

CÁC YẾU TỐ LOGISTICS DU LỊCH ẢNH HƯỞNG ĐẾN NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

Nguyễn Danh Nam¹

Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường, Hà Nội, Việt Nam

Uông Thị Ngọc Lan

Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường, Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận: 01/03/2021; **Ngày hoàn thành biên tập:** 21/04/2021; **Ngày duyệt đăng:** 29/04/2021

Tóm tắt: Mục tiêu chính của nghiên cứu này nhằm xác định các yếu tố logistics ảnh hưởng đến ngành du lịch Việt Nam. Nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp phân tích nghiên cứu định lượng để khảo sát và gửi bảng hỏi đến 384 doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực lưu trú, lữ hành. Kết quả nghiên cứu nhận định có 6 nhân tố cấu thành logistics du lịch, giúp ngành du lịch phát triển, bao gồm liên kết phối hợp, chính sách, cơ sở hạ tầng du lịch, nhân lực phục vụ du lịch, phương thức vận chuyển và công nghệ thông tin. Kết quả cho thấy các biến đều có tác động thuận chiều tới ngành du lịch Việt Nam, trong đó yếu tố nguồn nhân lực có tác động mạnh nhất và yếu tố cơ sở hạ tầng ít có tác động đến ngành du lịch. Từ đó, nhóm tác giả đã đưa ra một số giải pháp về logistics du lịch nhằm hiện thực hóa mục tiêu phát triển du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của quốc gia vào năm 2030.

Từ khóa: Logistics du lịch, Ngành du lịch, Việt Nam

EFFECTS OF TOURISM LOGISTICS FACTORS ON VIETNAM'S TOURISM INDUSTRY

Abstract: The main objective of this study is to identify tourism logistics factors, which affect Vietnam's tourism industry. The quantitative research analysis method is used with data collected from 384 questionnaires sent to accommodation and travel businesses. The results reveal six factors influencing the development of tourism, which include coordination linkage, policy, tourism infrastructure, tourism service staff, transportation, and information technology. All variables have positive impacts on Vietnam's tourism industry. The human resources factor has the strongest impact, and the tourism infrastructure factor has the weakest impact on the tourism industry. Based on research results, several tourism logistics solutions are proposed to make the Vietnam tourism a key economic sector in 2030.

Keywords: Tourism logistics, Tourism industry, Vietnam

¹ Tác giả liên hệ, Email: ndnam@hunre.edu.vn

1. Đặt vấn đề

Trong những thập kỷ gần đây, du lịch đã trở thành một trong những ngành công nghiệp quan trọng của thế giới, có ảnh hưởng rất lớn đến tốc độ tăng trưởng của kinh tế toàn cầu. Dựa trên dữ liệu từ hơn 180 quốc gia và vùng lãnh thổ của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO), du lịch và lữ hành đã đóng góp 7.580,9 tỷ USD, tương đương 9,8% GDP toàn cầu và cung cấp 276.845.000 việc làm, tương đương 9,4% tổng số việc làm toàn cầu (ILO, 2020). Hiện nay, du lịch là một trong những ngành kinh tế năng động và tăng trưởng nhanh nhất trên thế giới. Ngành du lịch chính là động lực giúp tạo việc làm và thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa và sản phẩm địa phương, đặc biệt đóng góp trực tiếp và gián tiếp vào quá trình tạo việc làm cho phụ nữ và thanh niên, đồng thời thúc đẩy tăng trưởng thông qua các doanh nghiệp siêu nhỏ, vừa và nhỏ (MSME). Trong năm 2018, ước tính ngành lữ hành và du lịch đóng góp vào tổng sản phẩm quốc nội (GDP) toàn cầu 10,4% và đóng góp trực tiếp là 3,2% (Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2018). Trước khi dịch COVID-19 bùng phát, tổng đóng góp và đóng góp trực tiếp của ngành du lịch vào GDP trong năm 2019 đạt mức tương ứng là 11,5% và 3,5%. Về tổng thể, ngành du lịch đóng góp khoảng 319 triệu việc làm vào năm 2018, tương đương 10% tổng số việc làm toàn cầu (WTTC, 2019). Đối với mỗi công việc được tạo ra trực tiếp trong ngành du lịch thì sẽ gián tiếp tạo thêm khoảng gần 1,5 công việc khác (ILO, 2020).

Việt Nam là quốc gia có nhiều phong cảnh đẹp, các di sản văn hóa, tín ngưỡng lâu đời, phục vụ phát triển ngành du lịch. Việt Nam được xếp thứ 30 trên 136 quốc gia về sự đa dạng tài nguyên văn hóa và là động lực chính cho sự phát triển. Lợi thế về tài nguyên văn hóa và tín ngưỡng là tiền đề phát triển các hoạt động du lịch và truyền bá hình ảnh quốc gia (Nguyễn & Đặng, 2020). Do đó, du lịch là một trong những ngành dịch vụ chủ chốt được Chính phủ Việt Nam quy hoạch và định hướng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn từ năm 2001, trong đó tập trung vào các vấn đề quản lý, tiếp thị và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, thúc đẩy phát triển hệ thống công nghệ thông tin du lịch. Ngành du lịch giúp tạo ra doanh thu khổng lồ và là một động lực quan trọng trong nỗ lực xóa đói giảm nghèo (Nicolaidis, 2020) cùng với phát triển kinh tế, xã hội và cơ sở hạ tầng cơ bản của đất nước.

Logistics du lịch góp phần nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng của du khách, người lao động, nhà cung cấp và cộng đồng, là một công cụ quản lý kinh doanh hiệu quả, tăng giá trị cho ngành du lịch (Nicolaidis, 2020). Do vậy, logistics du lịch là một yếu tố quan trọng góp phần tạo lập ngành công nghiệp du lịch, tạo điều kiện và hỗ trợ các dịch vụ cho khách du lịch trong quá trình tiêu dùng sản phẩm du lịch với mục tiêu tạo ra sự hài lòng cho khách hàng (Nicolaidis, 2014). Điều này có thể giữ chân và thu hút du khách quay trở lại, đồng thời cũng tạo ra giá trị gia tăng cho các sản phẩm và dịch vụ. Sự tham gia của các bên như khách hàng, đại lý du lịch, nhà cung cấp vận chuyển và dịch vụ du lịch đóng vai trò quan trọng trong logistics du lịch. Trong đó, việc lập kế hoạch cũng như kiểm soát các hoạt động phù hợp với

quy trình quản lý cơ sở vật chất và thông tin là cần thiết để thực hiện các tour du lịch đáp ứng theo sở thích và yêu cầu của du khách.

Theo thống kê của Tổng cục Du lịch Việt Nam (2019a), Việt Nam đón hơn 18 triệu lượt khách quốc tế, tăng 16,2% so với năm 2018 và tổng doanh thu du lịch đạt 726 nghìn tỷ đồng, tăng 17,1% so với cùng kỳ năm 2018. Tuy vậy, những bất cập về cơ sở hạ tầng logistics du lịch của Việt Nam, bao gồm cơ sở hạ tầng thông tin, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, cơ sở hạ tầng giao thông, logistics của các dịch vụ liên quan đến du lịch... đang làm giảm sức cạnh tranh và sự đa dạng của sản phẩm du lịch Việt Nam (Đặng, 2017). Trước thực trạng đó, ngành du lịch Việt Nam cần đưa ra các giải pháp về logistics du lịch nhằm góp phần hiện thực hóa mục tiêu phát triển du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn vào năm 2030. Tuy nhiên, số lượng các nghiên cứu về giải pháp logistics du lịch cho ngành du lịch Việt Nam còn rất hạn chế, hầu hết các nghiên cứu về logistics ở Việt Nam thường tập trung vào quá trình vận chuyển, logistics đầu ra, đầu vào và logistics phân phối và logistics hỗ trợ.

Đối tượng chính của nghiên cứu là các yếu tố logistics thúc đẩy phát triển ngành du lịch tại Việt Nam. Mục tiêu của bài viết nhằm phân tích tác động của các yếu tố logistics du lịch ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam, từ đó, đưa ra các giải pháp phát triển logistics du lịch Việt Nam.

Bài viết được kết cấu thành 5 phần. Trong đó phần đầu tổng quan các nghiên cứu có liên quan tới logistics du lịch. Phần hai trình bày các khái niệm về logistics du lịch từ đó phát triển các giả thuyết nghiên cứu và đề xuất được mô hình nghiên cứu. Phần ba, nhóm tác giả làm rõ phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong bài viết. Phần tiếp theo tập trung phân tích các kết quả nghiên cứu và thảo luận. Phần cuối cùng, nhóm tác giả đưa ra đề xuất một số giải pháp và kết luận về phát triển logistics cho du lịch Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu

Trên thế giới đã có một số nghiên cứu liên quan đến phát triển logistics du lịch. Nghiên cứu của Sanyanunthana & Benabdelhafid (2016) dựa trên các cảm nhận của khách hàng, trong đó khẳng định yếu tố môi trường du lịch có ảnh hưởng mạnh nhất tới logistics du lịch Thái Lan, dưới tác động của yếu tố môi trường sẽ ảnh hưởng tới tiềm năng phát triển của du lịch, làm giảm sút giá trị và không tạo ra lợi thế cạnh tranh của ngành du lịch Thái Lan.

Aminova & Kadirova (2020) đã mô tả dịch vụ và các cách quản lý logistics du lịch. Họ đã chứng minh rằng logistics trong du lịch là một hoạt động quan trọng và hiệu quả định hướng cho các chuyến du lịch của khách du lịch bên cạnh việc quản lý chuỗi cung ứng. Vì vậy, kiến thức về logistics du lịch rất quan trọng trong nền kinh tế thị trường. Nghiên cứu của Tadić & Veljović (2020) đã phân tích các vấn đề

quan trọng và cấu trúc của chuỗi cung ứng du lịch nông thôn, cấu trúc logistics của du lịch nông thôn và phân tích các lĩnh vực cụ thể về các luồng logistics, quy trình và hoạt động logistics.

Nghiên cứu của Đinh (2017) đã trình bày kiến thức nền tảng về chuỗi cung ứng du lịch, mối quan hệ giữa đặc điểm ngành du lịch và các nội dung của quản trị chuỗi cung ứng ngành du lịch. Công trình này cũng phân tích những thách thức mà quản trị chuỗi cung ứng du lịch phải đối mặt trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0.

Tuy nhiên, cho đến nay, tại Việt Nam vẫn chưa có một nghiên cứu chính thức nào về các yếu tố logistics du lịch ảnh hưởng đến ngành du lịch Việt Nam, do đó các tác giả đã lựa chọn phân tích trong bài viết này.

3. Cơ sở lý luận và giả thuyết

3.1 Cơ sở lý luận

3.1.1 Logistics du lịch

Nhiều học giả đã thảo luận về quan niệm logistics du lịch trong những năm gần đây. Theo Lumsdon & Page (2003), logistics du lịch có nguồn gốc từ vận tải du lịch. Logistics du lịch đề cập đến các luồng vật chất hữu hình trong hoạt động du lịch và luồng thông tin. Suriya (2009) cố gắng tạo ra khung phân tích logistics du lịch, trong đó nhấn mạnh đến sự kết hợp của luồng tài chính và các hoạt động khác, cũng như chuỗi cung ứng và logistics du lịch là quá trình tích hợp hỗ trợ vận chuyển khách du lịch. Logistics du lịch đòi hỏi kiến thức từ hai thành phần cốt lõi để phát triển: (i) Nhu cầu du lịch là quan điểm về hành vi và nhu cầu của du khách và (ii) Cung ứng du lịch theo quan điểm của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch phải cung ứng các sản phẩm hoặc dịch vụ du lịch. Để tạo sự ấn tượng với du khách thì cần thiết phải tích hợp hai thành phần này với nhau, nhằm tạo ra sự cân bằng và thống nhất giữa cung và cầu du lịch. Kochadze & cộng sự (2013) đã đưa ra cấu trúc của logistics du lịch, bao gồm cấu trúc thành phần và cấu trúc chức năng. Cấu trúc thành phần của logistics du lịch được cấu thành từ 7 yếu tố: tài nguyên du lịch; cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch; cơ sở hạ tầng thông tin du lịch; cơ sở hạ tầng giao thông của ngành du lịch; logistics tham quan; logistics các dịch vụ liên quan đến du lịch và logistics sản xuất, kinh doanh sản phẩm du lịch. Cấu trúc chức năng của logistics du lịch bao gồm các yếu tố truyền thống như logistics mua sắm; logistics sản xuất và bán hàng. Chúng liên quan đến tất cả các yếu tố thành phần và khu vực của logistics du lịch. Do đó, các yếu tố quan trọng để xây dựng chiến lược logistics cho kinh doanh du lịch ở Việt Nam bao gồm: (1) Cơ sở hạ tầng của Việt Nam; (2) Nhu cầu của khách hàng hoặc khách du lịch; (3) Các loại hàng hóa và dịch vụ du lịch; (4) Chính sách của Chính phủ đối với ngành du lịch.

Nghiên cứu của Kuskov & Ponikulina (2004) đã chứng minh rằng các yếu tố thành phần quan trọng của logistics du lịch bao gồm: (1) Thông tin - lập kế hoạch

du lịch, xử lý đơn hàng và dự báo nhu cầu; (2) Vận chuyển khách du lịch - phương tiện vận chuyển và lựa chọn doanh nghiệp vận tải; (3) Nhân viên phục vụ du lịch và (4) Bộ phận hỗ trợ dịch vụ - bộ phận logistics.

Logistics du lịch là những yếu tố có mối quan hệ với nhau cùng tác động, ảnh hưởng đến ngành du lịch (cách các yếu tố thúc đẩy và kéo các hoạt động phát triển trong ngành du lịch). Có một vài điểm cần được xem xét đó là: Yếu tố cốt lõi của logistics là gì?; Quy trình cốt lõi về logistics du lịch như thế nào?; Những yếu tố nào giúp hoạt động du lịch diễn ra suôn sẻ và hiệu quả (mối liên kết, phối hợp giữa các ban ngành của Nhà nước trong quản lý); Tin tức và thông tin được sử dụng cho dịch vụ du lịch như thế nào? (hệ thống quản lý công nghệ thông tin và truyền thông); Những điểm kết nối nào tạo nên sự liên kết của dịch vụ du lịch? (quản lý tài nguyên tích hợp) (Sanyanunthana & Benabdelhafid, 2016).

Logistics du lịch sẽ hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch phát triển trong tương lai, tạo đà thu hút nguồn lực đầu tư cho du lịch, tạo lợi thế cạnh tranh, giúp hỗ trợ quá trình xây dựng quảng bá hình ảnh du lịch. Qua đó, tạo ra sự đa dạng, khác biệt và đẳng cấp mang bản sắc văn hoá dân tộc, khẳng định thương hiệu du lịch của quốc gia. Sự đồng bộ về cơ sở hạ tầng, sự liên kết giữa các điểm đến du lịch và đặc biệt các điểm đến du lịch trọng điểm cần phải được công nhận theo các tiêu chí của Luật Du lịch 2017. Sự liên kết phối hợp giữa các ban ngành và địa phương vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển của du lịch. Chất lượng nguồn nhân lực du lịch vẫn chưa tương xứng với tiềm năng của du lịch so với yêu cầu về tính chuyên nghiệp của ngành dịch vụ hiện đại và hội nhập, toàn cầu hóa thì nhân lực du lịch chưa đáp ứng kịp thời về kỹ năng chuyên nghiệp, hội nhập và liên kết toàn cầu (Sanyanunthana & Benabdelhafid, 2016).

3.1.2 Mối quan hệ giữa logistics và du lịch

Lisbona (2018) đã chứng minh rằng mối quan hệ giữa logistics và du lịch về cơ bản tập trung vào các hoạt động cung ứng các dịch vụ du lịch bao gồm dịch vụ vận chuyển hành khách, dịch vụ ăn uống, dịch vụ lưu trú và hỗ trợ vật chất cho các chương trình du lịch, là cơ sở để xem xét chúng khi lập kế hoạch và tổ chức một hoạt động du lịch hoặc các tình huống phát sinh. Các yếu tố của logistics có thể được tổ chức thành một hệ thống duy nhất phù hợp với từng chương trình, cho phép đặt hàng và cung cấp tới người tiêu dùng các sản phẩm và cơ sở vật chất, hướng tới phát triển bền vững. Hoạt động du lịch có ba giai đoạn được xác định rõ ràng: bắt đầu, phát triển và kết thúc. Mỗi giai đoạn này đều có những đặc thù riêng, do đó logistics trong từng trường hợp cụ thể sẽ khác nhau.

Logistics và du lịch đều dựa trên cùng một tiền đề là sự ra đời của những lời hứa hiện thực hóa sự hài lòng của khách hàng, mà ở đó dịch vụ phải đến đúng lúc, đúng chỗ và đúng chất lượng.

3.2 Giả thuyết nghiên cứu

Báo cáo của Chính phủ tại kỳ họp thứ 10 Quốc hội khóa XIII đã chỉ rõ các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam, bao gồm nhận thức và tư duy về phát triển du lịch, thể chế chính sách của nhà nước, cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch, chương trình xúc tiến quảng bá du lịch và nguồn nhân lực du lịch. Ngoài những yếu tố trên, nghiên cứu của Đặng (2017), chuyên gia trong lĩnh vực logistics, cho rằng sự thiếu liên kết, phối hợp giữa các khâu trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch có tác động tiêu cực đến sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam.

Do đó, dựa trên cơ sở lý luận và điều tra thực tế của nhóm tác giả, các yếu tố cơ bản của logistics du lịch ảnh hưởng đến ngành du lịch Việt Nam, bao gồm: (1) Liên kết, phối hợp; (2) Chính sách; (3) Cơ sở hạ tầng du lịch; (4) Nhân lực phục vụ du lịch; (5) Phương tiện vận chuyển; và (6) Công nghệ thông tin.

Liên kết, phối hợp

Liên kết, phối hợp là khả năng liên kết, phối hợp giữa các khâu trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch. Nếu không có sự liên kết, phối hợp chặt chẽ, nhịp nhàng giữa các khâu trong quá trình cung ứng sẽ tạo ra những xung đột trong quá trình sử dụng dịch vụ du lịch, ảnh hưởng đến doanh thu dịch vụ du lịch nói chung và sự hài lòng của du khách nói riêng. Ngược lại, nếu sự liên kết, phối hợp tốt giữa các khâu sẽ tạo ra tác động tích cực làm giảm chi phí, giảm những nguy cơ tiềm ẩn và tối đa hóa chi phí toàn chuỗi. Bên cạnh đó, cần xây dựng mối quan hệ liên kết, phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, các hiệp hội du lịch, các doanh nghiệp du lịch giữa các địa phương để từ đó có bước phát triển mới, qua đó sẽ trao đổi thông tin nhằm xây dựng những định hướng mới trong phát triển du lịch tại địa phương; khai thác hiệu quả các giá trị tài nguyên du lịch tự nhiên, đa dạng và đặc trưng của vùng cùng hệ thống di tích văn hóa, lịch sử, làng nghề và ẩm thực phong phú. Ngoài ra cần tăng cường sự phối hợp đồng bộ giữa các điểm du lịch, các vùng miền có những đặc trưng du lịch khác nhau để tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H1: Liên kết, phối hợp có tác động cùng chiều đối với du lịch Việt Nam.

Chính sách

Chính sách là yếu tố khách quan thúc đẩy quá trình hình thành và phát triển của từng ngành, lĩnh vực kinh doanh. Khi kinh doanh trên lãnh thổ địa phương để đạt được những điều kiện phát triển thì ngành du lịch phải bắt buộc tuân thủ các quy định về pháp luật và nắm rõ những chính sách. Chính sách có tác động mạnh mẽ đến sự phát triển du lịch và có sự tác động của các ngành liên quan. Hoàn thiện hệ thống luật pháp, có cơ chế, chính sách phù hợp và đột phá để phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, đáp ứng yêu cầu, tính chất của ngành kinh tế tổng

hợp, hoạt động theo cơ chế thị trường. Ban hành cơ chế, chính sách huy động tối đa nguồn lực xã hội để đầu tư phát triển du lịch theo định hướng cơ cấu lại ngành du lịch. Giả thuyết được đề xuất như sau:

H2: Chính sách có tác động cùng chiều đối với du lịch Việt Nam.

Cơ sở hạ tầng du lịch

Thực tiễn cho thấy muốn phát triển du lịch cần có nền tảng cơ sở hạ tầng vững chắc. Cơ sở hạ tầng là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp và quan trọng tới hiệu suất, hiệu quả kinh doanh du lịch. Hạ tầng giao thông đồng bộ, hiện đại, có tính kết nối cao sẽ tạo điều kiện thuận lợi, thúc đẩy hiệu suất hoạt động và nâng cao chất lượng vận tải, vận chuyển hành khách của các doanh nghiệp du lịch. Để nâng cao hiệu quả kinh doanh, tăng doanh thu thì cơ sở hạ tầng cần phải được đầu tư nâng cấp, mở rộng theo thời gian. Hạ tầng giao thông tốt giúp thúc đẩy liên kết và hợp tác chặt chẽ trong vùng, kết nối thị trường địa phương và thị trường quốc gia, quốc tế, góp phần giảm thiểu chi phí, tiết kiệm thời gian và tăng khả năng cạnh tranh của du lịch Việt Nam. Do vậy, giả thuyết được đề xuất như sau:

H3: Cơ sở hạ tầng du lịch có tác động cùng chiều đối với du lịch Việt Nam.

Nhân lực phục vụ du lịch

Nhân lực phục vụ du lịch là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến phát triển ngành du lịch. Đội ngũ nhân sự có trình độ chuyên môn cao, thông thạo ngoại ngữ sẽ tạo tiền đề cho sự phát triển mạnh mẽ của du lịch trong bối cảnh quốc tế hoá, góp phần thúc đẩy sự phát triển hoạt động của du lịch Việt Nam. Ngoài ra, chất lượng đội ngũ nhân lực là một trong những tiêu chí hàng đầu để khách hàng lựa chọn điểm đến du lịch bên cạnh các tiêu chí như chất lượng và giá cả dịch vụ. Do đó, để thúc đẩy du lịch phát triển thì cần đầu tư nâng cao chất lượng nhân lực du lịch. Vì vậy giả thuyết được đề xuất như sau:

H4: Nhân lực có tác động cùng chiều đối với du lịch Việt Nam.

Phương thức vận chuyển

Vận chuyển du lịch là một trong các lĩnh vực chủ chốt của ngành du lịch. Do đặc thù của du lịch là sự di chuyển của con người trên một khoảng cách nhất định nên nó phụ thuộc nhiều vào phương tiện giao thông, bao gồm: ô tô, máy bay, tàu hỏa... Số lượng phương tiện giao thông vận tải đầy đủ, chất lượng phương tiện hiện đại đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, các phương thức vận chuyển linh hoạt đảm bảo an toàn cho hành khách và tài sản, người điều khiển và người tham gia phương tiện có đầy đủ kỹ năng, chuyên môn và sức khoẻ để đáp ứng được nhu cầu đi lại của khách hàng sẽ chứng tỏ khả năng vận chuyển khách du lịch tốt hay không. Số lượng loại hình vận chuyển gia tăng sẽ làm cho hoạt động du lịch trở nên tiện lợi và linh hoạt, có khả năng đáp ứng tốt mọi nhu cầu của du khách. Ngoài ra, việc đảm bảo tính an

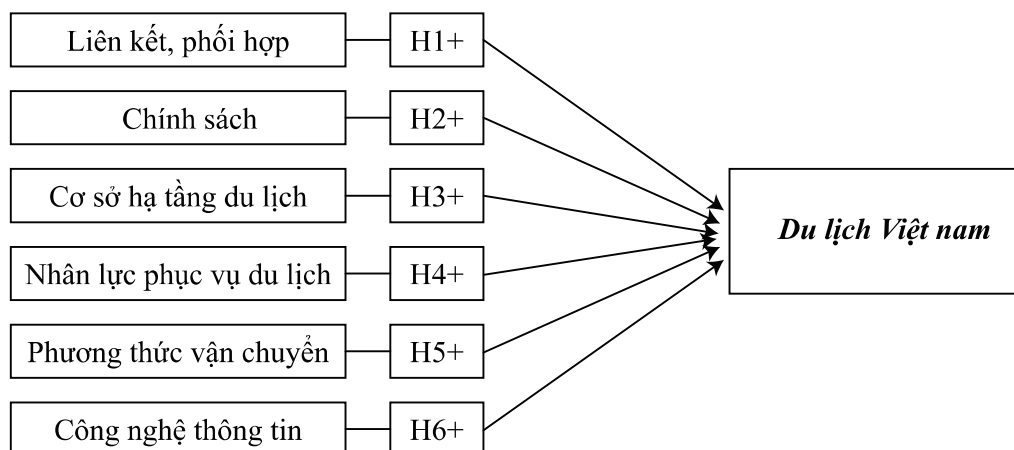
toàn cho khách hàng và đảm bảo tài sản, hành lý trong quá trình vận chuyển nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch. Khách du lịch luôn quan tâm đến phương tiện vận chuyển du lịch. Phương tiện vận chuyển thuận tiện, nhanh chóng và đến điểm đến đúng giờ cũng như phù hợp với từng lộ trình tham quan sẽ làm tăng mức độ hài lòng của du khách (Phạm & Phanthaphone, 2020).

H5: Phương thức vận chuyển có tác động cùng chiều đối với du lịch Việt Nam.

Công nghệ thông tin

Công nghệ thông tin đóng vai trò quan trọng, có mối quan hệ mật thiết với lĩnh vực du lịch. Sự bùng nổ của công nghệ thông tin đã tác động tích cực đến mọi mặt của đời sống của con người, vì vậy, nó cũng ảnh hưởng rất lớn đến các hoạt động du lịch. Khi khoa học công nghệ trở thành lực lượng sản xuất chính tạo nên sự đa dạng của các danh mục sản phẩm du lịch, xuất hiện nhiều sản phẩm du lịch mới. Công nghệ thông tin giúp các doanh nghiệp tiết kiệm chi phí tiếp thị và tăng sức cạnh tranh cũng như thu hút nhiều đối tượng khách hàng, mang lại nhiều tiện lợi ích cho khách hàng như việc dễ dàng tìm kiếm thông tin về điểm đến du lịch và chương trình du lịch của doanh nghiệp. Đây là yếu tố quan trọng làm cho quan hệ kinh tế trong hoạt động du lịch trở nên sâu sắc hơn, các yêu cầu về công nghệ thông tin và các ứng dụng phụ thuộc vào nhu cầu cụ thể của khách hàng ngày càng gia tăng. Giả thuyết đề xuất như sau:

H6: Công nghệ thông tin có tác động cùng chiều đối với du lịch Việt Nam.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Mô hình hồi quy được xác định như sau:

$$DL (Y) = \beta_0 + \beta_1 * LK + \beta_2 * CS + \beta_3 * HT + \beta_4 * NL + \beta_5 * VC + \beta_6 * CNTT$$

Trong đó, DL: Biến phụ thuộc: du lịch Việt Nam. Các biến độc lập (Xi): Liên kết, phối hợp (LK); Chính sách (CS); Cơ sở hạ tầng du lịch (HT); Nhân lực phục vụ

du lịch (NL); Phương thức vận chuyển (VC) và Công nghệ thông tin (CNTT). β_k : Hệ số hồi quy ($k = 0, 1, 2, \dots, 6$).

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1 Thiết kế nghiên cứu và thu thập dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu tiến hành thu thập số liệu từ các yếu tố gồm: tính liên kết, phối hợp; chính sách; cơ sở hạ tầng du lịch; nhân lực phục vụ du lịch và phương tiện vận chuyển ảnh hưởng đến ngành du lịch của Việt Nam. Các yếu tố thuộc tính của logistics du lịch được thể hiện dưới dạng câu hỏi. Nghiên cứu được đo lường bằng thang đo Likert 5 mức độ (1 = hoàn toàn không đồng ý, 2 = không đồng ý, 3 = trung bình, 4 = đồng ý và 5 = hoàn toàn đồng ý) phản ánh mức độ đồng ý của doanh nghiệp với các nhận định về các yếu tố logistics du lịch.

Dữ liệu được thu thập từ tháng 08 năm 2020 đến tháng 10 năm 2020, thông qua gửi phiếu khảo sát qua thư điện tử đến các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực lưu trú, lữ hành ở 3 thành phố phát triển nhất về du lịch tại Việt Nam là Hà Nội, Đà Nẵng và Thành phố Hồ Chí Minh.

Bảng 1. Thang đo nghiên cứu

TT	Biến quan sát	Mã hóa	Nguồn
1	Tính liên kết, phối hợp	LK	Đặng, 2017
2	Chính sách	CS	Đặng, 2017
3	Cơ sở hạ tầng du lịch	HT	Đặng, 2017
4	Nhân lực phục vụ du lịch	NL	Đặng, 2017
5	Phương thức vận chuyển	VC	Đặng, 2017
6	Công nghệ thông tin	CNTT	Nghiên cứu của nhóm tác giả
7	Du lịch Việt Nam	DL	Nghiên cứu của nhóm tác giả

Nguồn: Nhóm tác giả nghiên cứu và tổng hợp

4.2 Mẫu điều tra

Nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp điều tra ngẫu nhiên phân tầng để tiến hành thu thập thông tin của doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực lưu trú, lữ hành đối với tác động của các yếu tố logistics du lịch. Tổng số doanh nghiệp đang hoạt động trong lĩnh vực lưu trú, lữ hành tại các điểm nghiên cứu tính đến cuối năm 2019 là 10.000 doanh nghiệp (Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2019b). Vì vậy, quy mô mẫu sẽ được tính theo công thức của Slovin (1984) và Võ (2010) trích dẫn như sau:

$$n = N / (1 + e^2 * N) = 10.000 / (1 + 0,05^2 * 10.000) = 384$$

Trong đó: n là quy mô mẫu mong muốn, N là quy mô tổng thể và e là sai số cho phép (chọn 0,05).

Nhóm tác giả chia đều mẫu điều tra cho các điểm nghiên cứu là 384/3 thành phố = 128 doanh nghiệp/thành phố. Nhóm tác giả chia tỷ lệ bằng nhau giữa 3 thành phố lựa chọn để thấy được sự đánh giá một cách khách quan và công bằng giữa các điểm đến du lịch.

4.3 Phân tích và xử lý dữ liệu

Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS 26. Sau khi mã hóa và sàng lọc, dữ liệu được phân tích như sau: đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua hai công cụ là hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố. Hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng để loại các biến "rác", các biến có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại và thang đo sẽ được chọn khi hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 (Hoàng & Chu, 2008). Phân tích nhân tố khám phá xem xét các biến quan sát có hệ số truyền tải < 0,5 và được trích vào 2 nhân tố có sự chênh lệch nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại. Điểm dừng Eigenvalue (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) > 1 và tổng phương sai trích > 50%. Bên cạnh đó, kiểm định KMO (Kaiser - Mayer - Olkin) và Bartlett được sử dụng để đánh giá tính hợp lý của dữ liệu. Sử dụng kiểm định F trong bảng phân tích phương sai để kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể. Khi Sig. < 0,05 thì mô hình hồi quy phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được. Sử dụng hệ số VIF (Variance Inflation Factor) để kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến (VIF < 10).

5. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

5.1 Thống kê mô tả

Trong tổng số 384 doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực lưu trú, lữ hành có 105 doanh nghiệp có thời gian hoạt động dưới 5 năm tương ứng 27,3%; 48,2% tương ứng với 185 doanh nghiệp có thời gian hoạt động trên 10 năm, còn lại 94 doanh nghiệp có thời gian hoạt động từ 5-10 năm. Trong đó, theo quy mô kết quả kinh doanh thì có 33,6% doanh nghiệp có doanh thu trung bình trên 10 tỷ đồng, từ 5 tỷ đến dưới 10 tỷ có 35 doanh nghiệp (tương ứng 9,1%), còn lại là trên 10 tỷ đồng.

5.2 Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo của mô hình nghiên cứu cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của thang đo thấp nhất là 0,813 và cao nhất là 0,889 (Bảng 3). So với chuẩn 0,6 thì tất cả các biến quan sát của các thang đo đều đạt yêu cầu. Các hệ số tương quan biến - tổng đều có kết quả lớn hơn 0,3. Do đó, tất cả các thang đo đều đạt được cả 2 giá trị tin cậy và giá trị phân biệt cho nên thang đo được đánh giá là tốt, đạt yêu cầu để đưa vào phân tích EFA.

Bảng 3. Đánh giá độ tin cậy thang đo các nhân tố

Biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha
Liên kết, phối hợp (LK)	0,817
Chính sách (CS)	0,839
Cơ sở hạ tầng du lịch (HT)	0,876
Nhân lực (NL)	0,889
Phương tiện vận chuyển (VC)	0,878
Công nghệ thông tin (CNTT)	0,842
Du lịch Việt Nam (DL)	0,813
Liên kết, phối hợp (LK)	0,817
Chính sách (CS)	0,839
Cơ sở hạ tầng du lịch (HT)	0,876
Nhân lực (NL)	0,889
Phương tiện vận chuyển (VC)	0,878
Công nghệ thông tin (CNTT)	0,842
Du lịch Việt Nam (DL)	0,813

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả

5.3 Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập (Bảng 4) cho thấy hệ số KMO đạt 0,589 ($0,5 < KMO < 1$) và thống kê Chi-square của kiểm định Bartlett Test đạt giá trị 7739,386 với mức ý nghĩa 0,000 ($< 0,05$). Tại mức giá trị Eigenvalue bằng 1,478 (> 1), phân tích nhân tố đã trích ra được 6 nhân tố với tổng phương sai trích đạt 81,589% (lớn hơn 50%). Năm nhân tố này giải thích được 81,589% sự biến thiên của dữ liệu. Hệ số tải của các biến quan sát đều lớn hơn 0,5 từ đó cho thấy phân tích nhân tố khám phá là phù hợp.

Bảng 4. Kết quả phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập

Biến quan sát	Nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
LK	0,811					
CS		0,845				
HT			0,821			
NL				0,840		
VC					0,830	
CNTT						0,835
<i>Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) = 0,589</i>						
Kiểm định Bartlett's	Approx. Chi-Square					7839,386
	Sig.					0,000
Tổng phương sai trích (%)						81,589

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả

Kết quả phân tích nhân tố thang đo du lịch Việt Nam có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5. Kiểm định KMO cho kết quả là 0,69 (lớn hơn 0,5) và thống kê Chi-square của kiểm định Bartlett Test đạt giá trị 382,456 với mức ý nghĩa 0,000 ($< 0,05$), hệ số Eigenvalue = 2,573 (lớn hơn 1), tổng phương sai trích được 84,238%.

Bảng 5. Kết quả phân tích nhân tố khám phá biến phụ thuộc

Biến quan sát	Nhân tố	
	1	
DL		0,811
<i>Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) = 0,589</i>		
Kiểm định Bartlett's	Approx. Chi-Square	382,456
	Df	1
	Sig.	0,000
Tổng phương sai trích (%)		84,238

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả

5.4 Phân tích tương quan

Trước khi tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính bội, nhóm nghiên cứu phải tiến hành phân tích tương quan để xem xét mối tương quan giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc và giữa các biến độc lập với nhau trong mô hình nghiên cứu. Từ kết quả phân tích hệ số tương quan, các giá trị cho thấy các biến có tương quan với nhau, 6 biến độc lập đều có tương quan với biến phụ thuộc du lịch Việt Nam. Trong đó, tương quan mạnh nhất là biến NL (Nhân lực 0,789) và tương quan yếu nhất với biến LK (Liên kết, phối hợp là 0,513) và mối tương quan có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 99% nên ta có thể kết luận các biến độc lập này có thể đưa vào mô hình để giải thích cho biến du lịch Việt Nam. Tóm lại, sau khi kiểm định Pearson thì giữa các biến độc lập với nhau đều thỏa mãn điều kiện để đưa vào phân tích hồi quy.

Bảng 6. Hệ số tương quan tuyến tính Pearson

		DL	LK	CS	HT	NL	VC	CNTT
DL	Hệ số tương quan Pearson	1	0,513**	0,683**	0,523**	0,789**	0,736**	0,601**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Số mẫu	384	384	384	384	384	384	384
LK	Hệ số tương quan Pearson	0,513**	1	0,478**	0,497**	0,416**	0,529**	0,489**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Số mẫu	384	384	384	384	384	384	384
CS	Hệ số tương quan Pearson	0,683**	0,478**	1	0,470**	0,551**	0,473**	0,471**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	Số mẫu	384	384	384	384	384	384	384

Bảng 6. Hệ số tương quan tuyến tính Pearson (tiếp theo)

		DL	LK	CS	HT	NL	VC	CNTT
HT	Hệ số tương quan Pearson	0,523**	0,497**	0,470**	1	0,587**	0,573**	0,472**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	Số mẫu	384	384	384	384	384	384	384
NL	Hệ số tương quan Pearson	0,789**	0,416**	0,551**	0,587**	1	0,583**	0,548**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	Số mẫu	384	384	384	384	384	384	384
VC	Hệ số tương quan Pearson	0,736**	0,529**	0,473**	0,573**	0,583**	1	0,532**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	Số mẫu	384	384	384	384	384	384	384
CNTT	Hệ số tương quan Pearson	0,601**	0,489**	0,471**	0,472**	0,548**	0,532**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	Số mẫu	384	384	384	384	384	384	384

***. Tương quan có ý nghĩa ở mức 0,01*

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả

5.5 Phân tích hồi quy

Để xác định đo lường ảnh hưởng của các yếu tố logistics đến ngành du lịch Việt Nam, nghiên cứu thực hiện phương pháp phân tích hồi quy 6 nhân tố độc lập: (1) Liên kết, phối hợp; (2) Chính sách; (3) Cơ sở hạ tầng du lịch; (4) Nhân lực phục vụ du lịch; (5) Phương thức vận chuyển và (6) Công nghệ thông tin và biến phụ thuộc là du lịch Việt Nam bằng phương pháp Enter. Kết quả phân tích cho thấy mô hình nghiên cứu phù hợp với mức ý nghĩa Sig < 0,05. Hệ số $R^2 = 0,557$ và hệ số R^2 hiệu chỉnh = 0,547; cho thấy rằng 54,7% giá trị biến thiên được giải thích bởi 6 nhân tố logistics ảnh hưởng đến ngành du lịch Việt Nam (Bảng 7).

Bảng 7. Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu

Mô hình	Hệ số R	Hệ số R^2	Hệ số R^2 - hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Hệ số Durbin-Watson
1	0,733 ^a	0,557	0,547	0,38061	2,319

a. Dự đoán: (Hàng số), VC, CS, LK, HT, NL, CNTT

b. Biến phụ thuộc: DL

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả

Kết quả phân tích Anova và kiểm định F (Bảng 8) cho thấy trị số thống kê được tính từ R^2 có giá trị Sig. = 0,000 (< 0,05) và tổng bình phương hồi quy (40,523) lớn

hơn tổng bình phương phần dư (35,342) cho thấy mô hình giải thích hầu hết các phương sai của biến phụ thuộc. Điều này chứng tỏ mô hình hồi quy tuyến tính phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu. Như vậy, cả 6 biến độc lập đều có quan hệ với biến phụ thuộc và mô hình hồi quy tuyến tính là phù hợp và có thể sử dụng được cho nghiên cứu.

Bảng 8. Kiểm định Anova của mô hình nghiên cứu

ANOVA ^a					
Mô hình	Tổng bình phương	Hệ số đf	Trung bình bình phương	Hệ số F	Hệ số Sig.
Hồi quy	40,523	6	8,623	50,779	0,000 ^b
1 Phần dư	35,342	378	0,142		
Tổng	75,865	384			

a. Biến phụ thuộc: DL

b. Dự đoán: (Hàng số), VC, CS, LK, HT, NL, CNTT

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả

Bảng 9. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hoá		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Hệ số t	Hệ số Sig.	Thông kê đa cộng tuyến	
	Hệ số B	Độ lệch chuẩn	Hệ số Beta			Dung sai điều chỉnh	VIF
(Hàng số)	0,162	0,209		0,840	0,000		
LK	0,289	0,049	0,216	3,796	0,000	0,426	1,601
CS	0,300	0,052	0,218	3,569	0,000	0,906	1,634
1 HT	0,111	0,063	0,208	1,471	0,000	0,735	1,684
NL	0,319	0,063	0,411	4,188	0,000	0,950	1,969
VC	0,278	0,063	0,278	1,902	0,019	0,252	1,918
CNTT	0,224	0,059	0,217	1,846	0,000	0,598	1,869

a. Biến phụ thuộc: DL

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả

Kết quả kiểm định hồi quy cho thấy cả 6 nhân tố logistics du lịch đều tác động cùng chiều đến ngành du lịch của Việt Nam.

$$DL(Y) = 0,216*LK + 0,218*CS + 0,208*HT + 0,411*NL + 0,278*VC + 0,217*CNTT$$

Trong đó, nhân tố nhân lực có ảnh hưởng mạnh nhất đến ngành du lịch. Tiếp đến là phương thức vận chuyển, thứ ba là chính sách; công nghệ thông tin; liên kết, phối hợp và cuối cùng là cơ sở hạ tầng du lịch. Kết quả kiểm định các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6 được chấp nhận và đều có mức ý nghĩa Sig. < 0,05. Hệ số phóng

đại VIF của các biến độc lập đều < 10 nên không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập. Phương trình hồi quy tuyến tính theo hệ số Beta chuẩn hóa.

$$DL (Y) = 0,216*LK + 0,218*CS + 0,208*HT + 0,411*NL + 0,278*VC + 0,217*CNTT$$

6. Kết luận và đề xuất

Mô hình nghiên cứu trên đã chỉ ra sự tác động của các yếu tố logistics du lịch đến ngành du lịch của Việt Nam. Kết quả cho thấy yếu tố nhân lực phục vụ du lịch (Beta = 0,311) được các doanh nghiệp đánh giá có tác động mạnh nhất đến ngành du lịch Việt Nam. Theo đó, yếu tố con người luôn đóng vai trò then chốt trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Thứ hai, phương thức vận chuyển là một trong lĩnh vực chủ chốt của ngành du lịch (Beta = 0,278). Thứ ba là chính sách của Nhà nước tạo thuận lợi cho phát triển du lịch thì du lịch sẽ có cơ hội trở thành ngành kinh tế mũi nhọn (Beta = 0,218). Thứ tư là công nghệ thông tin (Beta = 0,217), thứ năm là liên kết, phối hợp với Beta = 0,216. Cuối cùng là cơ sở hạ tầng du lịch (Beta = 0,208).

Kết quả kiểm định đối với các yếu tố logistics du lịch ảnh hưởng đến ngành du lịch Việt Nam cho thấy, xét về mặt tổng thể so với kết quả đã được công bố trong các nghiên cứu của Đặng (2017), Sanyanunthana & Benabdelhafid (2016), Aminova & Kadirova (2020), Tadić & Veljović (2020) và Đình (2017) thì có sự tương đồng về 5 yếu tố, bao gồm: (i) Tính liên kết, phối hợp; (ii) Chính sách; (iii) Cơ sở hạ tầng du lịch; (iv) Nhân lực phục vụ du lịch và (v) Phương thức vận chuyển. Tuy nhiên, kết luận từ nghiên cứu này đã chỉ ra điểm khác biệt so với các kết quả nghiên cứu trước đó khi bổ sung thêm yếu tố công nghệ thông tin ảnh hưởng đến sự phát triển ngành du lịch Việt Nam.

Trên cơ sở kết quả từ mô hình hồi quy, để đẩy mạnh sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam, một số giải pháp về logistics cho du lịch Việt Nam được đề xuất như sau:

Thứ nhất, đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch theo hướng chuyên nghiệp hóa.

Trong đó, quan tâm đào tạo nguồn nhân lực tại chỗ, đặc biệt là người dân ở các khu, điểm du lịch cộng đồng; tăng cường đào tạo nghiệp vụ, ngoại ngữ và kỹ năng phục vụ cho đội ngũ nhân viên, hướng dẫn viên du lịch đảm bảo tính chuyên nghiệp cao. Đào tạo nguồn nhân lực theo nhu cầu của doanh nghiệp, khuyến khích đào tạo nghề để chuyển dịch lao động từ lĩnh vực nông nghiệp sang dịch vụ; thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao để nhanh chóng khắc phục yếu kém hiện nay trong ngành du lịch của địa phương.

Thứ hai, đẩy mạnh phát triển các phương thức vận chuyển trong hoạt động du lịch.

Đẩy mạnh các loại hình vận chuyển để tạo ra các sản phẩm du lịch nội địa và quốc tế. Đa dạng hóa sản phẩm du lịch từ phương tiện vận tải theo phân khúc khách

hàng. Tăng cường hoàn thiện đề án kiểm soát chất lượng vận tải và đảm bảo an toàn giao thông cho khách du lịch. Nâng cao chất lượng dịch vụ và điều kiện bảo đảm an toàn kỹ thuật của phương tiện vận tải khách du lịch. Phát triển các công trình đầu mối giao thông vận tải hành khách, các trạm dừng nghỉ đường bộ, ga đường sắt, cảng bến thủy nội địa, cảng biển, cảng hàng không. Ngoài ra, các tuyến đường bộ cao tốc cần được ứng dụng giao thông thông minh trong quản lý và khai thác. Những giải pháp kể trên sẽ giúp phát triển cơ sở hạ tầng, kết nối giao thông giữa các khu và điểm du lịch.

Bên cạnh đó, cần xóa bỏ các điểm đen, điểm tiềm ẩn nguy cơ cao mất an toàn giao thông trên các tuyến đường bộ, đường sắt, đường thủy nội địa. Việc đầu tư xây dựng mới một số bến xe khách du lịch, cảng bến hành khách thủy nội địa, cảng hành khách đường biển, cảng hàng không và các tuyến đường bộ, đường sắt trọng điểm theo quy hoạch, kế hoạch tại các địa bàn trọng điểm sẽ góp phần giúp phát triển du lịch.

Đồng thời, phát triển phương tiện vận tải khách du lịch, bắt buộc 100% phương tiện vận tải khách du lịch đường bộ, đường thủy nội địa phải có các trang thiết bị về chất lượng dịch vụ và an toàn kỹ thuật theo quy định; đầu tư phát triển các phương tiện vận tải khách du lịch sử dụng công nghệ mới trong bảo đảm an toàn kỹ thuật phương tiện và bảo vệ môi trường, tiết kiệm năng lượng.

Thứ ba, xây dựng cơ chế, chính sách phát triển logistics du lịch.

Cơ chế, chính sách đặc biệt khuyến khích đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng logistics. Tập trung quy hoạch, đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng, các trung tâm logistics (trong đó thực hiện các chức năng làm điểm dừng, nghỉ trên các tuyến du lịch) với phương tiện kỹ thuật hiện đại đồng bộ, được kết nối nhằm hỗ trợ hiệu quả cho sự phát triển ngành công nghiệp du lịch như hệ thống giao thông vận tải, các nhà ga, hệ thống cảng biển, sông, cảng hàng không...

Hơn nữa, cần có chính sách kêu gọi và thu hút các nguồn vốn đầu tư, tạo cơ sở hạ tầng đồng bộ để phục vụ kinh tế - xã hội nói chung và ngành du lịch nói riêng. Để phát triển du lịch vùng, các địa phương nên có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp lữ hành xây dựng những tour du lịch mới nhằm thu hút khách quốc tế đến. Theo đó, tạo cơ chế khuyến khích doanh nghiệp liên kết đầu tư phát triển du lịch liên vùng, thay đổi tư duy từ phát triển “điểm du lịch” thành “vùng du lịch”. Các địa phương có thể đẩy mạnh thu hút nguồn vốn xã hội hóa trên cơ sở đẩy mạnh hình thức đối tác công tư (PPP), nguồn vốn tư nhân, vốn ODA, vốn phát hành trái phiếu địa phương... Cần phải tập trung hoàn thiện quy hoạch phát triển du lịch địa phương trên cơ sở trao đổi kinh nghiệm và thực hiện quy hoạch chung những vùng giáp ranh, quy hoạch tổng thể và chi tiết các tuyến, điểm du lịch trọng yếu. Khi có quy hoạch, cần tập trung quản lý, không để chiếm đất và đầu tư tràn lan, làm phá vỡ quy hoạch và ảnh hưởng tới việc thu hút đầu tư du lịch.

Đây chính là những tiền đề quan trọng cho sự phát triển bền vững các ngành dịch vụ, trong đó có ngành du lịch và chỉ khi có một hệ thống cơ sở hạ tầng logistics phát triển, hiện đại thì mới tạo tiền đề cho du lịch có thể hiện thực hóa mục tiêu trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam.

Thứ tư, ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động du lịch.

Ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch để hỗ trợ hoạt động du lịch của du khách và hoạt động quản lý du lịch, nhiều tỉnh, thành trong cả nước trong những năm qua đã nghiên cứu, sản xuất và đưa vào sử dụng nhiều phần mềm, tiện ích thông minh. Các địa phương cần nghiên cứu triển khai các ứng dụng phải gắn kết, tích hợp, chia sẻ thông tin qua lại, để cùng nhau phát triển, quản lý tốt mọi hoạt động của lĩnh vực du lịch. Đồng thời, cần quan tâm nâng cao nhận thức của người dân về du lịch thông minh, tuyên truyền sâu rộng, nâng cao nhận thức của cộng đồng về các hoạt động dịch vụ trực tuyến, từng bước hiện đại hóa ngành du lịch.

Đẩy mạnh ứng dụng những phát minh, sáng chế khoa học công nghệ hiện đại trong quá trình thực hiện các hoạt động logistics của doanh nghiệp du lịch như ứng dụng công nghệ thông tin, ứng dụng thiết bị hiện đại, công nghệ trong tìm kiếm thông tin... Tăng cường ứng dụng khoa học công nghệ thông tin, khoa học công nghệ logistics trong quá trình thực hiện các hoạt động logistics của doanh nghiệp du lịch.

Thứ năm, tăng cường liên kết, phối hợp trong hoạt động du lịch.

Phối hợp tạo điều kiện để các doanh nghiệp lữ hành, doanh nghiệp lưu trú nghiên cứu xây dựng các sản phẩm du lịch độc đáo, đặc sắc nhằm nâng cao hơn nữa sức cạnh tranh cho ngành du lịch của 3 địa phương nói riêng và Việt Nam nói chung. Có sự liên kết chặt chẽ giữa đại lý du lịch, nhà cung cấp dịch vụ và khách du lịch trong quá trình tiêu dùng sản phẩm du lịch. Ngoài ra, đẩy mạnh đầu tư các tuyến đường nối các tuyến, điểm du lịch chính của các địa phương với những tuyến, điểm du lịch chính của cả vùng để hình thành các chương trình du lịch liên vùng phong phú. Các tỉnh liên kết nghiên cứu xây dựng các thương hiệu và các sản phẩm du lịch mang bản sắc của mỗi vùng, mỗi địa phương. Thực tiễn ở nhiều vùng, sự liên kết du lịch khó hiệu quả vì các địa phương đều có các sản phẩm du lịch tương đối giống nhau. Mỗi địa phương du lịch tìm ra lợi thế riêng và tạo ra sản phẩm riêng để phát huy thế mạnh của liên kết vùng.

Ngoài ra, đẩy mạnh được liên kết vùng cần coi trọng vấn đề quảng bá, xúc tiến du lịch. Nhờ quảng bá chung nên các địa phương du lịch đã tạo ra hiệu quả trong công tác quảng bá, xúc tiến, đồng thời tiết kiệm được chi phí. Đối với khách quốc tế, nên hợp tác chặt để quảng bá hình ảnh điểm đến chung cho cả khu vực. Cung cấp các ấn phẩm, tài liệu cho du khách qua các kênh như: cơ quan đại diện ngoại giao, hàng không và các doanh nghiệp du lịch, lưu trú; tổ chức những đoàn khảo sát cho báo chí trong nước và ngoài nước để tuyên truyền trên mạng và các phương tiện thông tin đại chúng.

Thứ sáu, hoàn thiện cơ sở hạ tầng du lịch.

Ưu tiên nguồn lực đầu tư, nâng cấp, mở rộng các tuyến đường giao thông quan trọng, có tính chiến lược, phát triển hạ tầng giao thông, kết nối các tuyến giao thông chính giữa cao tốc với quốc lộ và tỉnh lộ, giữa các tuyến đường huyện và đường tỉnh, liên kết các tuyến ven biển, góp phần đa dạng hóa và tăng năng lực vận tải. Tạo điều kiện cho doanh nghiệp trong việc vận chuyển hành khách, rút ngắn thời gian di chuyển và giảm chi phí tạo sức cạnh tranh cao. Qua đó, nâng cao khả năng kết nối đến các khu du lịch trọng điểm và hoàn thành các công trình hạ tầng thiết yếu tại các khu, điểm du lịch. Đồng thời, chú trọng phát triển giao thông hàng không, hệ thống cảng biển và đường sông phục vụ phát triển du lịch. Có một thực tế rằng, du lịch sẽ rất khó hoàn thành các mục tiêu đề ra, nếu chỉ trông chờ vào vốn ngân sách. Để gỡ nút thắt về vốn, cần có các giải pháp, cơ chế để thu hút các nguồn lực xã hội đầu tư phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Đặc biệt là chính sách khuyến khích các nhà đầu tư chiến lược đầu tư xây dựng các khu dịch vụ du lịch phức hợp, các dự án du lịch quy mô lớn và các trung tâm giải trí chất lượng cao tại các khu du lịch trọng điểm của Việt Nam.

Tài liệu tham khảo

- Aminova, N.B. & Kadirova, D.R. (2020), “Tourism logistics: relationship between tourism and logistics”, *Academy*, No. 7, pp. 22 - 23.
- Đặng, Đ.Đ. (2017), “Du lịch Việt Nam cần những giải pháp về logistics”, *Vietnam Logistics Review*, <http://www.bicosouth.com.vn/kien-thuc-kinh-nghiem-chuyen-nganh/du-lich-viet-nam-can-nhung-giai-phap-ve-logistics.xhtml>, truy cập ngày 27/02/2021.
- Đình, T.P. (2017), “Quản trị chuỗi cung ứng du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Phát triển du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0”*, tr. 99 - 108.
- Hoàng, T. & Chu, N.M.N. (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Thống kê, Thành phố Hồ Chí Minh.
- ILO. (2020), “COVID-19 và ngành du lịch: Tóm tắt tình hình ngành nghề của ILO”, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-hanoi/documents/briefingnote/wcms_750532.pdf, truy cập ngày 05/02/2021.
- Kochadze, T., Dangadze, I. & Zaqareishvili, V. (2013), “The role of logistics in the market for transportation and tourist services”, *Machines, Technologies, Materials*, No. 4, pp. 89 - 121.
- Kuskov, A.S. & Ponikulina, O.V. (2004), *Transport services management*, Moscow Rkonsult.
- Lisbona, L.A. (2018), “Logistics inside tourism”, *The blog of Logistics at MGEPS at UPV*, <https://logisticsmgepsupv.wordpress.com/2018/04/27/logistics-inside-tourism/#:~:text=The%20relationship%20between%20tourism%20and,planning%20and%20organize%20a%20tourist>, truy cập ngày 01/02/2021.
- Lumsdon, L.M. & Page, S.J. (2003), *Tourism and transport: issues and agenda for the new millennium*, London: Elsevier.
- Nicolaides, A. (2014), “Authenticity and the tourist’s search for Being”, *African Journal of Hospitality, Tourism, and Leisure*, Vol. 1 No. 3, pp. 25 - 40.

- Nicolaides, A. (2020), “Sustainable ethical tourism (SET) and rural community involvement”, *African Journal of Hospitality, Tourism, and Leisure*, Vol. 1 No. 9, pp. 105 - 120.
- Nguyễn, T.K.C. & Đặng, A.T. (2020), “Giải pháp cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực du lịch trên cơ sở nghiên cứu hành vi của du khách”, *Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế*, Số 129, tr. 1 - 14.
- Phạm, Đ.C. & Phanthaphone, C. (2020), “Đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch đối với các dịch vụ du lịch của cố đô Luangphabang, CHDCND Lào”, *Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế*, Số 126, tr. 1 - 14.
- Sanyanunthana, K. & Benabdelhafid, A. (2016), “The value added tourism logistics industry of Thailand”, *Journal of Tourism and Hospitality*, Vol. 4 No. 5, pp. 1 - 6.
- Suriya, K. (2009), “Tourism logistics and manufacturing logistics”, *MPRA Paper*, No. 33, pp. 89 - 105.
- Tadić, S. & Veljović, M. (2020), “Logistics of rural tourism”, *International Journal for Traffic and Transport Engineering*, Vol. 3 No. 10, pp. 323 - 350.
- Tổng cục Du lịch Việt Nam. (2018), “Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam”, <http://thongke.tourism.vn/index.php/news/items/34>, truy cập ngày 05/02/2021.
- Tổng cục Du lịch Việt Nam. (2019a), “Thống kê số lượng khách du lịch”, <https://vietnamtourism.gov.vn/index.php/cat/12>, truy cập ngày 01/02/2021.
- Tổng cục Du lịch Việt Nam. (2019b), “Cơ sở dữ liệu thống kê cơ sở lưu trú, doanh nghiệp lữ hành”, <http://thongke.tourism.vn/>, truy cập ngày 05/02/2021.
- Thủ tướng Chính phủ. (2002), Quyết định số 97/2002/QĐ-TTg ngày 22/7/2002 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam 2001 – 2010.
- Võ, T.T.L. (2010), *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học và viết đề cương nghiên cứu*, Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ, Thành phố Cần Thơ.
- WTTC. (2019), *Lữ hành và du lịch: Nghiên cứu đánh giá xu hướng toàn cầu*, 4th Quarter.