hoặc sự cố y tế đối với du khách. Thứ hai, Mở rộng cơ sở y tế cũng có thể thu hút du khách y tế, một thị trường đang phát triển. Thứ ba, Việc nâng cao dịch vụ y tế cho du khách có thể tạo một hình ảnh tích cực cho quốc gia.

Việc xây dựng cụ thể những chương trình trải nghiệm đáp ứng nhu cầu và mong muốn

của khách du lịch là một yếu tố quan trọng để tạo sự hài lòng và gắn kết của du khách với điểm đến.

Quản lý môi trường tự nhiên và giám sát tác động của du lịch là một trách nhiệm quan trọng để bảo vệ nguồn tài nguyên và duy trì bền vững cho lâu dài. Để nâng cao hiệu quả của những yếu tố này, cần có sự chú trọng và tập trung từ các bên liên quan trong ngành du lịch. Các tổ chức du lịch và cơ quan quản lý cần thúc đẩy và đẩy mạnh việc quảng bá chương trình trải nghiệm độc đáo của Lào và tạo ra các kênh thông tin phù hợp để đưa thông tin đến khách du lịch. Đồng thời, cần tăng cường công tác giáo dục và nhận thức về quản lý môi trường tự nhiên trong ngành du lịch, đồng thời thiết lập cơ chế giám sát và thực thi quy định môi trường một cách nghiêm ngặt.

Để thúc đẩy ngành du lịch tại Lào, cần có sự tăng cường đầu tư và chú trọng vào hoạt động xúc tiến và truyền thông. Các cơ quan quản lý du lịch và DN trong ngành cần nhận thức được tầm quan trọng của việc đẩy mạnh hoạt động này và đồng lòng hướng tới mục tiêu chung.

Đối với hệ thống thông tin, để cải thiện vấn đề này, Lào nên đẩy mạnh đầu tư vào việc phát triển hệ thống thông tin du lịch, bao gồm các trang web, ứng dụng di động và các công cụ tương tác khác, để cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác và dễ dàng tiếp cận cho du khách.

“Cơ sở hạ tầng chung” và “Cơ sở hạ tầng và chất lượng dịch vụ du lịch của điểm đến Lào” được coi là lĩnh vực quan trọng cần quan tâm đối với Lào. Cần cải thiện mức độ sạch sẽ và bảo trì các khu vực công cộng và nhà vệ sinh, chất lượng đường sá và phương tiện giao thông công cộng, tần suất tàu thuyền, tốc độ di chuyển của các phương tiện giao thông công cộng, cơ sở chăm sóc y tế, hệ thống xử lý chất thải.

2) Cải thiện hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh ngành du lịch nhằm tăng cường TDC nước CHDCND Lào

Các doanh nghiệp kinh doanh ngành du lịch của điểm đến CHDCND Lào cần phải tập trung cải thiện cơ sở lưu trú, dịch vụ vận tải, dịch vụ lữ hành, chuyến bay quốc tế, vị trí điểm đến, năng lực công nghệ của các doanh nghiệp để gia tăng tính hấp dẫn cho điểm đến. Các học giả và các nhà hoạch định chính sách đồng ý rằng phát triển cơ sở hạ tầng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì lượng khách đến và tăng trưởng kinh tế tổng thể (Suleiman và Masoud, 2014)

Để cải thiện TDC cho điểm đến CHDCND Lào, các doanh nghiệp du lịch Lào cần tập trung vào những định hướng sau:

- Khuyến khích đầu tư nâng cấp và phát triển mạnh mẽ hơn nữa cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ Du lịch; tập trung phát triển các tiềm năng Du lịch đặc thù của nước Lào
- Quản lý chặt chẽ các loại dịch vụ, phí dịch vụ phục vụ du khách; nâng cao ý thức phục vụ trong kinh doanh, tránh làm mất giá trị văn hóa truyền thống
- Phát triển hạ tầng du lịch có chất lượng cao và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch
- Đẩy mạnh sự liên kết trong phát triển du lịch phù hợp với đặc điểm văn hóa từng vùng, cùng với tổng hợp liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao

- Tăng cường từng bước ứng dụng tiến bộ kỹ thuật công nghệ vào kinh doanh du lịch, đầu tư R&D với doanh nghiệp, thực hiện kinh tế số, xây dựng du lịch thông minh nhằm hỗ trợ khách du lịch
- Tăng cường phát triển nguồn nhân lực du lịch

Đối với một trải nghiệm du lịch tốt, việc có sự hỗ trợ chuyên nghiệp và đáng tin cậy từ các đơn vị lữ hành là vô cùng quan trọng. Để tăng cường sự hấp dẫn và cạnh tranh trong ngành du lịch, các đơn vị liên quan cần cần đầu tư vào đào tạo và nâng cao năng lực của nhân viên lữ hành và hướng dẫn viên du lịch. Họ cũng cần tạo ra các chương trình và gói tour hấp dẫn, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch. Xây dựng mối quan hệ tốt với các điểm đến du lịch và đối tác liên quan để đảm bảo sự phối hợp và hỗ trợ tốt nhất trong việc đưa đón khách. Cuối cùng, đầu tư vào cải thiện cơ sở vật chất, xe cộ và trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ lữ hành là cần thiết để tăng cường quản lý chất lượng và đánh giá hiệu suất dịch vụ lữ hành, từ đó cải thiện trải nghiệm của khách du lịch.

Đối với khía cạnh các chuyến bay quốc tế, để cải thiện thực trạng này, có thể áp dụng các giải pháp sau: Thứ nhất, chính phủ Lào có thể thúc đẩy hợp tác với các hãng hàng không quốc tế để mở rộng mạng lưới chuyến bay đến và từ Lào. Điều này có thể bao gồm việc ký kết các thỏa thuận hợp tác hoặc thỏa thuận vận chuyển để tạo điều kiện thuận lợi cho du khách quốc tế. Thứ hai, đầu tư vào cải thiện hạ tầng sân bay là một phần quan trọng để thu hút các hãng hàng không quốc tế. Mở rộng cơ sở sân bay, nâng cấp trang thiết bị và dịch vụ tại sân bay sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc tăng cường chuyến bay quốc tế. Thứ ba, khuyến khích đầu tư trong ngành du lịch có thể giúp tạo sự thúc đẩy cho việc mở rộng mạng lưới chuyến bay quốc tế. Các dự án du lịch mới và sáng tạo có thể thu hút sự quan tâm của các hãng hàng không và du khách quốc tế.

3) Các hoạt động nhằm duy trì và phát huy TDC NCHDCND Lào

Trước tiên, việc xây dựng cơ sở dữ liệu về TNDL và hệ thống thông tin viễn thám là cần thiết để đáp ứng nhu cầu quản lý và khai thác tài nguyên một cách thông minh và hợp lý.

Tận dụng hiệu quả các TNDL tự nhiên và văn hoá, cần có kế hoạch khai thác và sử dụng chúng một cách hiệu quả và bền vững.

Tận dụng nguồn lực của các DN và cộng đồng địa phương để kêu gọi đầu tư và phát triển các loại hình du lịch có tiềm năng là cần thiết.

Việc trùng tu, bảo vệ và trưng bày các di tích lịch sử là một phần quan trọng trong việc tạo điều kiện cho du khách trải nghiệm và tìm hiểu sâu hơn về quá khứ đa dạng và phong phú của Lào. Đặc biệt triển khai các chương trình nghiên cứu về tài nguyên văn hoá, về quan hệ giữa di sản văn hóa và phát triển du lịch.

Tạo dựng cơ sở dữ liệu về thời tiết khí hậu và thông tin về các địa điểm thiên nhiên đẹp cũng là rất cần thiết để giúp du khách lựa chọn thời gian và kế hoạch chuyến đi một cách thuận lợi.

Đồng thời, người dân cũng có thể đóng góp vào ngành du lịch thông qua việc tham gia hoạt động du lịch cộng đồng. Bằng cách cung cấp các dịch vụ và sản phẩm địa phương, như nghề thủ công, nông nghiệp hữu cơ hoặc hướng dẫn du lịch, người dân có thể tạo ra thu nhập, nâng cao mức sống và thúc đẩy phát triển kinh tế tại các khu vực địa phương.

Tận dụng tối đa lợi thế của sự chênh lệch giá, cần có sự đồng bộ và điều chỉnh hợp lý giữa các ngành công nghiệp và chính sách kinh tế.

Các nhà quản trị du lịch tại Lào cần thực hiện các biện pháp như đào tạo và nâng cao nhận thức của cư dân về vai trò của họ trong ngành du lịch, khuyến khích tinh thần đoàn kết và sự tự hào về văn hóa và địa phương. Đồng thời, cần xây dựng các chính sách và cơ chế thúc đẩy sự tham gia và hỗ trợ của cư dân trong các hoạt động du lịch, như việc khuyến khích khách du lịch tương tác với cộng đồng địa phương và tạo ra những trải nghiệm đáng nhớ. Để đảm bảo sự chú trọng đầy đủ và đồng đều, cần có sự phối hợp và tương tác chặt chẽ giữa chính quyền, DN du lịch và cư dân. Cần xây dựng các cơ chế liên kết và hợp tác để đảm bảo rằng mọi bên đều nhận thức và thực hiện vai trò của mình trong việc phát triển du lịch bền vững và tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của ngành du lịch Lào.

4.3. Những hạn chế của nghiên cứu và đề xuất hướng nghiên cứu trong tương lai

Thứ nhất, để thấy được năng lực cạnh tranh, việc so sánh là cần thiết. Vì vậy trong tương lai cần thực hiện xây dựng thang đo với các tiêu chí chung để có thể đánh giá so sánh giữa các điểm đến với các điểm đến cạnh tranh trực tiếp điểm đến CHDCND Lào để thấy được TDC của CHDCND Lào trong mối quan hệ so sánh với các đối thủ trên thị trường. Điều này sẽ giúp đưa ra những quyết định định vị cho điểm đến CHDCND Lào trong thị trường du lịch cạnh tranh.

Thứ hai, khi môi trường thay đổi, đặc biệt là sự tiến bộ công nghệ như hiện nay, hành vi của khách du lịch có thể nhanh chóng thay đổi, có thể tồn tại các biến số và cấu trúc quan trọng khác để có cái nhìn sâu sắc hơn về năng lực cạnh tranh của điểm đến Lào. Nghiên cứu trong tương lai có thể lặp lại qui trình nhưng nên mở rộng phạm vi và bao gồm các biến số khác nhau để đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến nước CHDCND Lào và cho các nhóm du khách khác nhau theo nhu cầu khác nhau.

Thứ ba, nghiên cứu này đang tập trung chủ yếu đánh giá TDC nước CHDCND Lào ở phương diện mềm theo quan điểm chủ quan từ phía cung. Nghiên cứu trong tương lai cần phân tích kỹ thêm các yếu tố của khía cạnh cứng và đối với đánh giá từ cả phía cầu, phối hợp để so sánh giữa phía cung và phía cầu.