



TĂNG CƯỜNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC ĐIỂM DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN, LÀO

Manivanh Lobriayao*

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, 99 Hồ Đắc Di, Huế, Việt Nam

Tóm tắt: Trên cơ sở vận dụng phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến, nghiên cứu này phân tích mối liên hệ giữa các khía cạnh quản lý nhà nước và hiệu quả hoạt động của điểm du lịch trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn, Lào. Nghiên cứu tiến hành điều tra bảng hỏi theo phương pháp ngẫu nhiên hệ thống với mẫu là 272 cán bộ thuộc các cơ quan quản lý du lịch trên địa bàn. Kết quả chỉ ra 6 nhóm nhân tố đại diện cho các khía cạnh quản lý nhà nước tại điểm đến du lịch. Trong đó, ba yếu tố gồm *Quản lý cơ sở hạ tầng*, *Truyền thông marketing* và *Liên kết và cạnh tranh trong ngành* có ảnh hưởng lớn nhất đến hiệu quả hoạt động điểm du lịch.

Từ khóa: quản lý nhà nước, điểm du lịch, Viêng Chăn, Lào

1 Đặt vấn đề

Trong công cuộc công nghiệp hóa – hiện đại hóa (CNH – HĐH) đất nước, ngành du lịch được chính phủ Lào xác định là một trong những mũi nhọn kinh tế cần được tập trung phát triển [17]. Tháng 11 năm 2004, Luật quản lý điểm du lịch do hội nghị lần thứ VIII của Quốc hội khóa V thông qua đã chuẩn hóa và tăng cường vai trò, sự quan trọng của doanh nghiệp du lịch trong và ngoài nước đối với nền kinh tế Lào [21]. Nhờ các chính sách thúc đẩy phát triển du lịch trong những năm gần đây, nhiều địa điểm du lịch trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn đã được đưa vào khai thác phát huy giá trị, giải quyết việc làm cho nhiều lao động và góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế địa phương. Cụ thể đến nay, trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn đã có 51 điểm du lịch (bao gồm du lịch thiên nhiên, du lịch văn hóa và du lịch lịch sử) ở khắp 9 quận huyện trực thuộc Thủ đô, tăng 41% so với năm 2012 (36 địa điểm). Để quản lý số lượng điểm đến du lịch ngày càng tăng này, công tác quản lý nhà nước cũng ngày càng được chú trọng phát triển. Cụ thể, số lượng lao động ở cơ quan nhà nước quản lý du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn đã tăng từ 141 người năm 2012 lên 202 người năm 2016. Trình độ cán bộ trong các cơ quan quản lý du lịch tại Thủ đô Viêng Chăn cũng đã được chú trọng nâng lên qua các năm với trên 70% có trình độ Đại học trở lên.

Những xu hướng phát triển này cho thấy chính phủ Lào và các cơ quan quản lý du lịch tại Thủ đô Viêng Chăn đã chú trọng về phát triển toàn diện và có tính bền vững cao. Tuy vậy,

* *Liên hệ:* nou27@hotmail.com

việc quản lý hoạt động du lịch nói chung và điểm du lịch tại thủ đô Viêng Chăn nói riêng hiện vẫn còn nhiều hạn chế như: quản lý chất lượng dịch vụ du lịch và an toàn cho du khách tại các điểm du lịch chưa thực sự hiệu quả; năng lực đào tạo của các cơ sở đào tạo chuyên môn nghiệp vụ còn nhiều hạn chế; cơ sở hạ tầng du lịch chưa được đầu tư hiệu quả; sự chuyên môn hóa trong từng bộ phận quản lý du lịch chưa thật sự cao [17]. Những yếu tố này dẫn đến hiệu quả hoạt động của các điểm du lịch tại thủ đô Viêng Chăn còn rất hạn chế, chưa khai thác hết tiềm năng của các điểm du lịch này.

Về mặt lý luận, cùng với sự phát triển của ngành du lịch trên thế giới, đã có một số nghiên cứu trong và ngoài nước hướng đến việc làm rõ tác động của công tác quản lý nhà nước đến việc nâng cao hiệu quả hoạt động của các điểm du lịch [11, 12]. Tuy nhiên, vẫn chưa có một mô hình nghiên cứu và thang đo thống nhất phác thảo mối liên hệ giữa hai khía cạnh này [5]. Mặt khác, đa phần các nghiên cứu đều tập trung vào phân tích các yếu tố về tài nguyên, nguồn lực cốt lõi và các dịch vụ du lịch khi đánh giá về hiệu quả hoạt động của các điểm du lịch [7]. Vậy nên, yếu tố quản lý nhà nước vẫn chưa được đánh giá thật sự đầy đủ.

Đồng thời, trong phạm vi nước Lào nói chung và thủ đô Viêng Chăn nói riêng, việc đánh giá hiệu quả quản lý nhà nước về hoạt động du lịch hầu như vẫn chưa được xem xét bởi bất kỳ nghiên cứu nào [9]. Vì vậy, trong bài báo này, tác giả hướng đến hai mục tiêu cụ thể: phân tích tác động của các yếu tố quản lý nhà nước đến hiệu quả hoạt động của các điểm du lịch trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn, Lào và đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường hiệu quả quản lý nhà nước về hoạt động du lịch tại địa bàn nghiên cứu.

2 Tổng quan vấn đề nghiên cứu

2.1 Lý luận về công tác quản lý nhà nước đối với điểm du lịch

Theo Kozak và Baloglu, quản lý nhà nước là hoạt động thực thi quyền hành pháp của nhà nước. Đó là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh bằng pháp luật đối với các quá trình xã hội và hành vi hoạt động của con người để duy trì và phát triển các mối quan hệ xã hội, do các cơ quan hành chính từ Trung ương đến địa phương tiến hành [14]. Bất kỳ hoạt động kinh doanh nào cũng cần có sự tổ chức và quản lý tương ứng, hoạt động kinh doanh du lịch cũng vậy.

Trong tài liệu chuyên khảo “Điểm đến cạnh tranh dưới góc nhìn du lịch bền vững” (“The competitive destination: A sustainable tourism perspective”), Ritchie và Crouch cho rằng quản lý điểm du lịch là làm chức năng quản lý vĩ mô về du lịch, không làm chức năng chủ quản, kinh doanh thay các doanh nghiệp du lịch [18]. Việc quản lý đó được thông qua các công cụ quản lý vĩ mô nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau hoạt động trên lĩnh vực kinh tế du lịch. Quản lý điểm du lịch là nhằm đưa du lịch phát triển theo định hướng chung của tiến trình phát triển đất nước [16].

Nghiên cứu của một số tác giả [1, 3, 16] nhấn mạnh tầm quan trọng của quản lý nhà nước đối với điểm du lịch. Bordas [1] cho rằng quản lý nhà nước giúp đưa ra khuôn khổ pháp lý và những chính sách hỗ trợ phát triển, giúp định hướng phát triển điểm du lịch phù hợp với đặc thù địa bàn hoạt động và điều kiện vốn có của địa phương. Tương tự, Buhalis [3] cho rằng quản lý hoạt động điểm du lịch tạo ra sự thống nhất trong tổ chức và phối hợp các hoạt động của doanh nghiệp kinh doanh tại điểm du lịch. Đồng thời, chỉ có sự thống nhất về hoạt động điểm du lịch mới giữ cho việc khai thác các thế mạnh của từng vùng, từng địa phương đạt kết quả và phát huy lợi thế so sánh của quốc gia trong phát triển du lịch quốc tế [16].

Dwyer và Kim [4] cho rằng hoạt động quản lý nhà nước đối với điểm du lịch đóng vai trò kiểm soát và chi phối các dịch vụ du lịch cơ bản. Ngược lại, các nguồn tài nguyên, năng lực cốt lõi và các dịch vụ du lịch cơ bản cũng có thể tạo ra những tác động dẫn đến việc điều chỉnh hoạt động quản lý nhà nước tại điểm đến cho phù hợp với tình hình thực tế. Hoạt động quản lý điểm đến, bởi vậy, không chỉ là trách nhiệm của cơ quan quản lý ngành du lịch nói riêng mà còn là chức trách của chính phủ các quốc gia nói chung và hoạt động quản lý cấp địa phương. Hoạt động này giúp phát huy tối đa các nguồn tài nguyên và nguồn lực cốt lõi của điểm đến và phát triển du lịch của một địa phương, vùng, quốc gia [12].

Hiện nay đã có nhiều nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định vai trò của công tác quản lý nhà nước đối với điểm du lịch. Trong cuốn sách “Marketing và Quản lý điểm đến du lịch” xuất bản năm 2011, Kozak và Baloglu đã phân tích cụ thể các lý thuyết về quản lý điểm đến và đem đến cái nhìn tổng quan nhất và logic nhất về hoạt động quản lý điểm đến du lịch [24].

Năm 2007, Tổ chức Du lịch Thế giới UNWTO xuất bản cuốn “Hướng dẫn thực hành quản lý điểm đến”. Nội dung cuốn sách này khái quát hóa các vấn đề về quản lý điểm đến như nội dung quản lý, mô hình quản lý và nguyên tắc quản lý điểm đến cùng với những hướng dẫn thực hiện. Cuốn sách cũng chỉ ra rằng quản lý điểm đến thành công phải dựa trên sự hợp tác hiệu quả giữa các tổ chức với nhau, giữa khu vực hành chính công và tư nhân, giữa các đối tác với mục tiêu cuối cùng là cùng nhau cung cấp những sản phẩm, dịch vụ du lịch tốt nhất cho du khách [23].

Năm 2012, Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ phát hành tài liệu “Quản lý điểm đến du lịch – hướng tới phát triển bền vững và tăng khả năng cạnh tranh”. Đây là một bộ 8 công cụ hướng dẫn hoạt động quản lý điểm đến du lịch. Nội dung tài liệu cũng đã đưa ra những ví dụ điển hình, rút ra bài học kinh nghiệm và xây dựng một số biểu mẫu nhằm đánh giá hiệu quả công tác quản lý [17].

Về hoạt động nghiên cứu tại Lào, hiện chỉ có rất ít nghiên cứu phân tích chủ đề quản lý nhà nước đối với điểm du lịch. Trong số này, Vũ Tuấn Cảnh và cs. trong “Cơ sở khoa học cho việc tổ chức và quản lý hệ thống các khu du lịch và đề xuất quy chế tổ chức và quản lý khai thác các khu

du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn” đã phần nào xác lập những luận cứ khoa học để xây dựng dự thảo về quy chế quản lý khai thác các khu du lịch trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn, Lào [16].

2.2 Thang đo đánh giá công tác quản lý nhà nước đối với điểm du lịch

Liên quan đến thang đo đánh giá công tác quản lý nhà nước đối với điểm du lịch, trong mô hình lý thuyết đề xuất từ nghiên cứu của Crouch và Ritchie [18], các yếu tố cơ bản như quản lý cơ sở hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực, an toàn và vệ sinh môi trường, và chính sách quản lý bảo tồn tài nguyên du lịch được xem là các yếu tố then chốt tác động rõ rệt đến năng lực cạnh tranh của một điểm đến du lịch. Trước hết, hoạt động quản lý điểm đến phải chú trọng đến việc thiết lập, bảo trì và nâng cấp hệ thống cơ sở hạ tầng cơ bản nhằm đáp ứng được nhu cầu của du khách và sự phát triển của ngành du lịch. Bên cạnh đó, khi việc cạnh tranh giữa các doanh nghiệp được quyết định bởi các kỹ năng thì nguồn nhân lực là yếu tố then chốt để đạt được lợi thế cạnh tranh [21]. Xuất phát từ điều này, điểm đến du lịch cần có chính sách, chiến lược chú trọng phát triển nguồn nhân lực phù hợp để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

Ngoài ra, Bueno [2] đề xuất yếu tố đầu tư của nhà nước vào hoạt động truyền thông marketing cho điểm đến du lịch. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các điểm đến du lịch trong việc thu hút du khách, truyền thông marketing đóng vai trò hết sức quan trọng. Hoạt động truyền thông quảng bá của điểm đến phải thông tin rõ ràng cho du khách về những lợi ích mà họ có thể nhận được từ điểm đến, tính an ninh, an toàn và tiện ích có được. Điểm đến du lịch có uy tín phải đem đến sự bảo đảm cho du khách về chất lượng trải nghiệm của chuyến du lịch [4].

Một khía cạnh quản lý nhà nước nữa được Vengesayi [22] đề xuất là sự cạnh tranh và liên kết giữa các doanh nghiệp, cơ quan, tổ chức trong ngành giúp thúc đẩy sự phát triển du lịch của điểm đến từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh. Các doanh nghiệp có thể cạnh tranh lẫn nhau về sự cải tiến các sản phẩm/dịch vụ, chiến lược quảng bá, xúc tiến, nâng cao rào cản gia nhập thị trường, vận dụng tiến bộ của công nghệ thông tin để giành được lợi thế cạnh tranh, v.v., nhưng cũng có thể thiết lập các mối quan hệ hợp tác để nâng cao hiệu quả kinh doanh, chia sẻ lợi nhuận trước mắt vì những lợi ích dài hạn lớn hơn.

Trên cơ sở vận dụng các đề xuất từ nghiên cứu của các tác giả trong cùng lĩnh vực được nêu ở trên, mô hình đề xuất của nghiên cứu này được phác thảo và hiệu chỉnh thông qua bước nghiên cứu định tính – phỏng vấn chuyên gia. Cụ thể, xuất phát từ đề xuất của Crouch và Ritchie [18], Bueno [2] và Vengesayi [22], chúng tôi đề xuất thang đo gồm 6 nhóm nhân tố bao gồm: Quản lý cơ sở hạ tầng, Quản lý nguồn nhân lực, An toàn và vệ sinh môi trường, Truyền thông marketing, Liên kết và cạnh tranh trong ngành, và Chính sách bảo tồn tài nguyên du lịch với 31 biến quan sát (Hình 1). Bốn biến quan sát bị loại khỏi thang đo đề xuất do không phù hợp với thực tế hoạt động quản lý điểm du lịch tại thủ đô Viêng Chăn.

3 Phương pháp

Nhằm đạt được các mục tiêu đề ra, nghiên cứu sử dụng đồng thời phương pháp định tính và định lượng. Bước nghiên cứu định tính được sử dụng nhằm hiệu chỉnh và xây dựng thang đo đánh giá về công tác quản lý nhà nước đối với điểm du lịch. Cụ thể, nghiên cứu tiến hành phỏng vấn chuyên gia là cán bộ lãnh đạo, cán bộ lâu năm tham gia vào công tác quản lý điểm du lịch cũng như các nhân viên các đơn vị liên quan có tính đại diện cao tại thủ đô Viêng Chăn.

Ở bước nghiên cứu định lượng, tác giả sử dụng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp bằng bảng hỏi với đối tượng phỏng vấn là các cán bộ và nhân viên trong các cơ quan nhà nước quản lý du lịch, các đơn vị kinh doanh du lịch và các đơn vị cung ứng trong lĩnh vực du lịch tại Thủ đô Viêng Chăn. Thang đo Likert với 5 mức độ được sử dụng nhằm đo lường các nhân tố trong mô hình, bao gồm cả nhóm biến phụ thuộc. Giá trị tương ứng 1 = Rất không đồng ý, 2 = Không đồng ý, 3 = Trung lập (trung bình), 4 = Đồng ý, 5 = Rất đồng ý. Mẫu được chọn theo phương pháp ngẫu nhiên hệ thống. Dựa trên danh sách 2 nhóm khách thể nghiên cứu: nhóm 1 gồm cán bộ quản lý cấp cao (tại Sở Du Lịch, Phòng quản lý du lịch ở các quận, huyện) – chiếm 20,2% tổng thể mẫu; nhóm 2 gồm cán bộ quản lý cấp thấp (tại Ban quản lý các điểm du lịch) và cán bộ của các tổ chức phi chính phủ hoạt động tại Lào nói chung, và thủ đô Viêng Chăn nói riêng – chiếm 78,8% tổng thể mẫu. Tác giả sử dụng phép chọn ngẫu nhiên hệ thống với bước nhảy $k = 3$ để lựa chọn ra mẫu cần khảo sát.

Kích thước mẫu được xác định dựa trên phương pháp ước lượng. Theo Hair và Bollen [9] thì kích thước mẫu tối thiểu là 5 mẫu cho 1 tham số ước lượng. Với thang đo đánh giá công tác quản lý điểm du lịch mà bài báo sử dụng với 31 tiêu chí thì số lượng mẫu tối thiểu là $5 \times 31 = 155$ mẫu. Để đảm bảo tính đại diện cao hơn của mẫu cho tổng thể, nghiên cứu lựa chọn cỡ mẫu nghiên cứu là 272 (Tổng số phiếu được phát ra là 300 phiếu, thu thập trong khoảng thời gian từ tháng 3/2018 đến tháng 6/2018).

Về phương pháp phân tích, các thang đo trong mô hình nghiên cứu được xây dựng bằng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis – EFA) và kiểm định hệ số Cronbach Alpha. Tiếp theo, nghiên cứu áp dụng mô hình hồi quy tương quan đa biến nhằm kiểm định mô hình lý thuyết cùng với các giả thuyết thống kê được đề xuất. Ngoài ra, phương pháp phân tích Anova một chiều được sử dụng phân tích sự khác biệt trong đánh giá về thực trạng công tác quản lý nhà nước đối với điểm du lịch tại thủ đô Viêng Chăn, Lào giữa các nhóm khảo sát.

Giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở tập hợp kết quả nghiên cứu của rất nhiều học giả và dựa vào một số quan điểm cá nhân, tác giả đã xây dựng hướng nghiên cứu đề xuất (Hình 1). Các mối quan hệ giữa các biến nghiên cứu cũng được cụ thể hóa thông qua bảng trình bày các giả thuyết thống kê (Bảng 1).

Bảng 1. Các giả thuyết thống kê

Giả thuyết	Mô tả giả thuyết thống kê
H1	Có mối quan hệ cùng chiều giữa Quản lý cơ sở hạ tầng (CSHT) và hiệu quả hoạt động điểm du lịch (HQ)
H2	Có mối quan hệ cùng chiều giữa Phát triển nguồn nhân lực (NL) và hiệu quả hoạt động điểm du lịch (HQ)
H3	Có mối quan hệ cùng chiều giữa An toàn và vệ sinh môi trường (ATVS) và hiệu quả hoạt động điểm du lịch (HQ)
H4	Có mối quan hệ cùng chiều giữa Truyền thông marketing (MAR) và hiệu quả hoạt động điểm du lịch (HQ)
H5	Có mối quan hệ cùng chiều giữa Liên kết và cạnh tranh trong Ngành (LK) và hiệu quả hoạt động điểm du lịch (HQ)
H6	Có mối quan hệ cùng chiều giữa Chính sách bảo tồn tài nguyên du lịch (BT) và hiệu quả hoạt động điểm du lịch (HQ)

**Hình 1.** Mô hình đề xuất nghiên cứu các nhân tố tác động đến hiệu quả hoạt động điểm du lịch

4 Kết quả

4.1 Phân tích nhân tố khám phá và kiểm định độ tin cậy thang đo

Phương pháp phân tích thành phần chính với phép xoay Varimax được sử dụng để xác định số lượng các yếu tố được trích xuất trong mỗi thang đo. Các nhóm biến quan sát về quản lý nhà nước đối với hoạt động của điểm đến du lịch cho hệ số Kaiser-Meyer-Olkin = 0,855 (>0,5) với mức ý nghĩa của kiểm định Bartlett's Test of Sphericity là 0,000 (<0,05). Có 31 biến được nhóm lại thành 6 nhân tố. Giá trị Eigenvalue của các nhân tố đều lớn hơn 1 nên được giữ lại trong mô hình phân tích. Tổng phương sai trích là 68,228% (>50%) [7].

Độ tin cậy của thang đo sau đó được kiểm tra bằng cách sử dụng hệ số Cronbach Alpha. Chỉ số này đo lường tính nhất quán của các biến trong cùng một thang đo. Trong nghiên cứu này, các giá trị thu được của tất cả sáu thang đo được kiểm tra lớn hơn giá trị khuyến nghị là 0,7 [9]. Các thang đo do đó đáp ứng các yêu cầu và có thể được sử dụng cho các phân tích tiếp theo.

4.2 Phân tích hồi quy tương quan

Sau khi tiến hành các kiểm định về độ phù hợp của mô hình tương quan (với giá trị R^2 hiệu chỉnh = 0,599 (>0,5) và Sig. của kiểm định $F = 0,000$ (<0,05), cũng như kiểm định về các khuyết tật của mô hình (với giá trị Durbin-watson = 1,832 nằm trong khoảng (1,6; 2,6) và các giá trị VIF đều bé hơn 10). Điều này chứng tỏ mô hình lý thuyết cũng đạt được các yêu cầu để đảm bảo có ý nghĩa [9].

Về kiểm định mối quan hệ giữa các giả thuyết thống kê thì có 5 giả thuyết H1, H2, H4, H5, H6 tương ứng với 5 mối quan hệ được chấp nhận với hệ số hồi quy tương ứng lần lượt là 0,482; 0,453; 0,299; 0,237 và 0,154 được thể hiện rõ trong Hình 2.

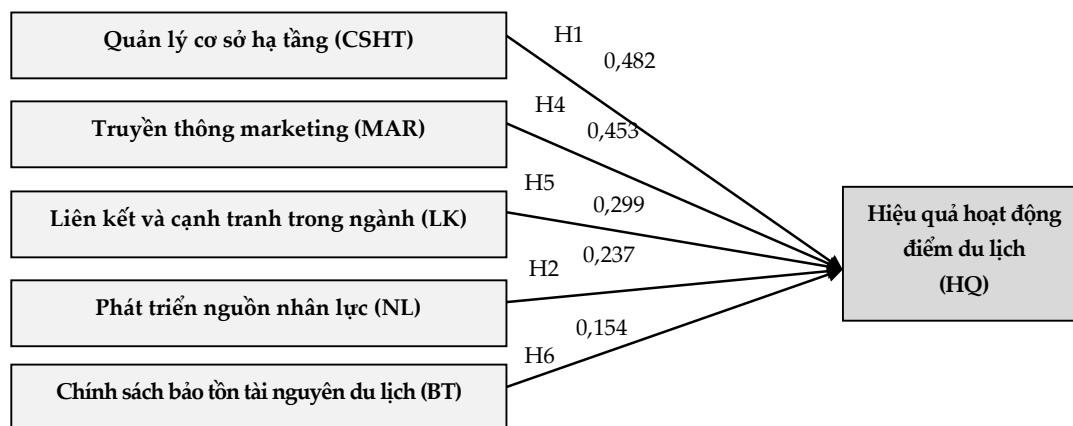
Phương trình hồi quy tổng quát của mô hình được viết lại như sau:

$$HQ = 0,482 \cdot F1 + 0,453 \cdot F4 + 0,299 \cdot F5 + 0,237 \cdot F2 + 0,154 \cdot F6$$

Bảng 2. Kết quả phân tích EFA và hệ số Cronbach Alpha của các nhóm biến về công tác quản lý điểm du lịch

Nhóm biến	Số lượng biến	Eigenvalue ban đầu	% Phương sai	Cronbach Alpha
Quản lý cơ sở hạ tầng (CSHT)	6	7,997	27,575	0,878
Phát triển nguồn nhân lực (NL)	6	3,070	10,585	0,879
Liên kết và cạnh tranh trong ngành (LK)	5	2,955	10,188	0,893
Truyền thông marketing (MAR)	4	2,197	7,577	0,866
Chính sách bảo tồn tài nguyên du lịch (BT)	4	2,043	7,045	0,879
An toàn và vệ sinh môi trường (ATVS)	4	1,525	5,258	0,714

Phương sai trích: 68,228%



Hình 2. Kết quả phân tích hồi quy

4.3 Phân tích sự khác biệt trong đánh giá về công tác quản lý nhà nước đối với điểm du lịch

Phương pháp ANOVA một chiều được sử dụng nhằm kiểm định giả thuyết trung bình bằng nhau của 3 nhóm mẫu: Cán bộ quản lý du lịch, Nhân viên các đơn vị kinh doanh du lịch và Nhân viên các đơn vị cung ứng du lịch với độ tin cậy 95%. Giả thuyết H_0 của kiểm định Levene là *tất cả các nhóm mẫu đều có phương sai đồng nhất*. Kết quả giá trị kiểm định Sig. đều lớn hơn 0,05, cho thấy tất cả nhóm biến kiểm định đều đáp ứng điều kiện này.

Kết quả phân tích trong Bảng 3 cho thấy trong số 6 nhóm nhân tố được đưa vào kiểm định thì chỉ tồn tại sự khác biệt rõ rệt ở 3 nhóm, bao gồm khác biệt trong đánh giá về Quản lý cơ sở hạ tầng (giá trị Sig. của kiểm định Anova là 0,000 bé hơn 0,05), Phát triển nguồn nhân lực (0,001), Liên kết và cạnh tranh trong ngành (0,000).

Bảng 3. Kết quả kiểm định ANOVA một chiều

Nhóm biến đánh giá		Đánh giá	Sig. (Levene)	Sig. (ANOVA)
Quản lý cơ sở hạ tầng (CSHT)	Nhóm 1*	2,412	0,062	0,000
	Nhóm 2*	2,418		
	Nhóm 3*	2,330		
Phát triển nguồn nhân lực (NL)	Nhóm 1	2,358	0,479	0,001
	Nhóm 2	2,421		
	Nhóm 3	2,431		
An toàn và vệ sinh môi trường (ATVS)	Nhóm 1	2,455	0,031	0,942
	Nhóm 2	2,509		
	Nhóm 3	2,502		
Truyền thông marketing (MAR)	Nhóm 1	2,128	0,742	0,884
	Nhóm 2	2,145		
	Nhóm 3	2,099		
Liên kết và cạnh tranh trong ngành (LK)	Nhóm 1	2,597	0,145	0,000
	Nhóm 2	2,505		
	Nhóm 3	2,613		
Chính sách bảo tồn tài nguyên du lịch (BT)	Nhóm 1	2,399	0,623	0,207
	Nhóm 2	2,356		
	Nhóm 3	2,402		

* Nhóm 1: Cán bộ quản lý du lịch; Nhóm 2: Nhân viên đơn vị kinh doanh du lịch; Nhóm 3: Nhân viên đơn vị cung ứng.

Nguồn: Xử lý số liệu điều tra, 2018

4 Kết luận và một số đề xuất

Xác định và phân tích các khía cạnh quản lý nhà nước ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của điểm đến du lịch luôn là mối quan tâm hàng đầu của các nhà lãnh đạo địa phương và các học giả trên toàn thế giới. Điều này lại càng trở nên quan trọng trong bối cảnh thủ đô Viêng Chăn, nơi được xem là trọng điểm phát triển du lịch của cả nước Lào. Tuy nhiên, xuất phát từ tính đặc thù và nhạy cảm của vấn đề, nên hiện nay vẫn chưa có nhiều nghiên cứu ở Lào về chủ đề này được thực hiện. Kết quả phân tích trong nghiên cứu này, bởi vậy, cung cấp một số kết quả quan trọng, bao gồm:

Thứ nhất, bước nghiên cứu định tính đã xây dựng 6 nhóm biến lớn đánh giá về hoạt động quản lý ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của các điểm đến. Những nhóm yếu tố này liên quan đến hoạt động quản lý cơ sở hạ tầng, quản lý nguồn nhân lực, quản lý an toàn và vệ sinh môi trường, truyền thông marketing, chính sách bảo tồn tài nguyên du lịch, liên kết và cạnh tranh trong ngành.

Thứ hai, trong số các yếu tố nêu trên, có năm biến độc lập ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của các điểm đến du lịch. Trong đó, quản lý cơ sở hạ tầng, truyền thông marketing và liên kết và cạnh tranh trong ngành là ba yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đến biến phụ thuộc. Điều này phản ánh một đặc điểm đáng chú ý của mô hình quản lý hoạt động điểm du lịch, rằng kết quả hoạt động bị ảnh hưởng lớn bởi sự liên kết giữa các đơn vị trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch.

Cuối cùng, những phát hiện từ phân tích khác biệt cho thấy cán bộ quản lý, cán bộ nhân viên tại các điểm du lịch và các nhân viên các đơn vị cung ứng sẽ có xu hướng đánh giá về tình hình hoạt động của điểm du lịch khác nhau. Từng khía cạnh khác nhau trong các hoạt động quản lý điểm du lịch sẽ được đánh giá tốt hoặc không tốt tùy vào kinh nghiệm công tác hoặc nơi làm việc của cán bộ, nhân viên đó.

Dựa trên kết quả phân tích và thảo luận nhóm giữa các chuyên gia quản lý bán hàng, nghiên cứu đưa ra 6 hàm ý để cải thiện công tác quản lý nhà nước đối với điểm đến du lịch tại thủ đô Viêng Chăn, Lào: Thứ nhất, cần tập trung cải thiện hiệu quả hoạt động quản lý cơ sở hạ tầng. Thứ hai, ban quản lý điểm đến cần tiến hành khảo sát, đánh giá về cả số lượng, chất lượng lao động và đội ngũ nhân sự. Thứ ba, tăng cường công tác quản lý môi trường du lịch, bảo đảm an ninh, an toàn cho du khách tại điểm đến du lịch Viêng Chăn. Thứ tư, tăng cường sự hợp tác giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau (bao gồm cả các công ty lữ hành, các khách sạn, nhà nghỉ, doanh nghiệp kinh doanh vận chuyển trong du lịch,...) và với các nhà cung ứng (bao gồm cả cung ứng sản phẩm vật chất phục vụ du khách cũng như các công ty lữ hành ở các địa bàn khác nhau, là nguồn cung cấp khách du lịch tới Viêng Chăn). Thứ năm, nâng cao ý thức toàn dân, nhất là đối với những người dân đang là chủ sở hữu các công trình văn hóa hoặc các tác phẩm văn hóa có giá trị, về tầm quan trọng của công tác bảo tồn di tích phục vụ phát triển du lịch thông qua các

chương trình giáo dục trong nhà trường phổ thông, phổ biến Luật Di sản văn hóa, Luật Du lịch... Thứ sáu, các khách sạn nên dần hợp tác với các nhà cung cấp địa phương và các công ty du lịch nhằm mang đến “trải nghiệm độc đáo” cho du khách tốt hơn.

Tóm lại, trên cơ sở lý thuyết quản lý nhà nước nói chung và hoạt động quản lý điểm đến du lịch nói riêng, nghiên cứu này giúp chính quyền tại thủ đô Viêng Chăn, Lào xác định và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động điểm đến du lịch. Liên quan đến giới hạn của nghiên cứu này, dữ liệu thu thập được có những thiếu sót nhất định. Điều này bắt nguồn từ các tiêu chí đánh giá tương đối và ý kiến chủ quan của người được phỏng vấn. Do đó, trong tương lai, cần có thêm nghiên cứu với phạm vi nghiên cứu rộng hơn, dữ liệu được thu thập trong thời gian dài hơn, bao gồm tất cả các cơ quan quản lý và doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn.

Tài liệu tham khảo

1. Bordas, E., (1994), Competitiveness of tourist destinations in long distance markets. *The Tourist Review*, 49(3), 3–9.
2. Buhalis, D., (2000), Marketing the competitive destination of the future, *Tourism management*, 21(1), 97–116.
3. Dwyer, L. & Kim, C., (2003), Destination competitiveness: determinants and indicators, *Current issues in tourism*, 6(5), 369–414.
4. Enright, M. J. & Newton, J., (2005), Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality, *Journal of travel research*, 43(4), 339–350.
5. Ferrario, F. F., (1979), The evaluation of tourist resources: an applied methodology. *Journal of Travel Research*, 17(4), 24–30.
6. Gerbing & Anderson, (1988), An Update Paradigm for Scale Development Incorporating Unidimensionality and Its Assessments, *Journal of Marketing Research*, 25.
7. Hair & ctg., (1998,111), *MuBAivariate Data Analysis*, Prentice-Hall International, Inc.
8. Hassan, S. S., (2000), Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry, *Journal of travel research*, 38(3), 239–245.
9. Hoàng Trọng Chu và Nguyễn Mộng Ngọc, (2005), *Phân tích dữ liệu với SPSS*, Nxb. Thống kê.
10. Hong, S. W. C., (2008), *Competitiveness in the tourism sector: a comprehensive approach from Economic and Management points*, Springer Science & Business Media.
11. Josiam, B. M., Smeaton, G. & Clements, C. J., (1999), Involvement: Travel motivation and destination selection, *Journal of Vacation Marketing*, 5(2), 167–175.

12. Kozak, M. & Baloglu, S., (2010), *Managing and marketing tourist destinations: Strategies to gain a competitive edge*, Routledge.
13. Mechinda, P., Serirat, S., Popajit, N., Lertwannawit, A. & Anuwichanont, J., (2010), The relative impact of competitiveness factors and destination equity on tourist's loyalty in Koh Chang, Thailand, *International Business & Economics Research Journal*, 9(10), 99–114.
14. Ounmany, K., (2014), Community-based ecotourism in Laos: Benefits and burdens sharing among stakeholders, *BOKU University of natural resources and life science*.
15. Ritchie, J. B. & Crouch, G. I., (2003), *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cabi.
16. Tasci, A. D., Gartner, W. C. & Tamer Cavusgil, S., (2007), Conceptualization and operationalization of destination image. *Journal of hospitality & tourism research*, 31(2), 194–223.
17. TDD, (2014), *2014 Statistical Report on Tourism in Laos – English Version*, The Tourism Development Department, Ministry of Information, Culture and Tourism.
18. Trần Thị Hoà, (2016), *Hoàn thiện nội dung quản lý nhà nước đối với phát triển du lịch bền vững tại thành phố Đà Nẵng*, Bài báo Hội thảo khoa học quốc tế Phát triển du lịch bền vững khu vực Duyên hải Nam Trung bộ Việt Nam, Đà Nẵng.
19. WTTC, (2015), *The Economic Impact of Travel & Tourism 2015 in Laos*, The World Travel and Tourism Council.
20. Kozak, M. & Baloglu, S., (2010), *Managing and marketing tourist destinations: Strategies to gain a competitive edge*, Routledge.

STRENGTHENING STATE MANAGEMENT TO IMPROVE BUSINESS EFFICIENCY OF TOURISM DESTINATIONS IN VIENTIANE, LAOS

Manivanh Lobriayao*

University of Economics, Hue University, 99 Ho Duc Di St., Hue, Vietnam

Abstract: On the basis of the multivariate linear regression method, this study analyses the relationship between the state management and performance of the tourist destinations in Vientiane, Laos. To analyze this problem, the study investigates 272 officers from the tourism management agencies in the area. The results show 6 factors representing the aspects of state management at tourist destinations. There are differences in the evaluation of staff and managers at tourism agencies about the given assessment criteria. The three most influencing factors, including Infrastructure management, Marketing communication, and Linkage and competition among companies in the industry most affect the business efficiency of tourist destinations.

Keywords: state management, tourist destination, Vientiane, Laos