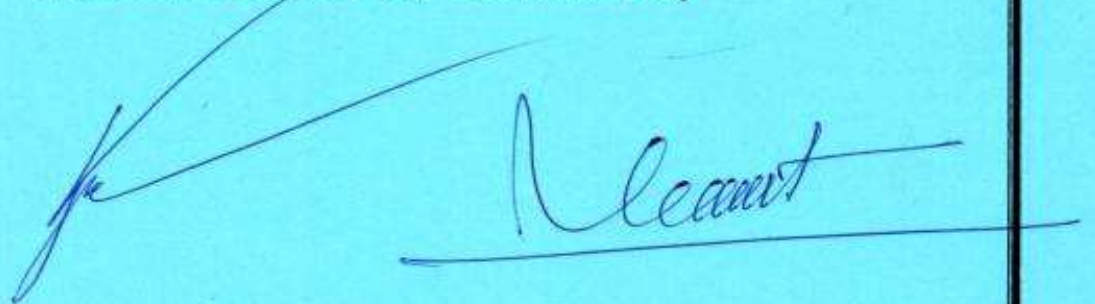


**HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH**

**KHAMMIXIONG XAIKHUENHIATOUA**

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH  
Ở THỦ ĐÔ VIêng CHĂN, NƯỚC CỘNG HÒA DÂN CHỦ  
NHÂN DÂN LÀO**

**LUẬN ÁN TIÊN SĨ  
NGÀNH: KINH TẾ CHÍNH TRỊ**



**HÀ NỘI - 2024**

**HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH**

**KHAMMIXIONG XAIKHUENHIATOUA**

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH  
Ở THỦ ĐÔ VIêng Chăn, NƯỚC CỘNG HÒA  
DÂN CHỦ NHÂN DÂN LÀO**

**NGÀNH: KINH TẾ CHÍNH TRỊ**

**Mã số: 9 31 01 02**

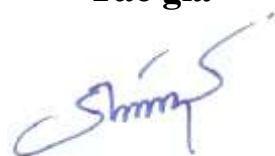
**Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS.TS. VŨ VĂN PHÚC  
2. TS. NGUYỄN HUY THÁM**

**HÀ NỘI – 2024**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan, đây là công trình nghiên cứu độc lập của riêng tôi. Các số liệu và kết quả trong luận án là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng, được trích dẫn đầy đủ theo quy định.

**Tác giả**



**Khammixiong XAIKHUENHIATOUA**

## MỤC LỤC

	Trang
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án .....	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án .....	3
4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu của luận án .....	4
5. Những đóng góp mới của luận án .....	6
6. Kết cấu của luận án .....	6
<b>Chương 1: TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1. TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ TRONG NƯỚC VÀ NƯỚC NGOÀI LIÊN QUAN ĐẾN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH .....</b>	<b>7</b>
1.1.1. Các công trình nghiên cứu về du lịch và du lịch bền vững.....	7
1.1.2. Các công trình nghiên cứu có liên quan đến kinh tế du lịch và dịch vụ du lịch.....	14
1.1.3. Các công trình nghiên cứu đã công bố có liên quan đến phát triển dịch vụ du lịch.....	17
<b>1.2. GIÁ TRỊ KHOA HỌC CỦA CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ TỔNG QUAN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ LUẬN ÁN TẬP TRUNG NGHIÊN CỨU.....</b>	<b>27</b>
1.2.1. Giá trị khoa học của các công trình đã tổng quan.....	27
1.2.2. Những vấn đề luận án tập trung nghiên cứu.....	28
<b>Chương 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH Ở ĐỊA BÀN CẤP TỈNH, THÀNH PHỐ .....</b>	<b>29</b>
<b>2.1. LÝ LUẬN CHUNG VỀ DU LỊCH VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH .....</b>	<b>29</b>
2.1.1. Khái niệm về du lịch, dịch vụ du lịch .....	29
2.1.1.1. <i>Khái niệm về du lịch</i> .....	29
2.1.1.2. <i>Khái niệm về dịch vụ du lịch</i> .....	31
2.1.2. Phân loại dịch vụ du lịch và đặc điểm của dịch vụ du lịch.....	33
2.1.2.1. <i>Phân loại dịch vụ du lịch</i> .....	33
2.1.2.2. <i>Đặc điểm của dịch vụ du lịch</i> .....	35
2.1.3. Vai trò của dịch vụ du lịch .....	38
2.1.3.1. <i>Dịch vụ du lịch có vai trò nâng cao sức thu hút nhiều khách du lịch                 trong nước và khách quốc tế</i> .....	38

2.1.3.2. Dịch vụ du lịch có vai trò góp phần tăng thu nhập ngoại tệ, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tạo việc làm .....	39
2.1.3.3. Dịch vụ du lịch có vai trò giúp thúc đẩy văn hóa - xã hội phát triển.....	41
2.1.3.4. Dịch vụ du lịch góp phần thu hút vốn đầu tư nước ngoài, tham gia mở rộng thị trường nội địa và quốc tế. ....	41
2.1.3.5. Dịch vụ du lịch góp phần tăng cường giao lưu, hội nhập của quốc gia với khu vực và quốc tế. ....	42
<b>2.2. KHÁI NIỆM, NỘI DUNG, TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ VÀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH.....</b>	<b>43</b>
2.2.1. Khái niệm phát triển dịch vụ du lịch.....	43
2.2.1.1. Khái niệm về phát triển.....	43
2.2.1.2. Phát triển dịch vụ du lịch. ....	43
2.2.2. Nội dung phát triển dịch vụ du lịch .....	46
2.2.2.1. Đa dạng hóa các loại dịch vụ du lịch .....	46
2.2.2.2. Đảm bảo hài hòa lợi ích cho các chủ thể tham gia trong dịch vụ du lịch tại địa phương .....	53
2.2.3. Tiêu chí đánh giá phát triển dịch vụ du lịch.....	56
2.2.3.1. Nhóm tiêu chí đánh giá về số lượng dịch vụ du lịch.....	56
2.2.3.2. Nhóm tiêu chí đánh giá về chất lượng dịch vụ du lịch .....	58
2.2.4. Những nhân tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ du lịch.....	59
2.2.4.1. Chính sách, cơ chế và chiến lược phát triển dịch vụ du lịch.....	60
2.2.4.2. Chất lượng nguồn nhân lực cho lĩnh vực dịch vụ du lịch.....	60
2.2.4.3. Điều kiện tự nhiên và tài nguyên du lịch .....	61
2.2.4.4. Trình độ phát triển kết cấu hạ tầng nhất là hạ tầng du lịch .....	62
2.2.4.5. Môi trường chính trị - xã hội, môi trường du lịch của đất nước, địa phương .....	62
2.2.4.6. Đầu tư phát triển dịch vụ du lịch.....	64
<b>2.3. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH CỦA MỘT SỐ THÀNH PHỐ, BÀI HỌC RÚT RA CHO THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN ...</b>	<b>65</b>
2.3.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch ở một số thành phố nước ngoài. ....	65
2.3.1.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch ở Hà Nội, Việt Nam.....	65
2.3.1.2. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch ở Băng Cốc, Thái Lan.....	70
2.3.2. Bài học về phát triển dịch vụ du lịch rút ra cho thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.....	75

<b>Chương 3: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH Ở THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN, NƯỚC CỘNG HÒA DÂN CHỦ NHÂN DÂN LÀO GIAI ĐOẠN 2016 -2023.....</b>	<b>78</b>
<b>3.1. TIỀM NĂNG DU LỊCH Ở THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN, NƯỚC CHDCND LÀO. ....</b>	<b>78</b>
3.1.1. Đặc điểm về vị trí địa lý thủ đô Viêng Chăn. ....	78
3.1.2. Đặc điểm về văn hóa, con người thủ đô Viêng Chăn. ....	79
3.1.3. Hệ thống kết cấu vật chất - kỹ thuật cho phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn.....	81
<b>3.2. THỰC TRẠNG DỊCH VỤ DU LỊCH Ở THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN, NƯỚC CHDCND LÀO .....</b>	<b>83</b>
3.2.1. Đa dạng hóa các dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, giai đoạn 2016-2023. ....	83
3.2.1.1. <i>Dịch vụ lữ hành du lịch ở thủ đô Viêng Chăn</i> .....	83
3.2.1.2. <i>Dịch vụ lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn</i> .....	87
3.2.1.3. <i>Dịch vụ vận chuyển khách du lịch ở thủ đô Viêng Chăn</i> .....	91
3.2.1.4. <i>Dịch vụ nhà hàng và các cơ sở ăn uống</i> .....	94
3.2.1.5. <i>Dịch vụ văn hóa và lễ hội ở thủ đô Viêng Chăn</i> .....	96
3.2.2. Đảm bảo hài hòa lợi ích cho các chủ thể tham gia phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn. ....	102
3.2.2.1. <i>Chính quyền Thủ đô Viêng Chăn, Nhà nước CHDCND Lào</i> 102	
3.2.2.2. <i>Các doanh nghiệp dịch vụ du lịch</i> .....	108
3.2.2.3. <i>Người dân thủ đô Viêng Chăn</i> .....	111
3.2.2.4. <i>Khách du lịch</i> .....	114
<b>3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH Ở THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN, NƯỚC CỘNG HÒA DÂN CHỦ NHÂN DÂN LÀO.....</b>	<b>117</b>
3.3.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân.....	117
3.3.1.1. <i>Những kết quả đạt được</i> . ....	117
3.3.1.2. <i>nguyên nhân của những thành tựu</i> .....	121
3.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân .....	122
3.3.2.1. <i>Những hạn chế</i> .....	122
3.3.2.2. <i>Nguyên nhân của những hạn chế</i> .....	124

<b>Chương 4: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN, NƯỚC CHDCND LÀO ĐẾN NĂM 2030</b> .....	127
<b>4.1. XU HƯỚNG VÀ PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN ĐẾN NĂM 2030</b> .....	127
4.1.1. Xu hướng phát triển du lịch của nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào đến năm 2030. ....	127
4.1.2. Phương hướng phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào đến năm 2030.....	128
<b>4.2. NHỮNG GIẢI PHÁP CHỦ YẾU ĐỂ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH Ở THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN NƯỚC CỘNG HÒA DÂN CHỦ NHÂN DÂN LÀO ĐẾN NĂM 2030</b> .....	132
4.2.1. Nhóm Giải pháp về văn minh du lịch và đào tạo nguồn nhân lực có đủ cả số lượng và chất lượng cao cho các cơ sở dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào .....	132
4.2.1.1. <i>Giải pháp về văn minh du lịch ở thủ đô Viêng Chăn</i> .....	132
4.2.1.2. <i>Giải pháp về đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn</i> .....	135
4.2.2. Nhóm giải pháp phát triển các cơ sở dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào. ....	138
4.2.2.1. <i>Giải pháp phát triển dịch vụ lữ hành du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào</i> .....	138
4.2.2.2. <i>Giải pháp phát triển lưu trú du lịch ở thủ đô Viêng Chăn</i> ..	140
4.2.2.3. <i>Phát triển dịch vụ nhà hàng và cơ sở ăn uống ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào</i> .....	144
4.2.2.4. <i>Giải pháp phát triển dịch vụ vận chuyển du lịch ở thủ đô Viêng Chăn</i> ..	148
4.2.3. Nhóm giải pháp về ứng dụng khoa học - công nghệ, mở rộng thông tin, huy động nguồn lực đầu tư cơ sở vật chất, các điều kiện cho hoạt động dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn. ....	151
4.2.3.1. <i>Thúc đẩy ứng dụng khoa học - công nghệ phục vụ dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn</i> .....	151
4.2.3.2. <i>Mở rộng thông tin cho hoạt động dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn</i> .....	153

4.2.3.3. Huy động nguồn lực đầu tư cơ sở vật chất, các điều kiện cho hoạt động dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn.....	154
4.2.3.4. Phát triển kết cấu hạ tầng phục vụ quá trình phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn.....	157
4.2.4. Nhóm giải pháp về xúc tiến, quảng bá các vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào .....	159
4.2.4.1. Giải pháp phát triển thị trường du lịch ở thủ đô Viêng Chăn .	159
4.2.4.2. Giải pháp về cơ chế, chính sách xúc tiến phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn.....	160
4.2.4.3. Giải pháp về tăng cường quản lý nhà nước trong lĩnh vực dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn .....	162
<b>KẾT LUẬN</b> .....	165
<b>DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN</b> .....	167
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	168



## MỤC LỤC BẢNG

Trang

Bảng 3.1. Số lượng đơn vị lữ hành ở thủ đô Viêng Chăn năm 2017-2023 .....	84
Bảng 3.2. Số lượng khách du lịch mua dịch vụ lữ hành ở thủ đô Viêng Chăn năm 2018-2023 .....	85
Bảng 3.3. Số lượng đơn vị lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn năm 2017-2023 .....	89
Bảng 3.4. Số lượng khách du lịch lưu trú tại các cơ sở lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn năm 2017-2023 .....	90
Bảng 3.5: Số xe ô tô vận chuyển hành khách, năm 2018-2023 .....	92
Bảng 3.6: Các nhà hàng và các cơ sở ăn uống vui chơi giải trí, năm 2017-2023 ....	95
Bảng 3.7: Số lượng khách du lịch và doanh thu từ That Luang.....	97
Bảng 3.8: Số lượng khách vào tham và thu nhập của bảo tàng Sisaketh .....	98
Bảng 3.9: Số lượng khách và thu nhập của công viên Patuxay.....	99
Bảng 3.10: Số lượng khách du lịch và doanh thu từ khách du lịch đến công viên tượng phật Xiêng Khuan.....	100
Bảng 3.11. Tổng thu từ du lịch của Viêng Chăn giai đoạn 2015-2023 .....	104
Bảng 3.12. Số lượng đơn vị DVDL ở thủ đô Viêng Chăn năm 2017-2023.....	108
Bảng 3.13. Tình hình khách du lịch đến Viêng Chăn giai đoạn 2014-2023 .....	116

## DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

ASEAN	: Association of Southeast Asian Nations (Hiệp hội các nước Đông Nam Á)
ASEANTA	: ASEAN Tourism Association (Hiệp hội du lịch ASEAN)
CHDCND Lào	: Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào
CHXHCN Việt Nam	: Cộng hòa xã hội Chủ nghĩa Việt Nam
CNH	: Công nghiệp hóa
CNH-HDH	: Công nghiệp hóa hiện đại hóa
Công ty TNHH	: Công ty trách nhiệm hữu hạn
DL	: Du lịch
DVDL	: Dịch vụ du lịch
GDP	: Gross Domestic Product (Tổng sản phẩm trong nước)
KTDL	: Kinh tế du lịch
KT-XH	: Kinh tế xã hội
LAK	: Lao kip (Đồng tiền kip Lào)
MICE	: Meeting Incentive Convention Event/ Exhibition (Du lịch kết hợp với tổ chức các sự kiện triển lãm, hội nghị, hội thảo...)
TT,VH &DL	: Thông tin, văn hóa và du lịch
UNWTO	: World Tourism Organization (Tổ chức du lịch thế giới)
USD	: United States dollar (Đồng tiền đô la Mỹ)

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, ngày càng có vị trí quan trọng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội. Phát triển du lịch sẽ góp phần vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế, mang lại nguồn thu ngân sách quốc gia, thu hút vốn đầu tư và xuất khẩu hàng hóa tại chỗ, tác động tích cực đối với phát triển các ngành kinh tế có liên quan. Du lịch còn góp phần thực hiện chính sách xóa đói giảm nghèo, tạo nhiều việc làm, mang lại thu nhập thường xuyên cho người lao động tại nhiều vùng, miền khác nhau. Dưới góc độ xã hội, du lịch là một hoạt động nhằm phục vụ nhu cầu nghỉ ngơi, giải trí và học tập của con người. Đây là nhu cầu rất phổ biến. Mức sống càng cao thì nhu cầu du lịch của con người càng lớn. Trong quá trình công nghiệp hóa thì Đảng và nhà nước Lào đã ưu tiên phát triển công nghiệp xanh, không có hại cho môi trường, xã hội và sức khỏe con người, và trong quá trình phát triển công nghiệp xanh đó, ngành du lịch là ngành được ưu tiên phát triển hàng đầu. Đảng và Nhà nước Lào đã có nhiều chủ trương, chính sách hỗ trợ phát triển du lịch, đưa ra các quy hoạch phát triển du lịch phù hợp với từng giai đoạn. Với xu thế chung ấy, các địa phương trong cả nước đều tập trung phát huy tiềm năng du lịch, coi đây là một hướng chính trong phát triển kinh tế - xã hội của mình. Du lịch, kinh tế du lịch, dịch vụ du lịch tuy có những nội hàm khác nhau, song có điểm chung là đều gắn với một loại hàng hóa vô hình, đó là hàng hóa dịch vụ du lịch. Theo đó, dịch vụ du lịch càng phát triển thì càng tạo điều kiện thu hút du lịch và phát triển kinh tế du lịch.

Thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào là trung tâm kinh tế, văn hóa, chính trị, ngoài giao của cả nước; không chỉ có bề dày truyền thống lịch sử đấu tranh chống lại các thế lực xâm lược mà từ lâu khách du lịch trong nước và quốc tế đã biết tới với hệ thống sản phẩm du lịch phong phú như: các di tích lịch sử, hệ thống chùa chiền, danh lam thắng cảnh...

Giữa một vùng bình địa bên bờ sông Mê kong hiện lên những hàng loạt các chùa chiền trông từ trên xuống như những hòn non bộ do bàn tay tạo hoá đầy ý nhị văn hóa lịch sử. Cùng với khu du lịch Tháp Luồng, công viên tượng phật Xiêng

Khuôn, công viên Patuxay, tạo nên nét chấm phá cho bức tranh du lịch thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào, góp phần đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của thủ đô Viêng Chăn. Hàng năm trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn còn diễn ra nhiều lễ hội truyền thống mang đậm màu sắc phương đông và bản sắc dân tộc như lễ hội Thát Luồng, Tết Lào (lễ té nước), Lễ hội đua thuyền... Phía Đông của thủ đô Viêng Chăn còn là dãy núi Khẩu Khoay, có thác nước, rừng xanh với những cây to gỗ quý. Dưới chân dãy núi Khẩu Khoay là sông Năm Ngừm là dòng sông Cổ Cò hiền hòa men theo đồng ruộng tạo nên một bức tranh đồng quê nên thơ, rất thích hợp cho việc phát triển khu du lịch sinh thái. Phía Tây của thủ đô Viêng Chăn giáp với Thái Lan với sông Mê Kong dài hơn 180 km với bờ cát trắng vào mùa khô, là nơi đã và đang mọc lên những quán cà phê và nhà hàng, các khu nghỉ dưỡng cao cấp, các dự án khu vui chơi, mua sắm và khu du lịch văn hóa tâm linh hứa hẹn, đây sẽ là vùng đất giàu tiềm năng để phát triển ngành du lịch.

Với những đặc điểm riêng có của vùng đất danh thắng là thành phố lớn, nằm vào vị trí trung tâm của đất nước, một hệ thống phương tiện đi lại vô cùng thuận lợi, đó là một hệ thống cơ sở hạ tầng đầy đủ và tiện ích nhất: đường bộ, đường không, đường sắt, có cả đường thủy là sông Mê Kong... làm cho thủ đô Viêng Chăn là điểm đón du khách quốc tế đầu tiên trước khi chuyển tiếp cho các nơi du lịch ở các tỉnh khác. Tiềm năng du lịch là thế nhưng du lịch thủ đô Viêng Chăn vẫn chưa có những phát triển tương xứng, vẫn chỉ tồn tại ở dạng tiềm năng. Để du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn cần nhất hiện nay là phát triển các loại hình dịch vụ phục vụ trong ngành du lịch.

Tuy nhiên, hiện nay sự phát triển ấy chưa đồng bộ, dịch vụ du lịch chưa thực sự tương xứng tầm tiềm năng vốn có của nó: ngoài các khu nghỉ dưỡng cao cấp có vốn đầu tư nước ngoài; các hộ, doanh nghiệp, đơn vị hoạt động trong lĩnh vực này, phần lớn có quy mô nhỏ, trình độ quản lý thiếu tính chuyên nghiệp; nhiều di tích lịch sử quan trọng đang bị hư hỏng xuống cấp trầm trọng, chính quyền thủ đô Viêng Chăn còn lúng túng trong quản lý nhà nước lĩnh vực dịch vụ du lịch, các nhà đầu tư còn e ngại chưa mạnh dạn đầu tư vào thủ đô Viêng Chăn, người dân còn thờ ơ và chưa hiểu hết giá trị và tiềm năng lợi ích kinh tế mà loại hình dịch vụ du lịch mang lại...

Vấn đề đặt ra là phải đánh giá được tiềm năng, thực trạng dịch vụ du lịch một cách toàn diện, từ đó, đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy những dịch vụ du lịch phát triển phong phú, đa dạng và hấp dẫn đáp ứng được mọi nhu cầu của khách du lịch mới có thể tăng doanh thu từ khách du lịch. Vì vậy rất cần một nghiên cứu đầy đủ, toàn diện, hệ thống về chủ đề phát triển dịch vụ du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn. Với lý do trên, nghiên cứu sinh chọn: ***“Phát triển dịch vụ du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn, nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào”*** làm đề tài luận án tiến sĩ, chuyên ngành kinh tế chính trị.

## **2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án**

### **2.1. Mục đích nghiên cứu**

Luận án góp phần làm rõ cơ sở lý luận, đánh giá thực trạng về phát triển dịch vụ du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào giai đoạn 2016 - 2023, trên cơ sở đó đề xuất phương hướng, giải pháp phát triển dịch vụ du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào đến năm 2030.

### **2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu**

- Khái quát và làm rõ một số vấn đề lý luận chung về phát triển dịch vụ du lịch trên địa bàn cấp tỉnh, thành phố
- Phân tích kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch ở một số thành phố nước ngoài, từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho Thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.
- Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.
- Đề xuất phương hướng và giải pháp phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào đến năm 2030.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

Luận án tập trung nghiên cứu phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào giai đoạn năm 2016-2023 (bắt đầu từ kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm lần thứ 8 đến nay), theo cách tiếp cận dưới góc độ kinh tế chính trị.

### ***3.2. Phạm vi nghiên cứu***

- *Về nội dung:* Luận án chỉ tập trung nghiên cứu: 1) dịch vụ du lịch gồm có: dịch vụ lữ hành du lịch, dịch vụ lưu trú du lịch, dịch vụ vận chuyển du khách, dịch vụ ăn uống và dịch vụ văn hóa lễ hội ở thủ đô Viêng Chăn. 2) Đảm bảo hài hòa lợi ích cho các chủ thể tham gia phát triển dịch vụ du lịch, trong đó luận án đề cập đến bốn chủ thể là: nhà nước với tư cách là người tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch và người dân với tư cách là nhà cung ứng dịch vụ du lịch, cuối cùng là khách du lịch với tư cách là người tiêu dùng các dịch vụ du lịch.

- *Về không gian:* Luận án nghiên cứu dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.

- *Về thời gian:* Luận án đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào từ năm 2016 đến năm 2023. Định hướng phát triển dịch vụ du lịch đến 2030.

## **4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu của luận án**

### ***4.1. Cơ sở lý luận và phương pháp luận***

Luận án vận dụng hệ thống lý luận của chủ nghĩa Mác - Lênin; các quan điểm, chủ trương, đường lối, chính sách đổi mới của Đảng và Nhà nước Lào về phát triển dịch vụ du lịch.

Luận án sử dụng phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử

### ***4.2. Phương pháp nghiên cứu***

Luận án sử dụng các phương pháp cụ thể như: phương pháp trừu tượng hóa khoa học, phương pháp phân tích, tổng hợp, phương pháp nghiên cứu so sánh, phương pháp kết hợp lô gíc với lịch sử, thu tập, thống kê, mô hình hóa và dự báo để thực hiện nhiệm vụ nghiên cứu.

*Phương pháp trừu tượng hóa khoa học* được sử dụng trong toàn bộ luận án nhằm tìm ra bản chất của đối tượng nghiên cứu từ cơ sở lý luận, đánh giá thực trạng đến đề xuất giải pháp phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào, đến năm 2030.

*Phương pháp thu thập thông tin dữ liệu:* thu thập, nghiên cứu các định hướng, chính sách của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, về phát triển dịch vụ du lịch, kết quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp dịch vụ du lịch tại địa phương. Thu thập, phân tích, đánh giá, tổng hợp và xử lý số liệu, các báo cáo tổng kết, số liệu thống kê của các cơ quan, sở, ban, ngành phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào. Nguồn số liệu được dùng trong nghiên cứu này bao gồm là những thông tin đã được công bố trên sách, tạp chí, trên các trang web, các báo cáo của các sở, ban, ngành, niên giám thống kê của Cục thống kê thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào. Luận án kết hợp nhiều kỹ thuật thu thập thông tin để thu thập thông tin một cách tương đối đầy đủ và chính xác theo những mục tiêu nghiên cứu đã đề ra.

*Phương pháp phân tích, tổng hợp:* sử dụng xuyên suốt trong quá trình xây dựng luận án, trên cơ sở các dữ liệu, tài liệu, số liệu thu thập được thông qua các văn bản, chính sách của Đảng, Nhà nước, địa phương và các tài liệu có liên quan đến hoạt động phát triển dịch vụ du lịch của thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.

*Phương pháp nghiên cứu so sánh:* với mục tiêu và đối tượng nghiên cứu là phát triển dịch vụ du lịch của thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào nên phương pháp nghiên cứu so sánh được lựa chọn sử dụng. Phương pháp này giúp nghiên cứu sinh có thể so sánh tăng trưởng các dịch vụ du lịch qua các năm, so sánh kế hoạch và thực hiện nhằm đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ du lịch của thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào và tìm ra được những điểm tương đồng của phát triển dịch vụ du lịch của thủ đô Viêng Chăn với các thành phố khác trong và ngoài nước.

*Phương pháp lô gíc và lịch sử:* sử dụng phương pháp lô gíc và lịch sử nhằm khái quát thực trạng bằng các luận điểm, sau đó chứng minh các luận điểm với các số liệu hoặc mô tả các hiện tượng trong thực tiễn phát triển dịch vụ du lịch của thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào giai đoạn 2016-2023

## **5. Những đóng góp mới của luận án**

- Góp phần làm rõ hơn cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ du lịch theo góc độ kinh tế chính trị như: khái niệm về phát triển dịch vụ du lịch, vai trò, nội dung, nhân tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ du lịch...

- Phân tích kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch của thành phố Hà Nội thủ đô của Việt Nam và thành phố Băng Cốc thủ đô của Thái Lan, từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho phát triển dịch vụ du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.

- Đánh giá thực trạng và vấn đề đặt ra đối với phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.

- Phân tích quan hệ lợi ích của 4 chủ thể tham gia phát triển dịch vụ du lịch, trong đó có: Nhà nước, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch, người dân và khách du lịch.

- Đề xuất giải pháp chủ yếu để phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào đến năm 2030.

## **6. Kết cấu của luận án**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục công trình nghiên cứu và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung luận án được trình bày trong 4 chương, 9 tiết.

- *Chương 1:* Tổng quan các công trình nghiên cứu đã công bố liên quan đến phát triển dịch vụ du lịch

- *Chương 2:* Cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển dịch vụ du lịch trên địa bàn cấp tỉnh, thành phố

- *Chương 3:* Thực trạng phát triển dịch vụ du lịch trên địa bàn ở Thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào, giai đoạn 2016-2023

- *Chương 4:* Phương hướng và giải pháp thúc đẩy phát triển dịch vụ du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào, đến năm 2030.



## Chương 1

### TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH

#### 1.1.TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ TRONG NƯỚC VÀ NƯỚC NGOÀI LIÊN QUAN ĐẾN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH

Liên quan đến phát triển dịch vụ du lịch có nhiều cơ quan, tổ chức và các nhà khoa học quan tâm nghiên cứu và công bố các công trình khoa học, điển hình như:

##### 1.1.1. Các công trình nghiên cứu về du lịch và du lịch bền vững.

World Tourism Organization (2004) với cuốn sách *“Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guidebook”* (Bộ chỉ số phát triển bền vững cho các điểm đến du lịch: sách hướng dẫn). Cuốn sách này, tổ chức du lịch thế giới đã đánh giá vai trò cần thiết của việc xây dựng và ứng dụng các chỉ số về phát triển bền vững cho các điểm du lịch. Từ đó, đề xuất các nhóm chỉ số phát triển bền vững tại các điểm du lịch như: các chỉ số về trình độ kiểm soát và quản lý của nhà nước, sự tham gia của cộng đồng trong du lịch, an sinh, duy trì và phát triển bền vững các bản sắc văn hóa, yếu tố an toàn và sức khỏe, công tác giám sát sử dụng tài nguyên và quản lý năng lượng, khả năng nắm bắt lợi ích kinh tế từ du lịch, hạn chế tác động tiêu cực của các hoạt động du lịch, tính bền vững của các hoạt động du lịch, việc thiết kế sản phẩm và dịch vụ. [99].

Nguyễn Thị Tú (2006) *“Những giải pháp phát triển du lịch sinh thái Việt Nam trong xu thế hội nhập”* Luận án tiến sĩ kinh tế. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã đưa ra những khái niệm về du lịch, du lịch sinh thái, đặc điểm và vai trò của du lịch sinh thái; nội dung, tiêu chí đánh giá và các nhân tố ảnh hưởng của phát triển du lịch sinh thái xu thế hội nhập. Ngoài ra, tác giả đã đánh giá thực trạng phát triển du lịch sinh thái Việt Nam trong xu thế hội nhập. Từ đó, đề xuất một số giải pháp phát triển du lịch sinh thái Việt Nam, trong đó có nhấn mạnh đến đa dạng hóa và tạo tính đặc thù sản phẩm DV DL sinh thái; nâng cao chất lượng DV DL sinh thái [43].

Nguyễn Văn Mạnh (2008) “*Phát triển bền vững du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*”. Trong bài viết này, tác giả đã trình bày quan điểm chung về phát triển bền vững và phát triển du lịch bền vững. Bài viết đã phân tích phát triển du lịch bền vững dưới ba trụ cột đó là: kinh tế, môi trường và xã hội. Bài viết có đánh giá thực trạng và xác định các vấn đề đặt ra sau khi Việt Nam gia nhập WTO về phát triển bền vững du lịch. Từ đó, tác giả đã đề xuất những giải pháp cho việc phát triển du lịch bền vững trong bối cảnh Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế [23].

Butowski, L. (2012) “*Sustainable Tourism - A Model Approach*” (Du lịch bền vững – Mô hình tiếp cận). Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã trình bày các khái niệm về du lịch bền vững, phát triển bền vững thông qua du lịch, các nguyên tắc phát triển bền vững du lịch. Từ đó, tác giả đã xây dựng một mô hình lý thuyết về sự phát triển du lịch bền vững theo sự hình dung và mô tả của tác giả [81].

Đồng tác giả Khamphou PHETHSASI và Saluemsack PHABOUTDY (2012) “*Phát triển tài nguyên du lịch*” sách tham khảo. Nội dung của cuốn sách đã nêu ra khái niệm, những đặc điểm và vai trò của tài nguyên du lịch phong phú phục vụ cho phát triển du lịch; gồm có tài nguyên du lịch nhân văn và tài nguyên du lịch tự nhiên. Bên cạnh đó, cuốn sách đã tập trung phân tích tầm quan trọng của tài nguyên du lịch đối với sự phát triển ngành du lịch, đưa ra các nguyên tắc khai thác hợp lý và sử dụng có hiệu quả các nguồn tài nguyên du lịch trong phát triển du lịch bền vững. Để giữ gìn, bảo vệ và phát triển tài nguyên du lịch trong thời gian tới, theo tác giả cần có kế hoạch, quy hoạch và chiến lược phát triển theo từng giai đoạn hợp lý và phù hợp [60].

Sengmani PHETHSAVONG (2012) “*Một số vấn đề tác động tiêu cực từ du lịch ở tỉnh Luông Pha Bang*” bài viết tạp chí. Trong bài này, tác giả phân tích tình hình phát triển kinh tế du lịch ở tỉnh Luông Pra Bang trong thời gian gần, từ đó đặt ra các vấn đề tác động tiêu cực từ du lịch đến phát triển kinh tế - xã hội như: du lịch phát triển làm cho giá cả hàng hóa sinh hoạt hàng ngày cao tác động đến đời sống sinh hoạt của người dân có thu nhập thấp; Du lịch phát triển làm cho nhiều nghề mất đi cũng có nghề mới ra đời nhưng nó đòi hỏi phải có kiến thức, kỹ năng cho nên làm cho nhiều người thất nghiệp tác động đến vấn đề trật

tự và tệ nạn xã hội; Du lịch phát triển làm xói mòn hoặc mất đi bản sắc văn hóa dân tộc địa phương, làm cho phong tục tập quán suy giảm; Du lịch phát triển tác động đến môi trường gây khó khăn cho đời sống sinh hoạt của người dân [63].

Chheang, V (2013) “*Tourism and Regional Integration in South East Asia*” (Du lịch và hội nhập khu vực ở Đông Nam Á). Công trình nghiên cứu này, tác giả đã trình bày khái niệm và vai trò của phát triển du lịch đối với nền kinh tế ở các quốc gia Đông Nam Á. Ngoài ra, tác giả có phân tích và đánh giá các chính sách phát triển kinh tế du lịch của các quốc gia thành viên ASEAN với việc liên kết, hợp tác phát triển du lịch giữa các quốc gia trong khu vực. Từ đó, đề xuất các quan điểm các quốc gia này cần có trong mục tiêu phát triển kinh tế du lịch, để phù hợp với xu thế chung của khu vực trong quá trình hội nhập [82].

E.Ruoss, & L.Alfarè, (2013) “*Sustainable Tourism as Driving Force for Cultural Heritage Sites Development*” (Du lịch bền vững là động lực phát triển di sản văn hóa). Trong nghiên cứu này, các tác giả đã hệ thống hóa một số lý thuyết về di sản văn hóa và du lịch bền vững; Quy định của một số tổ chức và quốc gia về bảo vệ di sản; đánh giá mối quan hệ lẫn nhau giữa di sản văn hóa và du lịch. Chỉ ra những thuận lợi và thách thức phải gặp do phát triển du lịch đối với việc giữ gìn và bảo vệ di sản văn hóa của địa phương. Ngoài ra, tác giả còn phân tích một số trường hợp tổ chức thực hiện thành công trong việc duy trì cân bằng trong quan hệ hai chiều giữa phát triển du lịch và giữ gìn bảo vệ di sản văn hóa ở Dubrovnik (Croatia) và Venice (Italy). Từ đó, tác giả đề xuất những quan điểm để phát triển du lịch bền vững với bảo tồn giá trị di sản văn hóa một cách đồng đều [86].

Clement A. Tisdell (2013), với công trình “*Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications and Case Studies*” (Sổ tay kinh tế du lịch: phân tích, ứng dụng mới và nghiên cứu điển hình). Trong công trình này tác giả đã nghiên cứu về một số chủ đề quan trọng trong kinh tế du lịch như: cầu trong du lịch, cung trong du lịch (sự cung cấp các dịch vụ trong du lịch), các phân khúc cụ thể trong ngành công nghiệp du lịch, chi phí cơ hội trong kinh tế du lịch. Ngoài ra tác giả còn đưa ra những đóng góp của du lịch vào phát triển kinh tế ở một số nước như: Trung Quốc, Ấn Độ, Nhật Bản, Úc và Bồ Đào Nha [83].

Siamphay SOLATHI (2013) “*Một số vấn đề nên quan tâm trong sự phát triển du lịch có sự tham gia của cộng đồng*”, bài đăng trên tạp chí. Nội dung của bài viết nêu ra một số quan niệm về du lịch có sự tham gia của cộng đồng. Đó là một phương thức phát triển du lịch bền vững mà ở đó cộng đồng địa phương có sự tham gia trực tiếp và chủ yếu trong các giai đoạn phát triển và mọi hoạt động của du lịch. Trong đó, tác giả làm rõ vai trò, các nguyên tắc, đặc điểm của du lịch cộng đồng, trong phát triển cộng đồng, bảo tồn, tôn tạo tài nguyên du lịch và phát triển kinh tế du lịch theo hướng bền vững. Từ đó, đề xuất một quy trình xây dựng quy hoạch phát triển du lịch cộng đồng, khuyến nghị những giải pháp cần thiết để tổ chức thực hiện phát triển du lịch cộng đồng có kết quả [64].

Vũ Văn Đông (2014) “*Phát triển du lịch bền vững Bà Rịa - Vũng Tàu*” Luận án tiến sĩ kinh tế. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa cơ sở lý luận phát triển du lịch bền vững như: khái niệm, vai trò, nội dung, các tiêu chí đánh giá về phát triển du lịch bền vững. Đánh giá thực trạng phát triển du lịch bền vững Bà Rịa - Vũng Tàu. Đưa ra mô hình phát triển du lịch bền vững cho Bà Rịa - Vũng Tàu. Từ đó, đề xuất những phương hướng và đưa ra 5 nhóm giải pháp để phát triển du lịch bền vững Bà Rịa - Vũng Tàu trong thời gian tới. [4].

Nguyễn Đức Tuy (2014) “*Giải pháp phát triển du lịch bền vững Tây Nguyên*”, luận án tiến sĩ. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã làm rõ các khái niệm về phát triển du lịch bền vững, xây dựng bộ tiêu chí đánh giá phát triển du lịch bền vững, xác định nội dung nghiên cứu về phát triển du lịch bền vững. Từ đó, Phân tích đánh giá quá trình phát triển du lịch vùng Tây Nguyên trong giai đoạn từ năm 2002 đến năm 2012; Đánh giá mức độ bền vững qua khảo sát và phỏng vấn khách du lịch theo bộ tiêu chí du lịch bền vững mà tác giả đã xây dựng. cuối cùng, tác giả đã đề xuất các nhóm giải pháp nhằm phát triển bền vững du lịch vùng Tây Nguyên. [47].

Nguyễn Tư Lương (2015), “*Chiến lược phát triển du lịch bền vững tỉnh Nghệ An đến năm 2020*”, Luận án Tiến sĩ kinh tế. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa vấn đề lý luận về du lịch bền vững, chỉ ra vai trò

của chiến lược phát triển du lịch bền vững đối với phát triển kinh tế - xã hội và môi trường. Ngoài ra, tác giả đã phân tích thực trạng phát triển du lịch ở tỉnh Nghệ An. Từ đó, tác giả đưa ra quan điểm xây dựng chiến lược phát triển du lịch bền vững của tỉnh Nghệ An và đề xuất một số giải pháp góp phần xây dựng và thực thi chiến lược phát triển du lịch của tỉnh Nghệ An theo hướng bền vững đến năm 2020, tầm nhìn 2030 [20].

Nguyễn Đăng Tiến (2016) với đề tài “*Nghiên cứu, đánh giá tài nguyên du lịch và điều kiện sinh khí hậu phục vụ phát triển du lịch bền vững khu vực Quảng Ninh - Hải Phòng*”, luận án tiến sĩ kinh tế. Trong luận án này, tác giả đã đánh giá các điều kiện tự nhiên, điều kiện sinh khí hậu và tài nguyên du lịch. Từ đó, xác định mức độ thuận lợi và khó khăn của các điều kiện trên cho phát triển kinh tế du lịch ở Quảng Ninh - Hải Phòng. Đề xuất những định hướng và các nhóm giải pháp khai thác hợp lý nguồn tài nguyên du lịch trên quan điểm phát triển kinh tế du lịch bền vững tại Quảng Ninh - Hải Phòng [40].

Phutsady Phanyasith (2016) “*Quản lý nhà nước bằng pháp luật đối với hoạt động du lịch ở nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào*”, Luận án Tiến sĩ Quản lý nhà nước và pháp luật. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa vấn đề lý luận về quản lý nhà nước bằng pháp luật. Tác giả đã đánh giá quá trình quản lý nhà nước bằng pháp luật đối với hoạt động du lịch ở Lào. Từ đó, tác giả đề xuất một số giải pháp như: Tăng cường công tác xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật về du lịch; đẩy mạnh tổ chức thực hiện pháp luật về du lịch; tăng cường hoạt động kiểm tra, thanh tra trong xử lý vi phạm hoạt động quản lý nhà nước bằng pháp luật đối với du lịch. Tăng cường đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng du lịch và cơ sở vật chất phục vụ du lịch. Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng Nhân dân cách mạng Lào đối với quản lý nhà nước bằng pháp luật đối với lĩnh vực du lịch [26].

Văn Dương (2017), “*Tình hình du lịch Việt Nam, cơ hội thách thức trong hội nhập quốc tế*”. Tác giả đã khái quát lại tình hình du lịch Việt Nam giai đoạn 2011- 2017: bên cạnh những thành công như tăng trưởng tốc độ cao, tăng thu hút đầu tư nước ngoài, hình thành nhiều điểm đến, sản phẩm du lịch phong phú hơn thì du lịch Việt Nam vẫn còn nhiều những bất cập, đặc biệt về nguồn

nhân lực du lịch. Tác giả cũng điểm lại những nét chính trong hội nhập quốc tế của du lịch Việt Nam, trong đó có việc Việt Nam tham gia ASEAN. Tác giả đặt ra một số vấn đề cần giải quyết cho phát triển du lịch Việt Nam trên cơ sở đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của du lịch Việt Nam trong hội nhập quốc tế [2].

Lê Anh Tuấn (2017), “*Nguồn lực để phát triển Du lịch Việt Nam*”. Trong bài viết của mình, Tác giả đã trình bày ngành Du lịch Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế diễn ra ngày càng sâu rộng, cần tập trung các nguồn lực để phát triển, phải thu hút ngày càng nhiều khách du lịch quốc tế, và nâng cao vị thế cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam trên trường quốc tế. Nguồn lực được tác giả đề cập đến bao gồm: nguồn tài nguyên thiên nhiên, nguồn vốn, nguồn lực khoa học công nghệ, nguồn nhân lực. Từ đó, tác giả có đề xuất một số kiến nghị nhằm giúp phát triển ngành Du lịch Việt Nam đúng hướng [45].

Somkith VONGPANNHA (2018), “Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn tỉnh Bo Kẹo CHDCND Lào”, Luận án tiến sĩ quản lý kinh tế. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã Tổng quan các công trình khoa học có liên quan đến đề tài nghiên cứu, luận án chỉ ra những vấn đề đã được làm rõ, những khoảng trống nghiên cứu và xác định những nội dung cần tiếp tục làm rõ trong nghiên cứu. Phân tích luận giải cơ sở lý luận và kinh nghiệm thực tiễn QLNN về du lịch ở cấp tỉnh ở CHDCND Lào; luận giải đặc thù QLNN về du lịch cấp tỉnh liên kết với các tỉnh trong và ngoài nước. Phân tích, đánh giá thực trạng QLNN về du lịch trên địa bàn tỉnh Bo Kẹo từ 2007 đến 2017, rút ra những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân chủ yếu. Từ đó, tác giả đã đề xuất một hệ thống giải pháp nhằm hoàn thiện QLNN về du lịch trên địa bàn tỉnh Bo Kẹo đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030 [29].

Các tác giả Võ Đức Tâm và Võ Văn Bản (2020), “*Dự báo và biện pháp cho ngành Du lịch Việt Nam trong và sau đại dịch Covid-19*”. Trong công trình này, các tác giả đã xác định và dự báo ảnh hưởng tác động của đại dịch Covid-19 đối với ngành Du lịch ở Việt Nam. Trên cơ sở đó, các tác giả đề xuất 4 biện pháp cho ứng phó với Covid-19 và chuẩn bị cho giai

đoạn phục hồi ngành Du lịch [35].

Mai Anh Vũ (2021), “Phát triển bền vững du lịch tại Thanh Hóa”, Luận án tiến sĩ kinh tế. Trong công trình này, tác giả đã hệ thống cơ sở lý luận về phát triển bền vững ngành du lịch và kinh nghiệm phát triển bền vững du lịch; Đánh giá thực trạng của phát triển du lịch, tại Thanh Hóa giai đoạn 2015-2019. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới phát triển bền vững du lịch tại Thanh Hóa. Từ đó, tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển một cách bền vững ngành du lịch tại Thanh Hóa [49].

Lê Thanh Tùng (2021), “*Phát triển bền vững du lịch ở tỉnh Bắc Ninh*”, Luận án tiến sĩ kinh tế. Trong công trình này, tác giả đã hệ thống hóa những vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển bền vững du lịch. Đánh giá thực trạng phát triển du lịch tỉnh Bắc Ninh giai đoạn 2015 - 2019. Phân tích những nhân tố ảnh hưởng đến phát triển bền vững du lịch tỉnh Bắc Ninh. Từ đó, tác giả đã đề xuất giải pháp nhằm phát triển bền vững du lịch tỉnh Bắc Ninh đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2030 [46].

Phan Văn Hùng (2021), “*Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch Phú Quốc*”, luận án tiến sĩ. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống lại cơ sở lý luận có liên quan đến đề tài. Đánh giá thực trạng phát triển du lịch thành phố Phú Quốc. Tổng quan về lý thuyết phát triển du lịch và từ đó xây dựng thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch tại thành phố Phú Quốc. Tác giả đã phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch ở thành phố Phú Quốc. Và cuối cùng tác giả đã hàm ý chính sách phát triển du lịch ở thành phố Phú Quốc [9].

UNWTO (2021), *Impact Assessment of the Covid-19 outbreak on International Tourism* (Đánh giá tác động của dịch Covid-19 đối với du lịch thế giới), Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) đã nghiên cứu và đánh giá tác động của sự bùng phát đại dịch Covid-19 đối với du lịch thế giới. Bài viết đã có những đánh giá về phát triển du lịch thế giới dưới tác động của đại dịch Covid-19, đưa ra dự kiến du lịch thế giới sẽ phục hồi trở lại sớm nhất là vào quý III năm 2024 và trở lại mức phát triển như năm 2019 thời điểm trước đại dịch; đưa ra kịch bản phát triển du lịch thế giới giai đoạn 2021-2024. Đồng

thời, bài viết cũng sử dụng mô hình SWOT để đánh giá điểm mạnh, điểm yếu cũng như cơ hội và thách thức đối với phát triển du lịch thế giới trong thời gian tới. Đây chỉ là một trong số rất nhiều những nghiên cứu của UNWTO về phát triển du lịch thế giới trong bối cảnh đại dịch Covid-19 [100].

Lê Xuân Hoàn (2022), “*Phát triển Du lịch Quốc tế đến Việt Nam trong bối cảnh cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC)*”, luận án tiến sĩ kinh tế Quốc tế. Trong công trình này, tác giả đã hệ thống lại cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch quốc tế; Phân tích và đánh giá thực trạng phát triển du lịch quốc tế đến Việt Nam trong bối cảnh cộng đồng kinh tế ASEAN; Đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm phát triển du lịch quốc tế đến Việt Nam trong bối cảnh cộng đồng kinh tế ASEAN thời gian tới [7].

### **1.1.2. Các công trình nghiên cứu có liên quan đến kinh tế du lịch và dịch vụ du lịch.**

Nguyễn Đình Sơn (2007) “*Phát triển Kinh tế du lịch ở vùng Du lịch Bắc Bộ và tác động của nó tới quốc phòng - an ninh*” luận án tiến sĩ kinh tế. Trong công trình này, tác giả đã hệ thống lại các lý luận về phát triển kinh tế du lịch và trong đó tác giả đã nêu lên vai trò quan trọng của dịch vụ du lịch trong phát triển ngành du lịch và tác động của nó với quốc phòng-an ninh. Luận án đã phân tích những đặc điểm cơ bản của kinh tế du lịch, phân tích thực trạng kinh tế du lịch ở vùng Bắc Bộ; Tác động của kinh tế du lịch đến quốc phòng - an ninh. Từ đó, luận án có đề xuất những phương hướng, mục tiêu và các nhóm giải pháp nhằm phát triển kinh tế du lịch ở vùng Bắc Bộ đi đôi với củng cố tăng cường quốc phòng - an ninh [33].

Dwyer, L., Forsyth, P., & Papatheodorou, A (2011) “*Economics of tourism*” (Kinh tế du lịch). Trong cuốn sách này, các tác giả đã phân tích cung - cầu du lịch bằng các mô hình kinh tế để đo lường. Từ đó đưa ra dự báo về xu thế phát triển kinh tế du lịch trong tương lai (trong đó có đề cập đến các dịch vụ du lịch). Đánh giá những tác động đến ngành du lịch khi tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. Ngoài ra, các tác giả còn đưa ra những biến đổi khí hậu theo mùa dưới góc độ kinh tế học vĩ mô, kinh tế học vi mô mà ảnh hưởng đến phát triển kinh tế du lịch [85].

Anna Athanasopoulou (2013) với công trình *Tourism as a driver of*



*economic growth and development in the EU-27 and ASEAN regions* (Du lịch là động lực thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế ở khu vực EU-27 và ASEAN). Trong công trình này tác giả đã nghiên cứu về du lịch trong khu vực EU27 và ASEAN. Tác giả đã phân tích những đóng góp của du lịch vào GDP, đầu tư, việc làm và xuất khẩu ở EU27 và ASEAN. Ngoài ra, tác giả còn đưa ra những tác động tiêu cực của du lịch đối với kinh tế, văn hóa, xã hội như: hoạt động du lịch có thể gây hại môi trường tự nhiên, hủy hoại các di sản quốc gia, làm thay đổi văn hóa địa phương và các làng nghề truyền thống; tính cạnh tranh cao trong phát triển kinh tế du lịch có thể loại bỏ các doanh nghiệp địa phương làm gia tăng thất nghiệp trong các giai đoạn mà du lịch chưa vào vụ... và từ đó tác giả cũng đưa ra những phương hướng, kế hoạch phát triển kinh tế du lịch đảm bảo các yếu tố về môi trường, văn hóa và xã hội trong tương lai trong đó dịch vụ du lịch đóng vai trò quan trọng[80].

Nguyễn Thị Hồng Lâm (2013), “*Kinh tế du lịch ở các tỉnh Bắc Trung Bộ trong hội nhập kinh tế quốc tế*”, luận án tiến sĩ. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa lý luận về kinh tế du lịch trong hội nhập kinh tế quốc tế của một vùng du lịch ở Việt Nam dưới góc độ kinh tế chính trị. Tác giả đã khái quát các yếu tố cấu thành kinh tế du lịch và trong đó dịch vụ du lịch là yếu tố chính, phân tích làm rõ mối quan hệ giữa kinh tế du lịch với sự phát triển kinh tế - xã hội và các nhân tố ảnh hưởng đến kinh tế du lịch trong hội nhập kinh tế quốc tế. Bên cạnh đó tác giả đã đánh giá thực trạng về kinh tế du lịch, phân tích những thành tựu, hạn chế của kinh tế du lịch ở các tỉnh Bắc Trung Bộ trong hội nhập kinh tế quốc tế. Bên cạnh đó, tác giả còn đưa ra những nguyên nhân khách quan và chủ quan dẫn đến những thành tựu, hạn chế của phát triển kinh tế du lịch. Từ đó, tác giả đề xuất những phương hướng và các nhóm giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế du lịch ở các tỉnh Bắc Trung Bộ trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế trong thời gian tới [17].

Đoàn Thị Trang (2017), “*Kinh tế du lịch ở vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc trong hội nhập quốc tế*” Luận án tiến sĩ. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về kinh tế du lịch ở vùng kinh tế trọng điểm trong hội nhập quốc tế. Tác giả đưa ra mối quan hệ tác động qua lại lẫn

nhau giữa kinh tế du lịch và hội nhập quốc tế; từ đó, tác giả đưa ra các tiêu chí đánh giá về kinh tế du lịch ở vùng kinh tế trọng điểm trong hội nhập quốc tế. Đồng thời, tác giả đã phân tích đánh giá thực trạng và chỉ rõ những vấn đề đặt ra và các nguyên nhân đối với phát triển kinh tế du lịch ở vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc trong hội nhập quốc tế. Từ đó, tác giả đã đề xuất những giải pháp chủ yếu nhằm phát triển kinh tế du lịch ở vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc trong hội nhập quốc tế [41].

Võ Thị Thu Ngọc (2018), “*Kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững ở tỉnh Thừa Thiên Huế*”, Luận án tiến sĩ kinh tế chính trị. Trong công trình này, tác giả đã đưa ra cơ sở lý luận như: khái niệm, nội dung, vai trò và các tiêu chí đánh giá về kinh tế du lịch theo hướng bền vững. tác giả đã trình bày kinh nghiệm phát triển kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững ở một số quốc gia và địa phương trong nước, từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững ở địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế. Luận án đã đánh giá và phân tích những thành tựu và hạn chế của kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững ở tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn (2006-2016). Từ đó, tác giả đã đề xuất những phương hướng và các nhóm giải pháp để thúc đẩy kinh tế du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế phát triển theo hướng bền vững[25].

Soukanh BOUTHAVONG (2021), “*Kinh tế du lịch ở các tỉnh Nam Trung Bộ Lào*”, luận án tiến sĩ kinh tế chính trị. Trong công trình này, tác giả đã hệ thống hóa lại cơ sở lý luận về kinh tế du lịch của các địa phương cấp tỉnh theo cách tiếp cận lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất cấu thành kinh tế du lịch. Tác giả đã tìm hiểu kinh nghiệm thực tiễn về phát triển lực lượng sản xuất, hoàn thiện quan hệ sản xuất trong kinh tế du lịch. Tác giả đã phân tích thực trạng kinh tế du lịch ở các tỉnh Nam Trung Bộ nước CHDCND Lào theo cấu trúc lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất; trong đó đã nhấn mạnh vai trò quan trọng của các cơ sở DVDL ở các tỉnh Trung Nam Bộ của Lào đối với phát triển ngành du lịch của vùng đó. Từ đó, tác giả đã đề xuất phương hướng và giải pháp để tiếp tục thúc đẩy phát triển kinh tế du lịch ở các tỉnh Nam Trung Bộ nước CHDCND Lào đến năm 2030 theo cách tiếp cận cấu thành lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất nêu trên [32].

Khamphet SENGSOULATTANA (2022), “Phát huy nhân tố con người trong phát triển kinh tế du lịch ở CHDCND Lào hiện nay”, luận án tiến sĩ . Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án. Phân tích làm rõ một số vấn đề lý luận chung về phát huy nhân tố con người trong phát triển kinh tế du lịch ở CHDCND Lào. Khảo sát thực trạng phát huy nhân tố con người trong phát triển kinh tế du lịch ở CHDCND Lào hiện nay. Từ đó, tác giả đã đề xuất một số nhóm giải pháp chủ yếu phát huy hiệu quả nhân tố con người trong phát triển kinh tế du lịch ở CHDCND Lào thời gian tới [13].

Bên cạnh đó, nhiều tác giả trong nước đã tìm hiểu, nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch của các quốc gia trên thế giới để rút ra bài học tham khảo cho việc phát triển du lịch Việt Nam.

### **1.1.3. Các công trình nghiên cứu đã công bố có liên quan đến phát triển dịch vụ du lịch.**

Lê Văn Minh (2006) “*Nghiên cứu đề xuất các giải pháp đầu tư phát triển khu du lịch*”. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống lại các khái niệm liên quan đến khu du lịch; đầu tư phát triển các khu du lịch; tác giả đưa ra kinh nghiệm thực tiễn của một số quốc gia về đầu tư phát triển các khu du lịch. Ngoài ra, tác giả đã đánh giá thực trạng các cơ chế, chính sách của Đảng và Nhà nước Việt Nam trong lĩnh vực đầu tư phát triển kinh tế du lịch. Từ đó, tác giả có đề xuất những giải pháp chủ yếu nhằm phát triển khu du lịch một cách hiệu quả hơn [24].

Đỗ Cẩm Thơ (2007) “*Nghiên cứu xây dựng sản phẩm Du lịch Việt Nam có tính cạnh tranh trong khu vực và quốc tế*”. Công trình nghiên cứu này, tác giả đã đưa ra các vấn đề cơ bản liên quan đến sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch và sản phẩm ở đây chính là các dịch vụ du lịch cho du khách. Ngoài ra, tác giả đã phân tích sản phẩm theo các loại hình du lịch, cấu thành sản phẩm chung và định vị sản phẩm du lịch Việt Nam trên thị trường khu vực và quốc tế. Từ đó, đề xuất những giải pháp cơ bản nhằm giảm chi phí, tăng sức cạnh tranh của các sản phẩm du lịch Việt Nam như: Đầu tư xúc tiến sản phẩm dịch vụ du lịch hiệu quả; Tổ chức xây dựng sản phẩm dịch vụ du lịch tốt, sản phẩm dịch vụ du

lich có tính hấp dẫn và độc đáo, chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch tốt và có tính đa dạng, giá sản phẩm dịch vụ du lịch rẻ và dễ tiếp cận; Sản phẩm dịch vụ du lịch có thương hiệu [39].

Nguyễn Văn Lưu (2009) “*Thị trường du lịch*”, sách tham khảo. Nội dung của cuốn sách đã nêu những vấn đề lý luận tổng quan thị trường du lịch và thị trường du lịch thế giới, thị trường du lịch ASEAN, thị trường du lịch Việt Nam. Trong đó, tác giả chỉ ra những vấn đề thị trường du lịch của Việt Nam về sự khởi động và bắt đầu tăng trưởng mạnh; về đặc điểm cơ bản của cầu du lịch; về cung du lịch. Từ đó, đề xuất các giải pháp phát triển thị trường du lịch trong thời gian tới của Việt Nam [21].

Thavipheth OULA (2010) “*Cẩm nang tập huấn về thống kê du lịch và khách sạn*”, sách tham khảo. Trong cuốn sách này, Tác giả đã nêu ra những cơ sở lý luận liên quan đến thống kê du lịch và khách sạn. Ngoài ra, tác giả có nêu lên các khoản doanh thu từ các DVDL như: doanh thu từ dịch vụ ăn uống, vui chơi giải trí, lưu trú, vận chuyển hành khách, lệ phí vào điểm đến du lịch, mua sắm, khám sức khỏe và từ các dịch vụ khác... [66].

Nguyễn Quang Vinh (2011), “*Khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch lữ hành quốc tế Việt Nam sau khi Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO)*”, luận án tiến sĩ kinh tế. Trong công trình nghiên cứu này, luận án đã hệ thống hóa các vấn đề về lý luận, thực tiễn và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch lữ hành quốc tế. Tác giả trình bày các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp lữ hành, từ đó tác giả xây dựng các chỉ số đo lường khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp lữ hành du lịch quốc tế. Tác giả đã phân tích thực trạng các doanh nghiệp lữ hành du lịch quốc tế Việt Nam; từ đó đưa ra những bài học thành công và chưa thành công trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh hiện tại và triển vọng nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp lữ hành du lịch sau khi nước Việt Nam vào WTO. Và cuối cùng, tác giả có đề xuất những phương hướng và các nhóm giải pháp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp lữ hành du lịch Việt Nam sau khi vào WTO [48].

Hoàng Thị Lan Hương (2011) “*Phát triển kinh doanh lưu trú du lịch tại vùng du lịch Bắc Bộ của Việt Nam*”, Luận án tiến sĩ kinh tế. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về kinh doanh lưu trú du lịch và phát triển bền vững kinh doanh lưu trú du lịch tại vùng du lịch; đánh giá thực trạng phát triển kinh doanh lưu trú du lịch ở vùng du lịch Bắc Bộ của Việt Nam trong thời gian theo quan điểm phát triển bền vững, là đánh giá tiềm năng, thế mạnh để phát triển kinh doanh lưu trú du lịch và đề cập đến những hạn chế và nguyên nhân của nó. Từ đó tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển kinh doanh lưu trú du lịch ở vùng này trong thời gian tới bao gồm các nhóm giải pháp sau đây: *Một là*, nhóm các giải pháp đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch tại vùng du lịch Bắc Bộ; *Hai là*, nhóm các giải pháp đối với các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú du lịch tại vùng du lịch Bắc Bộ; *Ba là*, nhóm các giải pháp nhằm phát triển bền vững về kinh tế; *Bốn là*, nhóm các giải pháp nhằm phát triển bền vững về xã hội và môi trường [12].

John Tribe (2011), “*The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*”, (Kinh tế giải trí, Nghỉ ngơi và du lịch) xuất bản lần thứ tư năm 2011. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã làm rõ các vấn đề 1 luận về tổ chức và quảng bá hoạt động giải trí và du lịch. Trong nghiên cứu này, tác giả đã đi từ nghiên cứu về du lịch, du lịch giải trí ngoài trời, marketing du lịch; đầu tư trong du lịch; tác động kinh tế du lịch; kinh tế du lịch và vấn đề môi trường ở các nước đang phát triển [95].

Nguyễn Quyết Thắng (2012) “*Nghiên cứu tiềm năng và các giải pháp phát triển du lịch sinh thái tại một số trọng điểm vùng du lịch Bắc Trung Bộ*”, Luận án Tiến sĩ. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa, làm sáng tỏ những vấn đề lý luận và thực tiễn về tiềm năng phát triển du lịch sinh thái. Đồng thời, đánh giá tiềm năng, tổng quát thực trạng phát triển du lịch sinh thái và phân tích các yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch sinh thái tại các trọng điểm vùng du lịch Bắc Trung Bộ. Từ đó, tác giả đề xuất một số giải pháp chủ yếu phát triển du lịch sinh thái tại các trọng điểm của vùng du lịch Bắc Trung Bộ bao gồm các giải pháp sau: *Một là*, giải pháp về xây dựng chiến lược cơ chế chính sách, nguyên tắc chỉ đạo cho du lịch sinh thái; *Hai là*, giải pháp về

triển khai công tác quy hoạch, kế hoạch cho du lịch sinh thái; *Ba là*, giải pháp công tác tổ chức thực hiện, phát triển hoạt động du lịch sinh thái; *Bốn là*, giải pháp về công tác quản lý Nhà nước đối với hoạt động du lịch sinh thái; *Năm là*, giải pháp về công tác bảo vệ môi trường cho du lịch sinh thái; *Sáu là*, giải pháp về nguồn vốn đầu tư cho du lịch sinh thái [38].

Nguyễn Trùng Khánh (2012), “*Phát triển dịch vụ lữ hành du lịch trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế: Kinh nghiệm của một số nước Đông Á và gợi ý chính sách cho Việt Nam*”, luận án tiến sĩ. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa những khái niệm có liên quan đến phát triển dịch vụ lữ hành du lịch trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế. Đưa ra kinh nghiệm của một số nước Đông Á như Trung Quốc, Malaysia và Thái Lan và rút ra bài học kinh nghiệm phát triển dịch vụ lữ hành du lịch cho Việt Nam; tác giả đã phân tích và đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ lữ hành ở Việt Nam. Từ đó tác giả đã đề xuất một số giải pháp cơ bản và kiến nghị về chính sách phát triển dịch vụ lữ hành du lịch cho Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế [14].

Nguyễn Xuân Thanh (2015), “*Tác động hình ảnh Điểm đến tới lòng trung thành của khách hàng: Trường hợp điểm đến du lịch Nghệ An*”, Luận án tiến sĩ kinh tế. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã đề xuất mô hình đánh giá toàn diện các thành phần thuộc hình ảnh của một điểm đến ở Việt Nam (ví dụ nghiên cứu điểm đến du lịch ở Nghệ An) như một điểm đến du lịch đối với khách du lịch nội địa, là một trong những bước cơ bản trong marketing điểm đến du lịch trong bối cảnh cạnh tranh và hội nhập quốc tế. Bên cạnh đó, tác giả đã khám phá tác động của các thành phần hình ảnh điểm đến du lịch tới lòng trung thành của khách du lịch trên khía cạnh thái độ và hành vi lòng trung thành. Từ đó làm cơ sở khuyến nghị một số định hướng chiến lược và định hướng giải pháp nâng cao hình ảnh Nghệ An như một điểm đến du lịch trung thành của khách du lịch nội địa [37].

Md. Abu Barkat Ali (2015) *Trevel and Tourism Management*” ( *Quản lý Lữ hành và du lịch*). Nội dung trong cuốn sách này, đã nêu ra trên cơ sở tổng quát toàn bộ ngành công nghiệp du lịch và dịch vụ ở nước Ấn Độ. Cuốn sách có so sánh các mô hình phát triển kinh tế du lịch của nước Ấn Độ với các nước lân

cận. Cuốn sách đã trình bày điểm mạnh, tiềm năng của ngành du lịch Ấn Độ như: tôn giáo, văn hóa, lịch sử v.v... Đồng thời cũng trình bày những khó khăn trong phát triển du lịch ở Ấn Độ như: vấn đề an ninh, trật tự ở các thành phố lớn, xã hội đen, trộm cắp, cưỡng hiếp v.v... tình trạng yếu kém về nguồn nhân lực du lịch, cơ sở hạ tầng, DVDL và sự lợi lộng trong công tác quản lý các khu di tích ở một số tỉnh thành đang đặt ra vấn đề lớn cho các nhà hoạch định chính sách và các nhà quản lý địa phương. Từ đó, cuốn sách đã đề xuất những hướng phát triển du lịch ở Ấn Độ và trong đó yêu cầu Nhà nước và chính phủ Ấn Độ cần phải cải thiện môi trường chính trị, an ninh, trật tự và hoàn thiện hành lang pháp lý tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch Ấn Độ bền vững [92].

The World Travel & Tourism Council (2015) "*The Economic Impact of Travel & Tourism 2015 Laos*" (Tác động của lữ hành và du lịch Lào 2015). Trong công trình, các tác giả đã chỉ ra nhu cầu về du lịch và dự báo nhu cầu về du lịch trong tương lai. Từ đó, xây dựng tiêu chí đo lường tác động và lợi ích của những thay đổi trong nhu cầu du lịch, nguồn cung cấp du lịch và giá cả phải trả trong một chuyến du lịch. Ngoài ra, tác giả đã phân tích, đánh giá về hiệu quả đầu tư cơ sở vào hạ tầng du lịch, đánh giá mức thuế du lịch, sự thuận lợi và khó khăn về vận chuyển du khách, môi trường du lịch và khả năng cạnh tranh của điểm đến du lịch Lào. Từ đó, tác giả đã chỉ ra một số hướng đi và đưa ra những giải pháp khi gặp phải khó khăn về phát triển du lịch Lào cho các cơ quan liên quan, để các cơ quan liên quan có thể hoạch định chính sách phát triển du lịch Lào một cách đúng đắn nhất [98].

Các tác giả Nguyễn Thị Hồng Lâm và Nguyễn Kim Anh (2016), "*Kinh nghiệm phát triển kinh tế du lịch ở một số nước và gợi ý cho Việt Nam*". Các tác giả đã trình bày kinh nghiệm của ba quốc gia là Trung Quốc, Singapore và Thái Lan, đó là ba quốc gia nổi bật trong lĩnh vực du lịch. Các tác giả đã phân tích và tóm lược một số bài học quan trọng về phát triển kinh tế du lịch đối với Việt Nam, đó là: sự quyết tâm của Nhà nước đối với phát triển du lịch; đưa ra các chương trình xúc tiến quảng bá du lịch một cách hiệu quả; đào tạo chuyên nghiệp nguồn nhân lực du lịch; đa dạng hóa các sản phẩm và DVDL; liên kết, hợp tác cùng phát triển; và đảm bảo an ninh du lịch [18].

Đoàn Thị Trang (2017), “*Bài học từ phát triển kinh tế du lịch ở một số nước*”. Tác giả đã nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch của Thái Lan, Singapore, Malaysia và Trung Quốc, và từ đó, rút ra một số bài học về phát triển du lịch đối với Việt Nam, đó là: xây dựng chiến lược phát triển du lịch vùng, phát triển và nâng cao chất lượng DVDL; kế hoạch hóa phát triển du lịch phù hợp với từng giai đoạn; đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ quá trình phát triển của ngành Du lịch; đẩy mạnh quảng bá tuyên truyền du lịch... [42].

Dương Hoàng Hương (2017) “*Phát triển du lịch bền vững ở tỉnh Phú Thọ*”, Luận án Tiến sĩ. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống, bổ sung lý thuyết về phát triển du lịch bền vững ở địa phương cấp tỉnh; đồng thời nghiên cứu kinh nghiệm từ một số mô hình phát triển du lịch bền vững và không bền vững ở một số quốc gia, vùng lãnh thổ và một số địa phương trong nước để rút ra bài học cho phát triển du lịch ở địa phương cấp tỉnh; trong đó, làm rõ thực trạng phát triển du lịch ở tỉnh Phú Thọ theo các nội dung và tiêu chí đánh giá phát triển du lịch bền vững. Từ đó, tác giả đề xuất các giải pháp phát triển du lịch bền vững ở tỉnh Phú Thọ đến năm 2030 bao gồm các giải pháp sau đây: *Một là*, nâng cao năng lực và hiệu quả quản lý nhà nước đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch bền vững; *Hai là*, tăng cường bố trí nguồn lực, thu hút vốn đầu tư, đẩy mạnh phát triển kết cấu hạ tầng KT-XH phục vụ phát triển du lịch; *Ba là*, phát triển sản phẩm dịch vụ du lịch đặc trưng và đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ du lịch gắn với phát triển các dịch vụ cơ bản cho khách du lịch; *Bốn là*, phát triển nguồn nhân lực có chất lượng đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch bền vững; *Năm là*, phát triển các hình thức xúc tiến, quảng bá du lịch, phát triển thị trường, mở rộng liên kết phát triển du lịch bền vững; *Sáu là*, đẩy mạnh bảo vệ tài nguyên và môi trường trong phát triển du lịch; *Bảy là*, một số giải pháp khác [11].

Ngô Ánh Hồng (2017), “*Festival du lịch Hà Nội*”, Luận án tiến sĩ văn hóa. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn về Festival du lịch. Tác giả đã làm rõ cấu trúc, đặc điểm, tác động của Festival du lịch qua việc khái quát các kỳ tổ chức Festival du lịch Hà Nội. Tác giả có so sánh Festival du lịch Hà Nội với một số festival khác, tìm ra vấn đề còn tồn tại và đề xuất một số khuyến nghị nhằm phát triển Festival du lịch Hà



Nội. Từ đó, tác giả đã xác lập các cơ sở khoa học và thực tiễn mới để hoàn thiện hơn nữa chất lượng của Festival du lịch Hà Nội [8].

Phạm Thị Kiệm (2017) “*Hành vi tiêu dùng của khách du lịch trong nước*”, Luận án tiến sĩ tâm lý học. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã nghiên cứu một số vấn đề lí luận tâm lý học về hành vi tiêu dùng và hành vi tiêu dùng DVDL của khách du lịch trong nước.- Khảo sát và đánh giá thực trạng hành vi tiêu dùng DVDL của khách du lịch trong nước. Tác giả đã khảo sát các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng DVDL của khách du lịch trong nước. Từ đó, tác giả đã đề xuất biện pháp tâm lý - xã hội trợ giúp hành vi tiêu dùng DVDL của khách du lịch trong nước [15].

Phạm Thị Hoa (2018), “*Thị trường du lịch thành phố Đà Nẵng trong hội nhập quốc tế*”, Luận án Tiến sĩ kinh tế. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa và làm rõ các vấn đề cơ sở lý luận và thực tiễn về thị trường du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Trong đó, luận án đi sâu phân tích thị trường du lịch trong hội nhập quốc tế trên các phương diện yếu tố cấu thành, chủ thể kinh doanh trên thị trường du lịch cũng như vai trò thị trường du lịch đối với sự phát triển kinh tế-xã hội; tác giả đã luận giải những đặc thù của thị trường du lịch thông qua các quan hệ cung, cầu, giá cả, cơ chế vận hành và các nhân tố ảnh hưởng đến thị trường du lịch trong hội nhập quốc tế. Từ thực tiễn kinh nghiệm phát triển thị trường du lịch của một số quốc gia và địa phương trong nước, tác giả rút ra những kinh nghiệm cho phát triển thị trường du lịch ở thành phố Đà Nẵng trong hội nhập quốc tế [5].

Somsanith KENEMANY(2019), “*Thị trường du lịch ở Luông Pra Băng, CHDCND Lào*”, luận án tiến sĩ kinh tế chính trị. Trong công trình nghiên cứu nay, tác giả đã thu thập và hệ thống hóa lý luận về thị trường du lịch trên địa bàn một tỉnh trong điều kiện mới của kinh tế thị trường hội nhập quốc tế, xây dựng khung lý thuyết cơ bản để nghiên cứu các quan hệ kinh tế và lợi ích trên thị trường này. Nghiên cứu kinh nghiệm thực tiễn về phát triển thị trường du lịch của một số tỉnh, thành phố trong và ngoài nước để rút ra bài học cho sự phát triển ở tỉnh Luông Pra Băng. Ngoài ra, tác giả đã phân tích và đánh giá thực trạng thị trường du lịch tỉnh Luông Pra Băng giai đoạn từ năm 2011 đến

năm 2018, làm rõ điểm mạnh, điểm yếu, hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế trong phát triển thị trường này. Từ đó, tác giả đã đề xuất phương hướng và giải pháp thúc đẩy phát triển thị trường du lịch ở tỉnh Luông Pra Băng đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030 [30].

Năm 2020, sau khi đại dịch Covid-19 bùng phát tại nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam, nhận thức được những ảnh hưởng nặng nề của đại dịch đối với ngành Du lịch, nhiều tác giả đã nghiên cứu về phát triển du lịch Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19.

Dự án kỹ năng du lịch (Skills for tourism project) (2020) “Xu hướng phát triển nguồn nhân lực DVDL trong bối cảnh Covid-19 bùng phát” tài liệu tham khảo. Trong bài nghiên cứu này, tác giả đã đưa ra các thông tin về du lịch của CHDCND Lào năm 2020 (năm có đại bệnh dịch covid-19 bùng phát) so với năm 2019 trước có đại dịch covid-19. Từ đó, các tác giả đã đánh giá ảnh hưởng của Covid19 đến các ngành kinh doanh trong lĩnh vực DVDL. Từ đó, tác giả đã đánh giá sự thất nghiệp trong lĩnh vực DVDL trong thời gian bệnh dịch Covid-19 bùng phát. Cuối cùng, tác giả đã dự báo về sự phục hồi của du lịch và đề xuất một số DVDL cần thiết khi ngành du lịch bắt đầu phục hồi [59].

Somkietthisack Kingsada (2020), “Di sản văn hóa vật thể ở thủ đô Viêng Chăn, Nước CHDCND Lào” luận án tiến sĩ văn hóa học. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan và chỉ rõ những vấn đề lý luận và thực tiễn mà luận án tiếp tục nghiên cứu. Khảo sát, đánh giá thực trạng giá trị di sản văn hóa vật thể ở thủ đô Viêng Chăn. Tìm hiểu các yếu tố tác động, các vấn đề đặt ra và khuyến nghị các giải pháp nhằm bảo tồn, phát huy giá trị của di sản văn hóa vật thể tại thủ đô Viêng Chăn trong giai đoạn hiện nay [31].

Vũ Thanh (2021), “*Xu hướng chuyển đổi tất yếu đối với doanh nghiệp du lịch Việt Nam*”. Các tác giả đến từ Trung tâm WTO đã nghiên cứu về hướng phát triển của doanh nghiệp du lịch trong bối cảnh đại dịch Covid-19, công trình đã đặt ra những xu hướng tất yếu mà doanh nghiệp du lịch Việt Nam phải chuyển đổi và phát triển của ngành du lịch trong bối cảnh có nhiều yếu tố khó khăn từ đại dịch Covid-19. Tác giả đã đưa ra 6 giải pháp để thúc đẩy ngành du

lịch Việt Nam phát triển, đó là: 1) cơ cấu lại thị trường khách du lịch theo hướng bền vững; 2) đẩy mạnh hợp tác công tư, liên kết vùng giữa các địa phương, điểm đến trong hợp tác phát triển du lịch; 3) tăng cường xúc tiến, quảng bá, phát triển các sản phẩm mới thu hút khách du lịch quốc tế; 4) các địa phương, doanh nghiệp du lịch cần thực hiện các chương trình kích cầu du lịch và tăng cường các biện pháp bảo đảm an toàn phòng chống dịch bệnh Covid-19. 5) tăng cường số lượng, nâng cao chất lượng, tính chuyên nghiệp và hợp lý hóa cơ cấu nhân lực ngành Du lịch; 6) nâng cao nhận thức cộng đồng về du lịch và nhân lực ngành Du lịch [36].

Đỗ Minh Phương (2021), “*Nghiên cứu chuỗi cung ứng DVDL tại vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc Việt Nam*”, Luận án tiến sĩ kinh tế. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã nghiên cứu một số vấn đề lý luận cơ bản có liên quan đến kết quả hoạt động chuỗi cung ứng DVDL; Tác giả có phân tích và đánh giá được thực trạng kết quả chuỗi cung ứng DVDL tại vùng đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc, Việt Nam. Từ đó, tác giả đã xác định quan điểm và đề xuất một số giải pháp, kiến nghị trọng tâm nhằm nâng cao kết quả hoạt động chuỗi cung ứng DVDL tại vùng đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc, Việt Nam trong thời gian tới [27].

Bùi Ngọc Tú (2021), “*Năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch tỉnh Hòa Bình*”, Luận án tiến sĩ Quản trị kinh doanh. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã phát triển cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch, trong đó tập trung làm rõ các nội dung như: năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch, các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch, các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch, các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh du lịch điểm đến. Luận án tập trung phát triển cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh điểm đến trên góc độ thu hút khách hàng đến các điểm đến du lịch. Trên cơ sở hệ thống lý luận, luận án tiến hành phân tích và đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch tỉnh Hòa Bình. Từ đó, đưa ra nhận định về những thành công, hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế trong năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch tỉnh Hòa Bình. Tác giả đã đề xuất các giải

pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình trong những năm sắp tới [44].

Bộ Thông tin Văn hóa và Du lịch Lào (2021), “*Kế hoạch khôi phục du lịch Lào từ sự bùng phát của đại dịch Covid-19 cho những năm 2021-2025*”. Trong kế hoạch này, các nhà nghiên cứu đã đánh giá tác động của ngành du lịch trong đại dịch Covid-19 ở CHDCND Lào, trong đó đã đánh giá chung về tác động của đại dịch Covid-19 đối với kinh tế và đi sâu trong ngành du lịch. Từ đó, đã đề xuất hướng khôi phục các ngành du lịch trong đại dịch Covid-19 như: 1). Tiếp tục phối hợp với Sở Du lịch các tỉnh, thành phố giám sát công tác quản lý các điểm du lịch trong việc hoàn thiện các điểm du lịch để hoạt động đa dạng, chất lượng và đạt tiêu chuẩn của các điểm du lịch; 2). Tiếp tục hoàn thiện cơ bản cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch tại vùng mục tiêu, tiếp tục xây dựng, lắp đặt các biển báo chỉ dẫn các điểm du lịch nổi bật dọc các tuyến đường cao tốc và các tuyến đường vào các điểm du lịch dọc tuyến đường sắt Lào - Trung, các tuyến đường bộ kết nối giữa tỉnh và các nước lân cận; Khảo sát, phân bổ, xác định ranh giới và cấp giấy chứng nhận cho các nguồn du lịch ưu tiên; Hợp tác với khối doanh nghiệp để cải thiện chu trình du lịch có thể liên kết với các nước láng giềng; 3). Tiếp tục quảng bá cho các doanh nghiệp du lịch được đào tạo, đánh giá theo tiêu chuẩn LaoSafe và tiếp tục quảng bá cho du khách biết về DVDL của CHDCND Lào để du khách cảm thấy an toàn; Tiếp tục quảng bá du lịch trong nước “Lào du lịch Lào” dưới nhiều hình thức; Tiếp tục quảng bá thủ tục xuất nhập cảnh của du khách trong và ngoài nước thông qua các phương tiện truyền thông, đặc biệt là mạng xã hội trực tuyến; 4). Tiếp tục công bố và đào tạo cho các cơ sở doanh nghiệp và người dân địa phương về tiêu chuẩn du lịch, xúc tiến du lịch, phát triển và quản lý du lịch [50].

Vũ Thị Thu Huyền (2021), “*Nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch của các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Hà Nội*”, Luận án tiến sĩ kinh tế. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã hệ thống hóa một số lý luận cơ bản về chất lượng và hoạt động nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch; trên cơ sở đề cập khái niệm và những lý thuyết liên quan, luận án tập trung nghiên cứu các tiêu chí đánh giá, các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng hướng dẫn viên du lịch, nội dung nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch. Bên cạnh đó, tác

giả đã phân tích đánh giá thực trạng chất lượng và nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch của các doanh nghiệp lữ hành tại Hà Nội; rút ra những ưu điểm, hạn chế về chất lượng và hoạt động nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch của các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Hà Nội, đồng thời xác định nguyên nhân của thực trạng đó. Từ đó, tác giả đã đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch của các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Hà Nội [10].

## **1.2. GIÁ TRỊ KHOA HỌC CỦA CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ TỔNG QUAN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ LUẬN ÁN TẬP TRUNG NGHIÊN CỨU.**

### **1.2.1. Giá trị khoa học của các công trình đã tổng quan**

*Một là,* Các công trình nghiên cứu của các tác giả đi trước nêu trên đã phản ánh khá đầy đủ và rõ nét và đã thống nhất vấn đề luận về khái niệm, vị trí, vai trò, nội dung của du lịch, du lịch bền vững, phát triển du lịch và phát triển du lịch bền vững.

*Hài là,* Các công trình đã thống nhất về khách du lịch và vai trò quyết định tuyệt đối của khách du lịch đối với ngành du lịch.

*Ba là,* các nghiên cứu đã chỉ ra một cách thống nhất về vai trò vô cùng quan trọng của dịch vụ du lịch đối với phát triển ngành du lịch nói riêng và nói chung đối với phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, quốc gia. Các công trình đã công bố có bàn đến khái niệm, nội dung.

*Bốn là,* nghiên cứu thực trạng và xu hướng phát triển dịch vụ du lịch ở các nước trên thế giới, ở CHDCND Lào nói chung và một số tỉnh, địa phương trong nước Lào nói riêng. Chỉ ra những kinh nghiệm nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của dịch vụ du lịch địa phương, xây dựng các sản phẩm dịch vụ du lịch để thu hút khách du lịch cho phát triển ngành du lịch của các địa phương.

*Năm là,* phân tích, làm rõ dịch vụ du lịch, cơ cấu dịch vụ du lịch, vai trò của những yếu tố cấu thành dịch vụ du lịch đối với sự phát triển KT-XH trên các khía cạnh; các yếu tố cấu thành cung và cầu về dịch vụ du lịch; sự hình thành, vận hành và phát triển của thị trường du lịch.

*Sáu là,* nghiên cứu các giải pháp nhằm đa dạng hóa và nâng cao năng lực cạnh tranh của dịch vụ du lịch ở một số địa phương bao gồm: các cơ chế chính

sách thu hút, nâng cao hiệu quả đầu tư và sử dụng nguồn vốn đầu tư để phát triển dịch vụ du lịch; cách thức vận hành các nguồn lực du lịch, nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực du lịch của các địa phương trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

*Bảy là*, về phạm vi nghiên cứu, hầu hết các nghiên cứu về phát triển dịch vụ du lịch tuy đã thu hút được nhiều sự quan tâm của các nhà nghiên cứu trên thế giới, hoạt động nghiên cứu trong lĩnh vực này tại Lào hiện vẫn rất hạn chế. Với đặc thù của một nước đang phát triển, quy mô du lịch còn khá nhỏ, Lào nói chung và Thủ đô Viêng Chăn nói riêng có nhiều đặc thù phát triển dịch vụ du lịch rất khác biệt. Điều này đòi hỏi mô hình nghiên cứu và thang đo đánh giá cần có sự khác biệt nhất định.

*Tám là*, về nội dung nghiên cứu, đa phần các nghiên cứu hiện nay chỉ mới tập trung làm rõ các khía cạnh về phát triển hoạt động kinh doanh du lịch nói chung. Chẳng hạn các nghiên cứu tập trung nhiều vào việc xây dựng các mô hình kinh doanh du lịch bền vững, liên kết trong hoạt động du lịch nói chung. Vẫn chưa có nhiều nghiên cứu làm rõ việc phát triển dịch vụ du lịch.

### **1.2.2. Những vấn đề luận án tập trung nghiên cứu.**

Thông qua việc tổng quan các nghiên cứu có liên quan ở trong và ngoài nước, một số khoảng trống mà luận án phải tiếp tục nghiên cứu, bao gồm:

*Thứ nhất*, về mặt lý luận, cần làm rõ một số cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ du lịch trên địa bàn cấp tỉnh, thành phố, như khái niệm, nội dung, đặc điểm, vai trò, nhân tố ảnh hưởng...

*Thứ hai*, phân tích kinh nghiệm của một số thành phố là thủ đô các nước có chung đường biên giới với nước CHDCND Lào, để rút ra bài học cho thủ đô Viêng Chăn

*Thứ ba*, Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào, chỉ ra những thành tựu, bất cập hạn chế, gây trở ngại cho phát triển du lịch của thành phố Viêng Chăn nói riêng và nước CHDCND Lào nói chung.

*Thứ tư*, đề xuất phương hướng và giải pháp thúc đẩy phát triển du lịch của thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào đến năm 2030.

## Chương 2

### CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH Ở ĐỊA BÀN CẤP TỈNH, THÀNH PHỐ

#### 2.1. LÝ LUẬN CHUNG VỀ DU LỊCH VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH

##### 2.1.1. Khái niệm về du lịch, dịch vụ du lịch

###### 2.1.1.1. *Khái niệm về du lịch*

Ngày nay du lịch đã trở thành một hiện tượng kinh tế - xã hội phổ biến. Hội đồng Lữ hành và Du lịch quốc tế (World Travel and Tourism Council - WTTC) đã công nhận du lịch là một ngành kinh tế lớn nhất thế giới, vượt trên cả ngành sản xuất ô tô, thép, điện tử và nông nghiệp. Đối với một số quốc gia, du lịch là nguồn thu ngoại tệ quan trọng nhất. Tại nhiều quốc gia khác, du lịch là một trong những ngành kinh tế hàng đầu. Du lịch đã nhanh chóng trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn của nhiều quốc gia trên thế giới. Du lịch ngày nay là một đề tài hấp dẫn và đã trở thành vấn đề mang tính chất toàn cầu. Nhiều nước đã lấy chỉ tiêu đi du lịch của dân cư là một chỉ tiêu để đánh giá chất lượng của cuộc sống.

Du lịch là hiện tượng kinh tế - xã hội phức tạp và trong quá trình phát triển, nội dung của nó không ngừng mở rộng và ngày càng phong phú. Để đưa ra một định nghĩa của hiện tượng đó vừa mang tính chất bao quát, vừa mang tính chất lý luận và thực tiễn các tác giả gặp không ít những khó khăn.

GS.TS Hunziker và GS.TS Krapf - hai người được coi là những người đặt nền móng cho lý thuyết về cung du lịch đưa ra định nghĩa như sau: "Du lịch là tập hợp các mối quan hệ và các hiện tượng phát sinh trong các cuộc hành trình và lưu trú của những người ngoài địa phương, nếu việc lưu trú đó không thành cư trú thường xuyên và không liên quan đến hoạt động kiếm lời".

Định nghĩa về du lịch trong Từ điển bách khoa quốc tế về du lịch (Le Dictionnaire international du tourisme) do Viện Hàn lâm khoa học quốc tế về du lịch xuất bản: "Du lịch là tập hợp các hoạt động tích cực của con người nhằm thực hiện một dạng hành trình, là một công nghiệp liên kết nhằm thỏa mãn các nhu cầu của khách du lịch... Du lịch là cuộc hành trình mà một bên là người

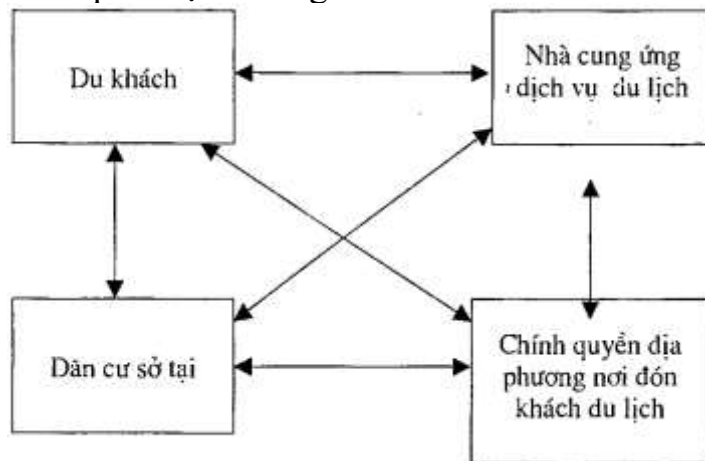
khởi hành với mục đích đã được chọn trước và một bên là những công cụ làm thỏa mãn các nhu cầu của họ".

Nhìn chung định nghĩa này không được nhiều nước chấp nhận. Định nghĩa này chỉ xem xét chung hiện tượng du lịch mà ít phân tích nó như một hiện tượng kinh tế.

Định nghĩa của Michael Coltman (Mỹ):

Ngược lại với những định nghĩa ở trên, Ông Michael Coltman đã đưa ra một định nghĩa rất ngắn gọn về du lịch: "Du lịch là sự kết hợp và tương tác của 4 nhóm nhân tố trong quá trình phục vụ du khách bao gồm: du khách, nhà cung ứng DVDL, cư dân sở tại và chính quyền nơi đón khách du lịch".

Có thể thể hiện mối quan hệ đó bằng sơ đồ sau :



Theo Luật Du lịch của Việt Nam (2017), tại Điều 3 thuật ngữ "Du lịch" được hiểu như sau: "Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác" [28].

Theo Luật du lịch CHDCND Lào (2013), "Du lịch là cuộc hành trình khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình đến địa phương khác hoặc quốc gia khác để tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, giao lưu văn hóa - thể thao, phát triển thể chất và tinh thần, khám phá nghiên cứu, trưng bày, hội họp, ... loại trừ mục đích tìm việc làm và hành nghề để kiếm tiền" [61]. Trong luận án này, tác giả đồng nhất với khái niệm này.



Như vậy, du lịch là một hoạt động có nhiều đặc thù, gồm nhiều thành phần tham gia, tạo thành một tổng thể hết sức phức tạp. Hoạt động du lịch vừa có đặc điểm của ngành kinh tế, lại có đặc điểm của ngành văn hóa – xã hội. Trên thực tế, hoạt động du lịch ở nhiều nước không những đã đem lại lợi ích kinh tế, mà còn cả lợi ích chính trị, văn hóa, xã hội... ở nhiều nước trên thế giới, ngành du lịch phát triển với tốc độ khá nhanh và trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong nền kinh tế quốc dân, nguồn thu nhập từ ngành du lịch đã chiếm một tỷ trọng lớn trong tổng sản phẩm xã hội.

### **2.1.1.2. Khái niệm về dịch vụ du lịch - Khái niệm về dịch vụ.**

Trong nền kinh tế thị trường, dịch vụ được coi là mọi thứ có giá trị, khác với hàng hóa vật chất, mà một người hoặc một tổ chức cung cấp cho một người hoặc một tổ chức khác để đổi lấy một thứ gì đó. Khái niệm này chỉ ra các tương tác của con người hay tổ chức trong quá trình hình thành dịch vụ. Khái niệm này cũng thể hiện quan điểm hướng tới khách hàng bởi vì giá trị của dịch vụ do khách hàng quyết định.

Theo tác giả: *“Dịch vụ là một quá trình giao dịch, mà trong đó hàng hóa là sản phẩm vô hình, được chuyển từ người bán sang người mua một cách đồng thời, để đáp ứng nhu cầu và sự kỳ vọng của người tiêu dùng”*. Nên khi nói về dịch vụ, có nghĩa là mọi người đang đề cập đến các quá trình chứ không phải một sản phẩm hữu hình nào đó. Dịch vụ cũng là sản phẩm từ sức lao động, nhưng nó không phải là một sản phẩm vật chất cụ thể, mà là một giá trị, một trải nghiệm của người tiêu dùng. Các hoạt động cung ứng dịch vụ rất đa dạng và có những đặc điểm riêng biệt, không thể nhầm lẫn với các sản phẩm khác.

Dịch vụ là hoạt động có tính chất xã hội rộng rãi nhằm tạo ra những sản phẩm, dịch vụ không có hình dáng, đối tượng cụ thể của dịch vụ là để đáp ứng nhu cầu của con người và xã hội, nhờ đó nhu cầu của người sử dụng ngày càng được đáp ứng thỏa mãn, được điều chỉnh về chất lượng cho phù hợp. Sự phát triển của xã hội càng cao nhu cầu ngày càng trở nên đa sắc màu cho nên dịch vụ cũng phải phong phú đa dạng đáp ứng những nhu cầu đó.

*Dưới góc độ kinh tế chính trị, dịch vụ chính là các hàng hóa phi vật thể và được xem theo hai nghĩa:*

*Dịch vụ theo nghĩa hẹp:* là hoạt động của một cá nhân hoặc một tập thể để tạo ra một giá trị và giá trị sử dụng phi vật thể nào đó cho người khác hay cho xã hội, là sự tạo điều kiện thuận lợi và hiệu quả nhằm đáp ứng nhu cầu của cá nhân và đơn vị sản xuất như: vận chuyển, sửa chữa, bảo vệ máy móc, hoạt động giáo dục, cấp nước, điện, y tế, giải trí, thể thao, nghỉ ngơi, du lịch và các phục vụ công cộng khác.

*Dịch vụ theo nghĩa rộng:* là tất cả các hoạt động tạo ra giá trị và giá trị sử dụng, các hoạt động đó không tồn tại ổn định mà nó biến đổi theo từng đối tượng dịch vụ. Dịch vụ bao trùm mọi lĩnh vực với trình độ kỹ thuật, công nghệ khác nhau theo từng lĩnh vực, từng mô hình phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia, từng khu vực và thế giới. Những giá trị sử dụng của dịch vụ khác với giá trị sử dụng của hàng hóa thông thường vì nó là sự hải lòng của khách hàng khi được tiêu thụ dịch vụ đó.

#### **- Khái niệm về dịch vụ du lịch.**

Hoạt động sản xuất của ngành du lịch sẽ cho đầu ra của nó chính là dịch vụ du lịch, hay nói cách khác dịch vụ du lịch là kết quả của hoạt động du lịch.

Theo Nguyễn Văn Đính và Trần Thị Minh Hòa (2001) “Dịch vụ du lịch là hàng hóa cung cấp cho du khách, được tạo nên bởi sự kết hợp của việc khai thác các yếu tố tự nhiên, xã hội với việc sử dụng các nguồn lực: cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động tại một cơ sở, vùng hay một quốc gia nào đó” [3, tr.216-2018].

Trong điều 3, chương I Luật Du lịch Việt Nam khẳng định: “Dịch vụ du lịch là việc cung cấp các dịch vụ về lữ hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và các dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch”, Định nghĩa này không chỉ khẳng định dịch vụ du lịch là đầu ra của các hoạt động du lịch, mà còn bao hàm cả các dịch vụ được cung cấp bởi ngành du lịch[28].

Dịch vụ du lịch là đầu ra – sản phẩm của hoạt động sản xuất của ngành du lịch nhằm cung cấp cho khách hàng – khách du lịch. Để có sản phẩm dịch vụ này người ta sẽ phải kết hợp nhiều yếu tố sản xuất khác nhau nhưng nhân tố con người

vẫn là quyết định và dịch vụ này bao gồm nhiều loại khác nhau. Dịch vụ du lịch là kết quả mang lại nhờ các hoạt động tương tác giữa những tổ chức cung ứng du lịch và khách du lịch và thông qua các hoạt động tương tác đó để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch và mang lại lợi ích cho tổ chức cung ứng dịch vụ.

Du lịch là một ngành kinh tế dịch vụ. Sản phẩm của ngành du lịch chủ yếu là dịch vụ, không tồn tại dưới dạng vật thể, không lưu kho lưu bãi, không chuyển quyền sở hữu khi sử dụng. Do vậy nó cũng mang những đặc tính chung của dịch vụ.

Chính vì thế, trên cơ sở những khái niệm chung về dịch vụ, tác giả luận án cũng đồng nhất với khái niệm dịch vụ du lịch như sau: *Dịch vụ du lịch là việc cung cấp các dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu cơ bản của khách du lịch về lý hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và những dịch vụ khác; từ đó mang lại lợi ích cho các chủ thể tham gia*”.

Dịch vụ du lịch là kết quả mang lại nhờ các hoạt động tương tác giữa những tổ chức cung ứng du lịch và khách du lịch; thông qua các hoạt động tương tác đó để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch và mang lại lợi ích cho tổ chức cung ứng du lịch. Dịch vụ du lịch là một quy trình hoàn chỉnh, là sự liên kết hợp lý các dịch vụ đơn lẻ tạo nên, do vậy phải tạo ra sự phối hợp hài hòa, đồng bộ trong toàn bộ chỉnh thể để tạo ra sự đánh giá tốt của du khách về dịch vụ du lịch hoàn chỉnh. Dịch vụ du lịch là một ngành kinh doanh bao gồm các hoạt động tổ chức hướng dẫn du lịch, sản xuất, trao đổi hàng hóa và dịch vụ của những doanh nghiệp, nhằm đáp ứng các nhu cầu về đi lại, lưu trú, ăn uống, tham quan, giải trí, tìm hiểu và các nhu cầu khác của khách du lịch. Các hoạt động đó phải đem lại lợi ích kinh tế, chính trị, xã hội thiết thực cho đất nước và cho bản thân doanh nghiệp.

## **2.1.2. Phân loại dịch vụ du lịch và đặc điểm của dịch vụ du lịch**

### **2.1.2.1. Phân loại dịch vụ du lịch**

Dịch vụ du lịch thường gắn với các chương trình du lịch, nội dung chủ yếu của nó là sự liên kết những di tích lịch sử, di tích văn hóa và cảnh quan thiên nhiên nổi tiếng cùng với cơ sở vật chất - kỹ thuật như cơ sở lưu trú, ăn uống, vận chuyển...

Tính đa dạng và sự cung cấp các dịch vụ du lịch có ảnh hưởng đến mức độ sử dụng tương ứng. Nói cách khác, khả năng chi trả của một người sử dụng sẽ ảnh hưởng đến việc sử dụng và nhu cầu của các loại dịch vụ khác nhau.

Có thể phân loại dịch vụ du lịch thành hai loại dựa theo đặc tính tiêu thụ của khách hàng như sau:

- **Các dịch vụ cơ bản:** Các dịch vụ cơ bản là các dịch vụ đáp ứng nhu cầu cơ bản của con người trong chuyến đi, bao gồm việc đi lại từ nơi cư trú đến địa điểm du lịch, việc di chuyển giữa các địa điểm du lịch và trong phạm vi một điểm du lịch. Dịch vụ lưu trú và ăn uống để đảm bảo cho khách du lịch có nơi ăn uống, nghỉ ngơi thật thoải mái trong suốt chuyến đi của họ. Các dịch vụ cơ bản này bao gồm hệ thống nhà hàng, khách sạn,... và các phương tiện di chuyển như ô tô, xe máy, xe buýt, xe hơi,...

- **Các dịch vụ du lịch đặc trưng:** Được hiểu là các dịch vụ đáp ứng hay thỏa mãn nhu cầu, mục đích chính trong chuyến đi của khách du lịch, có thể là:

*Dịch vụ tham quan:* dịch vụ này nhằm để thỏa mãn nhu cầu của khách về việc tham quan, tìm hiểu, nghiên cứu, trao đổi. Trong đó có các khu du lịch văn hóa như: chùa, phong tục tập quán, nếp sống hay các loại hình văn hóa phi vật thể (hát Ngùm, nhạc lăm vông,...). Dịch vụ tham quan tự nhiên thông qua các hệ sinh thái, môi trường như: Đi rừng, tham quan các cây cảnh tự nhiên, tham quan thác nước,... Dịch vụ tham quan các di tích lịch sử như: dấu vết của chiến tranh.

*Dịch vụ vui chơi giải trí* Dịch vụ vui chơi giải trí nhằm mang lại cho khách hàng những thời gian thú vị đặc biệt như chơi game, casino, văn nghệ, chợ đêm, phố ăn uống, chợ mua sắm,...

- **Dịch vụ trung gian và các dịch vụ bổ sung:** Dịch vụ trung gian và các dịch vụ bổ sung đề cập đến những dịch vụ được thêm vào để làm cho chuyến du lịch của du khách trở nên thú vị, tiện lợi và hoàn chỉnh nhất. Hay nói cách khác, các dịch vụ này có thể đáp ứng mọi nhu cầu hợp pháp của du khách tại tuyến điểm du lịch và nhằm mục đích nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch. Các dịch vụ trung gian và dịch vụ bổ sung phổ biến phải kể đến như dịch vụ tư vấn, hỗ trợ, dịch vụ spa, massage, dịch vụ làm đẹp... Các dịch vụ bổ sung không

mang tính bắt buộc như các dịch vụ cơ bản kể trên, tuy nhiên chúng phải có để hoàn thiện hành trình du lịch của du khách [103].

Trong Luận án này, tác giả chỉ nghiên cứu chi tiết các dịch vụ riêng rẽ để phản ánh cụ thể một số loại hình dịch vụ du lịch thủ đô Viêng Chăn chủ yếu như: *dịch vụ lễ hành, dịch vụ lưu trú, dịch vụ vận chuyển khách du lịch, dịch vụ nhà hàng và các cơ sở ăn uống, dịch vụ văn hóa lễ hội.*

#### **2.1.2.2. Đặc điểm của dịch vụ du lịch**

Cũng như dịch vụ nói chung, dịch vụ du lịch có những đặc điểm sau:

- *Tính phi vật chất.*

Đây là tính chất quan trọng nhất của sản xuất DVDL. Tính phi vật chất đã làm cho khách du lịch chỉ cảm nhận thôi không thể nhìn thấy hay thử nghiệm sản phẩm từ trước. Do tính phi vật chất này, khi mà khách du lịch chưa một lần tiêu dùng nó đã làm cho họ cảm thấy các DVDL như là trừu tượng. Dịch vụ mãi mãi tồn tại tính phi vật chất nhưng nó luôn đồng hành với những sản phẩm vật chất. Khách du lịch không thể đánh giá trước khi được sử dụng các dịch vụ. Do đó, nhà cung ứng DVDL cần phải cung cấp đầy đủ các thông tin và các thông tin cần phải được nhấn mạnh tính về lợi ích của các dịch vụ đó chứ không chỉ đơn thuần mô tả quá trình dịch vụ, làm điều đó để giúp cho khách du lịch có thể quyết định mua hay không mua các dịch vụ du lịch một cách tốt hơn.

- *Tính đồng thời của sản xuất và tiêu dùng dịch vụ du lịch*

Dịch vụ du lịch cũng là một loại hàng hóa, cho nên nó phải có sản xuất và tiêu dùng. Nhưng hàng hóa dịch vụ du lịch là hàng hóa vô hình cho nên nó mang tính đồng thời về sản xuất và tiêu dùng; trong khi đó các hàng hóa (vật chất) quá trình sản xuất và tiêu dùng tách rời nhau. Đối với các hàng hóa hữu hình hay hàng hóa vật chất thì người sản xuất hàng hóa có sản xuất ở đâu, sản xuất lúc nào cũng được, khi sản xuất ra có thể lưu trong kho hay chuyển đi bán ngay cho người tiêu dùng cũng được. Còn đối với dịch vụ không thể như vậy, do tính đồng thời như trên nên sản phẩm DVDL không thể lưu kho được, thời gian sản xuất và thời gian tiêu dùng cùng một thời gian. Cho nên, cung du lịch và cầu du lịch cũng không thể tách rời nhau, vì vậy việc tạo ra sự ăn khớp giữa cung và cầu trong du lịch là hết sức quan trọng.

*- Tính không chuyển đổi quyền sở hữu dịch vụ*

Đối với các hàng hóa vật chất khác, khi mua hàng hóa người mua có được cả quyền sở hữu và quyền sử dụng đối với hàng hóa đó, nhưng đối với hàng hóa dịch vụ nói chung và nói riêng là dịch vụ du lịch thì khi trao đổi mua bán hàng hóa, người mua chỉ có được quyền sử dụng mà thôi, còn quyền sở hữu vẫn thuộc về người bán. Có nghĩa là khi thực hiện mua bán hàng hóa thì không có quyền sở hữu nào được chuyển từ người bán sang người mua. Người mua chỉ là đang mua quyền đối với tiến trình dịch vụ. Khi khách du lịch mua các dịch vụ du lịch, khách du lịch được chuyển chỗ, được tạm trú ở khách sạn, được sử dụng bãi biển nhưng họ không có quyền sở hữu đối với chúng.

*- Tính không thể di chuyển của dịch vụ du lịch*

DVDL có tính đồng thời về sản xuất và tiêu dùng, cho nên các cơ sở dịch vụ đó vừa là nơi sản xuất, vừa là nơi cung ứng dịch vụ nên DVDL không di chuyển được. Khách nào muốn tiêu dùng dịch vụ nào thì phải đến các cơ sở dịch vụ du lịch đó mới được hưởng. Do đó, các nhà kinh doanh khi xây dựng các cơ sở dịch vụ du lịch, họ cần lựa chọn địa điểm thỏa mãn các điều kiện tự nhiên như: địa hình, địa chất, thủy văn, khí tượng, tài nguyên, môi trường sinh thái và cần lựa chọn cả các điều kiện xã hội như: dân số, dân sinh, phong tục tập quán, chính sách kinh tế, khả năng cung cấp lao động, cơ sở hạ tầng để có thể nâng cao chất lượng dịch vụ và đem lại hiệu quả cao nhất cho chủ kinh doanh trong tương lai. Do tính không thể di chuyển của DVDL đòi hỏi các cơ sở (doanh nghiệp) du lịch tiến hành các hoạt động xúc tiến, quảng bá mạnh mẽ để kéo được du khách đến với điểm du lịch.

*- Tính thời vụ của dịch vụ*

Dịch vụ có đặc trưng rất rõ nét ở tính thời vụ, ví dụ các khách sạn ở các khu nghỉ mát thường vắng khách vào mùa đông nhưng lại rất đông khách vào mùa hè. Các nhà hàng trong khách sạn thường đông khách ăn vào trưa hoặc chiều tối, hoặc các khách sạn gần trung tâm thành phố thường đông khách vào ngày nghỉ cuối tuần. Chính đặc tính cầu cao điểm của dịch vụ dẫn đến tình trạng cung cầu dịch vụ dễ mất cân đối vừa gây lãng phí cơ sở vật chất lúc trái vụ và chất lượng dịch vụ có nguy cơ giảm sút khi gặp cầu cao điểm. Vì vậy,

các doanh nghiệp thường đưa ra các chương trình khuyến mại khách đi nghỉ trái vụ khi cầu giảm hoặc tổ chức quản lý tốt hàng chờ khi cầu cao điểm.

*- Tính trọn gói của dịch vụ du lịch*

DVDL thường là dịch vụ trọn gói bao gồm các dịch vụ cơ bản, dịch vụ bổ sung, dịch vụ đặc trưng.

Dịch vụ cơ bản là những dịch vụ chính mà nhà cung ứng du lịch cung cấp cho khách hàng nhằm thỏa mãn nhu cầu cơ bản, không thể thiếu được với khách hàng như dịch vụ vận chuyển, dịch vụ phòng, dịch vụ nhà hàng, bar v.v...

Dịch vụ bổ sung là những dịch vụ phụ, cung cấp cho khách hàng nhằm thỏa mãn các nhu cầu không bắt buộc như dịch vụ cơ bản nhưng phải có trong chuyến hành trình của du khách. Nhiều khi dịch vụ bổ sung lại có tính chất quyết định cho sự lựa chọn của khách và có ảnh hưởng quan trọng đến sự thỏa mãn toàn bộ của khách hàng đối với dịch vụ trọn gói của doanh nghiệp. Chẳng hạn, nếu khách sạn có số lượng dịch vụ bổ sung càng phong phú, chất lượng của dịch vụ cao thì ngay cả khi giá cả không rẻ khách vẫn đến đông và khi đó khách sạn kinh doanh sẽ rất có hiệu quả vì hệ số sử dụng phòng cao, khách lưu trú dài ngày và tỷ lệ khách quay lại thường cao hơn so với loại khách sạn có ít dịch vụ.

Dịch vụ đặc trưng là những dịch vụ thỏa mãn nhu cầu đặc trưng của du khách như tham quan, tìm hiểu, vui chơi giải trí v.v... Việc thỏa mãn các nhu cầu này cũng chính là nguyên nhân và là mục đích của chuyến du lịch. Tính chất trọn gói của DVDL xuất phát từ nhu cầu đa dạng và tổng hợp của khách du lịch. Ngoài ra nó cũng đòi hỏi tính chất đồng bộ của chất lượng dịch vụ.

*- Tính không đồng nhất về dịch vụ du lịch*

Đối với khách du lịch thì rất muốn được chăm sóc như là những con người riêng biệt, nên DVDL thường bị cá nhân hóa và không đồng nhất. Các dịch vụ du lịch rất khó để đưa ra các tiêu chuẩn dịch vụ nhằm làm thỏa mãn tất cả khách hàng trong mọi hoàn cảnh, vì sự thỏa mãn đó phụ thuộc vào sự cảm nhận và trông đợi của từng du khách.

Các doanh nghiệp dịch vụ du lịch thường gặp phải sai lầm khi điều khiển các trông đợi của khách hàng không xuất phát từ khách hàng, mà thường từ ý muốn chủ quan của họ. Để khắc phục điều này các nhân viên phục vụ cần có

sự đồng cảm, tức biết đặt bản thân vào vị trí của du khách để phát hiện ra các nhu cầu và trông đợi của họ thì mới cung cấp dịch vụ đảm bảo sự thỏa mãn khách du lịch.

Khi khách du lịch trông đợi một mức nhất định về dịch vụ du lịch và cảm nhận rằng sự tương đương hay mức cao hơn đã được tạo ra, họ sẽ thỏa mãn. Ngược lại, khi một dịch vụ tốt được thực hiện, mà sự trông đợi của khách hàng đối với dịch vụ cao hơn, khách hàng sẽ không thỏa mãn. Như vậy, yêu cầu các doanh nghiệp du lịch phải quản lý được sự trông đợi của khách hàng và thực hiện chất lượng dịch vụ [3, tr.218-224].

### **2.1.3. Vai trò của dịch vụ du lịch**

#### ***2.1.3.1. Dịch vụ du lịch có vai trò nâng cao sức thu hút nhiều khách du lịch trong nước và khách quốc tế***

Phát triển dịch vụ du lịch với nhiều dịch vụ đạt “đẳng cấp” với giá cả phù hợp sẽ vừa bảo đảm tăng trưởng số lượng du khách, vừa thu hút được dòng khách quốc tế hạng sang-có mức chi tiêu cao.

Phát triển mô hình dịch vụ vui chơi giải trí trên cơ sở lựa chọn nhà đầu tư có năng lực hợp tác với các tổ chức quốc tế để phát triển các tổ hợp vui chơi, nghỉ dưỡng, casino, các công viên giải trí mà thương hiệu được nhận diện trên toàn thế giới sẽ thu hút nguồn khách quốc tế lớn, tương tự như cách mà Hồng Kông (Trung Quốc), Đài Loan (Trung Quốc), Singapore, Hàn Quốc, Nhật Bản... đang làm.

Bên cạnh các sản phẩm và dịch vụ du lịch di sản, văn hóa, thì du lịch golf, du lịch tàu biển, du lịch sức khỏe, mua sắm, giải trí... là những loại hình mới giàu tiềm năng thu hút du khách quốc tế hạng sang.

Tuy nhiên, muốn du khách biết đến và quyết định tới trải nghiệm những sản phẩm này, yếu tố quan trọng hàng đầu vẫn là phải tiếp cận được thông tin. Bởi vậy, song song với phát triển sản phẩm, thì giải pháp quan trọng không kém là định vị thị trường khách hạng sang để có chiến lược xúc tiến, quảng bá phù hợp. Khách du lịch ở phân khúc cao cấp-hạng sang là những người sẵn sàng mở hầu bao để có được những sản phẩm, dịch vụ mà mình ưng ý. Tất nhiên, khách



đến từ những thị trường khác nhau sẽ có những nhu cầu, sở thích khác nhau trong tìm kiếm trải nghiệm du lịch. Vì vậy, muốn đón được những dòng khách này, cần có sự đầu tư cho nghiên cứu thị trường, nắm bắt hành vi tiêu dùng-mong muốn của những dòng khách cao cấp ở từng thị trường để có chiến lược truyền thông, xây dựng và định vị hình ảnh phù hợp.

### ***2.1.3.2. Dịch vụ du lịch có vai trò góp phần tăng thu nhập ngoại tệ, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tạo việc làm***

Dịch vụ du lịch góp phần tăng thu nhập quốc dân thông qua thu ngoại tệ, đóng góp vai trò to lớn trong việc cân bằng cán cân thanh toán quốc tế. Dịch vụ du lịch có giá trị xuất khẩu cao và hiệu quả kinh tế - xã hội cao nhất trong các hoạt động xuất khẩu dịch vụ đặc biệt là theo góc độ thu ngoại tệ và thu hút lao động, tạo công ăn việc làm. Xuất nhập khẩu dịch vụ cũng có ảnh hưởng lớn đến cán cân thanh toán của toàn bộ nền kinh tế.

#### *- Đối với tăng trưởng kinh tế:*

Phát triển dịch vụ du lịch có vai trò góp phần quan trọng trong việc thu hút khách du lịch. Nếu khách du lịch ngày càng tăng sẽ thúc đẩy việc mở rộng các dịch vụ du lịch, nếu có các dịch vụ theo nhu cầu của khách du lịch, khách du lịch cũng sẵn sàng bỏ tiền mua các dịch vụ đó, từ đó sẽ tạo điều kiện tăng thu nhập cho cá nhân và tổ chức dịch vụ du lịch, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Dịch vụ du lịch sẽ tham gia tích cực vào quá trình phân phối lại thu nhập quốc dân giữa các vùng, lãnh thổ, địa phương. Nói khác, dịch vụ du lịch tác động tích cực vào việc làm cân đối cấu trúc của thu nhập và chi tiêu của nhân dân theo các vùng, lãnh thổ, địa phương. Dịch vụ du lịch là ngành tạo ra các hàng hóa du lịch, như xây dựng cơ sở vật chất: khách sạn, nhà nghỉ, câu lạc bộ, tạo ra các đồ lưu niệm hay chế biến lương thực, thực phẩm phục vụ khách du lịch. Với việc thực hiện đó sẽ góp phần vào tăng trưởng GDP. Trong đó, sự phát triển du lịch ở vùng, lãnh thổ, địa phương sẽ có tác động lan tỏa rất lớn đến sự phát triển của các ngành khác, trực tiếp hoặc gián tiếp đến du lịch như: giao thông vận tải, các nghề thủ công, công nghiệp chế biến và các ngành bưu điện, ngân hàng v.v.. của vùng, lãnh thổ, địa phương đó.

Đồng thời, với sự phát triển ấy là quá trình làm tăng thu nhập của dân cư kéo theo cấu trúc chi tiêu cũng có sự thay đổi và phát triển. Thông thường khi thu nhập tăng, sức mua tiêu dùng tăng theo, khi nhu cầu tiêu dùng tăng sẽ kích thích sản xuất phát triển làm tăng cung. Ngược lại, cung không chỉ đáp ứng cầu mà góp phần vào kích thích cầu phát triển. Mối quan hệ cung - cầu ấy tác động vào quy mô sản xuất, giá cả, lợi nhuận, việc làm, cạnh tranh và hướng người sản xuất, kinh doanh tới mục tiêu lợi nhuận cao. Trong đó, khi cầu tăng, hướng sản xuất phát triển mạnh các ngành có giá trị gia tăng cao, góp phần tích cực, chủ yếu vào tăng trưởng kinh tế.

*- Đối với giải quyết việc làm, thu nhập cho người lao động*

Phát triển dịch vụ du lịch góp phần tạo thêm việc làm và thu nhập cho không chỉ người lao động trong ngành du lịch mà còn cho cộng đồng dân cư. Những nơi có tài nguyên du lịch hấp dẫn và hoạt động du lịch phát triển, tạo điều kiện đa dạng văn hóa dịch vụ du lịch, nhờ vậy cộng đồng dân cư ở đó có thêm việc làm, thu nhập. Dịch vụ du lịch góp phần giải quyết việc làm và ổn định xã hội. Sự phát triển dịch vụ du lịch ấy vừa trực tiếp và gián tiếp tạo việc làm và thu nhập cho người lao động. Bởi lẽ, thuộc ngành kinh tế dịch vụ, du lịch có nhu cầu cao về lực lượng lao động. Trong đó, vấn đề việc làm, thất nghiệp luôn đặt ra cho mọi đất nước trong quá trình phát triển. Vì khi khoa học - công nghệ được ứng dụng, một bộ phận lao động được dôi dư, gây sức ép cho chính phủ Nhà nước. Phát triển dịch vụ du lịch đang là hướng tháo gỡ thiết thực, có hiệu quả đối với vấn đề này.

Theo UNWTO, ngành dịch vụ du lịch tăng thêm 150 triệu việc làm, chủ yếu tập trung ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Theo Hội đồng Du lịch và lữ hành thế giới năm 2019, lữ hành và du lịch chiếm 10,3% GDP toàn cầu và 330 triệu việc làm, tức là gần 1/10 việc làm thế giới. Cũng vào năm 2019, lĩnh vực này đạt mức tăng trưởng 3,5%, cao hơn cả mức tăng trưởng kinh tế toàn cầu là 2,5%; dịch vụ du lịch là ngành tạo ra được một việc làm mới và dự báo đến năm 2025 cứ 10 lao động thì có một người làm trong dịch vụ du lịch (so

với tỷ lệ hiện nay là 1/10). Theo ước tính của Hiệp hội du lịch quốc tế, một buồng khách sạn từ 1 đến 3 sao trên thế giới thu hút khoảng 1,3 lao động trong các dịch vụ chính và khoảng 5 lao động trong các dịch vụ bổ sung. Số lao động bổ sung cần thiết trong dịch vụ bổ sung có thể tăng lên nhiều lần, nếu các dịch vụ này được nâng cao về chất lượng và phong phú về chủng loại [13, tr.51].

#### ***2.1.3.3. Dịch vụ du lịch có vai trò giúp thúc đẩy văn hóa - xã hội phát triển***

Về cơ bản ở đâu có dịch vụ du lịch phát triển thì ở đó kết cấu hạ tầng KT-XH được đổi thay, đời sống nhân dân được cải thiện, nâng cao ý thức trách nhiệm, giữ gìn, phát triển các giá trị văn hóa, khôi phục các lễ hội truyền thống, truyền tải các giá trị văn hóa đến các tầng lớp nhân dân trong xã hội và bạn bè quốc tế. Thông qua hoạt động dịch vụ du lịch mọi người có điều kiện tiếp xúc với nhau, gần gũi hơn. Như vậy, dịch vụ du lịch góp phần giải quyết việc làm cho nhân dân địa phương, nâng cao trình độ dân trí, phát triển kết cấu hạ tầng nông thôn, từ đó làm thay đổi cơ cấu kinh tế và lao động nông thôn, phát triển nông thôn văn minh, hiện đại phù hợp với sự nghiệp CNH, HĐH đất nước. Giải quyết vấn đề xã hội như: xóa đói giảm nghèo, bất bình đẳng giới, giảm quá trình đô thị hóa, giảm bớt các tệ nạn xã hội v.v.. Góp phần quảng bá hình ảnh con người, vùng đất, truyền thống văn hóa tới bạn bè quốc tế, đồng thời nâng cao trình độ văn hóa ứng xử du lịch của người dân bản địa đối với khách du lịch và bảo tồn, tôn tạo, phát huy những giá trị văn hóa truyền thống, lịch sử đóng góp vào sự hiểu biết và chia sẻ liên văn hóa, thúc đẩy hòa bình giao lưu văn hóa giữa các địa phương, khu vực, các nước.

Dịch vụ du lịch còn khuyến khích và nâng cao vị trí, vai trò tham gia của cộng đồng dân cư trong xã hội, đồng thời tạo điều kiện cho cộng đồng được hưởng lợi ích tối đa khi tham gia vào các hoạt động của dịch vụ du lịch.

#### ***2.1.3.4. Dịch vụ du lịch góp phần thu hút vốn đầu tư nước ngoài, tham gia mở rộng thị trường nội địa và quốc tế.***

Xu hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế trên thế giới hiện nay cho thấy, giá trị của các ngành Dịch vụ ngày càng chiếm tỷ lệ cao trong tổng sản phẩm xã

hội. Do vậy, khi các nhà kinh doanh đi tìm hiệu quả của đồng vốn thì du lịch là một lĩnh vực kinh doanh hấp dẫn so với nhiều ngành kinh tế khác. Dịch vụ du lịch đem lại tỷ suất lợi nhuận cao, vốn đầu tư vào du lịch tương đối ít so với ngành công nghiệp nặng và giao thông vận tải, mà khả năng thu hồi vốn nhanh, kỹ thuật không phức tạp, mức độ rủi ro thấp. Đặc biệt, thông qua hợp tác quốc tế và khu vực trong lĩnh vực du lịch, các quốc gia có thể tận dụng lợi thế để thu hút nguồn vốn đầu tư nước ngoài. Do vậy, phát triển dịch vụ du lịch được coi là một kênh khá quan trọng trong thu hút vốn đầu tư nước ngoài cho phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia. Kinh tế du lịch phát triển sẽ kéo theo sự phát triển của các ngành kinh tế khác vì sản phẩm du lịch mang tính liên ngành có quan hệ đến nhiều lĩnh vực trong nền kinh tế. Xuất phát từ nhu cầu này của du khách mà ngành Du lịch không ngừng mở rộng hoạt động thông qua mối quan hệ liên ngành, liên vùng và liên quốc gia. Do đó, kinh tế du lịch tham gia mở rộng thị trường nội địa và quốc tế cho mỗi quốc gia.

#### ***2.1.3.5. Dịch vụ du lịch góp phần tăng cường giao lưu, hội nhập của quốc gia với khu vực và quốc tế.***

Sự tác động qua lại của các yếu tố như: điều kiện tự nhiên, tâm lý xã hội, môi trường sống, đối tượng khách du lịch... khiến cho kinh tế du lịch luôn có sự vận động phát triển không ngừng. Chính tư tưởng chấp nhận cái cũ, bó buộc trong những mô - típ quen thuộc, không chịu đổi mới đã tạo ra sự thất bại của kinh tế du lịch ở một số quốc gia. Từ đó, đặt ra yêu cầu đối với phát triển kinh tế du lịch là phải mở rộng liên kết, hợp tác giữa các quốc gia trong khu vực và trên thế giới. Đối với những đơn vị cung ứng sản phẩm, dịch vụ du lịch sở tại thì cần mở rộng các mối quan hệ để học hỏi, trao đổi kinh nghiệm nhằm tạo ra được những sản phẩm phong phú, đa dạng, có sự khác biệt và tận dụng được lợi thế so sánh. Đối với cộng đồng dân cư tại điểm du lịch, thông qua hoạt động của kinh tế du lịch, cộng đồng cư dân cũng được giao lưu và tiếp biến các giá trị văn hóa của các đối tượng khác nhau đến nơi đây.

## 2.2. KHÁI NIỆM, NỘI DUNG, TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ VÀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH

### 2.2.1. Khái niệm phát triển dịch vụ du lịch

#### 2.2.1.1. Khái niệm về phát triển

Phát triển là quá trình vận động tiến lên theo hướng đi lên từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp, từ chưa hoàn thiện đến hoàn thiện, từ chưa tốt đến hoàn hảo về mọi mặt. Quá trình vận động đó diễn ra vừa dần dần, vừa nhảy vọt để đưa tới sự ra đời của cái mới thay thế cái cũ. Sự phát triển là kết quả của quá trình thay đổi dần về lượng dẫn đến sự thay đổi về chất, quá trình không diễn ra theo đường thẳng mà quanh co phức tạp thậm chí có những bước thụt lùi. Phát triển diễn ra theo đường xoắn ốc và hết mỗi chu kỳ sự vật lặp lại đường như sự vật ban đầu nhưng ở mức (cấp độ) cao hơn.

Tác giả luận án đồng tình với khái niệm phát triển là: *“Phát triển là một phạm trù dùng để chỉ quá trình vận động của sự vật theo khuynh hướng đi lên từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp, từ kém hoàn thiện đến hoàn thiện hơn”*. Khuynh hướng chung là đi lên, điều đó không có nghĩa là sự phát triển của sự vật và hiện tượng theo con đường thẳng mà nó là một con đường quanh co phức tạp theo đường xoáy ốc; là kết quả của quá trình thay đổi dần dần về lượng dẫn đến sự thay đổi về chất, là quá trình diễn ra theo đường xoáy ốc và hết mỗi chu kỳ sự vật lặp lại đường như sự vật ban đầu nhưng ở cấp độ cao hơn.

#### 2.2.1.2. Phát triển dịch vụ du lịch.

Phát triển dịch vụ du lịch là quá trình tác động làm thay đổi các dịch vụ du lịch theo hướng vận động tiến lên từ thấp đến cao, từ chưa hoàn thiện đến hoàn thiện, từ chưa tốt đến hoàn hảo về mọi mặt bằng cách cải thiện, cải cách, xúc tiến thúc đẩy các dịch vụ đó, làm cho các dịch vụ du lịch đó thay đổi dần về lượng dẫn đến sự thay đổi về chất với mức độ ngày càng cao và sâu sắc hơn.

Phát triển dịch vụ du lịch là việc mở rộng, nâng cao chất lượng và hiệu quả của các hoạt động dịch vụ du lịch có tiềm năng; thu hẹp các hoạt động dịch vụ không phù hợp; phát triển các hoạt động dịch vụ mới phù hợp với nhu cầu khách du lịch”.

Phát triển dịch vụ du lịch là sự tăng lên về số lượng và chất lượng, bao gồm việc mở rộng quy mô hoạt động dịch vụ, đa dạng trong các sản phẩm dịch vụ chất lượng cung cấp cho khách du lịch.

Từ những quan điểm trên, theo tác giả luận án: phát triển dịch vụ du lịch được thể hiện trên 2 khía cạnh là phát triển theo chiều rộng và phát triển theo chiều sâu, cụ thể là: *“phát triển dịch vụ du lịch là sự tăng lên về quy mô, số lượng và chất lượng của các dịch vụ du lịch đã có, đồng thời phát triển thêm các dịch vụ du lịch mới theo hướng bền vững và mang lại lợi ích cho các chủ thể tham gia”*.

Như vậy, theo tác giả luận án: *“Phát triển dịch vụ du lịch ở địa phương cấp tỉnh và tương đương là việc tăng lên về quy mô số lượng và chất lượng của các dịch vụ du lịch đã có trong tỉnh đó, đồng thời phát triển thêm các dịch vụ mới theo hướng bền vững bằng cách cải thiện, cải cách, xúc tiến, thúc đẩy các dịch vụ du lịch của tỉnh và bổ sung, hoàn thiện các quy chế, quy định, quyết định dưới pháp luật của tỉnh đó... để tạo điều kiện thuận lợi cho dịch vụ du lịch phát triển. Kết quả của phát triển dịch vụ du lịch này có thể đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch và mang lại lợi ích xứng đáng cho cả nhà nước, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch và người dân”*.

Phát triển dịch vụ du lịch là mở rộng cả về chất và lượng của dịch vụ du lịch, nghĩa là không chỉ làm tăng doanh thu từ các dịch vụ du lịch, có những dịch vụ hấp dẫn thu hút du khách làm tăng số lượng khách du lịch mà còn phải nâng cấp các phương thức dịch vụ để phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế hiện nay.

Phát triển dịch vụ du lịch được thể hiện qua khía cạnh phát triển theo chiều rộng và phát triển theo chiều sâu:

*- Phát triển dịch vụ du lịch theo chiều rộng.*

Phát triển dịch vụ du lịch theo chiều rộng đó là việc tăng qui mô, số lượng các dịch vụ đã có và mở thêm dịch vụ mới, nó gắn liền với việc đa dạng hóa các loại hình dịch vụ du lịch của ngành du lịch. Đây là nội dung quan trọng nhất của chiến lược phát triển dịch vụ du lịch, bởi tăng qui mô, số lượng dịch

vụ du lịch đã có và phát triển thêm dịch vụ mới sẽ làm đổi mới danh mục dịch vụ, tăng cường khả năng cạnh tranh trong ngành du lịch về việc cung cấp các dịch vụ này, yếu tố quyết định đến sự tồn tại và phát triển của ngành du lịch trong môi trường cạnh tranh với các ngành khác.

Việc tăng qui mô, số lượng dịch vụ du lịch đã có và phát triển thêm dịch vụ mới trước tiên xuất phát từ nhu cầu của khách du lịch, sức ép của đối thủ cạnh tranh, từ yêu cầu mở rộng danh mục dịch vụ của ngành du lịch để thu hút được nhiều khách du lịch sử dụng các dịch vụ đó, làm tăng danh thu từ dịch vụ đó.

Việc phát triển dịch vụ du lịch theo chiều rộng cho phép các nhà cung cấp dịch vụ du lịch đa dạng hóa danh mục dịch vụ, mở rộng lĩnh vực kinh doanh, thỏa mãn được những nhu cầu mới phát sinh của khách du lịch để vừa duy trì được khách du lịch cũ, đồng thời thu hút thêm khách du lịch mới. Việc phát triển dịch vụ du lịch theo chiều rộng còn góp phần quan trọng vào việc nâng cao hình ảnh và sức cạnh tranh trên thị trường du lịch.

*- Phát triển dịch vụ du lịch theo chiều sâu*

Mặc dù các thuộc tính cơ bản của một dịch vụ du lịch được xác định ngay từ khi hình thành, nhưng để duy trì và phát triển, dịch vụ du lịch phải được bổ sung các thuộc tính mới. Những thay đổi đó được thực hiện trong giai đoạn đầu khi dịch vụ du lịch mới xâm nhập thị trường trên cơ sở những phản hồi từ phía khách du lịch. Như vậy, phát triển dịch vụ du lịch theo chiều sâu, có nghĩa là hoàn thiện dịch vụ du lịch đã có, nó gắn liền với việc nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, đó chính là tính hấp dẫn, tính tiện ích, tính sống động nhưng an toàn, ... mà dịch vụ du lịch có thể mang lại cho khách du lịch.

Việc phát triển dịch vụ du lịch theo chiều sâu có tác dụng lớn trong cả duy trì khách du lịch cũ đã từng đến để họ có thể quay lại lần nữa và thu hút khách du lịch mới, bởi sự khác biệt của nó so với dịch vụ của đối thủ cạnh tranh. Tuy nhiên, phát triển dịch vụ du lịch theo chiều sâu không phải tạo thêm các dịch vụ du lịch mới mà chỉ là việc tạo ra những phiên bản mới, những dịch vụ hiện tại với những tính năng tác dụng mới ưu việt hơn dịch vụ cũ. Vì vậy, việc phát triển dịch vụ du lịch theo chiều sâu hiện nay thường tập trung theo hướng sau:

*Thứ nhất*, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch bằng việc hiện đại hóa

công nghệ, tăng cường thiết bị, phương tiện phục vụ khách du lịch, đổi mới phong cách giao dịch của nhân viên dịch vụ du lịch.

*Thứ hai*, làm cho việc sử dụng dịch vụ du lịch trở nên hấp dẫn hơn và đem lại sự hài lòng cho khách du lịch bằng cách hoàn thiện qui trình, phong phú các dịch vụ với nhiều giá cả phù hợp với từng khách du lịch, thông tin du lịch chính xác.

### **2.2.2. Nội dung phát triển dịch vụ du lịch**

Phát triển dịch vụ du lịch là một trong những nội dung quan trọng trong phục hồi ngành du lịch sau đại dịch COVID-19, đặc biệt trong bối cảnh du lịch thiếu những sản phẩm có chất lượng và độc đáo để cung cấp và níu giữ chân khách du lịch. Phát triển dịch vụ du lịch là quá trình gia tăng số lượng khách du lịch, gia tăng các dịch vụ và nâng cao chất lượng các dịch vụ cũng như hoàn thiện các điều kiện cung ứng.

#### **2.2.2.1. Đa dạng hóa các loại dịch vụ du lịch - Dịch vụ lữ hành**

Lữ hành được hiểu cơ bản chính là một hoạt động du lịch với mục đích chính đó là để thực hiện các chuyến đi cho các chủ thể từ nơi này đến nơi khác thông qua cách sử dụng những phương tiện khác nhau và xuất phát từ những lí do khác nhau, không nhất thiết là các chủ thể sẽ cần phải quay trở lại điểm xuất phát ban đầu.

Lữ hành trong giai đoạn hiện nay có vai trò cũng như có mục đích chính đó là để thực hiện những chuyến đi, hành trình cho các chủ thể là những khách du lịch trong nước và nước ngoài từ nơi này qua nơi khác bằng việc thực hiện nhiều phương tiện khác nhau. Lữ hành cũng có nghĩa là các chủ thể sẽ thực hiện những chuyến đi chơi xa và chuyến đi chơi đó có thể không nhất thiết cần phải ấn định thời gian quay trở về, bên cạnh đó thì cũng không quay trở lại điểm xuất phát. Lữ hành cũng là hoạt động kinh doanh của ngành du lịch khi căn cứ vào các tính chất trọn gói đã bao gồm các vấn đề như: khách sạn, ăn uống, di chuyển, các dịch vụ vui chơi giải trí... Hiện nay các công ty dịch vụ thông thường cũng sẽ giới hạn theo hình thức trọn gói.



Theo Khoản 3 Điều 3 Luật du lịch giải thích như sau: “Hoạt động du lịch là hoạt động của khách du lịch, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch và cơ quan, tổ chức, cá nhân, cộng đồng dân cư có liên quan đến du lịch.”

Du lịch lữ hành trên thực tế cũng không giống với những chuyến đi có hoạch định trước về thời gian trở về mà du lịch lữ hành thông thường sẽ mang tính chất dài hơn. Du lịch lữ hành cũng giống như một chuyến du lịch xa của các chủ thể là những khách bộ hành. Các chủ thể cũng sẽ có thể bắt gặp cụm từ du lịch lữ hành xuất hiện khá nhiều trên nhiều phương tiện truyền thông hay các công ty du lịch trong cuộc sống hàng ngày.

Kết quả mà các chủ thể nhận được của mỗi chuyến đi hay lịch trình cụ thể cho một chuyến du lịch lữ hành sẽ được xem là sản phẩm cụ thể, hay chúng ta có thể nói chính xác hơn sản phẩm lữ hành chính là các chương trình du lịch mà công ty du lịch tổ chức liên quan đã lên kế hoạch từ trước đó. Sản phẩm lữ hành trên thực tiễn thì nó cũng phụ thuộc phần lớn vào nhu cầu cung ứng của các chủ thể là những khách hàng khi các chủ thể đó muốn đi đâu, khi nào và trong khoảng thời gian là bao lâu cũng như lựa chọn phương tiện di chuyển sao cho phù hợp.

Trên thực tế hiện nay cũng sẽ có khá nhiều các yếu tố nhằm từ đó để có thể tạo nên một sản phẩm lữ hành như tính pháp luật, kinh tế và nội dung. Tuy nhiên thực chất thì để tạo nên một sản phẩm lữ hành sẽ phụ thuộc nhiều yếu tố hơn vào những người học ngành quản trị du lịch hay các công ty muốn tổ chức tour trọn gói cần có những hiểu biết sâu sắc để các sản phẩm lữ hành không ngừng ra đời dưới nhiều phương thức khác nhau nhằm có thể phục vụ cho nhu cầu khám phá hay đi du lịch của mỗi người.

Hoạt động dịch vụ lữ hành chính là việc thực hiện các khâu tổ chức nghiên cứu thị trường và thực hiện bán thành quả thu hoạch nghiên cứu đó dưới hình thức trung gian hay gián tiếp cho các văn phòng đại diện tổ chức. Khái niệm kinh doanh lữ hành cũng có những sự liên quan mật thiết đến các công ty và doanh nghiệp tổ chức các dịch vụ du lịch[105].

#### **- Dịch vụ lưu trú**

Nói một cách đơn giản thì dịch vụ lưu trú là hoạt động kinh doanh cung cấp các cơ sở lưu trú ngắn hạn cho những người có nhu cầu (công tác, du

lich...). Ngoài ra, kinh doanh dịch vụ lưu trú còn bao gồm cả các loại hình dài hạn dành cho sinh viên, công nhân... Ngoài cung cấp dịch vụ lưu trú thì một số cơ sở còn cung cấp thêm các dịch vụ khác như ăn uống, giải trí, sức khỏe... Tuy nhiên, dịch vụ lưu trú giới hạn và loại trừ hoạt động cung cấp cơ sở lưu trú dài hạn được coi như cơ sở thường trú (ví dụ cho thuê căn hộ hàng tháng hoặc hàng năm được phân loại trong ngành Bất động sản).

#### *Phân loại các cơ sở lưu trú*

Khách sạn (hotel) là cơ sở lưu trú du lịch, có quy mô từ 10 buồng ngủ trở lên, đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị và dịch vụ cần thiết phục vụ khách lưu trú và sử dụng dịch vụ. Hình thức khách sạn bao gồm các loại sau:

Khách sạn thành phố (city hotel): là khách sạn được xây dựng tại các đô thị, chủ yếu phục vụ khách thương gia, khách công vụ, khách tham quan du lịch với quy mô dựa vào tiêu chuẩn đánh giá sao từ 1 – 5 sao.

Khách sạn nghỉ dưỡng (hotel resort): là khách sạn được xây dựng thành khối hoặc thành quần thể các biệt thự, căn hộ, bungalow ở khu vực có cảnh quan thiên nhiên đẹp, phục vụ nhu cầu nghỉ dưỡng, giải trí, tham quan của khách du lịch.

Khách sạn bên đường (motel) là khách sạn được xây dựng gần đường giao thông, gắn với việc cung cấp nhiên liệu, bảo dưỡng, sửa chữa phương tiện vận chuyển và cung cấp các dịch vụ cần thiết phục vụ khách du lịch.

Làng du lịch (tourist village) là cơ sở tập hợp các biệt thự hoặc căn hộ, bungalow, bãi cắm trại thường nằm tại các vị trí có tài nguyên du lịch, cảnh quan thiên nhiên đẹp. Trong làng du lịch, ngoài các cơ sở lưu trú thì còn có nhà hàng, cửa hàng mua sắm, khu vui chơi giải trí và các dịch vụ tiện ích khác.

Biệt thự du lịch (villa) là biệt thự có trang thiết bị, tiện nghi cho khách du lịch thuê, có thể tự phục vụ trong thời gian lưu trú. Có từ ba biệt thự du lịch trở lên được gọi là cụm biệt thự du lịch.

Căn hộ du lịch (serviced apartment) là căn hộ có trang thiết bị, tiện nghi cho khách du lịch thuê, có thể tự phục vụ trong thời gian lưu trú. Có từ mười căn hộ du lịch trở lên được gọi là khu căn hộ du lịch.

Bãi cắm trại du lịch (tourist camping) là khu vực đất được quy hoạch ở nơi có cảnh quan thiên nhiên đẹp, có kết cấu hạ tầng, có cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và dịch vụ cần thiết phục vụ khách cắm trại.

Nhà nghỉ du lịch (tourist guest house) là cơ sở lưu trú du lịch, có trang thiết bị, tiện nghi cần thiết phục vụ khách du lịch như khách sạn nhưng không đạt tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn.

Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê (home stay) là nơi sinh sống của người sở hữu hoặc sử dụng hợp pháp trong thời gian cho thuê lưu trú du lịch, có trang thiết bị, tiện nghi cho khách du lịch thuê lưu trú, có thể có dịch vụ khác theo khả năng đáp ứng của chủ nhà [104].

#### **- Dịch vụ vận chuyển khách du lịch.**

Dịch vụ vận chuyển khách du lịch là việc cung cấp dịch vụ vận tải đường hàng không, đường biển, đường thủy nội địa, đường sắt, đường bộ chuyên phục vụ khách du lịch theo chương trình du lịch, tại khu du lịch, điểm du lịch.

#### *Các loại phương tiện vận chuyển khách du lịch*

*Phương tiện đường bộ:* Đây là hình thức giao thông du lịch chủ yếu và quan trọng nhất trên thế giới, có 2 loại: tư nhân và công cộng. Cái ưu điểm vận chuyển khách bằng phương tiện đường bộ là sự di chuyển linh hoạt, khả năng thích ứng các điều kiện tự nhiên mạnh, có thể mở rộng phạm vi hoạt động, trực tiếp thâm nhập các điểm du lịch và có thể dừng lại bất cứ lúc nào, hiệu suất tiện lợi cao và có tính độc lập. Nhược điểm vận chuyển khách bằng phương tiện đường bộ là tốc độ vận chuyển không cao, lượng tiêu hao nhiên liệu lớn; Tính an toàn tương đối thấp, đặc biệt tỷ lệ tai nạn của loại hình này cao nhất so với các hình thức vận chuyển khác.

*Phương tiện đường hàng không:* Giao thông du lịch hàng không ngày càng trở thành hình thức giao thông quan trọng. Ưu điểm vận chuyển khách bằng hàng không: Tốc độ vận chuyển nhanh, hiệu quả cao; do vậy tốn ít thời gian, cho phép đi du lịch xa. Vận chuyển bằng hàng không đảm bảo an toàn, thoải mái, trang thiết bị của máy bay tiên tiến đầy đủ, phục vụ chu đáo.

*Phương tiện bằng đường thủy:* Bản thân tàu du lịch hạng sang, hạng vừa là phương tiện chuyên chở du khách vừa là vật thu hút du lịch, tạo nên sự kết hợp du lịch với lễ hành. Ưu điểm vận chuyển khách bằng đường thủy: Đảm bảo tiện nghi sang trọng, thoải mái giá rẻ. Cho phép kết hợp vừa di chuyển vừa tham quan trên biển, trên bờ. Tải trọng lượng du khách lớn. Nhược điểm: Tốc độ vận chuyển thấp, tốn nhiều thời gian, chịu ảnh hưởng lớn của thời tiết.

*Phương tiện đường sắt:* Ưu điểm của giao thông đường sắt: Lượng vận chuyển du khách lớn, có thể vận chuyển hàng ngàn người, giá cả tương đối thấp, lại do sử dụng đường ray chuyên dùng, chịu ảnh hưởng của nhân tố thời tiết nhỏ, vì vậy ít xảy ra sự cố, có thể đảm bảo xuất phát và vận hành đúng giờ. Nhưng do hạn chế của việc đặt đường ray, nên rất khó khăn xây dựng mạng đường sắt dày đặc, không thể kết hợp với tham quan du lịch. [106].

**- Dịch vụ nhà hàng và các cơ sở ăn uống cho khách du lịch.**

Dịch vụ ăn uống là dịch vụ của các nhà hàng và quán ăn, là nơi chuyên dịch vụ các loại sản phẩm ăn uống cho khách hàng nhằm thu hút lợi nhuận. Trong mỗi nhà hàng sẽ kinh doanh các loại đồ ăn, đồ uống khác nhau, phong phú, đa dạng. Với nhiều hình thức khác nhau, nhà hàng sẽ phục vụ theo đúng nhu cầu của khách hàng. Dịch vụ nhà hàng chính là quá trình vận hành bộ máy từ bộ phận quản lý, giám sát, lễ tân, nhân viên phục vụ, thu ngân cho đến bộ phận bếp. Mỗi bộ phận sẽ làm một nhiệm vụ khác nhau và được đào tạo theo quy trình đáp ứng đúng tiêu chuẩn dịch vụ của nhà hàng. Điều này nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cũng như mang đến cho khách hàng một trải nghiệm tốt nhất và mang về nguồn doanh thu, lợi nhuận cao nhất cho nhà hàng.

***Phân loại các dịch vụ nhà hàng:***

+ Dịch vụ nhà hàng phân theo mức độ liên kết sẽ được chia thành 2 loại:

Nhà hàng độc lập: là nhà hàng có tư cách pháp nhân riêng, không phụ thuộc vào các cơ sở kinh doanh khác. Ưu điểm của loại nhà hàng này là có được sự chủ động trong kinh doanh, tuy nhiên, nhược điểm sẽ bị khó khăn, hạn chế trong việc thu hút khách hàng.

Chuỗi nhà hàng: là nhà hàng không có tư cách pháp nhân riêng mà chỉ là một trong các cơ sở kinh doanh khác của doanh nghiệp/công ty. Nhà hàng nằm trong khách sạn: Là nhà hàng được kinh doanh kèm dịch vụ khách sạn và lưu trú.

+ Dịch vụ nhà hàng phân chia theo quy mô: Ở loại này, nhà hàng sẽ được đánh giá dựa trên quy mô về cơ sở vật chất và khả năng phục vụ khách hàng. Thông thường đánh giá quy mô nhà hàng dựa trên số lượng chỗ ngồi, tức là vào cùng một thời điểm, số chỗ ngồi của nhà hàng sẽ phục vụ được bao nhiêu khách hàng.

+ Dịch vụ du lịch phân chia theo hình thức dịch vụ:

Nhà hàng tự phục vụ (Buffet): tại đây, khách hàng sẽ tự chọn các món ăn, đồ uống mà nhà hàng đã chuẩn bị và giá là cố định cho tất cả khách hàng.

Nhà hàng chọn món (A la carte): ở loại nhà hàng này sẽ có thực đơn phong phú, đa dạng về các món ăn, đồ uống, thích hợp cho nhiều kiểu khách hàng và có thể dễ dàng lựa chọn, nhân viên phục vụ chu đáo, cẩn thận.

Nhà hàng phục vụ đồ ăn nhanh (Fast Food): là loại nhà hàng phục vụ các đồ ăn nhanh như bánh, nước,... loại này phổ biến ở các trung tâm thương mại, tương tự với mô hình cafe có phục vụ ăn uống.

Nhà hàng ăn định suất (Set menu service): đây là loại nhà hàng phục vụ cho các bữa ăn đặt trước, định trước về thực đơn và giá cả, thường sẽ phục vụ cho khách theo đoàn, nhóm.

Nhà hàng phục vụ tiệc (Banquet hall): là loại nhà hàng phục vụ cho các loại khác nhau như tiệc cưới, tiệc sinh nhật, tiệc tổng kết,... Đây cũng là loại kinh doanh nhà hàng phổ biến hiện nay.

+ Ngoài những hình thức kể trên, kinh doanh nhà hàng còn được phân loại theo các hình thức:

Phân loại theo phương thức phục vụ và đặc tính sản phẩm. Ở phương thức này sẽ được chia ra thành 2 kiểu: Nhà hàng dân tộc và nhà hàng đặc sản. Về nhà hàng dân tộc, từ phong cách phục vụ, món ăn cho đến kiến trúc, âm nhạc, trang phục nhân viên đều mang đậm bản sắc dân tộc. Về nhà hàng đặc sản sẽ chuyên kinh doanh một loại đặc sản nào đó của vùng miền, với phương châm dùng sản phẩm để thu hút khách hàng.

Phân loại dựa trên phương diện quản lý nhà nước về doanh nghiệp, nhà hàng sẽ được chia theo hình thức sở hữu nhà hàng: tư nhân, nhà nước, cổ phần, liên doanh, tập thể (hợp tác xã) và 100% vốn nước ngoài[107].

**- Dịch vụ văn hóa, lễ hội và vui chơi giải trí**

Văn hóa là tổng thể các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra nhằm thỏa mãn nhu cầu của bản thân. Những giá trị văn hóa đó có thể là giá trị vật chất hoặc giá trị tinh thần. Nếu coi văn hóa là tổng thể những gì con người sáng tạo ra để đáp ứng nhu cầu của chính họ trong quá trình phát triển thì khi con người xuất hiện và sáng tạo ra những vật dụng phục vụ cuộc sống hàng ngày, chúng lại được coi là sản phẩm văn hóa theo nghĩa rộng. Theo nghĩa hẹp, những sản phẩm thỏa mãn nhu cầu tinh thần của con người được coi là sản phẩm văn hóa. Khi các sản phẩm văn hóa được trao đổi, mua bán trên thị trường, chúng trở thành hàng hóa văn hóa. Bên cạnh các sản phẩm văn hóa vật thể, trên thị trường còn có một loại hàng hóa văn hóa có thể trao đổi, mua bán đó là dịch vụ văn hóa. Dịch vụ văn hóa là những hoạt động liên quan đến lĩnh vực văn hóa nhằm phục vụ nhu cầu văn hóa của con người và được trả thù lao, như dịch vụ văn hóa, du lịch tâm linh, tài nguyên, trải nghiệm văn hóa... Theo đó, sản phẩm và dịch vụ văn hóa có thể được coi là kết quả sáng tạo của con người và sáng tạo. Hoạt động lao động là hoạt động trao đổi mua bán trên thị trường nhằm thỏa mãn nhu cầu tinh thần của con người.

Mỗi sản phẩm, dịch vụ văn hóa luôn chứa đựng giá trị văn hóa truyền thống và giá trị văn hóa hiện đại của dân tộc. Những nét riêng về phong tục tập quán, lối sống của một dân tộc thường được phản ánh sâu sắc qua các tác phẩm nghệ thuật, di tích lịch sử cách mạng, di tích văn hóa; thể hiện sắc thái dân tộc, địa phương, vùng, miền. Họ cũng đại diện cho những suy nghĩ, quan niệm sống, hành vi và cách sống của cộng đồng và xã hội đương đại. Vì vậy, với những sản phẩm, dịch vụ văn hóa lành mạnh, việc tiêu dùng chúng sẽ giúp nâng cao nhận thức của chính người sử dụng. Đó chính là chức năng của sản phẩm, dịch vụ văn hóa nhằm giáo dục người tiêu dùng, định hướng giá trị, giải trí...

Bên cạnh giá trị tinh thần, việc tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ văn hóa đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra giá trị kinh tế cho cộng đồng và quốc

gia. Việc tiêu dùng của họ, nhất là các sản phẩm, dịch vụ văn hóa Việt Nam như tác phẩm nghệ thuật truyền thống, dịch vụ du lịch văn hóa, tham quan di tích lịch sử văn hóa... sẽ góp phần nâng cao tinh thần dân tộc, khơi dậy tinh thần phát triển, phồn vinh và thịnh vượng, đất nước hạnh phúc [108].

#### **2.2.2.2. Đảm bảo hài hòa lợi ích cho các chủ thể tham gia trong dịch vụ du lịch tại địa phương**

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực tiễn có thể rút ra những điểm cơ bản về bản chất của du lịch - một hiện tượng kinh tế - xã hội ngày càng phổ biến như sau: Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp; khách du lịch của một điểm đến là những người cư trú tại các địa phương khác, quốc gia khác đến; về cơ bản, sản phẩm du lịch mang tính dịch vụ; hoạt động kinh doanh du lịch dựa trên tài nguyên du lịch, có nhiều mối quan hệ trực tiếp với cộng đồng dân cư sở tại. Từ đó có thể thấy có rất nhiều các cá nhân, tập thể (gọi chung là các bên liên quan) tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào hoạt động du lịch. Theo ông Michael Coltman, nhà kinh tế học người Mỹ nghiên cứu về du lịch, các bên liên quan chính của hoạt động du lịch bao gồm: Khách du lịch, nhà cung ứng các dịch vụ du lịch, dân cư tại điểm du lịch và các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch. Hiệu quả của hoạt động du lịch, cũng như khả năng phát triển bền vững tại một điểm đến du lịch phụ thuộc rất lớn vào lợi ích và mối quan hệ giữa các bên liên quan của hoạt động du lịch.

#### **- Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch**

Các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch tại Lào được chia thành ba nhóm: Các cơ quan quản lý nhà nước địa bàn về du lịch, các cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành về du lịch, và các cơ quan quản lý nhà nước hữu quan về du lịch.

Thuộc nhóm thứ nhất có thể kể đến: Chính phủ (ở cấp trung ương) và ủy ban nhân dân các cấp (ở cấp địa phương). Các cơ quan này có chức năng quản lý nhà nước một cách tổng thể về mọi phương diện của đời sống kinh tế-xã hội, trong đó có du lịch, trên một địa bàn cụ thể.

Nhóm thứ hai bao gồm: Bộ TT -VH và DL, mà trực tiếp là Tổng cục Du lịch Lào (ở cấp trung ương) và Sở TT – VH và DL và sau đó là các Phòng DL

(ở cấp địa phương). Các cơ quan này có chức năng quản lý nhà nước về các vấn đề thuộc chuyên môn của ngành du lịch. Ví dụ, ở cấp trung ương, các chức năng cụ thể bao gồm:

Các cơ quan quản lý nhà nước cần tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, cạnh tranh lành mạnh cho các doanh nghiệp, đảm bảo các doanh nghiệp phải tuân thủ pháp luật và đạo đức kinh doanh. Xây dựng các đề án về chiến lược, về quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của cả nước và đệ trình lên Chính phủ phê duyệt;

Ban hành các văn bản quy phạm pháp luật về du lịch, xây dựng và thực hiện hàng loạt các chính sách kinh tế lớn để phát triển du lịch và xây dựng một cơ chế có hiệu lực để đưa chính sách và thể chế quản lý vào hoạt động kinh doanh du lịch;

Tổ chức hướng dẫn thực hiện và kiểm tra việc thực hiện các văn bản luật, các qui chế, các chế độ, tiêu chuẩn định mức kinh tế - kỹ thuật, qui trình, qui phạm trong hoạt động du lịch;

Tổ chức tuyên truyền, quảng bá du lịch; nghiên cứu ứng dụng khoa học; đào tạo, bồi dưỡng cán bộ; hợp tác quốc tế; bảo vệ môi trường du lịch;

Giải quyết các khiếu nại, tố cáo và xử lý các vi phạm luật trong hoạt động du lịch; thúc đẩy du lịch phát triển theo định hướng chung của đất nước; hạn chế, đi đến xóa bỏ các hiện tượng không lành mạnh, các mặt trái của du lịch như mại dâm, nghiện hút, phát tán và sử dụng văn hóa phẩm đồi trụy,...

Thuộc nhóm thứ ba có thể kể đến: Bộ Ngoại giao, Bộ Công an, Bộ GT-VT, Bộ Y tế, Bộ Tài chính, Bộ KH&ĐT, Bộ Công Thương,...(cấp trung ương) và các Sở tương ứng ở cấp địa phương. Các cơ quan này được thành lập để quản lý các vấn đề thuộc ngành tương ứng, song do trong các hoạt động của ngành du lịch có những vấn đề thuộc sự quản lý ngạch dọc của các cơ quan đó nên sẽ chịu sự quản lý của các cơ quan này.

Các cơ quan quản lý nhà nước có trách nhiệm đưa ra những biện pháp hữu hiệu để ngăn chặn, giải quyết các hành vi tiêu cực của khách du lịch, các doanh nghiệp dịch vụ du lịch và những người dân địa phương gây ra gây ảnh hưởng đến môi trường du lịch, phá hủy tài nguyên du lịch du lịch tự nhiên, thương mại hóa tài nguyên du lịch nhân văn.



**- Nhà cung ứng dịch vụ du lịch**

Nhà cung ứng dịch vụ du lịch là các pháp nhân cung ứng một hoặc nhiều dịch vụ cho du khách trong chuyến hành trình của họ. Các nhà cung ứng sản phẩm du lịch có thể được chia thành ba nhóm như sau: Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch; các doanh nghiệp kinh doanh các ngành nghề khác, song có cung ứng sản phẩm phục vụ khách du lịch; và các nhà cung ứng dịch vụ công.

Nhóm thứ nhất bao gồm: Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, doanh nghiệp kinh doanh lưu trú du lịch, doanh nghiệp kinh doanh vận chuyển khách du lịch, doanh nghiệp kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch khác.

Thuộc nhóm thứ hai có thể kể đến: Các hãng vận chuyển hàng không, các công ty vận chuyển đường sắt, các công ty vận chuyển đường bộ; các doanh nghiệp thương mại; các ngân hàng; công ty bưu chính - viễn thông;...

Nhóm thứ ba bao gồm: Các cơ quan ngoại giao, hải quan, công an,...

Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch là nơi tạo công ăn việc làm cho người dân tại điểm du lịch, tiêu thụ một phần sản phẩm được tạo ra bởi cộng đồng dân cư bản địa.

**- Dân cư địa phương nơi có các dịch vụ du lịch**

Dân cư tại điểm có các dịch vụ du lịch là tất cả những người đang cư trú thường xuyên ngay tại những nơi có tài nguyên du lịch (vùng lõi), hoặc tại những nơi bên ngoài tài nguyên du lịch nhưng là những địa bàn có các hoạt động cung ứng những dịch vụ du lịch phục vụ cho khách du lịch (vùng đệm).

Cộng đồng dân cư tại điểm du lịch là nguồn cung ứng nhân lực và một phần các nguyên liệu đầu vào cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Người dân địa phương cũng tham gia vào cung ứng một số hàng hóa (sản phẩm địa phương, đồ lưu niệm), cung ứng dịch vụ cho du khách (hướng dẫn tham quan, homestay,...). Cho nên, người dân địa phương phải có hưởng về ích lợi của việc phát triển du lịch tại địa phương, tạo cơ chế để chia sẻ lợi ích từ hoạt động du lịch cho người dân bản địa.

Dân cư địa phương có trách nhiệm tuân thủ theo những biện pháp hữu hiệu để ngăn chặn, giải quyết các hành vi tiêu cực cho khách du lịch; Người dân địa

phương có trách nhiệm trực tiếp trong việc bảo vệ môi trường du lịch, giữ gìn tài nguyên du lịch tự nhiên, thương mại hóa tài nguyên du lịch nhân văn.

### **- Khách du lịch**

Khách du lịch “là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến”. khách du lịch được chia thành khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa.

Khách du lịch phải đảm bảo các điều kiện an toàn, an ninh cho du khách tại điểm đến và khách du lịch có thể được hưởng các dịch vụ theo nhu cầu của họ hợp lý với số tiền họ có thể chi trả.

Nhưng khách du lịch cũng phải tuân thủ theo các quy định về luật, lệ của điểm đến, nếu khách du lịch vi phạm cũng phải bị những biện pháp giám sát và xử lý các hành vi vi phạm theo luật, lệ tại điểm đến.

### **2.2.3. Tiêu chí đánh giá phát triển dịch vụ du lịch**

Các nội dung trên được phản ánh bởi hai tiêu chí, đó là:

#### **2.2.3.1. Nhóm tiêu chí đánh giá về số lượng dịch vụ du lịch.**

*- Mức tăng tổng lượng khách du lịch và số ngày lưu trú*

Phát triển dịch vụ du lịch còn được phản ánh qua lượng khách du lịch và số ngày lưu trú. Vì khi dịch vụ du lịch phong phú đa dạng và có chất lượng thì du khách sẽ đông và số ngày lưu trú sẽ dài để họ có thể hưởng thụ những dịch vụ này. Quy mô, số lượng khách du lịch tác động trực tiếp đến doanh thu thì hoạt động cung cấp dịch vụ du lịch tăng lên và phát triển: Bởi, nếu khi lượng khách du lịch với quy mô lớn và số lượng nhiều thì doanh thu đạt được cao, ngược lại nếu ít khách du lịch đến thì doanh thu ít lại, thậm chí là thua lỗ.

Chỉ tiêu này bao gồm:

- + Mức tăng lượng khách quốc tế
- + Mức tăng lượng khách nội địa
- + Mức tăng số ngày lưu trú của khách quốc tế
- + Mức tăng số ngày lưu trú của khách nội địa
- Gia tăng số lượng các dịch vụ*

Các dịch vụ du lịch là những yếu tố quan trọng trong hoạt động của ngành du lịch, dịch vụ du lịch tạo nên sự khác biệt trong phát triển kinh tế du lịch, tạo

nên thương hiệu và hình ảnh của mỗi điểm đến, mỗi địa phương, vùng, miền và mỗi quốc gia. Các dịch vụ du lịch thể hiện trong các chương trình du lịch này chính là việc khai thác các tiềm năng, nguồn lực sẵn có trên một địa bàn hoặc được tạo ra khi biết kết hợp những tiềm năng, nguồn lực đó theo những cách thức riêng của từng người hay một doanh nghiệp nào đó. Và có thể việc khai thác các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể của các địa phương vào hoạt động du lịch như: các loại hình nghệ thuật, dân ca, dân vũ, trình diễn, diễn xướng dân gian, văn hóa ẩm thực hay các hình thức hoạt động thể thao, các hoạt động lễ hội truyền thống, v.v.. Các hoạt động này giúp cho du khách trực tiếp cảm nhận và hưởng thụ, trải nghiệm văn hóa của địa phương.

Gia tăng số lượng dịch vụ bao gồm:

- + Tăng số lượng các dịch vụ riêng rẽ
- + Số dịch vụ mới tăng thêm bằng cách bổ sung điều chỉnh tính năng
- + Số dịch vụ tăng thêm do liên kết nhiều dịch vụ thành dịch vụ mới trọn gói.
- + Mức gia tăng quy mô từng dịch vụ du lịch.

- *Mức tăng chi tiêu của du khách*

Chi tiêu của khách du lịch là tổng số tiền đã chi phí của khách du lịch trong suốt hành trình của chuyến đi, kể cả những khoản chi mua sắm trước chuẩn bị cho chuyến đi và những chi phí mua sắm đồ dùng, quà tặng, quà lưu niệm trong chuyến đi mang về dùng sau chuyến đi.

Đây cũng là chỉ tiêu phản ánh cả về số lượng và chất lượng dịch vụ. Số lượng dịch vụ phong phú cũng khiến mỗi khách du lịch chi tiêu nhiều hơn và chất lượng dịch vụ khiến họ hài lòng sẽ chi tiêu nhiều hơn. Chỉ tiêu này bao gồm:

- + Mức tăng chi tiêu bình quân của mỗi khách quốc tế
- + Mức tăng chi tiêu bình quân của mỗi khách nội địa

- *Mức gia tăng doanh thu từ dịch vụ du lịch*

Mức gia tăng doanh thu dịch vụ du lịch là chỉ tiêu tổng hợp phản ánh sự gia tăng quy mô hay số lượng dịch vụ du lịch. Tất nhiên do chỉ tiêu này là chỉ tiêu giá trị hay tính bằng tiền, do vậy để loại bỏ ảnh hưởng của giá người ta sử dụng giá cố định hay loại trừ lạm phát để tính toán. Doanh thu dịch vụ du lịch bao gồm các khoản thu từ lưu trú, ăn uống, vận chuyển du khách, bán hàng hóa

và các dịch vụ khác. Đây là một chỉ tiêu khó chính xác, bởi một lượng lớn hàng hóa và tiền bạc trao đổi giữa du khách và người dân không được tính toán cụ thể.

Khi số lượng các dịch vụ du lịch có sự gia tăng thì doanh thu dịch vụ du lịch sẽ tăng. Như vậy việc tăng số lượng dịch vụ, hay bổ sung phát triển các dịch vụ mới, mở rộng mạng lưới cung cấp dịch vụ... đều cho phép tăng số lượng dịch vụ và do đó doanh thu sẽ tăng. Mức gia tăng doanh thu bằng hiệu số của doanh thu dịch vụ du lịch so với doanh thu kỳ trước đó.

### **2.2.3.2. Nhóm tiêu chí đánh giá về chất lượng dịch vụ du lịch**

*- Chỉ tiêu về chất lượng nhân lực trong dịch vụ du lịch.*

Chất lượng nhân lực thể hiện ở nhiều chỉ tiêu như: Trình độ học vấn, năng lực ngoại ngữ, sự thành thạo và chuyên nghiệp về kỹ năng, sự tinh tế, sự nhiệt tình, sự chu đáo, trung thành, trung thực... Nếu một tỉnh hay một doanh nghiệp xây dựng được nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao thì đây là nhân tố có vai trò quan trọng để tạo ra nhiều dịch vụ du lịch có chất lượng cao, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của khu, điểm đến du lịch nói chung và mỗi doanh nghiệp nói riêng.

*- Sự gia tăng số lượng các dịch vụ đạt tiêu chuẩn chất lượng quy định và tiêu chuẩn quốc tế*

Chất lượng các dịch vụ du lịch được nâng cao như thế nào rất khó định lượng. Thông thường dựa vào các tiêu chuẩn chất lượng được quy định để đánh giá. Từ đó chỉ tiêu phản ánh nâng cao chất lượng sẽ được phản ánh bằng

+ Sự gia tăng các dịch vụ du lịch chất lượng cao theo tiêu chuẩn quốc tế ví dụ như số phòng khách sạn từ 3 sao trở nên hay các dịch vụ cao cấp.

+ Mức tăng số lượng các dịch vụ du lịch đạt tiêu chuẩn quy định giữa các kỳ khác nhau.

+ Tăng tỷ lệ đánh giá hài lòng của khách du lịch với các dịch vụ du lịch.

*- Chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ du lịch*

Bằng các nghiên cứu của mình vào năm 1991, hai tác giả Berry và Parasuraman đã đưa ra 5 chỉ tiêu để đánh giá chất lượng dịch vụ, các chỉ tiêu được liệt kê theo thứ tự tầm quan trọng giảm dần tương đối đối với khách hàng, đó là: Sự tin cậy, tinh thần trách nhiệm, sự đảm bảo, sự đồng cảm và tính hữu hình.

+ Sự tin cậy: Sự tin cậy chính là khả năng cung cấp dịch vụ như đã hứa một cách tin cậy và chính xác, nó còn bao gồm sự nhất quán mà ngay từ lần đầu tiên cung ứng dịch vụ công ty phải thực hiện. Đảm bảo dịch vụ tin cậy là một trong những trông đợi cơ bản của khách hàng.

+ Tinh thần trách nhiệm: Là sự sẵn sàng giúp đỡ khách hàng một cách tích cực và cung cấp dịch vụ một cách hăng hái. Trong trường hợp dịch vụ sai hỏng, khả năng khôi phục nhanh chóng có thể tạo ra cảm nhận tích cực về chất lượng.

+ Sự đảm bảo: Là việc thực hiện dịch vụ một cách lịch sự và kính trọng khách hàng, giao tiếp có kết quả với khách hàng, thực sự quan tâm và giữ bí mật cho họ.

+ Sự đồng cảm: Thể hiện việc chăm sóc chu đáo, chú ý tới cá nhân khách hàng. Sự đồng cảm bao gồm khả năng tiếp cận và nỗ lực tìm hiểu nhu cầu của khách hàng.

+ Tính hữu hình: Là hiện diện của điều kiện làm việc, trang thiết bị, con người và các phương tiện thông tin.

Đây cũng chính là 5 chỉ tiêu để đánh giá chất lượng dịch vụ du lịch. Trong các chỉ tiêu trên, có bốn chỉ tiêu mang tính vô hình, chỉ có một chỉ tiêu là hữu hình nên các nhà cung ứng du lịch thường coi chỉ tiêu hữu hình chính là bản thông điệp gửi tới khách hàng.

Dịch vụ càng phức tạp và vô hình thì khách hàng sẽ càng tin vào các yếu tố hữu hình. Môi trường vật chất xung quanh dịch vụ là phần chính yếu phản ánh tính hữu hình của dịch vụ. Chẳng hạn môi trường xung quanh các trang trí, yếu tố xã hội, phương tiện thông tin giá cả v.v...

#### **2.2.4. Những nhân tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ du lịch**

Kinh tế du lịch chịu tác động ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khách quan và chủ quan, trong đó, chủ yếu là điều kiện kinh tế, chính trị, xã hội; chất lượng quy hoạch, kế hoạch phát triển; cơ chế, chính sách vận hành hoạt động du lịch; tiềm năng về các nguồn lực cho phát triển kinh tế du lịch... Dưới đây là các nhân tố chủ yếu có ảnh hưởng đến dịch vụ du lịch.

#### **2.2.4.1. Chính sách, cơ chế và chiến lược phát triển dịch vụ du lịch**

Dịch vụ du lịch chỉ là một mặt trong phát triển ngành du lịch vì phát triển du lịch rộng hơn bao gồm cả phát triển số lượng dịch vụ du lịch và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch...

Chính sách phát triển du lịch tạo điều kiện và thúc đẩy sự phát triển dịch vụ du lịch đồng thời phát triển dịch vụ du lịch sẽ tạo động lực thúc đẩy phát triển du lịch nhanh và bền vững. Nghĩa là các chính sách phải tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư bỏ vốn vào tạo ra các dịch vụ du lịch nhiều hơn và tốt hơn.

Nhưng muốn phát triển du lịch nói chung phải nâng cao chất lượng của từng dịch vụ để thỏa mãn nhu cầu ngày càng tăng cao của khách du lịch. Chất lượng dịch vụ phải được quản lý kiểm soát của cơ quan quản lý nhà nước mới đảm bảo được. Điều này phụ thuộc vào chính sách và cơ chế quản lý chất lượng dịch vụ du lịch của các cơ quan chức năng của chính quyền.

Đầu tiên phải có các quy định cụ thể về chất lượng dịch vụ du lịch trên địa bàn phù hợp với quy định chung của các nước và quốc tế. Sau đó phải ban hành, tổ chức thực hiện, giám sát thực hiện và cuối cùng là điều chỉnh. Quá trình này cần có nguồn lực nhất định, có cơ quan chịu trách nhiệm và có sự phối hợp của nhiều cơ quan chức năng.

Tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ là cơ sở để khuyến khích phát triển các dịch vụ du lịch trên địa bàn hay hạn chế những dịch vụ mà có ảnh hưởng xấu tới môi trường của địa phương.

Sự phối hợp thực hiện của nhiều cơ quan phải có quy chế phối hợp được thống nhất trước thì mới có thể thực hiện được. Đồng thời các chính sách đó phải có sự đồng thuận từ phía doanh nghiệp và cộng đồng dân cư.

#### **2.2.4.2. Chất lượng nguồn nhân lực cho lĩnh vực dịch vụ du lịch**

Con người là tài sản chính của lĩnh vực dịch vụ du lịch và sự tương tác giữa du khách và các doanh nghiệp làm dịch vụ. Dịch vụ du lịch là một lĩnh vực cần nhiều nhân công cung cấp các cơ hội thú vị và đa dạng.

Ngành du lịch nói chung và lĩnh vực dịch vụ du lịch nói riêng sẽ chỉ đạt được sự thịnh vượng mong muốn với nguồn nhân lực lành nghề và có khả năng đáp ứng nhu cầu của du khách.

Dịch vụ du lịch cũng có những điểm mạnh mà có thể được sử dụng để giành được lợi thế trên thị trường lao động. Lĩnh vực này hiện được xem là thú vị và năng động, nó có thể đưa ra những sự lựa chọn giờ làm việc linh hoạt và bán thời gian và cung cấp cơ hội việc làm trong các cộng đồng dân cư khu vực. Lĩnh vực này cũng có thể mở rộng nhóm lao động truyền thống bao gồm nhóm lao động đến độ tuổi đi làm đang tìm kiếm một công việc thú vị và linh hoạt.

#### **2.2.4.3. Điều kiện tự nhiên và tài nguyên du lịch**

Tài nguyên du lịch là điều kiện cần để phát triển du lịch.

Tài nguyên du lịch được phân ra làm hai nhóm: Tài nguyên thiên nhiên và tài nguyên nhân văn.

##### *Tài nguyên thiên nhiên*

Các điều kiện tự nhiên đóng vai trò là những tài nguyên thiên nhiên về du lịch là: địa hình đa dạng; khí hậu ôn hòa; động thực vật phong phú, giàu nguồn tài nguyên nước và vị trí địa lý thuận lợi.

Địa hình : định hình ở một nơi thường chế định cảnh đẹp và sự đa dạng của phong cảnh ở nơi đó.

Khí hậu: khí hậu điều hòa thường được khách du lịch ưa thích. Mỗi loại hình du lịch đòi hỏi những điều kiện khí hậu khác nhau.

Thực vật: Thực vật đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của du lịch chủ yếu nhờ sự đa dạng và số lượng nhiều rừng, nhiều hoa... Nếu thực vật phong phú và quý hiếm thì thu hút khách du lịch văn hóa, thực vật không có ở đất nước của họ thường hấp dẫn mạnh.

Động vật: động vật là một trong những nhân tố có thể góp phần thu hút khách du lịch. Nhiều loại động vật có thể là đối tượng để nghiên cứu và để lập vườn bách thú.

Tài nguyên nước: ao, hồ, sông, ngòi, đầm, biển...vừa tạo điều kiện để điều hòa không khí, phát triển mạng lưới giao thông vận tải nói chung, vừa tạo điều kiện để phát triển nhiều loại hình du lịch nói riêng.

Vị trí địa lý: gồm các điểm du lịch nằm trong khu vực phát triển du lịch; khoảng cách có ý nghĩa quan trọng đối với nơi mà du khách cần đến.

### *Tài nguyên nhân văn*

Là giá trị văn hóa, lịch sử, các thành tựu chính trị và kinh tế có ý nghĩa đặc trưng cho sự phát triển của du lịch ở một địa điểm, chúng có sức hấp dẫn đặc biệt với số đông khách du lịch với nhiều nhu cầu và mục đích khác nhau của chuyến đi

#### **2.2.4.4. Trình độ phát triển kết cấu hạ tầng nhất là hạ tầng du lịch**

Sự phát triển của kết cấu hạ tầng kinh tế của một quốc gia và một địa phương tiếp nhận đầu tư luôn là điều kiện vật chất hàng đầu để các chủ đầu tư có thể nhanh chóng thông qua các quyết định và triển khai thực tế các dự án đầu tư đã cam kết. Một tổng thể hạ tầng phát triển phải bao gồm một hệ thống giao thông vận tải đồng bộ và hiện đại với các cầu cảng, đường sá, kho bãi và các phương tiện vận tải đủ sức bao phủ quốc gia và đủ tầm hoạt động quốc tế; một hệ thống bưu điện thông tin liên lạc viễn thông với các phương tiện nghe nhìn hiện đại. Hệ thống điện nước đầy đủ phân bố tiện lợi cho các hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như đời sống xã hội. Mạng lưới cung cấp các dịch vụ khác (y tế, giáo dục, giải trí, tài chính, thương mại, quảng cáo....) phát triển rộng khắp, đa dạng và có chất lượng cao.

Sự đồng bộ và chất lượng hạ tầng vừa đảm bảo chất lượng dịch vụ, tiết kiệm chi phí cho du lịch, vừa chính cơ sở hạ tầng đặc biệt là cơ sở hạ tầng xã hội lại góp phần tăng thêm danh mục sản phẩm du lịch ví dụ du lịch chữa bệnh, nghỉ dưỡng, hay du lịch mua sắm...

#### **2.2.4.5. Môi trường chính trị - xã hội, môi trường du lịch của đất nước, địa phương**

Các nhân tố phi kinh tế, đặc biệt các nhân tố chính trị và văn hóa được các nhà kinh tế nhìn nhận là rất quan trọng, ảnh hưởng đến khả năng và sự phát triển của các ngành trong một nền kinh tế. Đối với du lịch đây là một nhân tố đặc biệt quan trọng. Vì những người tiêu dùng du lịch phải đến tận “nhà máy” để mua sản phẩm, nên các điều kiện chính trị xã hội ở “nhà máy” đó sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng chấp nhận sản phẩm và do đó ảnh hưởng đến sự thành công của ngành du lịch.



Trong thực tế, sự ổn định chính trị và xã hội được một số nghiên cứu coi như là một đặc điểm của sản phẩm du lịch ảnh hưởng trực tiếp đến cầu của nhiều phân đoạn thị trường du lịch. Khi các điều kiện kinh tế, chính trị và xã hội của một điểm du lịch biến động nhiều hơn khả năng dự trữ nguồn tài nguyên thì chúng có thể là nguyên nhân làm vai trò và sự đóng góp của ngành du lịch trong GDP không ổn định.

- *Môi trường chính trị*: Điều kiện chính trị ổn định của một nước, một vùng là yếu tố cơ bản nhất tác động đến khách du lịch. Người ta sẽ không đến vui chơi, giải trí ở nơi xảy ra bất ổn, những nơi bất an toàn. Hiện nay, nhiều quốc gia, nhiều vùng bị mất lợi thế trong phát triển DVDL khi xảy ra bất ổn chính trị, những xung đột sắc tộc v.v.. sẽ tạo ra tâm lý lo ngại cho du khách khi đến thăm. Yếu tố này được thể hiện là để đảm bảo cho việc mở rộng các mối quan hệ kinh tế - chính trị, văn hóa, khoa học kỹ thuật, trình độ nhân lực v.v.. giữa các địa phương, các nước và vùng lãnh thổ trên thế giới.

- *Môi trường trật tự, an toàn xã hội*: An ninh - quốc phòng, trật tự, an toàn xã hội chính là yếu tố tiên quyết để thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế đất nước. Phát triển DVDL phải đặc biệt chú trọng đến an ninh - quốc phòng. Nền quốc phòng an ninh vững chắc sẽ thúc đẩy đầu tư, tạo ra tâm lý yên tâm, ổn định cho các nhà đầu tư nội địa và quốc tế. Yếu tố này được thể hiện là sức mạnh và khả năng sẵn sàng an ninh - quốc phòng để bảo đảm cho việc an ninh trật tự, an toàn xã hội. Một ví dụ minh chứng rõ ràng nhất là đại dịch Covid-19 diễn ra năm 2020 đã tác động mạnh đến nền kinh tế toàn cầu, trong đó, ngành Du lịch bị ảnh hưởng rất nặng nề. Các lệnh cấm bay, hạn chế đi lại và sự e ngại của du khách do lo sợ ảnh hưởng của dịch Covid-19 đã khiến nhiều khách sạn, nhà hàng và chuỗi bán lẻ tại các điểm du lịch trở nên vắng khách, doanh thu ngành du lịch sụt giảm mạnh.

- *Môi trường kinh tế - xã hội*: là thể hiện ở mức độ phát triển của các ngành nghề và tình hình về năng suất lao động ở nước đó. DVDL là ngành kinh tế tổng hợp, nên nó chỉ phát triển khi các ngành kinh tế khác được phát triển. Không thể nói DVDL phát triển trong điều kiện kết cấu hạ tầng kỹ thuật, các ngành công nghiệp, nông nghiệp, thương mại, bưu chính viễn thông, giao thông

vận tải, khách sạn, nhà hàng, điện, nước v.v.. còn ở trình độ thấp. Khi thu nhập bình quân đầu người tăng lên, mức sống và chất lượng cuộc sống của người dân được nâng lên, thì nhu cầu DL của họ cũng được nâng lên. Khi nền kinh tế còn nhiều nguồn lực chưa được sử dụng, nếu cầu DL tăng, thì tất yếu làm cung về DL sẽ tăng lên.

- *Hội nhập kinh tế quốc tế*: là quá trình các nước chủ động gắn kết nền kinh tế của quốc gia mình với kinh tế khu vực và thế giới bằng những nỗ lực thực hiện tự do hóa kinh tế và giảm thiểu sự khác biệt để trở thành một bộ phận hợp thành của chỉnh thể kinh tế toàn cầu. Hội nhập kinh tế quốc tế sẽ tất yếu thúc đẩy hội nhập DVDL giữa các quốc gia và vùng lãnh thổ. Như vậy, bởi vì hiện nay sự phát triển của phân công lao động xã hội được mở rộng trên phạm vi quốc tế, phân công lao động quốc tế có bước phát triển mới, làm cho các nền kinh tế quốc gia ngày càng phụ thuộc lẫn nhau, đưa đến sự hình thành nền kinh tế toàn cầu như một chỉnh thể thống nhất.

Trong khi thiên nhiên ban tặng các danh lam thắng cảnh phục vụ cho sự trải nghiệm du lịch thì chính quyền địa phương cần có những giải pháp cụ thể mang lại sự thiết lập hoạt động du lịch. Quy hoạch phát triển du lịch được coi là một hoạt động đa chiều và hướng tới tổng thể thống nhất trong tương lai. Nó liên quan đến các yếu tố tự nhiên, kinh tế, chính trị, xã hội và công nghệ. Điều này chủ yếu thông qua đầu tư vào các tiện ích cốt lõi và cơ sở hạ tầng và bằng cách quản lý Nhà nước và quản lý nguồn tài nguyên thiên nhiên của địa phương. Xây dựng môi trường du lịch thông thoáng bằng các chính sách khuyến khích đầu tư, hợp tác phát triển dịch vụ du lịch trên địa bàn.

#### **2.2.4.6. Đầu tư phát triển dịch vụ du lịch**

Đầu tư phát triển dịch vụ du lịch là hoạt động thực hiện các dự án du lịch bao gồm cơ sở lưu trú, cơ sở vui chơi giải trí, mua sắm phương tiện vận chuyển du lịch, xây dựng đường sá....

Nguồn lực đầu tư tác động trực tiếp tới quy mô, trình độ nhân lực, quy mô, trình độ công nghệ, cơ sở vật chất, kết cấu hạ tầng... từ đó tác động tới trình độ phát triển của lực lượng sản xuất của dịch vụ du lịch. Đầu tư phát triển du lịch không chỉ giúp gia tăng về quy mô dịch vụ du lịch mà còn bảo đảm chất

lượng các sản phẩm dịch vụ du lịch. Việc phân bổ nguồn lực, sử dụng hiệu quả nguồn lực đầu tư, nhất là nguồn lực tài chính là nhân tố ảnh hưởng tới quy mô, trình độ của lực lượng sản xuất. Đầu tư phát triển du lịch trong nhiều trường hợp còn bao gồm cả đầu tư cho nguồn nhân lực. Nếu không có khoản đầu tư này sẽ khó bảo đảm chất lượng của dịch vụ du lịch. Khi thực hiện đầu tư mở rộng để đào tạo nhân lực, chuyển giao công nghệ, trang bị, xây dựng cơ sở lưu trú, các điểm vui chơi, giải trí hoàn thiện và đồng bộ sẽ thúc đẩy kinh tế du lịch phát triển. Các dự án sau khi hoàn thành sẽ là cơ sở để hình thành và cung cấp các dịch vụ du lịch cho khách ví dụ như phòng nghỉ, nơi vui chơi giải trí, tạo điều kiện cho khách di chuyển...

### **2.3. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH CỦA MỘT SỐ THÀNH PHỐ, BÀI HỌC RÚT RA CHO THỦ ĐÔ VIỆT NAM**

#### **2.3.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch ở một số thành phố nước ngoài.**

##### **2.3.1.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch ở Hà Nội, Việt Nam**

###### *- Kinh nghiệm xúc tiến phát triển dịch vụ du lịch ở Hà Nội*

Để giữ đà tăng trưởng, trong thời gian tới, Sở Du lịch Hà Nội đã ban hành và triển khai kế hoạch xây dựng thí điểm mô hình du lịch cộng đồng với trải nghiệm thực tế tại các làng nghề, du lịch nông nghiệp, nông thôn và các điểm du lịch gắn với các giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số tại huyện Ba Vì. Mới đây nhất, nhiều nhà hàng trên địa bàn thành phố được thương hiệu ẩm thực nổi tiếng hàng đầu thế giới Michelin gắn sao, vinh danh. Đây là điều kiện thuận lợi để Hà Nội đẩy mạnh quảng bá thương hiệu, xây dựng những sản phẩm độc đáo, mới lạ về ẩm thực gắn với du lịch trong thời gian tới.

###### *- Kinh nghiệm phục hồi dịch vụ du lịch từ đại dịch Covid-19*

Từ tháng 4 năm 2020, chính phủ Việt Nam đã quyết định đóng cửa đất nước. Ngành du lịch Hà Nội thời kỳ COVID-19 đã mở ra những xu hướng mới, chính vì vậy, các tổ chức, doanh nghiệp du lịch đã chủ động, sáng tạo xây dựng những hướng đi mới, xây dựng nhiều sản phẩm du lịch mới, đặc trưng, phù hợp với tiềm năng, thế mạnh của Thủ đô. Trọng tâm là du lịch văn hóa, di sản, ẩm thực, lễ hội, làng nghề; du lịch nông nghiệp, sinh thái; du lịch học đường; du

lich chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe; du lịch gắn với sự kiện văn hóa, thể thao, thương mại...

Trong thời kỳ Covid-19, thị trường khách nội địa vẫn mở ra nhiều cơ hội, các doanh nghiệp lữ hành buộc phải năng động để nắm bắt. Tuy vậy, việc xây dựng các sản phẩm phù hợp với thị hiếu của khách, đảm bảo tính mới lạ, an toàn là điều cần hướng tới [115]. Các đơn vị đã tăng cường quảng bá, tuyên truyền để thu hút du khách hơn, đặc biệt là đối tượng học sinh, sinh viên, nhân dân Thủ đô và các tỉnh bạn. Ngoài ra, đơn vị đã xây dựng thêm phiên bản phục vụ khách quốc tế, sẵn sàng đón khách nước ngoài khi điều kiện cho phép. Ngành du lịch Hà Nội tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động kích cầu du lịch nội địa gắn với quá trình cơ cấu lại sản phẩm du lịch, thị trường du lịch, khai thác hiệu quả các giá trị vật thể và phi vật thể của Hà Nội, đẩy mạnh liên kết gắn kết chặt chẽ với chuỗi sản phẩm du lịch trong vùng, cả nước và quốc tế. Sở Du lịch đã tham mưu trình UBND thành phố việc phê duyệt hồ sơ thiết kế ý tưởng, hồ sơ thiết kế sản xuất hệ thống biển chỉ dẫn du lịch, bộ nhận diện thương hiệu logo du lịch làng nghề và quà tặng lưu niệm du lịch Hà Nội; ban hành Thí điểm Bộ tiêu chí đánh giá điểm du lịch, khu du lịch chất lượng cao [112]...

Về hoạt động tại các điểm đến tham quan du lịch, toàn bộ các điểm đến di tích, văn hóa - lịch sử, vui chơi giải trí trên địa bàn thành phố vẫn đóng cửa, tạm thời không đón khách từ tháng 5-2021 để thực hiện công tác phòng, chống dịch Covid-19. Từ ngày 14-10 tháng 5 năm 2021, các bảo tàng, công viên,... được mở cửa đón khách trở lại, tuy nhiên lượng khách đến vẫn còn khá ít, tập trung chủ yếu vào những ngày cuối tuần. Mặc dù còn gặp nhiều khó khăn, nhưng các đơn vị đã chủ động cơ cấu lại các sản phẩm du lịch mới tập trung thu hút khách du lịch nội địa như: Tour du lịch đêm “Giải mã Hoàng Thành Thăng Long” tại khu di tích Hoàng thành Thăng Long, sản phẩm du lịch trải nghiệm dân gian tại Bảo tàng Dân tộc học, sản phẩm tour du lịch trải nghiệm đêm “Đêm Thiêng liêng” tại di tích Nhà tù Hỏa Lò...

Hoạt động du lịch đã náo nhiệt trở lại, với hàng loạt sự kiện được tổ chức quy mô, hấp dẫn như chương trình Du lịch Hà Nội chào 2022, lễ hội Quà tặng du lịch Hà Nội năm 2022, lễ hội Âm thực và du lịch làng nghề Hà Nội, Liên

hoan làng nghề, phố nghề năm 2022; Festival Áo dài Hà Nội, khai trương du lịch Ba Vì, du lịch Gia Lâm... Trong dịp kỷ niệm 62 năm Ngày thành lập ngành du lịch Việt Nam (09/7/1960 - 09/7/2022), Sở Du lịch Hà Nội tổ chức Cuộc thi thiết kế sản phẩm quà tặng du lịch Hà Nội và Cuộc thi ảnh du lịch Hà Nội nhằm xây dựng dữ liệu phục vụ công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch Thủ đô.

Về xây dựng các sản phẩm, dịch vụ du lịch đáp ứng nhu cầu của khách du lịch quốc tế, Hà Nội tập trung triển khai kế hoạch nâng cấp chất lượng sản phẩm du lịch, điểm đến du lịch gắn với di sản - di tích, làng nghề tại các quận, huyện, thị xã; chú trọng nâng cấp, phát triển sản phẩm du lịch tại 4 tuyến chính từ trung tâm Hà Nội đến làng nghề gốm sứ Bát Tràng (Gia Lâm), Hương Sơn (Mỹ Đức), Thạch Thất - Quốc Oai và Sơn Tây - Ba Vì. Các doanh nghiệp đã triển khai nhiều các sản phẩm du lịch để thu hút du khách như tour di tích cách mạng Nhà tù Hỏa Lò về đêm với chủ đề "Đêm linh thiêng – sáng ngời tinh thần Việt", "Đêm thiêng liêng 2: Sống như những đóa hoa"; tour Hoàng Thành Thăng Long về đêm với tên gọi "Giải mã Hoàng Thành" và kết nối với Tràng An - Bái Đính - Ninh Bình; tour "Hà Nội 36 phố phường", "Thăng Long tứ trấn", tour xe buýt 2 tầng khám phá Hà Nội, tour đi bộ "Kiến trúc Pháp trong lòng Hà Nội", tour xe đạp khám phá nhiều cung đường mới trong nội thành và ngoại thành Hà Nội; khai thác trở lại tour đêm "Giải mã Hoàng thành Thăng Long", tour "Dấu chân làng cổ Bát Tràng"...

Đặc biệt, trong dịp diễn ra SEA Games 31, Hà Nội đã đón gần 700.000 lượt khách du lịch nội địa, 31.448 lượt khách du lịch quốc tế có lưu trú đến tham quan và tham gia các sự kiện của Ngày hội Thể thao Đông Nam Á. Có thể nói, việc Hà Nội tổ chức thành công SEA Games 31 cũng tạo cú hích lớn cho ngành du lịch Thủ đô. Về khách lưu trú, công suất sử dụng buồng phòng trung bình khối khách sạn 1 - 5 sao đạt hơn 30%, tăng 6,11% so với năm 2021. Tính riêng trong tháng 6/2022, công suất sử dụng buồng ước đạt 42,9%, giảm 2,3% so với tháng 5 nhưng tăng 17,2% so với cùng kỳ năm 2021.

Từ những hoạt động như trên, Hà Nội tiếp tục được các chuyên trang, tạp chí du lịch uy tín đánh giá cao về mức độ hấp dẫn du lịch. Chuyên trang du lịch Trip Advisor đã xếp thành phố Hà Nội đứng thứ 22 trong danh sách top 25 điểm đến cho người mê ẩm thực trong năm 2022. Trang tin chuyên về du lịch

của Đức Travelbook.de đánh giá Hà Nội là một trong những điểm đến ưa thích nhất Đông Nam Á. Trang công cụ phân tích xu hướng du lịch Google Destination Insights xếp hạng Hà Nội là một trong những thành phố được khách quốc tế tìm kiếm nhiều nhất. Hãng hàng không Iceland (Iceland air) xếp Hà Nội đứng thứ 9 trong bảng xếp hạng 10 thành phố hàng đầu thế giới để khám phá văn hóa, ẩm thực, chăm sóc sức khỏe... Đặc biệt, Hà Nội vinh dự được World Travel Awards (WTA) bình chọn là Điểm đến du lịch thành phố hàng đầu thế giới năm 2022 - World's Leading City Break Destination 2022 [117].

*- Kinh nghiệm tạo đột phá trong phát triển dịch vụ du lịch*

Hà Nội đã quy hoạch phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 và các đề án, dự án du lịch, với định hướng phát triển bền vững, có trọng tâm, trọng điểm. Trong đó, thành phố coi trọng phát triển du lịch văn hóa, lấy du lịch văn hóa làm cơ sở, nền tảng phát triển các loại hình du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí... với tinh thần “Tất cả vì du khách”, tạo chuyển biến đột phá trong phát triển du lịch, xây dựng Hà Nội trở thành điểm đến “An toàn – thân thiện - chất lượng - hấp dẫn”. Tổ chức điều tra thông qua khách du lịch phục vụ công tác thống kê, phân tích thị trường. Ngành du lịch Hà Nội tập trung tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng, nâng cấp trang website ra mắt Niên giám Khách sạn Hà Nội bằng 5 ngôn ngữ: Việt, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc.

*- Kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch khu du lịch phố cổ ở Hà Nội*

Khu vực phố cổ thuộc quận Hoàn Kiếm nằm ở trung tâm Hà Nội, là địa bàn có nhiều di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh nổi tiếng, từ lâu đã là lựa chọn của nhiều du khách khi tới thăm Thủ đô. Thống kê cho thấy trên địa bàn quận Hoàn Kiếm hiện có tới 188 di tích lịch sử - văn hóa, di tích lịch sử cách mạng; hơn 300 khách sạn từ 1 đến 5 sao, gần 200 công ty lữ hành nội địa và quốc tế, các nhà hàng, công ty cung cấp dịch vụ, vận chuyển khách du lịch và rất nhiều cơ sở mua sắm, cửa hàng lưu niệm... Rất nhiều trong số kể trên nằm trên địa bàn phố cổ, nơi vốn dĩ đã rất đặc biệt với những công trình kiến trúc có tuổi hàng trăm năm và những tập tục, nền nếp góp phần tạo nên tinh hoa Thăng Long - Hà Nội.

Để hình ảnh phố cổ Hà Nội đẹp hơn, hấp dẫn hơn trong lòng du khách, quận Hoàn Kiếm đã xây dựng và triển khai đề án "Một số nét văn hóa ứng xử của người dân khu phố cổ" với 5 tiêu chí: Thực hiện tốt nghĩa vụ công dân bằng cách có ý thức tuân thủ pháp luật, có trách nhiệm, nhiệt tình tham gia các hoạt động xã hội; giao tiếp, ứng xử có văn hóa thông qua việc giữ nền nếp, gia phong, kính trên nhường dưới, ông bà mẫu mực, con cháu thảo hiền; có ý thức giữ gìn trật tự, vệ sinh môi trường; trang phục phải gọn gàng, lịch sự; kinh doanh phải đúng pháp luật...

Thực tế đã chứng minh, nhiều khách du lịch quốc tế sau khi tham quan đình thờ tổ nghề ở 44 Hàng Bạc đã tìm đến 4 làng nghề làm bạc, kim hoàn ở ngoại thành Hà Nội, Bắc Ninh và Thái Bình để tìm hiểu sâu hơn về nguồn gốc nghề này. Tại di tích 87 Mã Mây, 38 Hàng Đường, 28 Hàng Buồm... khi cơ quan quản lý văn hóa và chính quyền tổ chức các hoạt động trưng bày gắn với làng nghề, phố nghề cũng thu hút đông khách tham quan hơn.

Trong con mắt của hầu hết du khách, phố cổ Hà Nội là di sản hiếm có, là một thực thể sống, còn sót lại qua thử thách của thời gian, thăng trầm lịch sử.

*- Kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch chợ đêm và phố đi bộ ở Hà Nội*

Thành phố Hà Nội thực hiện không gian đi bộ khu vực hồ Hoàn Kiếm và phụ cận nhằm tạo lập và duy trì không gian văn hóa cộng đồng, cải thiện, nâng cao chất lượng môi trường sống, phát huy giá trị di sản vật thể và phi vật thể, góp phần bảo tồn, tôn vinh và giới thiệu về lịch sử văn hóa và con người Hà Nội, thiết lập các hoạt động giao lưu văn hóa, du lịch, thương mại, dịch vụ, tinh hoa ẩm thực tại khu vực hồ Hoàn Kiếm, đáp ứng nhu cầu sinh hoạt văn hóa và vui chơi giải trí của người dân Thủ đô, du khách trong và ngoài nước.

Theo đó, phạm vi tổ chức không gian đi bộ trên các tuyến đường giao thông quanh hồ Hoàn Kiếm và vùng phụ cận là phố Đinh Tiên Hoàng, Hàng Khay, Lê Thái Tổ, Lê Lợi, Lê Thạch, phố Trần Nguyễn Hãn, phố Đinh Lễ, phố Nguyễn Xí, phố Tràng Tiền, phố Lò Sũ, phố Hàng Đào, phố Hồ Hoàn Kiếm, Lương Văn Can, phố Hang Bài, phố Bảo Khánh.

Đến với không gian đi bộ này, các du khách còn được tham gia các hoạt

động văn hóa thể thao biểu diễn hoạt động nghệ thuật dân gian truyền thống như: Ca trù, xẩm, chầu văn, hát chèo, nhạc cụ dân tộc, âm nhạc đương đại, triển lãm tranh ảnh, trưng bày các tác phẩm nghệ thuật, phổ sách, tổ chức các trò chơi dân gian và nhiều loại hình văn hóa nghệ thuật khác. Mọi hoạt động được diễn ra tại các di tích, trung tâm văn hóa như khu vực vườn hoa tượng đài vua Lý Thái Tổ, nhà bát giác vườn hoa Lý Thái Tổ, khu vực đền Ngọc Sơn, cầu Thê Húc, đền Bà Kiệu, vườn hoa Bà Kiệu, khu vực quảng trường Đông Kinh Nghĩa Thục, đình Nam Hương... xung quanh hồ Hoàn Kiếm tạo nên một không gian văn hóa đặc trưng của Thủ đô, hài hòa thân thiện giữa con người với thiên nhiên, thu hút rất đông du khách trong và ngoài nước.

### **Bài học từ kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch của thành phố Hà Nội, Việt Nam.**

*Thứ nhất*, Thành phố Hà Nội có lợi thế là Thủ đô- trung tâm chính trị, văn hóa, kinh tế của cả nước, là đầu mối giao lưu trong nước và quốc tế, trước hết là các nước trong khu vực, chỉ mấy giờ bay là kết nối được. Hà Nội là thủ đô của đất nước đang phát triển năng động, một nền kinh tế tăng trưởng nhanh trong khu vực. Hà nội, đặc biệt quan tâm phát triển các trường thương mại, du lịch để đào tạo nguồn nhân lực cho phát triển dịch vụ du lịch.

*Thứ hai*, Tận dụng lợi thế có nhiều di tích lịch sử văn hóa truyền thống và biết khai thác nó để phát triển du lịch, qua đó đòi hỏi dịch vụ du lịch phát triển để đáp ứng.

*Thứ ba*, Nhiều dịch vụ phát triển du lịch của thành phố Hà Nội giúp cho việc phát triển du lịch ở Hà Nội tốt hơn.

*Thứ tư*, Nhiều yếu tố “độc và lạ” như phố cổ, hay di tích thời Pháp để lại thì không đâu có... Văn hóa ẩm thực cũng là một lợi thế

*Thứ năm*, Yếu tố thành phố vì hòa bình, nơi an ninh an toàn và chi phí du lịch rẻ. Con người thân thiện mến khách.

#### **2.3.1.2. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch ở Băng Cốc, Thái Lan**

##### *- Thailand CONNEX*

ThailandCONNEX bao gồm ba phần chính, bao gồm Nền tảng Du lịch số quốc gia, dịch vụ Mã Du lịch số quốc gia và Ngân hàng dữ liệu du lịch số



quốc gia. Trong đó, Nền tảng Du lịch số quốc gia giúp các doanh nghiệp du lịch trưng bày các sản phẩm và dịch vụ của mình, truy cập hiệu quả các sản phẩm và dịch vụ của các doanh nghiệp khác ở cả trong nước và quốc tế. Còn dịch vụ Mã Du lịch số quốc gia cho phép các doanh nghiệp du lịch sử dụng Hệ thống Liên lạc thông minh và Mã tiện ích, được tích hợp công nghệ Blockchain, để mua bán và kết nối với các doanh nghiệp khác. Cuối cùng, Ngân hàng Dữ liệu du lịch số là một trung tâm tập hợp và lưu trữ thông tin về các doanh nghiệp, sản phẩm và dịch vụ du lịch của Thái Lan, các điểm du lịch, cộng đồng dân cư, nơi lưu trú, nhà hàng và quan trọng nhất là phân tích về hành vi người dùng dưới dạng dữ liệu lớn.

Thailand CONNEX được thiết kế để lưu trữ lượng dữ liệu lớn và sử dụng trí tuệ nhân tạo để phân tích xu hướng, sở thích và nhu cầu của du khách. Từ đó, giúp các doanh nghiệp du lịch thiết kế và cải thiện các sản phẩm và dịch vụ của mình. Đồng thời, các cơ quan nhà nước cũng có thể tận dụng dữ liệu này để đưa ra các chính sách hiệu quả và triển khai các kế hoạch quảng bá, giúp nâng cao chất lượng ngành du lịch.

- *Thu hút du khách từ “nhà bếp”*

Ẩm thực chính là quyền lực mềm trong phát triển du lịch Thái Lan nói chung và du lịch thành phố Băng Cốc nói riêng thời kỳ hậu đại dịch. Chính sách “Thực phẩm Thái, thực phẩm toàn cầu” giúp Thái Lan trở thành nhà xuất khẩu thực phẩm lớn thứ 15 thế giới, với doanh thu hơn 40 tỉ USD/năm...

Nhà chức trách Thái Lan đã và đang phối hợp với các đối tác như các hãng hàng không, đại lý du lịch, các công viên chủ đề, nhà hàng, khách sạn để tiếp thị, xúc tiến, quảng bá du lịch. Theo đó, tập trung quảng bá các lĩnh vực 5F: Food (Ẩm thực), Festival (Lễ hội), Fashion (Thời trang), Film (Phim) và Fight (Võ thuật).

Hiện Thái Lan miễn visa cho 64 quốc gia và vùng lãnh thổ - con số này không nhiều so với Indonesia (169), Malaysia (162), Singapore (162), Philippines (157). Dù vậy, lượng khách quốc tế đến Thái Lan và chi tiêu vẫn luôn ở top đầu thế giới. Điều đó chứng tỏ năng lực “móc hầu bao” khách du lịch của người Thái Lan là rất đáng nể. Trong số đó, phần lớn chi tiêu là dành

cho việc ăn uống tại các nhà hàng. Có tới 35 nhà hàng tại đất nước chùa vàng được trao sao Michelin vào năm 2023.

Có thể nói, đổi mới, sáng tạo ngành thực phẩm chính là thông điệp chi phối ở Hội chợ chuyên ngành thực phẩm và đồ uống hàng đầu châu Á, cũng chính là vũ khí chiến lược chính phục khách du lịch đến Thái Lan. Tổng diện tích sàn trưng bày lên tới 130.000 m<sup>2</sup>, với nhiều hoạt động đặc biệt, bao gồm cuộc thi Thử thách đầu bếp đỉnh cao, hội thảo chia sẻ kiến thức và tư vấn xuất khẩu, tọa đàm với các tùy viên thương mại.

Du khách đến Băng Cốc cũng có thể tham gia các lớp học nấu ăn kiểu Thái. Trải nghiệm thêm về văn hóa ẩm thực với chuyến tham quan chợ thực phẩm gần đó để hiểu các nguyên liệu địa phương trước khi học cách nấu chúng tại Trường dạy nấu ăn Sompong Thai ở Bangkok. Jimmy's Kitchen ở Samut Prakan, tỉnh chỉ cách Bangkok 19km về phía bắc ở cửa sông Chao Phraya, luôn có những lớp học chạm khắc trái cây và rau củ cùng với lớp học nấu ăn.

Chính sách “Quyền lực mềm ẩm thực Thái” với mục tiêu khiến người dân toàn cầu biết và ưa chuộng ẩm thực Thái Lan, thúc đẩy nhu cầu đối với sản phẩm và dịch vụ ở quốc gia này. Phó thủ tướng Thái Lan, ông Jurin Laksanawisit, nhấn mạnh: “Ẩm thực Thái là ẩm thực toàn cầu”. Từ lâu, nước này vẫn thúc đẩy thông điệp Thái Lan là “Nhà bếp của thế giới” (Kitchen of the World).

Một cách hấp dẫn nhất để hấp thụ văn hóa Thái Lan là ăn những món ăn tuyệt vời trong khi tham quan. Tại Bangkok, chuyến du thuyền trên sông buổi tối kéo dài 2 giờ với Alangka Cruise sẽ phục vụ tiệc tự chọn quốc tế (bao gồm cả hải sản) trong bữa tối 3 món dưới ánh nến, kèm theo màn trình diễn múa cổ điển truyền thống của Thái Lan trong khi ngắm cảnh tuyệt vời của những ngôi đền nổi tiếng của Bangkok và Grand Palace vào ban đêm trên dòng sông.

Hay như Jay Fai, một quán ăn nhỏ nằm ở đường Mahachai, Samran Rat, Bangkok chỉ có chừng 7 bàn ăn nhưng rất dễ để nhận ra bởi luôn có hàng dài người đứng xếp hàng chờ được phục vụ. Dù 2h chiều quán mới bắt đầu mở cửa, nhưng những người muốn trở thành vị khách đầu tiên đã xếp hàng từ 7h30 sáng - phần đông là khách du lịch, theo Insider. Khách du lịch từ khắp nơi trên thế giới chờ mong được thưởng thức món ăn đặc trưng đã làm nên tên tuổi cho

JayFai như trứng trắng cua, súp tôm chua cay (tom yum), mì xào cay (padkee mao) [121]...

*- Thái Lan phát triển phát triển Băng Cốc thành "thành phố đổi mới" và tái kết nối thế giới*

Thái Lan đang tiến về phía trước với việc xây dựng trung tâm đổi mới thông minh đầu tiên của nước này do Cơ quan Đổi mới quốc gia (National Intelligence Agency (NIA)) khởi động và dẫn dắt. Chiến lược này được thực hiện trên cơ sở nghiên cứu và phân tích tiềm năng không gian của Bangkok và các thành phố quan trọng khác cho những mục tiêu cụ thể.

Theo NIA, sau khi Thái Lan mở cửa trở lại sau đại dịch COVID-19, Bangkok hướng tới trở thành một trung tâm đổi mới, trung tâm du lịch hàng không trong khu vực và tạo ra các khu đổi mới với mục tiêu thu hút các doanh nhân và thúc đẩy các quan hệ đối tác chiến lược từ khắp nơi trên thế giới.

Thái Lan cũng duy trì vị trí trong top 50 của Chỉ số Hệ sinh thái Khởi nghiệp toàn cầu (Global Start up Eco system Index) năm 2021, với 4 thành phố của nước này được xếp hạng trong số 1.000 thành phố đầu tiên có cơ sở hạ tầng và các nguồn lực tốt nhất để thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp.

Theo NIA, Nhiều thành phố trên khắp thế giới đã áp dụng các chính sách nhằm cải thiện chất lượng cuộc sống và nền kinh tế, cũng như làm cho cộng đồng của họ đáng sống hơn. Để đưa Bangkok trở thành thành phố bền vững, đổi mới sẽ được đề thúc đẩy giải quyết vấn đề và xử lý khó khăn một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Bangkok cũng đang là một thành phố không ngừng được mở rộng. Quá trình đô thị hóa luôn đòi hỏi các chính sách khuyến khích hoặc mang đến không gian cho đổi mới. Những thách thức như vậy là rất quan trọng trong việc hỗ trợ lối sống và sự thịnh vượng kinh tế của một thủ đô và đất nước.

Để xây dựng một thương hiệu liên quan đến đổi mới cho Bangkok, thì thành phố này phải tạo ra ấn tượng không chỉ là một thành phố đón chào khách du lịch mà điều cần được thúc đẩy mạnh mẽ là phát triển một không gian hợp tác đổi mới quốc tế thực sự cho cộng đồng các startup số, các tập đoàn, doanh nhân, những người thay đổi thế giới và những nhà đổi mới. Đó là một mạng

lưới thế giới để đẩy nhanh sự đổi mới thông qua việc thúc đẩy đồng sáng tạo, các quy định thân thiện và hoan nghênh các kế hoạch phát triển đô thị thu hút các doanh nhân kinh doanh sáng tạo.

Mạng lưới cũng sẽ cho phép kết nối với các thành phố khác để giảm bớt sự tập trung của tăng trưởng và cho phép các cách thức mới để sử dụng các nguồn lực sẵn có ở từng nơi. Khi các thành phố này được xem xét, các thành phố sẽ có một hình ảnh riêng biệt, chẳng hạn như trở thành thành phố xanh, thành phố công nghệ sạch, hoặc trung tâm bán lẻ, sẽ trở thành một thương hiệu thành phố.

"Nhiều thành phố được thiết kế trở thành thành phố thông minh hoặc thành phố đổi mới như Barcelona, London, Thâm Quyển, New York và các thành phố châu Á và châu Âu khác, phải có các đặc điểm quan trọng là phù hợp với sự đổi mới. Tất cả các thành phố đều phải có năng lực quản lý cơ sở hạ tầng của thành phố và có các quy định khuyến khích sự phát triển của các ý tưởng mới. Các thành phố cũng phải có hình ảnh của một chính quyền thành phố thúc đẩy tăng trưởng thông qua đổi mới", TS. Pun-Arj cho biết.

Thái Lan có tiềm năng trở thành thành phố đổi mới trong ba lĩnh vực: đổi mới tài chính, trung tâm hàng không và hình thành các khu đổi mới thu hút đầu tư quốc tế.

*- Bangkok: một "trung tâm hàng không" của khu vực khi thế giới được kết nối lại*

Thế mạnh của Bangkok là trung tâm vận tải hàng không của thế giới. Do trong ASEAN, chỉ Singapore và Bangkok cạnh tranh vị trí này, theo đó, du khách đến khu vực này có thể dễ dàng đi đến nhiều điểm đến cả trong nước và quốc tế.

Du lịch dự kiến sẽ trở lại bình thường sau khi đại dịch COVID-19 qua đi. Điều quan trọng nhất đối với Bangkok là các giải pháp cho du khách và sự thuận tiện cho các doanh nhân. Điều này sẽ mời gọi những người sáng tạo từ khắp nơi trên thế giới tham gia và cộng tác với các lĩnh vực khác bằng cách chứng minh rằng Bangkok là một thành phố cởi mở cho các công dân toàn cầu.

*- Mở rộng "các khu vực đổi mới"*

Một trong những điều quan trọng nhất mà du khách đến Bangkok tìm kiếm là sự độc đáo của từng khu vực và những lợi ích có thể nhận được. Bangkok có một số tiềm năng cho đổi mới. Một khu vực cụ thể của thành phố có thể được chỉ định trở thành khu y tế, khu phát triển số, khu du lịch hoặc khu logistics....

Đây có thể là vườn ươm cho các doanh nhân và chất xúc tác để tạo ra giá trị kinh tế. Nhiều bên liên quan sẽ được hưởng lợi từ cam kết thành lập các quận đổi mới, và nó sẽ là nhân tố thúc đẩy tăng trưởng kinh tế hiện nay và trong tương lai.

### **Bài học rút ra từ kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch của thủ đô Băng Cốc, Thái Lan.**

*Thứ nhất*, Giống như Thành phố Hà Nội, thành phố Băng cốc cũng có lợi thế là Thủ đô- trung tâm chính trị, văn hóa, kinh tế của cả nước Thái Lan, là đầu mối giao lưu trong nước và quốc tế, trước hết là các nước trong khu vực. Băng Cốc là thủ đô của đất nước đang phát triển năng động, một nền kinh tế tăng trưởng nhanh trong khu vực.

*Thứ hai*, Băng Cốc xác định du lịch phát triển là yếu tố sống còn, nên đã tìm cách thích ứng đảm bảo cho du khách có nhu cầu ngay cả khi đại dịch covid- 19 hoành hành.

*Thứ ba*, các dịch vụ du lịch giá rẻ, món ăn (ẩm thực) độc đáo, đa dạng. Dịch vụ đa dạng, chấp nhận đánh vào tâm lý người du lịch (Ví dụ chụp ảnh, lấy thì trả tiền còn không lấy thì không cự nự, nhưng nhìn chung đây là một nguồn thu từ dịch vụ chụp ảnh cho khách rất hiệu quả)

*Thứ tư*, Độc và lạ khi chấp nhận cả những dịch vụ nhạy cảm mà các nước khác không dám làm hay không thể làm.

*Thứ năm*, Là thành phố phát triển nhanh, năng động, trung tâm tài chính, thương mại khu vực và thế giới.

### **2.3.2. Bài học về phát triển dịch vụ du lịch rút ra cho thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.**

Từ kinh nghiệm của thủ đô Hà Nội, Việt Nam và thủ đô Băng Cốc, Thái Lan có thể rút ra bài học cho thủ đô Viêng Chăn, đó là:

*Thứ nhất*, giống như thành phố Hà Nội và thành phố Băng cốc. Thủ đô Viêng

Chăn cũng có lợi thế là Thủ đô- trung tâm chính trị, văn hóa, kinh tế của cả nước Lào, là đầu mối giao lưu trong nước và quốc tế. Thành phố Viêng Chăn cũng là thủ đô của đất nước đang phát triển năng động, một nền kinh tế tăng trưởng với tốc độ khá cao. Phải tận dụng các lợi thế đó để phát triển dịch vụ du lịch một cách phong phú, đa dạng và hợp dẫn.

*Thứ hai*, quan tâm phát triển, đào tạo nguồn nhân lực cho phát triển dịch vụ du lịch. Đối với du khách, lao động trong ngành du lịch là cầu nối giữa họ với cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, tập quán, ẩm thực địa phương, và trong nhiều trường hợp, cảm tình của du khách đối với một điểm du lịch, một địa phương chịu sự chi phối mang tính quyết định của đội ngũ lao động trong ngành du lịch.

*Thứ ba*, tận dụng lợi thế có nhiều di tích lịch sử văn hóa truyền thống của thủ đô Viêng Chăn, khai thác nó để phát triển du lịch, qua đó đòi hỏi dịch vụ du lịch phát triển để đáp ứng. Từ chỗ có nhiều dịch vụ phát triển du lịch của thành phố Viêng Chăn sẽ giúp phát triển du lịch tốt hơn.

*Thứ tư*, tận dụng lợi thế có nhiều yếu tố “độc và lạ” thu hút du khách như các chùa cổ, Tháp cổ, các lễ hội về chùa, tháp; phong tục người phụ nữ mặc váy, điệu múa Lăm Vông... mà ngoài nước Lào ra thì không đâu có. Ngoài ra, văn hóa ẩm thực cũng là một lợi thế của thủ đô Viêng Chăn tận dụng trong việc thu hút khách du lịch.

*Thứ năm*, yếu tố thành phố vì hòa bình, nơi an ninh an toàn và chi phí du lịch rẻ, con người thân thiện mến khách. Một kỳ nghỉ thú vị, an toàn, tạo sự thoải mái đối với du khách vừa là nội dung cấp bách trước mắt, vừa là điều kiện đảm bảo để tăng lượng khách trong tương lai. Giữ gìn, bảo vệ môi trường, tôn tạo các khu di tích, các danh lam thắng cảnh, bảo tồn và phát huy các giá trị vật chất, tinh thần của địa phương cũng là những kinh nghiệm quý trong phát triển dịch vụ du lịch ở địa phương.

*Thứ sáu*, cần có chiến lược dựa trên tầm nhìn dài hạn và quy hoạch phát triển cụ thể về du lịch và dịch vụ du lịch một cách tổng thể và chi tiết. Xây dựng các chính sách phù hợp để thúc đẩy dịch vụ du lịch phát triển. Chiến lược phát triển dịch vụ du lịch cần có tầm nhìn dài hạn, trên cơ sở đó, ngành du lịch và các ngành liên quan sẽ xây dựng kế hoạch hành động cụ thể. Nếu thiếu chiến lược dài

hạn, các quy hoạch sẽ chông chéo, vụn vặt, phá vỡ quy hoạch tổng thể và để lại hậu quả khó khắc phục trong tương lai dài. Quy hoạch phát triển cụ thể, chi tiết cũng rất quan trọng, nó vừa khẳng định cam kết của chính quyền địa phương, vừa cho thấy những biện pháp phát triển trong tương lai. Trên cơ sở đó, các nhà đầu tư sẽ tìm kiếm cơ hội dựa trên hệ thống thông tin minh bạch, quy hoạch rõ ràng.

*Thứ bảy*, vai trò của chính quyền địa phương, của sở chuyên ngành đặc biệt quan trọng trong việc tạo lập những tiền đề cần thiết cho phát triển du lịch và dịch vụ du lịch. Chính quyền địa phương cần có những biện pháp đồng bộ để xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng hoàn chỉnh. Hệ thống kết cấu hạ tầng phục vụ cho phát triển dịch vụ du lịch cần phải được thực hiện trước một bước. Tăng cường quản lý nhà nước đối với phát triển dịch vụ du lịch không những đảm bảo sự bền vững cho ngành du lịch của mỗi địa phương, mỗi quốc gia mà còn là điều kiện cần thiết để thúc đẩy phát triển các loại hình du lịch, các dịch vụ du lịch cũng như đảm bảo môi trường cho hoạt động du lịch.

### Chương 3

## THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH Ở THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN, NƯỚC CỘNG HÒA DÂN CHỦ NHÂN DÂN LÀO GIAI ĐOẠN 2016 -2023

### 3.1. TIỀM NĂNG DU LỊCH Ở THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN, NƯỚC CHDCND LÀO.

#### 3.1.1. Đặc điểm về vị trí địa lý thủ đô Viêng Chăn.

Viêng Chăn trở thành Thủ đô nước Lào từ năm 1560. Trước năm 1989, thành phố Viêng Chăn và tỉnh Viêng Chăn là một đơn vị hành chính. Sau khi tách ra, Lào vừa có tỉnh Viêng Chăn vừa có thành phố trực thuộc trung ương là thủ đô Viêng Chăn. Thủ đô Viêng Chăn có biên giới khoảng 170 km ở phía Nam với Thái Lan là sông Mê Kông, phía Đông gần sông Mê Kông giáp với huyện Tha Pha Bat của tỉnh Bo Li Khăm Xay, phía Bắc giáp với tỉnh Viêng Chăn... thủ đô Viêng Chăn có diện tích tự nhiên 3.920 km<sup>2</sup> (1,7% diện tích cả nước) là trái tim của cả nước, đầu não chính trị - hành chính quốc gia, trung tâm văn hóa; khoa học, giáo dục, đào tạo, y tế lớn của cả nước và có uy tín trong khu vực; trung tâm kinh tế, tài chính lớn; trung tâm giao dịch quốc tế chính; nơi đặt trụ sở, cơ quan Trung ương của Đảng, Nhà nước, các đoàn thể; cơ quan đại diện ngoại giao, tổ chức quốc tế và là nơi diễn ra các hoạt động đối nội, đối ngoại quan trọng nhất của đất nước.

Thủ đô Viêng Chăn nằm ở khu vực chiến lược, là trung tâm tập trung dân số, văn hóa - xã hội có thế mạnh và đặc điểm là đặc trưng trong việc phát triển và khuyến khích du lịch, không chỉ là du lịch sinh thái, lịch sử và văn hóa gắn liền với việc phát triển của xã hội thủ đô. Đặc biệt hiện nay Thủ đô Viêng Chăn đã trở thành trái tim của toàn dân Lào, đồng thời cũng là trung tâm hành chính, quốc phòng - an ninh, là trung tâm văn hóa - xã hội và khoa học, giáo dục...

Phía ngoại ô Viêng Chăn có các khu du lịch lớn như rừng bảo tồn quốc gia Phu Khâu Khoai, điểm du lịch Đen Xa Vẳn, cán bộ và nhân viên phục vụ được huấn luyện từ nước ngoài về. Tại đây gồm có Casino nhiều thác nước tự



nhiên ở trên quả đồi, bành trướng lên đến thủy điện Nặm Ngừm, có rất nhiều trò chơi khác nhau: chèo thuyền, đánh cá, đi ca nô ngắm phong cảnh thiên nhiên và làng xóm của người dân.

Du lịch sinh thái là một hình thức du lịch diễn ra trong khu vực tự nhiên đặc biệt của thành phố kết hợp tìm hiểu bản sắc văn hóa - xã hội của địa phương có sự quan tâm đến vấn đề môi trường. Đây là hình thức du lịch truyền thống ở Viêng Chăn. Viêng Chăn có được sự đa dạng và phong phú của yếu tố tự nhiên, danh lam thắng cảnh trải đều trong khắp thành phố thường xuyên thu hút đông đảo du khách

### **3.1.2. Đặc điểm về văn hóa, con người thủ đô Viêng Chăn.**

Thủ đô Viêng Chăn không những có rất nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng còn có các lễ hội đặc sắc mang nét văn hóa Lào. Tôn giáo nghệ thuật gắn liền với nhau rất chặt chẽ, thường thì các lễ hội được tổ chức ở chùa. Trong một bản (làng - xóm) có thể có một hoặc hai ngôi chùa (bản nhỏ có một chùa bản lớn có hai chùa). Chùa chiền và thờ Phật là nét đặc trưng của thủ đô Viêng Chăn. Nếp sống văn hóa của người dân thủ đô thể hiện dấu ấn văn hóa Phật giáo sâu sắc, từ kiến trúc, nghệ thuật cho đến hội họa, điêu khắc ngôn ngữ, văn tự cho đến văn học, thi ca, từ trang phục, ẩm thực cho đến tín ngưỡng, lễ hội.

Phật giáo là tôn giáo phổ biến nhất trong các nhóm Lào-Tai, trong khi các tộc người khác tin vào vạn vật hữu linh. Đến với Viêng Chăn, là đến với thành phố của những ngôi chùa. Có khoảng 1.600 ngôi chùa trải rộng trên đất nước này, riêng Viêng Chăn đã sở hữu vài trăm ngôi chùa. Thủ đô có rất nhiều di tích lịch sử với những ngôi chùa, tháp, trong đó có chùa Thạt Luồng, chùa Xi Mương, chùa sĩ sa kệt, chùa ông tự, chùa pha kẹo, Khải hoàn môn, Vườn Tượng Phật... Đây là những ngôi chùa và tháp nổi tiếng của Thủ đô đã gắn liền với đời sống văn hóa tâm linh của người dân hàng trăm năm nay. Mỗi ngôi chùa mang một vẻ đẹp, một nét bình yên riêng. Chùa vừa là nơi diễn ra các nghi lễ, lễ hội của Phật giáo, vừa là nơi họp công việc chung của cả bản.

Ngoài ra, người dân Thủ đô còn duy trì phong tục mỗi tháng trong năm diễn ra một lễ hội truyền thống, có nghĩa là sẽ có ít nhất 12 lễ hội diễn ra trong một năm. Lễ hội ở Lào hay còn gọi là Bun, nghĩa đúng của Bun là phước. Làm

Bun nghĩa là làm phước để được phước. Cũng như các nước trong khu vực Đông Nam Á, lễ hội tại đất nước Lào cũng chia làm 2 phần, phần lễ và phần hội. Lào là xứ sở của lễ, tức là tháng nào trong năm cũng phải có. Mỗi năm có 4 lần tết: Tết Dương Lịch, Tết Nguyên Đán (như ở một số nước Á Đông), Tết Lào (Bun Pi May vào tháng 4) và Tết H'mong (tháng chạp). Ngoài ra còn có các lễ hội: Bun Pra Vet (Phật hóa thân) vào tháng 1, Bun Vi Sa kha Bu sha (Phật Đản) vào tháng 4, Bun Băng Fai (pháo thăng thiên) vào tháng 5, Bun Khao Phun sa (mùa chay) vào tháng 7, Bun Khao Pa dap din (tưởng nhớ người đã mất) vào tháng 9, Bun Soang Hura (đua thuyền) vào tháng 10, Bun Ork Phun sa (mãn chay) vào tháng 11, tất cả các lễ hội thường được tổ chức thực hiện tại chùa [123]. Trong đó, mỗi lễ hội có các trò chơi dân gian, trò chơi ném còn, đu quay...

Do ảnh hưởng của nền văn hóa truyền thống, lễ giáo phong kiến lâu đời, người dân Thủ đô có phong cách sống rất nề nếp, hiền hậu. Nét đặc trưng đó là cách sống khuôn phép, lễ nghĩa, kính trên nhường dưới; phong thái quý phái, ăn nói nhẹ nhàng. Họ phát triển nền tảng gia đình hạnh phúc với việc coi trọng nét ăn, nét ở của mỗi thành viên. Về ăn mặc, người dân Thủ đô vẫn giữ nét đặc trưng của người Lào thể hiện rõ trong các ngày lễ, tết bằng bộ trang phục truyền thống, nữ mặc Sin máy, Sin phải, Biêng phe (váy lụa, váy vải, quàng khăn), còn nam giới mặc quần truyền thống, quàng khăn giống nữ giới.

Cũng như người Lào nói chung, tính cách nổi bật của người dân Thủ đô là không thích xung đột, luôn luôn ôn hòa, khiêm tốn... Những tính cách đó bắt nguồn từ ảnh hưởng sâu sắc quan niệm “Trung đạo” của Phật giáo. Với những tính cách như vậy, người dân Thủ đô thích những công việc có tính ổn định cao như làm nông nghiệp, đi lính. Họ không quen với những công việc mang tính chất mạo hiểm như làm dịch vụ thương mại, thu gom phế liệu, chưa quen làm công nhân trong các nhà máy xí nghiệp có tính kỷ luật giờ giấc.

Các di sản văn hóa quý báu của thủ đô Viêng Chăn được bảo tồn và phát huy trong sự đa dạng về hình thức, thể hiện phong phú về nội dung, phù hợp với nhu cầu của nhân dân các bộ tộc, các quận trong thành phố. Bảo vệ và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc gắn liền với sự tiến bộ và nhân văn, chọn lọc và tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại, Thủ đô Viêng Chăn đã quan tâm đến việc

hạn chế và chống lại văn hóa ngoại lai không lành mạnh, làm hại văn hóa truyền thống tốt đẹp của đất nước.

Ẩm thực ở thủ đô Viêng Chăn có nét đặc trưng riêng, nhiều món ngon của Lào rất được du khách ưa chuộng như xôi nếp, Lạp, cơm lam, nộm chay... Xôi nếp Lào là món ăn truyền thống của mọi gia đình Lào. Xôi được nấu từ giống nếp Lào trong chõ đan bằng tre, hạt dài, thon, vừa đủ khô nhưng vẫn dẻo và rất thơm ngon.

### **3.1.3. Hệ thống kết cấu vật chất - kỹ thuật cho phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn.**

Thủ đô Viêng Chăn là thành phố trực thuộc Trung ương duy nhất của Lào, có diện tích tự nhiên 3.920 km<sup>2</sup> (1,7% diện tích cả nước), có dân cư 969.991 người trong đó nữ 498.763 người, có 180.439 hộ gia đình và có 186.930 mái nhà, có 481 bản. Thủ đô Viêng Chăn là trái tim của cả nước, đầu não chính trị - hành chính quốc gia, trung tâm kinh tế, văn hóa; xã hội, khoa học, giáo dục, y tế của cả nước là trung tâm giao dịch quốc tế chính; nơi đặt trụ sở, cơ quan trung ương của Đảng, Nhà nước, các đoàn thể; cơ quan đại diện ngoại giao, tổ chức quốc tế và là nơi diễn ra các hoạt động đối nội, đối ngoại quan trọng nhất của đất nước. Cho nên thủ đô Viêng Chăn có điều kiện rất thuận lợi về tự nhiên, kinh tế, văn hóa, xã hội cho phát triển DVDL (Xem Phụ lục 1). Hệ thống kết cấu vật chất kỹ thuật để phát triển DVDL ở thủ đô Viêng Chăn bao gồm:

*Hệ thống các cơ sở lưu trú:* Hệ thống cơ sở lưu trú của Thủ đô Viêng Chăn phong phú, đa dạng gồm: hệ thống khách sạn, khu Resort, nhà nghỉ, biệt thự du lịch,... đáp ứng khá đủ các loại nhu cầu với các mức giá và yêu cầu phục vụ khác nhau. Từ năm 2015 đến nay hệ thống cơ sở lưu trú tăng nhanh về cả số lượng và chất lượng. Năm 2017, chỉ có 459 cơ sở lưu trú thì số cơ sở đã tăng lên 680 năm 2022, tỷ lệ tăng bình quân của các cơ sở lưu trú là 18,2%/1năm. Số phòng và tổng số giường của các cơ sở lưu trú cũng tăng rất nhanh đáp ứng sự gia tăng nhanh chóng của lượng khách du lịch đến Thủ đô Viêng Chăn. Năm 2017, tổng số phòng là 13.030 và tổng số giường là 13.659, đến năm 2022 với 16.208 phòng và 18.869 giường; trong đó, số khách sạn từ 1 - 5 sao là 90 cơ sở với 4.528 phòng và 8.865 giường. [65].

*Hệ thống các cơ sở phục vụ ăn uống:* Cùng với sự phát triển nhanh chóng của các cơ sở lưu trú, các cơ sở phục vụ ăn uống cũng phát triển phong phú, đa dạng với nhiều loại hình như: nhà hàng, quán bar, cà phê,... Hiện nay, hệ thống nhà hàng tập trung chủ yếu các khu đô thị, nhất là ở hai huyện trung tâm đó là huyện Chanhthabuly và huyện sisacktanark, các cơ sở lưu trú lớn (khách sạn 3 sao trở lên) và hệ thống các nhà hàng bên ngoài khách sạn hoạt động độc lập. Các nhà hàng chuyên phục vụ các món ăn Á, Âu, món ăn của các vùng miền CHDCND Lào, đặc biệt là các món ăn đậm đà hương vị Thủ đô Viêng Chăn. Bên cạnh đó là hàng loạt các quán ăn nhỏ chủ yếu phục vụ các món ăn bình dân của CHDCND Lào và các món dân dã của Thủ đô Viêng Chăn.

*Hệ thống các doanh nghiệp lữ hành:* Năm 2022, trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn có sự hiện diện của 330 đơn vị, chi nhánh lữ hành (với 4 đơn vị kinh doanh lữ hành quốc tế) chuyên tổ chức và phục vụ du khách đi tham quan du lịch tại Thủ đô Viêng Chăn; đi tham quan trong nước và quốc tế. Ngoài hệ thống cơ sở vật chất chuyên ngành nhằm thực hiện chức năng tổ chức, khảo sát các tuyến điểm du lịch, xây dựng, quảng bá các tour... một số đơn vị lữ hành trên địa bàn còn sở hữu thêm các khách sạn, nhà hàng, và các phương tiện vận tải để tự tổ chức một số dịch vụ như dịch vụ lưu trú, ăn uống, vận chuyển du lịch. vv...

*Hệ thống các phương tiện vận chuyển:* Khách du lịch đến Thủ đô Viêng Chăn và di chuyển giữa các điểm du lịch với nhiều chủng loại phương tiện vận chuyển khác nhau. Bằng đường hàng không là các chuyến bay của hãng hàng không Lao Airlines và Skyway đáp tại sân bay quốc tế Wattay. Đường bộ là các phương tiện vận chuyển như: ô tô du lịch, taxi và các phương tiện thô sơ như xích lô, xe đạp du lịch, xe máy 3 bánh với trang thiết bị ngày một được nâng cấp. Đường sắt có tuyến tàu Lan Xang và tuyến Khen Lào chạy tại đường sắt Lào-Trung Quốc, bước đầu ga thủ đô Viêng Chăn đã đón hàng ngàn lượt khách du lịch cả nội địa và nước ngoài.

*Các cơ sở mua sắm và bán hàng lưu niệm:* Thủ đô Viêng Chăn hiện có khá nhiều cơ sở mua sắm vừa phục vụ dân sinh, vừa phục vụ nhu cầu của khách du lịch, đó là ở các siêu thị và các chợ, các shop, các cửa hàng lưu niệm và các doanh nghiệp thủ công mỹ nghệ... Những sản phẩm thủ công mỹ nghệ và đồ

lưu niệm được bày bán khắp nơi tại các khách sạn, các điểm tham quan và ở rải rác trên các đường phố. Như vậy, hệ thống kết cấu hạ tầng vật chất - kỹ thuật phục vụ du lịch tuy phong phú nhưng tính hiện đại chưa cao, phát triển thiếu đồng bộ, chưa đáp ứng được nhu cầu của sự phát triển du lịch.

### **3.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH Ở THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN, NƯỚC CHDCND LÀO, GIAI ĐOẠN NĂM 2016-2023.**

#### **3.2.1. Đa dạng hóa các dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn.**

##### **3.2.1.1. Dịch vụ lữ hành du lịch ở thủ đô Viêng Chăn**

Lữ hành có vai trò cũng như mục đích thực hiện thực hiện những chuyến đi, hành trình cho khách du lịch trong nước và nước ngoài từ nơi này qua nơi khác bằng thực hiện nhiều phương tiện khác nhau. Ngoài cách hiểu trên, lữ hành cũng có thể hiểu theo một cách khác, lữ hành là: lữ hành có nghĩa là thực hiện những chuyến đi chơi xa và chuyến đi chơi có thể không nhất thiết ấn định thời gian quay trở về, đồng thời cũng không quay trở lại điểm xuất phát. Một cách hiểu khác về lữ hành là hoạt động kinh doanh của ngành du lịch dựa vào các tính chất trọn gói như đã bao gồm: khách sạn, ăn uống, di chuyển, các dịch vụ vui chơi giải trí...

Sự gia tăng nhanh chóng lượng khách du lịch trong nước và quốc tế cùng với môi trường kinh doanh du lịch ngày càng thuận lợi đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành ngày càng lớn mạnh. Doanh nghiệp lữ hành tăng nhanh số lượng, chất lượng đáp ứng yêu cầu phát triển của du lịch nước nhà.

##### *- Các cơ sở lữ hành du lịch ở thủ đô Viêng Chăn.*

Hoạt động của các công ty lữ hành trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn trong giai đoạn 2017 - 2019 đã năng động hơn, có kinh nghiệm và hoạt động hiệu quả hơn so với giai đoạn trước. Nếu năm 2017 chỉ có 246 công ty và trung tâm hướng dẫn kiêm nhiệm một số hoạt động kinh doanh lữ hành, đến năm 2022, trên địa bàn toàn thủ đô Viêng Chăn đã có 334 đơn vị và chi nhánh hoạt động kinh doanh lữ hành (tăng 88 đơn vị so với số lượng năm 2017), trong đó 4 đơn vị là chi nhánh của các doanh nghiệp lữ hành quốc tế và 330 đơn vị lữ hành nội địa; và

năm 2023, trên địa bàn toàn thủ đô Viêng Chăn đã có 341 đơn vị và chi nhánh hoạt động kinh doanh lữ hành (tăng 7 đơn vị so với số lượng năm 2022), trong đó 6 đơn vị là chi nhánh của các doanh nghiệp lữ hành quốc tế và 335 đơn vị lữ hành nội địa.

**Bảng 3.1. Số lượng đơn vị lữ hành ở thủ đô Viêng Chăn năm 2017-2023**

<b>Tiêu chí</b>	<b>Năm 2017</b>	<b>Năm 2018</b>	<b>Năm 2019</b>	<b>Năm 2020</b>	<b>Năm 2021</b>	<b>Năm 2022</b>	<b>Năm 2023</b>
DN lữ hành	238	292	317	327	327	330	335
Chi nhánh DN lữ hành	8	8	5	4	4	4	6
Tổng cộng	246	300	322	331	331	334	341

*Nguồn: Sở thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn, thống kê du lịch 2017-2023[70][71][72][73].*

*- Về lượng khách và thị trường khách du lịch*

Tổng lượt khách (quốc tế và nội địa) do các đơn vị lữ hành khai thác ngày một tăng lên. Năm 2015 khai thác đạt 123.453 lượt khách, năm 2018 đạt 128.504 lượt khách du lịch, năm 2019 đạt 131.226 lượt khách, năm 2020 do bệnh dịch Covid-19 bùng phát nên số lượng khách du lịch đã giảm chỉ đạt 51.324 lượt đến năm 2022 ngành du lịch bắt đầu phục hồi, các đơn vị lữ hành đã khai thác được 62.425 lượt khách du lịch và năm 2023 ngành du lịch lại tiếp tục phát triển mạnh, các đơn vị lữ hành có thể khai thác được 107.478 lượt người. Trong đó, hoạt động lữ hành quốc tế có nhiều chuyển biến khá mạnh.

Các đơn vị lữ hành quốc tế ngoài việc tập trung khai thác các thị trường truyền thống nước láng giềng như; Việt Nam, Thái Lan, thời gian gần đây đã chuyển hướng sang khai thác thị trường các nước ở Đông Bắc Á như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản; các nước Asean khác như: Campuchia, Myanmar, Malaysia, Singapor, Indonesia... các nước Tây Âu, Bắc Mỹ. Lượng khách quốc tế từ nước ngoài vào và khách trong nước đi du lịch nước ngoài liên tục tăng. Điều này chứng tỏ năng lực của các đơn vị lữ hành quốc tế trên địa bàn tỉnh đang dần được nâng cao và có sức thu hút đối với khách du lịch.

**Bảng 3.2. Số lượng khách du lịch mua dịch vụ lữ hành ở thủ đô  
Viêng Chăn năm 2018-2023**

*Đơn vị: lượt người*

	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Khách QT đến thủ đô Viêng Chăn	112.638	115.054	51.262	0	60.151	102.242
Khách nội địa đi DL nước ngoài	15.866	16.212	62	0	2.272	5.236
<b>Tổng cộng</b>	<b>128.504</b>	<b>131.266</b>	<b>51.324</b>	<b>0</b>	<b>62.425</b>	<b>107.478</b>

*Nguồn: Sở thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn, thống kê du lịch 2017-2023[70] [71][72][73].*

Thị trường khách du lịch có sự thay đổi mạnh, các thị trường dẫn đầu là Thái Lan (49,5%), Việt Nam (22,4%), Trung Quốc (9,8%), Hàn Quốc (7,6%), Mỹ (5,3%), còn lại là khách du lịch từ các nước khác. Điều này có được do một số công ty lữ hành lớn trên địa bàn như Nin hom laoTour CO.,LTD; Vientiane Center Sole Co., LTD; Sout chai travel CO.,LTD, Next Travel Laos Co.,Ltd; Venuto travel CO.,LTD; Go world Travel co.,ltd... đã tích cực nghiên cứu thị trường, tuyên truyền, quảng bá du lịch nhằm tăng cường khai thác các thị trường mới như Pháp, Úc, Đức, Đan Mạch và xúc tiến các thị trường tiềm năng như Nga, Nhật,... một số thị trường trọng điểm của du lịch Lào có sự tăng trưởng khá đồng đều ở Thủ đô Viêng Chăn như thị trường Thái Lan, Việt Nam, Trung Quốc, Hàn Quốc... Chúng tôi công tác thị trường của các đơn vị lữ hành đã thực hành có hiệu quả.

Các loại hình sản phẩm du lịch chủ yếu vẫn là các tua du lịch truyền thống tham quan khu du lịch tự nhiên, các di tích lịch sử, di tích cách mạng,... Hiện một vài đơn vị lữ hành đang đưa vào khai thác một số tua mới như thăm hầm tàu điện Lào-Trung Quốc, du thuyền ở Vang Viêng,... Các doanh nghiệp lữ hành được tạo điều kiện tiếp cận với tài nguyên du lịch Thủ đô Viêng Chăn để xây dựng những tua du lịch mới như: khảo sát các tuyến điểm du lịch nằm trong tuyến Viêng Chăn-Vang Viêng - Luông Pra Băng; Viêng Chăn-Savan-Pakse. Bên cạnh các tua du lịch khu vực, các tỉnh trong nước còn tổ chức các

tua đi du lịch nước ngoài như Thái Lan, Việt Nam, Tung Quốc, Hàn Quốc, Malaysia, Singapore, Indonesia...

Như vậy, xét tổng thể, hoạt động lữ hành trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn thời gian qua, có nhiều biến đổi lớn. Tuy nhiên, dịch vụ này vẫn còn tồn tại một số hạn chế lớn sau: hoạt động của các doanh nghiệp lữ hành nội địa và quốc tế chưa có nhiều chuyển biến trong kinh doanh, thiếu sự chủ động tìm kiếm, khai thác thị trường mới. Hoạt động dịch vụ tập trung vào các đối tượng khách lẻ, chủ yếu thực hiện dịch vụ vận chuyển, hướng dẫn, đặt chỗ, mua vé là chủ yếu. Việc thực hiện các quy định về kinh doanh lữ hành vẫn còn nhiều sai phạm. Một số văn phòng du lịch hoạt động dưới danh nghĩa các đại lý du lịch nhưng thực chất là hoạt động lữ hành chui. Đội ngũ làm công tác thị trường chưa nhạy bén, thiếu năng động trong việc tìm kiếm thị trường; xây dựng các chương trình du lịch còn rập khuôn, chưa chú trọng đến việc thay đổi, nâng cao chất lượng tua, tuyến; đội ngũ nhân viên còn hạn chế về trình độ ngoại ngữ. Cũng như mảng lưu trú, hoạt động lữ hành còn nhiều bất cập cần được chấn chỉnh: tình trạng tranh giành khách, giành tour, hạ giá, sử dụng các biện pháp cạnh tranh không lành mạnh khác khiến chất lượng sản phẩm giảm sút và gây nhiều bất bình từ phía du khách, v.v...

Hoạt động lữ hành du lịch là một hoạt động mang tính tổng hợp có nội dung rất đa dạng và phức tạp. Hoạt động lữ hành có vai trò như người tổ chức hoạt động du lịch và bao gồm nhiều hoạt động khác nhau. Chuyên viên marketing có nhiệm vụ nghiên cứu thị trường thiết lập mối quan hệ với các hãng lữ hành của một thị trường du lịch khác (thị trường gửi khách và thị trường đón khách). Thu thập những loại thông tin khác nhau. Xử lý các loại thông tin đã có, thiết kế sản phẩm (các tour du lịch). Tổ chức bán sản phẩm, tổ chức thực hiện các tour du lịch nhằm thỏa mãn nhu cầu đi du lịch của du khách. Nội dung trên đây có bản chất như một quá trình sản xuất.

Các chuyên viên điều hành có nhiệm vụ chấp nối mối quan hệ với các doanh nghiệp cung cấp nhiều loại hàng hóa dịch vụ, chúng được sử dụng như những loại "nguyên vật liệu" nhằm tạo nên sản phẩm của hãng lữ hành. Bản chất hoạt động



này là, làm cầu nối giữa người sản xuất với người tiêu thụ, sử dụng các loại dịch vụ du lịch.

Các hướng dẫn viên (HDV) du lịch vừa đóng vai trò người tổ chức, người phục vụ du khách. Các chuyên viên cung cấp thông tin làm nhiệm vụ hỗ trợ giúp du khách có đủ niềm tin và khát vọng đi du lịch. Doanh nghiệp lữ hành trong nhiều trường hợp cụ thể tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp khác thông qua những hợp đồng uỷ quyền hoặc làm đại lý cho họ. Đóng vai trò cầu nối của mối quan hệ cung - cầu trong thị trường du lịch.

Du khách là những người có khả năng về tài chính để thực hiện nguyện vọng đi tham quan du lịch nhưng họ thiếu kinh nghiệm, quỹ thời gian nhàn rỗi hạn chế họ cần đến các loại thông tin, sự tư vấn của các văn phòng du lịch. Hoạt động du lịch chịu tác động rất "tiêu cực" của tính chất hoạt động theo mùa. Trong thời gian mùa du lịch du khách tập trung với mức độ rất lớn, cơ sở vật chất có những thời điểm rất căng thẳng. Hoạt động lữ hành của những doanh nghiệp lớn có một nội dung tới: Nội dung khai thác.

Nhằm chủ động phục vụ du khách trong mùa khách những hãng lữ hành lớn đầu tư cơ sở vật chất riêng: thành lập đội xe du lịch, xây dựng riêng hoặc đầu tư xây dựng khách sạn, nhà hàng dưới hình thức liên doanh, có trong tay một cơ sở vật chất chuyên ngành, các hãng lữ hành lấy nhiệm vụ phục vụ doanh nghiệp làm chính nhưng cũng đưa ra những biện pháp tối ưu nhằm khai thác khả năng tối đa cơ sở vật chất của doanh nghiệp đó là thuộc tính khai thác của hoạt động lữ hành.

### ***3.2.1.2. Dịch vụ lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn***

Nếu như dịch vụ lưu trú được du khách đánh giá là quan trọng trong chuyến hành trình của mình thì dịch vụ này ở Thủ đô Viêng Chăn đang rất phát triển.

Đối với Viêng Chăn có nhiều khách sạn nhất vì là trung tâm, cửa ngõ đất nước cho du khách đến từ nước ngoài. Khách du lịch cần dịch vụ chất lượng cao hơn nhà nghỉ và đây cũng là trung tâm kinh tế - thương mại của đất nước nên việc đầu tư vào kinh doanh khách sạn cao hơn các tỉnh khác của Lào. Đặc biệt, số lượng phòng nghỉ năm 2022 đạt 18.869 phòng, bình quân bằng 28% tổng số

phòng nghỉ cả nước. Ngoài ra, số lượng phòng nghỉ đang tăng lên hàng năm từ năm 2017 đến năm 2022 với tốc độ tăng trung bình là 7,46%, từ 13.030 phòng lên 18.896 phòng. Cụ thể, năm 2020 chỉ có 16.372 phòng tăng lên 18.869 phòng trong năm 2022, bình quân tăng 15,25% /năm, mặc dù giai đoạn này là thời kỳ cả nước đóng cửa và cấm đi lại. Nguyên nhân là do giai đoạn 2015-2019 là năm có lượng khách du lịch đến Lào nhiều nhất nên đã đầu tư xây dựng khách sạn ở Viêng Chăn để thu hút nhiều khách du lịch trong giai đoạn này và thời gian xây dựng khách sạn phải mất khoảng 2-3 năm nên số lượng phòng tăng lên trong thời gian dịch bệnh Covid- 19 bùng phát nay [52].

*- Các cơ sở lưu trú dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn.*

Hiện nay, hệ thống cơ sở lưu trú trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn khá đa dạng, thích hợp với nhiều sự lựa chọn khác nhau của khách du lịch. Đó là sự có mặt của các khu resort, khách sạn, nhà nghỉ, biệt thự du lịch,... Riêng lĩnh vực khách sạn, xuất hiện tất cả các loại hạng theo tiêu chuẩn quốc tế với số lượng ngày một tăng. Năm 2023, trong tổng số 680 cơ sở lưu trú có 273 khách sạn (chiếm 40% tổng số). Trong đó, các khách sạn 1-5 sao tuy chỉ chiếm 90 cơ sở chiếm 32,9% số khách sạn nhưng số lượng buồng phòng chiếm đến 59,5% tổng số buồng phòng của toàn bộ khách sạn hiện có trên địa bàn [52]. Các khách sạn 5 sao có 9 cơ sở như: La Seine Hotel, ... là những khách sạn có dịch vụ phong phú và chất lượng cao, thu hút đại đa số khách du lịch quốc tế đến Thủ đô Viêng Chăn lưu trú.

Tính đến đầu năm 2022, trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn có 680 cơ sở lưu trú, với 16.208 phòng và 18.869 giường; trong đó, số khách sạn từ 1 - 5 sao là 90 cơ sở với 4.528 phòng và 8.865 giường. Riêng khách sạn từ 3 - 5 sao có 71 cơ sở với 4.026 phòng, 7.997 giường. Hiện, trong tổng số 273 khách sạn trên địa bàn có 90 khách sạn đã được công nhận hạng từ 1 sao đến 5 sao. Không kể những năm 2020 và 2021, khách du lịch đến Thủ đô Viêng Chăn giảm sâu vì dịch COVID-19, từ giai đoạn 2017 - 2019, Với nhiều cơ sở được hình thành mới và nâng cấp chất lượng, lượng phòng chất lượng từ 3 - 5 sao ở Thủ đô Viêng Chăn đã tăng khoảng 32%, góp phần giải quyết được nhu cầu phòng chất lượng của thị trường khi du lịch bình thường trở lại [52].

Các cơ sở lưu trú trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn có sự tham gia của cả khu vực nhà nước, tư nhân, cá thể và liên doanh với nước ngoài. Đặc biệt, với số lượng ngày càng gia tăng của các dự án có sự tham gia góp vốn từ nước ngoài như dự án khách sạn The QUBE Hotel & Suite Vientiane, có sự tham gia của tập đoàn ACCOR của Pháp hay Muong Thanh Luxury Vientiane Hotel là liên doanh với tập đoàn Muong Thanh của Việt Nam... chứng tỏ thị trường dịch vụ lưu trú ở Thủ đô Viêng Chăn khá sôi động.

Du lịch Thủ đô Viêng Chăn hình thành và phát triển từ lâu, nhưng ngành khách sạn chỉ mới bắt đầu phát triển từ năm 2000, tính truyền thống, thương hiệu đã phát huy, song xét về chất lượng, dịch vụ, cơ sở vật chất cũng từ tự phát triển theo tiêu chuẩn quốc tế. Với những thay đổi khá đậm nét về dịch vụ lưu trú thời gian qua, sự xuất hiện các cơ sở mới, hấp dẫn hơn đang từng bước tăng tính cạnh tranh và xây dựng thêm thương hiệu về dịch vụ lưu trú cho Thủ đô Viêng Chăn. Việc nâng chất lượng dịch vụ lưu trú cũng là tiền đề quan trọng nhất để tăng giá dịch vụ lưu trú ở Thủ đô Viêng Chăn.

**Bảng 3.3. Số lượng đơn vị lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn năm 2017-2023**

<b>Tiêu chí</b>	<b>Năm 2017</b>	<b>Năm 2018</b>	<b>Năm 2019</b>	<b>Năm 2020</b>	<b>Năm 2021</b>	<b>Năm 2022</b>	<b>Năm 2023</b>
Khách sạn	143	157	187	226	226	273	278
Nhà nghỉ	311	321	334	356	356	398	404
Resort	5	5	6	6	6	9	13
Tổng cộng	459	483	527	588	588	680	695

*Nguồn: Sở thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn, thống kê du lịch 2017-2023.[70][71][72][73].*

Theo các nhà kinh tế học du lịch, các chỉ tiêu đánh giá chất lượng DVDL được sắp xếp theo mức độ quan trọng giảm dần gồm: sự tin cậy, tinh thần trách nhiệm, sự bảo đảm, sự đồng cảm và tính hữu hình. Với 5 yếu tố quan trọng trên, qua việc trả lời của du khách có thể phán đoán được chất lượng dịch vụ lưu trú ở Thủ đô Viêng Chăn hiện nay. Xu hướng du lịch hiện nay là chất lượng, du khách thường lựa chọn khách sạn cao sao, nên định hướng trong thời gian qua của ngành

là đã khuyến khích các cơ sở nâng cấp cơ sở vật chất. Khách sạn có thể 3 sao, nhưng đã có chất lượng cần được 4 sao.

*- Tình hình khách du lịch sử dụng dịch vụ lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn.*

Với số lượng và chất lượng các cơ sở lưu trú ngày một tăng, hàng năm dịch vụ lưu trú phục vụ một lượng lớn khách du khách đến Thủ đô Viêng Chăn, Năm 2022, lượng khách mà dịch vụ này phục vụ tăng gần 2 lần so với năm 2015.

Dịch vụ lưu trú ở Thủ đô Viêng Chăn thể hiện tính chất mùa vụ rõ rệt. Khách du lịch nước ngoài đến Thủ đô Viêng Chăn chủ yếu vào mùa mưa (từ tháng 8 - tháng 2 năm sau); khách nội địa thường vào mùa khô (từ tháng 6 - tháng 9 hàng năm). Trong mùa du lịch và những dịp các lễ hội lớn như: lễ té nước, lễ tháp Thạt Luồng, nhu cầu buồng phòng ở Thủ đô Viêng Chăn tăng cao, có khi cung không đủ cầu. Riêng khách quốc tế, cầu thường tập trung ở khu vực lưu trú cao cấp như khách sạn 3 - 5 sao và cầu của khách nội địa thường tập trung ở những dịch vụ lưu trú hạng bình dân (khách sạn dưới 3 sao). Mùa của khách nội địa, các dịch vụ lưu trú cao cấp dư cung trầm trọng.

Du lịch là một trong những động lực phát triển của Thủ đô Viêng Chăn trong tương lai nên phải hướng đến chất lượng, đẳng cấp dựa trên văn hóa - di sản và một yếu tố không kém cạnh chính là hệ thống các khách sạn cao cấp, chất lượng, xứng tầm để xây dựng chuỗi dịch vụ cao cấp. Điều đáng mừng là hiện đang có một số nhà đầu tư tìm hiểu, nghiên cứu các dự án lưu trú cao cấp để có thể giúp Thủ đô Viêng Chăn cụ thể hóa mục tiêu nêu trên.

#### **Bảng 3.4. Số lượng khách du lịch lưu trú tại các cơ sở lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn năm 2017-2023**

*Đơn vị: lượt người*

	<b>Năm 2017</b>	<b>Năm 2018</b>	<b>Năm 2019</b>	<b>Năm 2020</b>	<b>Năm 2021</b>	<b>Năm 2022</b>	<b>Năm 2022</b>
Khách quốc tế	1.503.231	1.609.613	1.724.753	510.254	-	603.924	1.362.428
Khách nội địa	399.172	408.561	144.232	10.504	-	29.802	295.254
<b>Tổng cộng</b>	<b>1.992.403</b>	<b>2.018.174</b>	<b>1.868.985</b>	<b>520.758</b>	<b>-</b>	<b>633.726</b>	<b>1.657.682</b>

*Nguồn: Sở thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn, tổng kê du lịch 2017-2023 .[70][71][72][73].*

Trước mắt, Sở thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn đã tổ chức rà soát lại lực lượng lao động trong lĩnh vực du lịch bị biến động do ảnh hưởng của dịch COVID-19 để xây dựng kế hoạch và tổ chức đào tạo, bồi dưỡng lại lực lượng lao động, cho việc mở cửa hoạt động đón du khách. Cơ quan này cũng phối hợp với các cơ sở đào tạo chuyên ngành tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng du lịch cộng đồng, nghiệp vụ du lịch cho các cơ sở kinh doanh lưu trú đạt tiêu chuẩn phục vụ du khách trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn.

Cũng theo Giám đốc Sở Du lịch Thủ đô Viêng Chăn, năm 2021, dù dịch bệnh diễn biến phức tạp nhưng Sở chủ động xây dựng kế hoạch và phối hợp với các cơ sở đào tạo như Viện Đại học Mở, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Kinh tế quốc dân, Tổng cục Du lịch (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch) tổ chức 3 lớp bồi dưỡng với tổng số 369 học viên là nhân lực trực tiếp tham gia quản lý nhà nước về du lịch các cấp, nhân lực du lịch trên địa bàn thành phố. Trong đó có 1 lớp bồi dưỡng kiến thức định kỳ cho 89 hướng dẫn viên du lịch; 1 hội nghị tập huấn, triển khai về ứng xử văn minh du lịch và du lịch cộng đồng cho 200 người dân, nghệ nhân, người bán hàng, người phục vụ, thành viên các tổ chức đoàn thể tại địa phương nhằm nâng cao nhận thức về du lịch, về lợi ích du lịch đem lại và các kỹ năng phục vụ, giao tiếp với du khách.

Bên cạnh công tác phát triển nguồn nhân lực, Sở Du lịch Thủ đô Viêng Chăn tiếp tục hỗ trợ doanh nghiệp, người lao động bằng đề xuất, kiến nghị các cơ quan có thẩm quyền xây dựng các chính sách hỗ trợ đơn vị, doanh nghiệp du lịch liên quan đến việc giảm tiền thuế, tiền thuê đất, giãn nợ, giảm lãi suất cho vay, chậm nộp tiền bảo hiểm xã hội... Sở hỗ trợ các đơn vị, doanh nghiệp du lịch tuyên truyền, quảng bá về các sản phẩm du lịch, tăng cường nhận diện thương hiệu thông qua các sự kiện, lễ hội do thành phố tổ chức, các kênh truyền thông, hệ thống website, fanpage của thành phố. Mặt khác, Sở tập trung hỗ trợ các đơn vị, doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân xây dựng một số mô hình sản phẩm du lịch, tour du lịch mới, độc đáo, an toàn.

### ***3.2.1.3. Dịch vụ vận chuyển khách du lịch ở thủ đô Viêng Chăn***

Thủ đô Viêng Chăn nằm ở trung điểm của hành lang kinh tế Đông - Tây, là đầu mối quan trọng cho tất cả các tỉnh của Lào. Hiện có đủ cả 4 loại hình vận tải

gồm: đường bộ, đường hàng không, đường sắt và đường sông, (hiện tại đường sông không được phát triển mấy). Tương ứng với hệ thống đó, nhiều loại hình phương tiện thuộc tất cả các thành phần kinh tế (chủ yếu là của tư nhân) được đưa vào sử dụng đáp ứng đa dạng các nhu cầu của khách du lịch.

**- Dịch vụ vận chuyển bằng ô tô du lịch và taxi.**

Theo sở Giao thông Vận tải Thủ đô Viêng Chăn, năm 2017 toàn thủ đô có 2.328 xe ô tô đăng ký vận chuyển hành khách, trong đó có 146 xe ô tô đăng ký hoạt động kinh doanh du lịch (gồm xe hợp đồng và không hợp đồng), tuy nhiên, số xe đang hoạt động kinh doanh du lịch chưa đăng ký phù hiệu hiện gấp 3-4 lần số xe đã đăng ký hiện tại. Số xe được gắn phù hiệu hoạt động du lịch thuộc nhiều hãng khác nhau như: công ty Du lịch Ninhom Chanhmaly, công ty du lịch và vận chuyển Phounthavysup, Công ty Du lịch Chanhdala, Công ty TNHH Vientiane Center, Công ty TNHH SP, Công ty TNHH View Du lịch, Công ty Setha Du lịch... v.v...

**Bảng 3.5: Số xe ô tô vận chuyển hành khách, năm 2018-2023**

Đơn vị: chiếc

Tiêu chí		Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Xe ô tô thường	Dưới 9 chỗ	1325	1346	1189	1203	1284	1353
	10-15 chỗ	318	6	264	270	10	10
	Trên 16 chỗ	55	26	48	49	43	143
Xe ô tô VIP2	Dưới 9 chỗ	1	1	1	1	1	1
	10-15 chỗ	6	6	6	6	4	4
	Trên 16 chỗ	256	256	233	232	177	165
Xe ô tô VIP1	Dưới 9 chỗ	2	2	2	2	2	9
	10-15 chỗ	286	294	0	0	267	288
	Trên 16 chỗ	200	251	204	204	262	298
Xe Taxi	Dưới 9 chỗ	225	241	163	145	223	352
<b>Tổng cộng</b>		<b>2.328</b>	<b>2.430</b>	<b>2.110</b>	<b>2.112</b>	<b>2.283</b>	<b>2.623</b>

Nguồn: Báo cáo thống kê của sở giao thông vận tải đô Viêng Chăn, thống kê du lịch 2017-2023 [65]

Từ bảng trên, năm 2018, trên địa bàn tỉnh chỉ có 2 hãng taxi tham gia vận chuyển khách du lịch với 225 đầu xe như: Hiệp hội vận chuyển xe taxi thủ đô Viêng Chăn với 220 đầu xe và công ty TNHH shan chin S&T với 5 đầu xe, thì đến năm 2023 đã có 5 doanh nghiệp tham gia với 352 đầu xe đó là: Hiệp hội vận chuyển xe taxi thủ đô Viêng Chăn, công ty TNHH shanchin S&T, công ty TNHH VK Transport Development, hang Taxi Hello Lao, công ty TNHH Lao Transport Logistic [65]. Các taxi này đều được trang bị khá hiện đại. Tuy nhiên, theo đánh giá của khách nội địa, mức giá dịch vụ taxi ở Thủ đô Viêng Chăn cao hơn so với các tỉnh, thành phố khác của Việt Nam; đánh giá của khách du lịch quốc tế: số lượng taxi hiện có tại Thủ đô Viêng Chăn vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu của họ.

***- Dịch vụ vận chuyển bằng các phương tiện thô sơ.***

Ngoài những phương tiện vận chuyển hiện đại nêu trên, Thủ đô Viêng Chăn hiện có nhiều chủng loại phương tiện vận chuyển công cộng phục vụ nhu cầu đi lại như: dịch vụ thuê xe đạp, dịch vụ xe gắn máy (xe ôm), xe máy, xe ba bánh,... Dịch vụ xe bánh, xe ôm thường tập trung ở các bến xe Chợ sáng, chợ khũa-đin, chợ thong-khan-kham, công viên A-nu-vông, chợ tôi... Các du khách nước ngoài sử dụng dịch vụ thuê xe máy ở Thủ đô Viêng Chăn để tham quan các lăng tẩm xung quanh thủ đô là khá phổ biến. Tuy nhiên, dịch vụ cho thuê xe máy đang dần bị hạn chế do ảnh hưởng đến an toàn giao thông.

Hiện nay ở Thủ đô Viêng Chăn, dịch vụ xe ba bánh có thể nói là hấp dẫn nhất khu vực nội thành. Du khách quốc tế đến Thủ đô Viêng Chăn nếu đã trải nghiệm với xe bánh hầu như đều cho rằng đây là một phương tiện hiếm có trên thế giới. Hiện có khoảng trên 800 xe ba bánh được tổ chức thành các nghiệp đoàn lớn: nghiệp đoàn xe ba bánh thành phố Viêng Chăn, Bến xe chợ khoa-din... với các tổ xe ba bánh du lịch ở các khách sạn đã đáp ứng khá đầy đủ nhu cầu đi lại của du khách kể cả khách theo đoàn. Tuy nhiên, dịch vụ xe ba bánh ở Thủ đô Viêng Chăn hiện vẫn còn nhiều vướng mắc ở khâu tổ chức quản lý, về danh nghĩa chúng đặt dưới sự quản lý của các nghiệp đoàn nhưng chủ xe ba bánh vẫn toàn quyền hoạt động, vì vậy việc chạy theo lợi ích cá nhân là hiện tượng tất yếu. Phần lớn khách

nội địa và khách quốc tế đều không hài lòng về sự thiếu minh bạch trong lộ trình và giá cả dịch vụ này, mặc khác một số chủ xe chèo kéo khách, đòi hỏi tiền tips, môi giới cho các cơ sở mua bán hàng hóa kém chất lượng khiến du khách có ấn tượng không tốt và đánh giá thấp về dịch vụ.

***- Dịch vụ vận chuyển bằng xe buýt***

Xe buýt ở Thủ đô Viêng Chăn có 116 đầu xe, chạy 9 tuyến: Chợ sáng- Đông đôk, Chợ sáng - Tha Ngon, Chợ sáng - Thông Pông, Chợ Sáng - Bến xe Miền Nam, Chợ Sáng - Ga Viêng Chăn, Chợ Sáng - Tha Đưa, Chợ Sáng - Tat Thong, Chợ Sáng - Nam Suông, Chợ Sáng - Phôn Tông - Đông Đôk... tần suất từ 10 - 60 phút/chuyến [65]. Nếu so với các số thành phố khác ở nước ta, dịch vụ vận chuyển bằng xe buýt ở Thủ đô Viêng Chăn là khá phổ biến.

***- Dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không.***

Năm 2018, tại sân bay quốc tế Wattay có 16.712 lượt chuyến bay cất, hạ cánh với 1.321.006 lượt hành khách; năm 2022, do tác động của bệnh dịch Covid-19 cho nên số lượng khách chỉ đạt trên 350.987 lượt hành khách; năm 2023 ngành hàng không bắt đầu phục hồi, tại sân bay quốc tế Wattay có 14.249 lượt chuyến bay cất, hạ cánh với 1.243.624 lượt hành khách [50]. Sân bay quốc tế Wattay thường xếp thứ nhất so với các sân bay của Lào về số lượng khách đón hàng năm.

***3.2.1.4. Dịch vụ nhà hàng và các cơ sở ăn uống***

Khách du lịch đến Thủ đô Viêng Chăn không chỉ để được ngắm cảnh đẹp, tham quan các di tích lịch sử mà còn để thưởng thức những món ngon xứ thủ đô Viêng Chăn. Thủ đô Viêng Chăn có đến 1.300 món, hiện còn lưu truyền trong dân gian 700 món. Xứ sở của những nụ cười không chỉ thu hút du khách bởi sự hiếu khách, thân thiện của người dân nơi đây mà còn bởi nền ẩm thực giản dị nhưng đầy hương vị và độc đáo. Có lẽ đó là lý do tại sao Lào đã trở thành một nơi nghỉ dưỡng hấp dẫn cho bất kỳ ai muốn thoát khỏi sự cạnh tranh vô nghĩa và trở về với sự bình yên nội tại tự nhiên của họ. Sau khi tham quan những kỳ quan thiên nhiên và nhân tạo của đất nước quỳên rũ này, bạn có thể



thường thức những món ngon ẩm thực độc đáo. Viên Chăn, thủ đô của Lào với vô số món ăn ngon. Đó là những món Larb (món gỏi thịt), canh phia (canh long bò), tằm mac hùng (nộm đu đủ).v.v... Ẩm thực Thủ đô Viên Chăn có thể xem là một đỉnh cao của nghệ thuật ăn uống Lào.

Ăn ngon được xác định dưới một cấu trúc tổng thể, trong đó món ăn được đặt giữa quan hệ không gian - thời gian - tâm lý người ăn. Để làm hài lòng khách du lịch đến Thủ đô Viên Chăn, đòi hỏi người đầu bếp phải cầu toàn trong tất cả các khâu, từ chọn thực phẩm, phối hợp nguyên liệu và gia vị, chế biến, hợp lý trong sử dụng dụng cụ nấu ăn, nghệ thuật trang trí đến phong cách phục vụ. Ẩm thực Thủ đô Viên Chăn hội đủ những điều kiện này

Bên cạnh đó, hệ thống nhà hàng, quán ăn, bar, café,... nằm ngoài khách sạn khá phong phú và đa dạng, đủ các thành phần tham gia kinh doanh, tổ chức linh hoạt, đáp ứng mọi yêu cầu cho từng đối tượng khách du lịch. Dịch vụ ăn uống ở Thủ đô Viên Chăn không những có được những lợi thế từ giá trị chất lượng ẩm thực mà chất lượng phục vụ, giá cả dịch vụ đều được du khách đánh giá cao. Ưu thế nổi bật của dịch vụ này là giá cả rẻ.

**Bảng 3.6: Các nhà hàng và các cơ sở ăn uống vui chơi giải trí, năm 2017-2023**

Đơn vị: cơ sở

Tiêu chí	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Nhà hàng	108	111	133	133	133	152	175
Cơ sở ăn uống	38	42	45	45	45	45	89
Tổng cộng	146	153	178	178	178	197	264

Nguồn: Báo cáo thống kê của sở thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viên Chăn, thống kê du lịch 2017-2023 [70][71][72][73].

Bảng trên cho thấy, Trên địa bàn thủ đô Viên Chăn, tính đến năm 2023 có 273 sở khách sạn và 264 nhà hàng kinh doanh ẩm thực, ngoài ra hàng loạt

quán ăn nhỏ chưa có giấy phép kinh doanh phân bố khắp các huyện và thành phố Thủ đô Viêng Chăn. Hiện tại các khách sạn ở Thủ đô Viêng Chăn với tiêu chuẩn từ 1 sao trở lên đều có các phòng ăn, nhà hàng phục vụ nhu cầu ăn, uống cho khách nghỉ tại khách sạn và khách bên ngoài với các món ăn Âu - Á, các món ăn vùng, miền của Lào, đặc biệt là các món ăn đặc trưng của Thủ đô Viêng Chăn.

### ***3.2.1.5. Dịch vụ văn hóa và lễ hội ở thủ đô Viêng Chăn***

Qua tổ chức các lễ hội ở Thủ đô Viêng Chăn hàng năm, Thủ đô Viêng Chăn tiếp tục được khẳng định thương hiệu lễ hội văn hóa và du lịch có sức quy tụ lớn, cuốn hút và lan tỏa không chỉ trong nước và trên phạm vi toàn cầu. Luận án xin trình bày một số điểm dịch vụ văn hóa lễ hội ở thủ đô Viêng Chăn như sau:

#### ***- That Luang và lễ hội That Luang***

*That Luang* (Tháp Luông) là kiến trúc di sản văn hóa và là một trong khu du lịch nổi tiếng của Lào, nằm ở trung tâm thủ đô Viêng Chăn. Tháp Luông là một trong những tháp Phật lớn nhất ở Lào, trung tâm của tháp là một khối lớn uy nghi, trang nhã vươn lên cao như một mũi tên, đế của khối trung tâm là một đài sen hình vuông đang nở tung những cánh vàng ra bốn phía, trên đài sen là bệ cao có hình vuông và có cấu trúc khá phức tạp (chân rộng 90m x 90m và cao 45m), được xây vào năm 305 trước công nguyên cùng với thành lập Viêng Chăn trong thời kỳ vua Boulychan (Chanthabuly Prasitthisak). Thế kỷ 16 năm 1560 vua Say ya set tha thi rath đã chuyển trung tâm quản lý (thủ đô) từ Luang Pra Bang sang Viêng Chăn. Năm 1566 vua Say ya set tha thi rath đã lãnh đạo dân Lào cả hai bên sông Mê Kong cùng xây tháp lớn che kín tháp cũ và đặt tên là “Tháp Chê Đi Lô Ka Choun La Ma Ni) có nghĩa là tháp lớn hay gọi là *That Luang* (Tháp Luông).

Nếu Việt Nam có chùa Một Cột, Campuchia có Angkor Wat thì Lào có *That Luang*. *That Luang* là biểu tượng quốc gia Lào, là nơi ai đến thủ đô Viêng Chăn cũng phải đến thăm. Nếu không kể thời gian khi tổ chức lễ hội *That Luang* thì hàng năm có rất đông người khách du lịch trong nước và quốc tế đến tham *That Luang* và tạo doanh thu khá lớn cho nhà nước cũng như cho thủ đô Viêng Chăn thể hiện như bảng sau:

**Bảng 3.7: Số lượng khách du lịch và doanh thu từ That Luang**

Tiêu chí đánh giá	Số lượng khách du lịch (lượt người)			Doanh thu (nghìn USD)		
	Nội địa	Quốc tế	Tổng cộng	Bán vé cho khách DL	Nguồn thu khác	Tổng thu
Năm 2018	92.423	105.288	197.711	241,3	33,4	274,7
Năm 2019	87.845	116.604	204.449	245,2	42,3	287,5
Năm 2020	14.226	18.947	33.173	62,6	23,8	86,4
Năm 2021	-	-	-	-	-	-
Năm 2022	25.464	82.562	108.026	176,4	32,6	209,0
Năm 2023	98.635	157.554	256.189	354,3	49,5	403,8

Nguồn: Báo cáo thống kê về di sản văn hóa quốc gia, năm 2018-2023 [79]

Từ bảng trên, ta thấy năm 2023 khách du lịch đến thăm khu That Luang nhiều hơn so với năm 2019, và doanh thu từ bán vé cho khách đạt hơn 354 nghìn USD, ngoài ra còn thu từ nguồn khác như: cho thuê váy và quần áo, bán đồ lưu niệm, cho thuê cửa hàng bán hàng... và tổng cộng doanh thu đạt hơn bốn trăm nghìn đô la Mỹ. Khi đến thăm That Luang, du khách sẽ hình dung được lịch sử công nghệ xây dựng ngàn năm và lịch sử đất nước con người Lào, đặc biệt là văn hóa truyền thống của người dân Lào từ trước đến nay.

*Lễ hội That Luông*: Được coi là một trong những lễ hội lớn nhất ở Viêng Chăn, lễ hội That Luông thu hút người dân Lào từ khắp nơi đổ về ngôi chùa chính ở thủ đô. Lễ hội được tổ chức trong 7 ngày và 7 đêm với biểu diễn hóa, văn nghệ đặc biệt và thú vị. Lễ hội That Luông thể hiện nét văn hóa, truyền thống đẹp đẽ của Phật tử cũng như của người dân Lào như: Lễ hội chùa Mật, chùa Viên Thiện và lễ Tak Bát Đôn Thân, nơi các nhà sư từ khắp các tỉnh thành Lào đến hành hương, tham gia và sau lễ Takbat có cuộc thi tiki là môn thể thao truyền thống được tổ chức hàng năm trong dịp lễ hội. Các quầy hàng ẩm thực, hội chợ, trò chơi giải trí được dựng lên khắp nơi ở That Luông để phục vụ du khách trong những ngày này. Từ đó, lễ hội đã thu hút người dân Lào và du khách hàng triệu người từ khắp nơi tới tham dự.

**- Wat Sisaketh (Chùa Sisaketh)**

*Wat Sisaketh* (Chùa Sisaketh) là chùa nằm ở trung tâm Viêng Chăn, là một trong những khu du lịch nhân văn nổi tiếng của thủ đô Viêng Chăn, là ngôi chùa duy nhất không bị phá tan thời phong kiến Xiêm xâm lược, nó vẫn giữ nguyên được nét văn hóa từ trước tới nay và hiện nay chùa Sisaketh đã trở thành bảo tàng giữ di sản văn hóa mang giá trị lịch sử từ thế kỷ 15-19. Chùa Sisaketh được xây vào năm 1551 thời kỳ vua Say ya set tha thi rath và được phục hồi lại trong thời kỳ vua Anouvong năm 1818. Bên trong ngôi chùa có tất cả 2.172 tượng phật, trong đó cỡ nhỏ 2.052 tượng phật và cỡ to 120 tượng phật. Ngoài ra, còn có nghệ thuật loại khắc gỗ quý mà rất nổi tiếng như “Hao liên” là một loại gỗ quý được khắc bằng thợ cao tay khéo léo, đẹp đẽ và nhuộm vàng (100%) có kích thước cao 2.15m rộng 2.15m, khắc hình hai con Naga (con trăn) được xây vào thế kỷ 19. Năm 1932, được nhận giải triển lãm ở Paris, Pháp và năm 1970 lại được nhận giải triển lãm tại Osaka, Nhật Bản.

Từ năm 1977 bảo tàng Sisaketh được chính phủ Lào cho phép khách du lịch vào tham quan. Từ đó, hàng năm có khách du lịch trong và quốc tế vào tham quan bảo tàng Sisaketh với số lượng khá đông, có thể tạo doanh thu hàng năm cho nhà nước khá lớn, số lượng khách du lịch đến thăm bảo tàng Sisaketh tăng lên từ gần sáu mươi nghìn lượt người năm 2022 thành hơn chín mươi ba nghìn lượt người vào cao hơn năm 2019, thể hiện như bảng sau:

**Bảng 3.8: Số lượng khách vào tham và thu nhập của bảo tàng Sisaketh**

Tiêu chí đánh giá	Số lượng khách du lịch (lượt người)			Doanh thu (nghìn USD)		
	Nội địa	Quốc tế	Tổng cộng	Bán vé cho khách DL	Nguồn thu khác	Tổng thu
Năm 2018	28.570	35.655	64.225	75,3	26,4	91,7
Năm 2019	31.054	44.288	75.342	80,8	23,7	104,5
Năm 2020	9.648	12.240	21.888	20,2	12,4	32,6
Năm 2021	-	-	-	-	-	-
Năm 2022	24.824	34.885	59.709	61,8	18,5	80,3
Năm 2023	30.455	62.864	93.319	151,5	33,7	185,2

Nguồn: Báo cáo thống kê về di sản văn hóa quốc gia, năm 2018-2023 [79]

Từ bảng trên cho thấy, những năm qua khách du lịch đã vào tham quan ở chùa (bảo tàng) Sisaketh khá nhiều, nhất là khách du lịch quốc tế và đã tạo nguồn doanh thu khá lớn cho thủ đô Viêng Chăn.

**- Patuxay (Khải Hoàn Môn Patuxay)**

Patuxay (Khải Hoàn Môn Patuxay) được xây dựng vào thập niên 60 của thế kỷ XX, để kỷ niệm việc nhân dân Lào giành được độc lập từ tay Pháp, là nơi tham quan du lịch của cả khách nội địa và du khách quốc tế nằm ở giữa trung tâm thành phố Viêng Chăn (Người Lào có câu đi Viêng Chăn không thấy Putuxay là chưa đến Viêng Chăn). Kỷ ước thời gian và lịch sử đã làm nên một Patuxay ấn tượng trong lòng du khách khi đến với nơi đây. Patuxay mang biểu tượng chiến thắng của người Lào, nằm cuối đại lộ Lan Xang hay đại lộ ThanonLuang về phía Đông Bắc là công trình dùng để vinh danh những chiến sĩ trong cuộc kháng chiến chống Pháp xâm lược. Người dân Lào biết Patuxay với tên gọi “Anousavali” có nghĩa là đại kỷ niệm. Công trình được xây dựng từ năm 1962-1968.

Mỗi ngày, có khách du lịch trong nước và quốc tế đến tham quan và nghỉ ngơi ở công viên Patuxay với số lượng khá nhiều, tạo doanh thu hàng năm cho thủ đô Viêng Chăn khá lớn, thể hiện như bảng sau:

**Bảng 3.9: Số lượng khách và thu nhập của công viên Patuxay**

Tiêu chí đánh giá	Số lượng khách du lịch (lượt người)			Doanh thu (nghìn USD)		
	Nội địa	Quốc tế	Tổng cộng	Bán vé cho khách DL	Nguồn thu khác	Tổng thu
Năm 2018	298.243	135.128	433.371	413,8	38,6	452,4
Năm 2019	282.458	146.064	428.522	423,8	39,1	462,9
Năm 2020	13.722	8.479	22.201	24,1	18,5	42,6
Năm 2021	-	-	-	-	-	-
Năm 2022	145.346	78.625	223.971	204,6	25,2	229,8
Năm 2023	287.656	198.662	486.318	541,1	42,3	583,4

Nguồn: báo cáo thống kê của trung tâm quản lý và điều hành thành phố năm 2018-2023 [75]

Từ bảng trên cho thấy, khách du lịch đã tăng lên từ hơn hai trăm nghìn lượt người năm 2022 lên hơn bốn trăm nghìn lượt người năm 2023, và so với năm 2019 thì năm 2023 khách du lịch đã tăng hơn sáu mươi nghìn lượt người. Tạo doanh thu hơn năm trăm tám mươi nghìn đô la Mỹ cho thủ đô Viêng Chăn vào năm 2023.

**- Wat Xiengkhuon (Công viên tượng Phật XiêngKhuon)**

*Wat Xiengkhuon* (Công viên tượng Phật XiêngKhuon) là một trong những khu du lịch nhân văn nổi tiếng nằm ở phía Nam của thủ đô Viêng Chăn mà du khách không nên bỏ qua khi đến thăm thủ đô Viêng Chăn. Công viên tượng Phật XiêngKhuon tọa lạc bên bờ sông Mekong, phía trên là cửa khẩu Nong Khai (Thái Lan), cách trung tâm Viêng Chăn khoảng 25 km về phía Nam. Công viên được xây dựng vào năm 1958 với hơn 200 bức tượng phật và các vị thần Hindu. Ngoài ra, nơi đây còn có một số tượng linh vật, ác quỷ, con người (nhạc công, vũ nữ) được đúc bằng xi măng; trong công viên này, còn có một công trình lớn được gọi là động Âm phủ, mang hình dáng trái bí ngô khổng lồ, cửa động là miệng của con ác quỷ cao hơn 2m, đối diện động Âm phủ, ở phía bờ sông có ngọn tháp tượng trưng cho thiên đường. Du khách có thể lên tầng thứ hai của tháp để quan sát toàn cảnh công viên tượng Phật XiêngKhuon.

**Bảng 3.10: Số lượng khách du lịch và doanh thu từ khách du lịch đến công viên tượng phật Xiêng Khuon**

Tiêu chí đánh giá	Số lượng khách du lịch (lượt người)			Doanh thu (nghìn USD)		
	Nội địa	Quốc tế	Tổng cộng	Bán vé cho khách DL	Nguồn thu khác	Tổng thu
Năm 2018	52.720	25.100	77.820	75,3	12,5	77,8
Năm 2019	44.870	24.880	69.750	70,3	13,2	83,5
Năm 2020	8.810	6.405	15.215	20,2	8,4	28,6
Năm 2021	-	-	-	-	-	-
Năm 2022	28.950	14.805	43.710	47,8	7,6	55,2
Năm 2023	56.314	59.784	116.098	151,5	28,8	180,3

Nguồn: báo cáo thống kê của trung tâm quản lý và điều hành thành phố năm 2018-2023 [75]

Từ bảng trên cho thấy, khách du lịch đã tăng lên hơn một trăm nghìn lượt người năm 2023, ngoài ra khách du lịch quốc tế có số lượng nhiều hơn khách du lịch nội địa, và đã tạo doanh thu cho thủ đô Viêng Chăn hơn một trăm tám mươi nghìn đô la Mỹ.

Đến với công viên tượng Phật Xiêng Khuan, du khách có thể cảm nhận được nét bình dị, ấm cúng và gần gũi của một vùng đất Phật, đồng thời gửi gắm nguyện ước và niềm tin của mình ở chốn linh thiêng này.

### **- Các lễ hội truyền thống ở thủ đô Viêng Chăn**

Thủ đô Viêng Chăn được mệnh danh là xứ sở của lễ hội khi chúng diễn ra ở tất cả các tháng trong năm. Phần lớn các lễ hội ở Lào đều liên quan đến nông nghiệp hoặc dựa trên đức tin về Phật giáo, biểu thị các khía cạnh truyền thống của người dân Lào. Dưới đây là một số lễ hội quan trọng nổi tiếng trong năm của đất nước xinh đẹp này.

*Boun Pi Mai (Tết Lào):* Ngày Tết truyền thống của Lào hay còn được gọi là lễ hội Boun Pi Mai, thường diễn ra vào dịp năm mới ở Lào, tức từ 13-15.4 hàng năm theo Phật lịch. Ý nghĩa của lễ hội là mang đến sự mát mẻ, phồn vinh cho vạn vật, sự gột rửa linh hồn, ấm no hạnh phúc, may mắn cả năm với cuộc sống của con người. Tết Boun Pi Mai thường kéo dài trong ba ngày, nhưng nhiều người dành cả tuần cho kỳ nghỉ lễ. Trong những ngày này, người dân Lào thường lau dọn sạch sẽ nhà cửa, chuẩn bị nước thơm và hoa. Buổi chiều, họ tập trung tại đền chùa để cúng tế, cầu nguyện, nghe các nhà sư giảng đạo rồi rước tượng Phật ra một gian riêng để tắm Phật. Nước thơm sau khi tưới vào các tượng Phật sẽ được đem về súc lên người để làm phước.

*Boun Bang Fai (Lễ hội tên lửa):* Diễn ra vào mùa khô tháng 5, 6 hàng năm, lễ hội tên lửa được xem là một trong những hoạt động cầu mưa của Lào và được tổ chức trên toàn quốc. Nhiều ngôi làng tập hợp người dân và bắn những quả tên lửa khổng lồ tự chế lên trời để cầu mưa cho mùa gieo trồng mới. Lễ hội tên lửa ở bản Naxone (thủ đô Viêng Chăn) được coi là lớn nhất so với các nơi khác ở Lào. Trước kia, lễ hội cũng diễn ra tại Viêng Chăn nhưng hiện tại, do quá trình đô thị hóa với nhiều nhà cao tầng nên lễ hội không tổ chức ở đây nữa để tránh nguy cơ hỏa hoạn.

*Lễ hội Boun Khao Padabdin:* Boun Khao Padabdin là một lễ hội quan trọng ở thủ đô Viêng Chăn, nhằm tôn vinh những người đã khuất và có công với đất nước. Người dân sẽ thực hiện cúng dường cho hàng ngàn nhà sư đi qua thành phố vào lúc mặt trời mọc. Lễ hội Boun Khao Padabdin diễn ra vào tháng 8 âm lịch Lào hàng năm, bao gồm phần lễ và phần hội đặc sắc. Đặc biệt, trong đó có các cuộc đua thuyền rồng nổi tiếng trên sông Mê Kông, thu hút đông đảo du khách đến tham quan, khám phá.

*Boun Suang Heua (Lễ hội đua thuyền):* Lễ hội đua thuyền (Boun Suang Heua) được tổ chức ở nhiều nơi của Lào, bao gồm các thành phố và làng mạc dọc theo sông Mekong. Tại Viêng Chăn, lễ hội này diễn ra một ngày sau khi kết thúc Mùa Chay Phật giáo, từ ngày 14 tháng 11 âm lịch Lào. Vào buổi tối, lễ rước đèn được tổ chức xung quanh các ngôi đền, hương và đèn hoa đăng được đặt trôi theo sông Mekong để tạ ơn thần sông. Ngày hôm sau, người dân địa phương sẽ tham gia cuộc thi đua thuyền thú vị ngay trên dòng sông này.

*Bun Awk Phan Sa (Lễ hội Mùa Chay):* Vào ngày 15 tháng 11 âm lịch Lào, người dân Lào tổ chức Lễ hội AwkPhansa như một sự kiện đánh dấu kết thúc Mùa Chay Phật giáo (Khao Phansa). Theo truyền thống của người Lào, Khao Phansa diễn ra vào rằm tháng 8 và kéo dài suốt 3 tháng mùa mưa, dành riêng cho việc chiêm nghiệm và thiền định cho các tín đồ tỏ lòng kính Phật. Lễ hội AwkPhansa còn được gọi là Lễ hội ánh sáng vì trong thời gian diễn ra sự kiện, hàng ngàn ngọn nến được thắp sáng ở khắp nơi, từ đường phố, chùa chiền xung quanh nhà ở đến các khu bảo tồn... Ngoài ra, trong khuôn khổ lễ hội còn có các hoạt động như đua thuyền, rước thuyền lửa trên sông Mekong thu hút rất nhiều người dân địa phương tham dự.

### **3.2.2. Đảm bảo hài hòa lợi ích cho các chủ thể tham gia phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn.**

#### **3.2.2.1. Chính quyền Thủ đô Viêng Chăn, Nhà nước CHDCND Lào**

*- Những lợi ích chính quyền thủ đô Viêng Chăn từ việc quản lý dịch vụ du lịch.*

Dịch vụ du lịch đóng góp phần quan trọng cho sự tăng trưởng và phát triển kinh tế, mang lại nguồn thu nhập ngoại tệ lớn cho đất nước cũng như cho



thủ đô Viêng Chăn. Từ đó tăng thu nhập quốc dân, tỷ trọng GDP ngành du lịch tăng và góp phần tích cực cân bằng cán cân thanh toán quốc tế.

Không chỉ vậy, đây còn là “con đẻ trứng vàng” giúp nhiều quốc gia có nguồn thu nhập ngoại tệ cực khủng. Các dịch vụ trong ngành du lịch không mất đi mỗi lần đưa ra thị trường mà còn gia tăng uy tín khi làm thỏa mãn được nhu cầu khách hàng.

Do thủ đô Viêng Chăn nằm ở miền Trung, là trung tâm chính trị, văn hóa, kinh tế-xã hội của nước Lào, nên thủ đô Viêng Chăn là một trong những địa điểm du lịch dành cho du khách từ các nước láng giềng như Thái Lan, Việt Nam, Campuchia đến du lịch ở Lào. Chuyên thăm của khách du lịch nước ngoài đến thủ đô Viêng Chăn phụ thuộc vào nhiều yếu tố như sự thuận lợi trong giao thông, xuất nhập cảnh đất nước, sự nổi bật của nhiều điểm du lịch và chất lượng sản phẩm du lịch, hòa bình, an toàn của khách du lịch và những người khác.

Do có đại bệnh dịch Covid-19 nên lượng khách du lịch nước ngoài đến du lịch ở thủ đô Viêng Chăn giảm vào năm 2020 và 2021, thu nhập du lịch của thủ đô Viêng Chăn cũng đã giảm theo từ 195.076 nghìn USD năm 2019 xuống còn 92.347 nghìn USD vào năm 2020 (giảm - 55,51%), năm 2021, do CHDCND Lào chưa mở biên giới cho nên chưa có khách du lịch nước ngoài và khách du lịch trong nước cũng rất ít chủ yếu là người khách sáng đi tối về, không có khách nghỉ qua đêm; do Lào thực hành việc mở cửa biên giới và xúc tiến du lịch bằng nhiều hình thức, cho nên năm 2022 bắt đầu có nhiều khách du lịch đến Lào nói chung và đến thủ đô Viêng Chăn nói riêng so với các năm 2020 và 2021, nhưng nếu so với năm 2019 thì khách du lịch năm 2022 vẫn còn thấp và doanh thu từ khách du lịch cũng thấp tương tự, doanh thu từ khách du lịch năm 2022 là 112.505 chỉ bằng 57,68% năm 2019. Điều này cho thấy hành vi chi tiêu của khách du lịch không có sự thay đổi so với giai đoạn trước khi dịch bệnh Covid-19 bùng phát. Nhưng đến năm 2023, số lượng khách du lịch đến thủ đô Viêng Chăn đã tăng và nhiều hơn năm 2019, có nghĩa là ngành du lịch thủ đô Viêng Chăn đã được khôi phục bình thường, doanh thu năm 2023 đã vượt qua năm 2019 thể hiện như bảng sau:

**Bảng 3.11. Tổng thu từ du lịch của Viêng Chăn giai đoạn 2015-2023**

<b>Năm</b>	<b>Tổng lượt khách</b>	<b>Doanh thu (nghìn USD)</b>	<b>Số tăng tuyệt đối</b>	<b>Tăng trưởng (%)</b>
2015	1.737.979	171.446	15.118	9,6
2016	1.863.466	184.345	12.899	7,5
2017	1.992.403	201.976	17.631	9,6
2018	2.018.174	224.021	22.045	10,9
2019	1.868.985	195.076	-28.945	-14,8
2020	520.758	82.347	89.729	-57,8
2021	4.698	-	-	-
2022	633.726	112.505		-42,32% so với năm 2019
2023	1.857.682	201.231	88.726	78,9% so với năm 2022

*Nguồn: Báo cáo thống kê của sở thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2015-2023) [70][71][72][73].*

Qua số liệu bảng trên có thể thấy giai đoạn 2015 - 2019 tổng doanh thu từ du lịch thành phố Viêng Chăn tăng trưởng rất đều đặn. Chính quyền thủ đô và Sở thông tin, Văn hóa và Du lịch thủ đô đã tập trung khai thác vào tiềm năng có sẵn; cũng như khai thác những loại hình du lịch mới mẻ khác như: du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch khám phá thiên nhiên. Ngoài ra, còn kết hợp một cách hài hòa giữa du lịch di tích, văn hóa với các lễ hội truyền thống, tạo nên một diện mạo du lịch phong phú, đầy hấp dẫn.

***- Trách nhiệm của chính quyền Thủ đô Viêng Chăn đối với công tác quản lý nhà nước về dịch vụ du lịch***

*Thứ nhất*, chính quyền thủ đô Viêng Chăn phải tạo mọi điều kiện thuận lợi cho các nhà kinh doanh dịch vụ du lịch có cơ hội phát triển những dịch vụ đã có và tạo nên những dịch vụ mới hấp dẫn để thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế, bên cạnh đó cũng phải quản lý chặt chẽ những hành động làm trái pháp luật sẽ gây ảnh hưởng xấu cho nhà nước và người dân.

Ở thủ đô Viêng Chăn, CHDCND Lào, công tác quản lý nhà nước về phát triển DVĐL, Sở Thông tin, Văn hóa và Du lịch thủ đô Viêng Chăn đã triển khai hướng dẫn kịp thời Luật du lịch, Chỉ thị, Nghị quyết, Nghị định, Quyết định và

xây dựng Chiến lược, Quy hoạch phát triển du lịch của vùng để triển khai và giao tiếp cho các cấp, các ngành, các tổ chức kinh tế, những người trực tiếp tham gia kinh doanh trên địa bàn tổ chức thực hiện cho đúng hướng. Tham mưu giúp Chính quyền thủ đô Viêng Chăn ban hành các văn bản quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn, thường xuyên chỉ đạo, kiểm tra, đôn đốc các đơn vị du lịch chấp hành nghiêm chỉnh các quy định nhà nước ban hành, kinh doanh đúng pháp luật và hiệu quả.

*Thứ hai, Đảm bảo sự an toàn cho khách du lịch.* Ở thủ đô Viêng Chăn có phương án đảm bảo an ninh trật tự, an toàn xã hội, an toàn giao thông (giao cho các ngành công an thủ đô Viêng Chăn phối hợp với công an các vùng, miền, các nước lân cận để tổ chức thực hiện). Ở thủ đô Viêng Chăn có phương án phòng dịch, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trên địa bàn (giao cho phòng y tế, trung tâm y tế dự phòng chủ trì, tổ chức thực hiện). Ngoài ra, ngành du lịch thủ đô Viêng Chăn còn phối hợp với các ngành liên quan tổ chức giám sát, kiểm tra các đơn vị hoạt động DVDL để giải quyết các vấn đề tiêu cực đã xảy ra, xem xét giải quyết các đơn vị xin thành lập, xây dựng mới và hoạt động DVDL của nhà đầu tư cho hợp lý. Bên cạnh những tích cực của việc quản lý hoạt động DVDL, những năm vừa qua vẫn còn những vấn đề hạn chế, nhất là công tác thống kê chưa được đầu tư, không có cơ sở để đánh giá chính xác thực trạng hiệu quả hoạt động kinh doanh DL, từ đó có thể đưa ra các chính sách, giải pháp khả thi và hiệu quả.

*Thứ ba, đầu tư vào việc sản xuất và phát triển dịch vụ du lịch, phát triển phương tiện truyền thông, in ấn các tài liệu, phát hành tạp chí, sách báo, poster, giấy quảng cáo, tập gấp, video... Sở Du lịch thủ đô dưới sự chỉ đạo sát sao của lãnh đạo thủ đô và Tổng cục Du lịch quốc gia đã làm công tác tuyên truyền giáo dục tốt, đồng thời phối hợp tốt với các cơ quan chức năng liên quan trong quá trình thực hiện kiểm tra, thanh tra. Về khoản ngân sách để tổ chức thực hiện việc này, sở du lịch thủ đô Viêng Chăn sử dụng nguồn ngân sách trung ương cấp thông qua Tổng cục Du lịch quốc gia để lập kế hoạch và mở rộng phát triển du lịch. Bên cạnh đó, ngân sách còn cấp cho Thủ đô đầu tư xây dựng đường xá vào các khu, dịch vụ du lịch, mở rộng các tuyến đường, sửa chữa cải*

tạo đường đi lại cho có thể dễ đi hơn ở những điểm khu vực ngoại ô và đầu tư xây dựng một số dịch vụ du lịch khác. Tuy nhiên, qua việc kiểm tra, thanh tra, các vi phạm pháp luật, quy chế, quy định về du lịch còn ít.

*Thứ tư*, để giúp cho hoạt động dịch vụ du lịch phát triển theo định hướng mà đã quy hoạch cũng như tuân thủ đúng pháp luật nhằm đạt được hiệu quả kinh doanh tốt nhất, các cơ quan chính quyền quản lý về du lịch đã phối hợp với các cơ quan công quyền, các tổ chức phi chính phủ, các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn thủ đô và cả cộng đồng dân cư địa phương tổ chức thực hiện theo chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận để tham mưu xây dựng quy định, quy chế quản lý các ngành DVDL và đề nghị lên chủ tịch thủ đô ban hành; phối hợp với Sở Văn hóa - Thông tin dự thảo quy định đối với hoạt động tại các quán Bar, Karaoke, khách sạn, nhà hàng, nhà trọ..., Có thể thấy rõ sự cam kết này qua một số hoạt động cụ thể như: Sở Du lịch thủ đô Viêng Chăn đã lên kết với các công ty du lịch và các doanh nghiệp du lịch để nâng cao chất lượng dịch vụ đặc biệt các hoạt động kinh doanh khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng.

*Thứ năm*, phát triển nguồn nhân lực du lịch. Cùng với sự phát triển của ngành du lịch thì công tác phát triển nguồn nhân lực phải nói tới số lượng và chất lượng của nguồn nhân lực du lịch. Yếu tố quan trọng nhất trong việc phát triển dịch vụ du lịch là yếu tố con người, để lập ra kế hoạch xây dựng và thực hiện quy hoạch du lịch đó chính là tình trạng nguồn nhân lực trong ngành du lịch tại thủ đô Viêng Chăn hiện nay. Nguồn nhân lực phải nói đến những nét đặc trưng của con người bao gồm: trạng thái sức khỏe (thể lực, trí lực...), phong cách, đạo đức, trình độ học vấn, trình độ chuyên môn và sự phân công lao động trong ngành. Do tính chất và đặc điểm của ngành du lịch đã có ảnh hưởng rất lớn đối với đặc điểm lao động trong ngành; với đặc thù là một ngành dịch vụ, trong đó có những bộ phận trực tiếp phục vụ khách du lịch nhưng cũng có nhiều bộ phận gián tiếp, không đòi hỏi đào tạo ở trình độ cao mới có thể thực hiện được.

Năm 2022-2023, Tổng cục Du lịch thuộc Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch trong đó có 3 Cục (Cục Quảng bá và Xúc tiến, Cục Phát triển Du lịch và Cục Quản lý Du lịch) và một trung tâm tập huấn du lịch bao gồm nhân lực 112 cán bộ. Còn số lượng nhân lực ở Sở Du lịch thủ đô Viêng Chăn và 9 huyện thuộc thủ

thị trấn có 42 cán bộ, tổng tất cả 154 cán bộ quản lý về du lịch, trong đó có nhân lực nam 89 cán bộ và nữ 65 cán bộ. Trong số lượng nhân lực quản lý đều có chuyên môn và trình độ khác nhau, trình độ cán bộ phần lớn tốt nghiệp Đại học chiếm khoảng 61%, Thạc sĩ chiếm khoảng 17%, Cao đẳng chiếm khoảng 12%, còn 10% là Trung cấp và các cấp khác, hoặc một số cán bộ không tốt nghiệp ngành du lịch nhưng đã tập huấn về du lịch. Về ngoại ngữ hầu như đều biết tiếng Anh, tiếng Thái 81%, tiếng Việt 8%, Pháp 5%, Trung Quốc 4%, còn lại ngôn ngữ khác 2%. Nếu phân chia theo độ tuổi phần lớn 31-40 tuổi có 65 cán bộ (chiếm 42.2%), 21-30 tuổi có 57 cán bộ (chiếm 37%), 41-50 tuổi có 25 cán bộ (chiếm 16.2%), 51 tuổi trở lên có 7 cán bộ (chiếm 4.5%).

Ngoài ra, tại Thủ đô Viêng Chăn, về công tác tổ chức đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch, gồm có 5 trường đại học (có 2 trường thuộc Nhà nước và 3 trường tư nhân). Trong đó có trường Đại học Quốc gia Lào là trường đại học đào tạo nhân lực du lịch lớn nhất cả nước. Hiện nay cả nước tuyển sinh khoảng 2.054 học sinh sinh viên về du lịch, sơ cấp dạy nghề và đào tạo du lịch dưới 3 tháng chưa có số liệu thống kê đầy đủ và chính xác, ước khoảng 644 sinh viên. Tuyển sinh thạc sĩ và tiến sĩ còn hạn chế.

Lực lượng giáo viên chuyên ngành du lịch ở 5 cơ sở đào tạo có 123 giáo viên, đa số giáo viên, giảng viên đều có trình độ tiến sĩ 9%, thạc sĩ 42%, đại học 39%, cao đẳng 6%, trung cấp 4%. Hàng năm, những nhân lực này đều tạo điều kiện tham dự các lớp bồi dưỡng ngắn hạn hoặc được cử đi nâng cao kiến thức trong và nước ngoài.

Ngoài ra ngành du lịch Lào đang tiếp tục đẩy mạnh công tác đào tạo ở cấp đại học và trên đại học cho lao động trong ngành có kiến thức, kỹ năng ở trình độ cao, có khả năng giám sát bộ phận, điều hành quản lý doanh nghiệp du lịch và hoạch định chính sách ở trình độ cao hơn nữa.

Hàng năm Tổng cục Du lịch đã phối hợp với doanh nghiệp và các cơ sở giảng dạy nghề trong thủ đô, tổ chức lớp bồi dưỡng nghiệp vụ ngắn hạn nhằm tạo nâng cao nghiệp vụ cho nhân lực trong ngành, nhất là lao động phổ thông chưa được đào tạo và nhân lực tốt nghiệp ngành khác đã được tập huấn bồi dưỡng. Vì thế mà số lượng nhân lực qua đào tạo du lịch đã tăng lên hàng năm một cách nhanh chóng.

Tuy nhiên, nhìn chung hệ thống cơ sở đào tạo nghề du lịch ở khu vực còn nhiều hạn chế. Điều này cũng có thể lý giải nguyên nhân từ nguồn ngân sách chưa chú trọng đầu tư về mặt nhân lực mà chỉ đầu tư nhiều cho cơ sở hạ tầng ở các dịch vụ du lịch là chủ yếu.

### **3.2.2.2. Các doanh nghiệp dịch vụ du lịch.**

#### ***- những lợi ích các doanh nghiệp dịch vụ du lịch được hưởng.***

Đối với ngành dịch vụ du lịch việc bán được nhiều dịch vụ cho du khách du lịch làm cho các doanh nghiệp dịch vụ du lịch ngày càng phát triển, còn nếu ít khách du lịch hoặc không có khách du lịch thì hoạt động của doanh nghiệp bị đình trệ, thất thu. Như vậy, có nghĩa là dịch vụ du lịch muốn hoạt động và phát triển thì đối tượng khách du lịch là nhân tố quyết định. Nếu không có du khách thì các nhà kinh doanh dịch vụ du lịch không thể kinh doanh được, không có du khách thì hoạt động dịch vụ du lịch cũng trở nên vô nghĩa. Xét trên góc độ sản xuất vật chất thì nhà cung cấp dịch vụ du lịch là nhà sản xuất hàng hóa, còn khách du lịch là người tiêu dùng hàng hóa. Xét trên góc độ thị trường thì khách du lịch là cầu thị trường, còn các nhà cung cấp dịch vụ du lịch là cung thị trường. Muốn kinh doanh có hiệu quả các nhà cung cấp dịch vụ phải chú trọng hơn nữa đối với du khách, phải nghiên cứu một cách đầy đủ chính xác về đặc điểm và nhu cầu của du khách, xác định được vị trí của du khách trong chiến lược dịch vụ của mình.

**Bảng 3.12. Số lượng đơn vị DVDL ở thủ đô Viêng Chăn năm 2017-2023**

<b>Tiêu chí</b>	<b>Năm 2017</b>	<b>Năm 2018</b>	<b>Năm 2019</b>	<b>Năm 2020</b>	<b>Năm 2021</b>	<b>Năm 2022</b>	<b>Năm 2023</b>
Số lượng cơ sở lữ hành	246	300	322	331	331	334	341
Số lượng cơ sở lưu trú	459	483	527	588	588	680	695
Số lượng các xe ô tô vận chuyên khách du lịch		2.328	2.430	2.110	2.112	2.283	2.623
Số lượng các nhà hàng và cơ sở ăn uống	146	153	178	178	178	197	264

*Nguồn: Báo cáo thống kê của sở thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2017-2023) [70][71][72][73].*

**- Trách nhiệm của các cơ sở dịch vụ du lịch**

Nơi nào có dịch vụ du lịch thì nơi đó tất yếu hình thành các quan hệ lợi ích giữa các cơ sở dịch vụ du lịch để phục vụ cho khách du lịch. Trong thời gian gần đây, việc kết hợp các hình thức tuyến, tour du lịch giữa các doanh nghiệp lữ hành theo yêu cầu của khách du lịch. Khách du lịch sẵn sàng mua những dịch vụ du lịch mà họ thấy nó hấp dẫn, du khách muốn thường thực những dịch vụ mà họ chưa từng thấy. Cho nên, quan hệ lợi ích giữa khách du lịch và các doanh nghiệp dịch vụ du lịch là cặp quan hệ quan trọng nhất. Để có một dịch vụ du lịch tốt đáp ứng được nhu cầu cơ bản của du khách cần đến sự kết hợp của rất nhiều yếu tố từ điều kiện tự nhiên, môi trường, đến các điều kiện cơ sở vật chất, văn hóa, dịch vụ. Đây là tổng hợp các yếu tố tiền đề để tạo nên chất lượng của dịch vụ du lịch trong kinh tế du lịch. Tính tổng hợp các dịch vụ du lịch còn được biểu hiện ở chỗ nó kết hợp các loại sản phẩm, dịch vụ do nhiều đơn vị cá nhân, tổ chức thuộc các ngành khác nhau cung cấp. Có nhiều đơn vị, tổ chức tham gia cung ứng sản phẩm dịch vụ du lịch khác nhau, thậm chí với một sản phẩm du lịch cũng có nhiều bộ phận tham gia phục vụ, cung ứng, nhằm thỏa mãn các nhu cầu đa dạng của khách du lịch. Đặc điểm này đòi hỏi phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa các doanh nghiệp dịch vụ du lịch tham gia phục vụ khách du lịch để tạo ra một DVDL có chất lượng tốt, đem lại sự hài lòng cho khách hàng. Tính tổng hợp và liên kết của các doanh nghiệp dịch vụ du lịch trong phát triển DVDL còn thể hiện ở tính đa ngành trong DVDL (ngành này là ẩm thực, ngành kia là lưu trú, ngành khác là vận chuyển,...). Phát triển DVDL tạo ra việc làm thu nhập và cho rất nhiều ngành khác như: giao thông vận tải, môi trường, thủ công mỹ nghệ, văn hóa nghệ thuật, bảo hiểm, y tế, ngành điện, nước, thực phẩm...v.v. Từ đặc điểm này đòi hỏi phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cấp, ngành trong quản lý, phát triển kinh tế du lịch. Mặt khác, tính tổng hợp và liên kết trong DVDL còn được thể hiện rõ trong sự liên hợp của các thành phần kinh tế trong hoạt động của kinh tế du lịch. Các doanh nghiệp Nhà nước liên kết với các doanh nghiệp nước ngoài cùng tham gia khai thác, đầu tư các nguồn lợi từ DVDL. Từ đó tạo ra bức tranh đa dạng, phong phú trong sản phẩm và dịch vụ du lịch.

Các doanh nghiệp DVDL kết hợp chặt chẽ với nhau để khai thác những lợi thế tương đối của nhau về tài nguyên du lịch, về hạ tầng cơ sở vật chất kỹ thuật và các nguồn lực khác để phát triển DVDL, tạo ra những sản phẩm dịch vụ có chất lượng cao cho khách du lịch. Các doanh nghiệp kết hợp với nhau còn thúc đẩy và bảo đảm sự phát triển cân đối, bền vững các dịch vụ du lịch, tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch cùng nhau bảo tồn và phát huy những đặc tính riêng về môi trường tự nhiên, văn hóa và tiềm năng phát triển. Mỗi doanh nghiệp đều có những ưu thế nổi trội và những hạn chế riêng. Các doanh nghiệp kết hợp với nhau sẽ khắc phục những khiếm khuyết do điều kiện tự nhiên đặc thù, đồng thời phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế của mỗi mình. Các doanh nghiệp DVDL ở Thủ đô Viên Chăn đã phối hợp nhau với các tour tuyến du lịch nội vùng như: đường quốc lộ 13 là trục giao thông chính nối với thủ đô Viên Chăn, quốc lộ số 1C nối liền với Luông Năm Tha - Phong Xa Ly - U Đôm Xay - Hủa Phăn, quốc lộ số 7 nối liền với Xiêng Khoảng và Hủa Phăn, quốc lộ số 8 nối liền với Xay Nha Bu Ly. Ngoài ra còn có vận chuyển quốc tế như: Thủ đô Viên Chăn - Vinh, Hà Nội, Điện Biên Phủ, Huế (CHXHCN Việt Nam); Thủ đô Viên Chăn - Xiêng Hùng, Khun Minh (Trung Quốc); Thủ đô Viên Chăn - Xiêng Mai, Loi, Nan, Ụt Ta La Đit, Phít Sa Nụ Lộc (Thái Lan). Thủ đô Viên Chăn còn có đường sông Me Không nối liền từ thủ đô Viên Chăn, Bo Kẹo; sông Năm Khan nối liền từ Xiêng Khoảng, sông Năm U nối liền Phong Xa Ly. Nhìn chung mạng lưới giao thông của Thủ đô Viên Chăn, các huyện, bản trong đã có đường nối liền chiếm đến 96,55%, không chỉ tạo điều kiện thuận lợi về giao thông và phát triển kinh tế - xã hội nói chung và nói riêng đối với phát triển du lịch mà còn tạo cảnh quan, làm thay đổi cơ bản diện mạo của Thủ đô Viên Chăn.... . Đó là các địa phương phối hợp với nhau trong vùng để trao đổi kinh nghiệm giữa các địa phương. Ngoài ra, ngành du lịch còn phối hợp với các ngành liên quan thực hiện các phương án phòng dịch, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trên địa bàn, phương án đảm bảo an ninh trật tự, an toàn xã hội, an toàn giao thông...v.v.

Liên kết vùng cũng tạo ra sự thống nhất trong điều hành chỉ đạo chung, tránh được những khiếm khuyết đã diễn ra phổ biến như: tranh giành nhà đầu



tur, tranh giành dự án, sản phẩm trùng lặp giữa các vùng, các địa phương. KTDL là một ngành kinh tế có tính đa ngành, tổng hợp, nhạy cảm và liên kết, gắn với thị trường quốc tế. Việc nắm vững mối quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia hoạt động kinh tế du lịch giữ vai trò quan trọng trong việc đề ra những phương hướng, mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp phù hợp để phát triển du lịch một cách bền vững.

Doanh nghiệp có thể liên kết với người dân về việc thu, mua các sản phẩm hàng hóa của người dân để biến thành yếu tố đầu vào trong hoạt động kinh doanh của mình; sử dụng cơ sở lưu trú; sử dụng dịch vụ ăn uống; xây dựng các tour tham quan, trải nghiệm cuộc sống sinh hoạt hằng ngày của người dân bản địa, hoặc trải nghiệm trong các làng nghề của địa phương... Xu hướng hiện nay của khách du lịch khi đến địa phương, nhất là tham quan các làng nghề truyền thống, không chỉ để ngắm nhìn mà còn có nhu cầu được tham gia, học kỹ năng làm nghề và muốn tự tay tạo ra sản phẩm. Do vậy, nếu làng nghề có nghệ nhân, có sản phẩm, doanh nghiệp lữ hành xây dựng tour, họ hoàn toàn có thể liên kết hợp tác với nhau trong chuỗi cung ứng dịch vụ cho du khách và phân chia lợi ích xứng đáng.

### **3.2.2.3. Người dân thủ đô Viên Chăn**

#### ***- Lợi ích mà người dân thủ đô Viên Chăn được hưởng từ DVDL***

Phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viên Chăn làm cho đời sống cả vật chất lẫn tinh thần của người dân tốt hơn. Số tiền mà khách du lịch chi tiêu có thể được tái đầu tư vào các nền kinh tế địa phương, từ các dịch vụ công cộng đến giáo dục. Như chúng ta biết cứ 1 đô la được tạo ra trong GDP Du lịch trực tiếp, thì hơn 2 đô la được tạo ra trên cơ sở gián tiếp và / hoặc nhiều hơn thế từ tác động của chuỗi giá trị ngành du lịch.

Tạo nên nhiều công việc cho người dân. DVDL là một lĩnh vực tập trung vào con người, và như vậy là động lực đáng kinh ngạc trong việc tạo ra việc làm từ các thành phố lớn đến các cộng đồng địa phương nhỏ. Năm 2019, lĩnh vực này đã tuyển dụng 1/10 người trên hành tinh và nó tạo ra 1 trong 4 tổng số việc làm mới trên toàn cầu trong 5 năm qua. Hiệu ứng gợn sóng tích cực của DVDL

không chỉ giúp hỗ trợ các doanh nghiệp địa phương mà còn thúc đẩy tinh thần kinh doanh và các dự án kinh doanh mới, hơn 80% của doanh nghiệp kinh doanh du lịch ở thủ đô Viêng Chăn là các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

DVDL mang lại cơ hội cho mọi người dân thuộc mọi tầng lớp xã hội, hỗ trợ các nhóm dễ bị tổn thương, bao gồm cả dân tộc thiểu số, thanh niên và phụ nữ cùng những nhóm khác. Bạn có biết rằng lĩnh vực du lịch có số lao động nữ gần như gấp đôi so với các lĩnh vực khác và sử dụng tỷ lệ thanh niên cao hơn so với nền kinh tế nói chung. DVDL là động lực cho hòa bình. Nó giúp thúc đẩy lòng khoan dung giữa mọi người khi họ học hỏi và hiểu rõ hơn về nền văn hóa của nhau. Bạn có biết rằng các quốc gia có ngành du lịch cởi mở và bền vững hơn sẽ có thể được hưởng mức độ hòa bình tích cực cao hơn trong tương lai.

Phát triển DVDL có thể giúp bảo vệ và cung cấp tài chính cho việc bảo tồn các di tích lịch sử và văn hóa, và thậm chí thúc đẩy việc tạo ra các sáng kiến cộng đồng mới. Bạn có biết rằng 40% khách du lịch xác định là khách du lịch văn hóa. DVDL có thể giúp bảo vệ và hồi sinh động vật hoang dã thông qua các chương trình bảo tồn chống lại nạn săn trộm bất hợp pháp và tạo việc làm bảo tồn. Giúp đẩy nhanh quá trình tích hợp các công nghệ tiên tiến, có thể tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động hàng ngày của bạn đồng thời tăng cường tính bền vững và tạo ra nhiều trải nghiệm không đụng hàng.

#### ***- Trách nhiệm của người dân thủ đô Viêng Chăn trong dịch vụ du lịch***

Trong phát triển DVDL cho phát triển du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn, người dân địa phương là người chủ yếu cung cấp những dịch vụ cơ bản cho khách du lịch; Khách du lịch là người tạo nên công ăn việc làm cho người dân, là người tạo nên khoản thu nhập chủ yếu cho người dân. Cho nên, sự thay đổi nhận thức dẫn đến thay đổi ý thức và hành động của người dân. Trong nhiều năm gần đây họ nhận thức rằng, với sự phát triển của kinh doanh dịch vụ du lịch và nhu cầu tham quan, học tập, nghiên cứu đã mang lại những quyền lợi kinh tế của dân cư và địa phương. Người dân có thêm việc làm, thu nhập chính đáng từ lượng du khách tham quan di sản.

Qua thăm dò ý kiến của những người dân tại các điểm du lịch có di sản, có thể thấy tất cả người dân đều cho rằng nếu để các di sản của địa phương mà không đưa vào hoạt động kinh tế - văn hóa - xã hội thì rất lãng phí nguồn tài nguyên thiên nhiên ban tặng và các công trình kiến trúc nổi tiếng mà ông cha ta đã để lại. Việc các đơn vị kinh doanh du lịch của Nhà nước khai thác các giá trị của di sản, mở cửa cho du khách tham quan đã đem lại công ăn việc làm của người dân xung quanh khu di sản, đem lại thu nhập cho người dân, cho địa phương và các đơn vị kinh doanh du lịch. Họ mong muốn các cấp chính quyền, đoàn thể, các doanh nghiệp du lịch cần biết cách phát huy, phát triển DVDL để mang lại lợi ích cho xã hội, trong đó có địa phương và dân chúng.

Như vậy từ nhận thức chỉ biết gìn giữ chuyển sang nhận thức biết khai thác hợp lý các giá trị di sản cho phát triển du lịch làm thay đổi quan hệ lợi ích giữa người dân, địa phương, doanh nghiệp trong phát triển DVDL của địa phương. Đó là sự thay đổi rất tích cực và hợp quy luật trong điều kiện đất nước đang hội nhập nền kinh tế thế giới.

Ở những điểm dân cư đan xen sinh sống cùng với các tài nguyên du lịch thì hoạt động của các doanh nghiệp DVDL tác động trực tiếp đến nhóm dân cư nơi đó. Bên cạnh đó, người dân cũng sẽ có những tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch thông qua những hoạt động sản xuất, kinh doanh thường ngày. Các doanh nghiệp DVDL góp phần giải quyết việc làm cho người dân, góp phần tiêu thụ sản phẩm tại địa phương; nhóm dân cư tại nơi DL là nguồn lao động dồi dào để các công ty DVDL tuyển chọn.

Hiện tại, ở Thủ đô Viêng Chăn đã bắt đầu mạnh mẽ xây dựng và triển khai những mô hình liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp kinh doanh du lịch với nhóm dân cư tại chỗ. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp DVDL tại Thủ đô Viêng Chăn cũng chưa mấy chú trọng đến vấn đề tạo việc cho nhóm dân cư tại các điểm du lịch nhằm mang lại lợi ích kinh tế lớn hơn nữa đối với công việc kinh doanh.

Quan hệ kinh tế là hình thức thông dụng nhất và mang tính pháp lý cao nhất trong các phương thức thực hiện quan hệ lợi ích. Hợp đồng kinh tế giữa doanh nghiệp và người dân là sự thỏa thuận, thiết lập “cách chơi” trong quá trình tạo ra và cung ứng các sản phẩm du lịch với sự tham gia của hai bên. Qua các nội dung trong hợp đồng, mỗi bên sẽ xác định được lợi ích thật sự của mình, nếu thấy cùng nhau có lợi, thống nhất cùng chia sẻ những rủi ro có thể xảy ra thì hợp đồng được coi là đảm bảo lợi ích kinh tế cho mỗi bên. kinh doanh du lịch có tính mùa vụ rõ rệt. Hoạt động của DVDL luôn chịu sự tác động của các yếu tố môi trường, thời tiết, khí hậu. Không ít các địa điểm du lịch, tham quan chỉ có thể đến được vào mùa đông hoặc mùa hè từ tháng 11 đến tháng 5, cũng có nơi khách du lịch có thể đến quanh năm. Về phía khách du lịch, họ không chỉ quan tâm tới yếu tố về thời tiết mà còn bị ảnh hưởng bởi các yếu tố như công việc, tiền bạc, gia đình. Thông thường, vào các dịp lễ, khách du lịch ở hầu khắp mọi nơi trên thế giới tăng so với các dịp khác. Chính những yếu tố kể trên đã tạo nên tính mùa vụ của kinh tế du lịch. Tính mùa vụ ảnh hưởng rất lớn tới thu nhập của ngành Du lịch. Vào mùa cao điểm của du lịch nhu cầu việc làm trong ngành du lịch tăng cao và người dân địa phương cũng được hưởng lợi ích lớn từ những mùa này. Trong khi đó, có những dịp khách du lịch vắng khiến cho người lao động mất việc làm, giảm thu nhập như mùa mưa từ tháng 6 đến tháng 10. Do đó, DVDL muốn phát triển cần tìm cách giải quyết hài hòa giữa mùa thịnh và mùa suy cũng như tìm giải pháp khai thác các sản phẩm du lịch trong những thời điểm vắng khách.

Cộng đồng dân cư có thể thực hiện nhiều vai trò trực tiếp trong ngành du lịch như: Cho thuê đất; làm việc lâu dài hoặc thời vụ cho doanh nghiệp; cung cấp các sản phẩm, dịch vụ cho doanh nghiệp như dịch vụ ăn uống, lưu trú, hướng dẫn viên, vận chuyển...

#### **3.2.2.4. Khách du lịch**

Khách du lịch là những người tiêu dùng hàng hóa dịch vụ du lịch. Khách du lịch mang dấu ấn của trình độ phát triển của nền kinh tế, của chất lượng dịch vụ du lịch mà họ được thụ hưởng: Mỗi dân tộc có những điều kiện sinh sống, những đặc điểm văn hóa, phong tục tập quán, hoạt động sản xuất mang những sắc thái riêng, và con người khi đi du lịch chính là đi tìm những cảm xúc lạ mà

quê mình không có. Cảm xúc khác lạ đấy chính là những phong tục tập quán, nơi cư trú, kiến trúc cổ, thói quen ăn uống sinh hoạt, trang phục dân tộc v.v.. Đây chính là dấu ấn riêng mà những địa điểm du lịch đem lại cho những khách du lịch tham quan. Nếu khách du lịch được dịch vụ một cách chu đáo, được hưởng những gì họ mong ước sẽ làm cho họ hải lòng, cái đó sẽ buộc chân họ lưu trú nhiều ngày hơn; họ sẽ giúp quảng bá các dịch vụ đó cho người thân, bạn bè thu hút nhiều khách du lịch hơn. Du khách đến với Thủ đô Viêng Chăn được chiêm ngưỡng nhiều cảnh quan, di sản đẹp, được phục vụ các dịch vụ ăn nghỉ theo phong tục địa phương. Không chỉ có vậy, du khách còn cung cấp thông tin, ý kiến để các cấp chính quyền thực hiện nhiều biện pháp quản lý các hoạt động cung ứng dịch vụ, tinh thần thái độ của doanh nghiệp, người dân tốt hơn, đảm bảo lợi ích đầy đủ cho du khách.

Trước có bệnh dịch Covid-19, lượng khách du lịch đến thủ đô Viêng Chăn hàng năm có số lượng tăng đáng kể. Năm 2014 thủ đô Viêng Chăn đón hơn 1,63 triệu lượt khách, trong đó khách du lịch quốc tế đến 1,5 triệu lượt khách chiếm 91,7%, năm 2016 số lượng khách tăng lên 1,86 triệu lượt người, trong đó khách quốc tế chiếm 80,4%. Năm 2018, số lượng khách đến thủ đô Viêng Chăn hơn 2 triệu lượt người, trong đó khách quốc tế hơn 1,6 triệu người chiếm 79,8%; Năm 2019, thủ đô Viêng Chăn đón hơn 1,8 triệu lượt khách du lịch, trong đó khách quốc tế hơn 1,7 triệu lượt người chiếm 92,3% của lượt khách đến Thủ đô Viêng Chăn. Nhìn chung, lượng khách du lịch đến thủ đô Viêng Chăn, CHDCND Lào không ngừng tăng lên, tuy có lúc tăng, có lúc giảm nhưng lượng khách du lịch vẫn tăng dần.

Năm 2020, dịch bệnh Covid-19 đã ảnh hưởng nặng nề đến du lịch toàn cầu. Để ngăn chặn sự lây lan của dịch bệnh, chính phủ đã công bố các biện pháp nghiêm ngặt để phòng ngừa và kiểm soát dịch bệnh, bao gồm việc đóng cửa nhiều trạm kiểm soát quốc tế từ tháng 4 năm 2020 trở đi, khiến lượng khách du lịch nước ngoài năm 2020 thủ đô Viêng Chăn chỉ đón hơn 520 nghìn lượt người, trong đó 98 % là khách quốc tế và chỉ bằng 27% của tổng khách du lịch năm 2019; năm 2021 khách du lịch đến thủ đô Viêng Chăn chỉ có hơn 4

ngìn lượt người và trong đó 100% là khách nội địa chỉ bằng 0,3% tổng khách du lịch năm 2019.

Từ tháng 1 đến cuối tháng 4 năm 2022, CHDCND Lào bắt đầu mở các khu du lịch xanh cho phép khách du lịch đi theo nhóm thông qua các công ty du lịch, nhưng vẫn áp dụng các biện pháp đi lại nghiêm ngặt. Đến ngày 9/5/2022, CHDCND Lào tuyên bố mở cửa hoàn toàn đất nước, cắt giảm nhiều biện pháp. Nhưng lượng khách du lịch quốc tế vẫn chưa đến so với cùng kỳ trước khi dịch bệnh Covid-19 lây lan do ảnh hưởng của giá vé máy bay vẫn ở mức cao, lạm phát trong khu vực và quốc tế, gián tiếp làm tăng và thiếu lao động trong lĩnh vực du lịch làm nguyên nhân chính làm tăng chi phí du lịch. Năm 2022, lượng khách đến Thủ đô Viêng Chăn đạt hơn sáu trăm ba mươi nghìn lượt người và trong đó khách quốc tế chiếm 95,3% và chỉ bằng 44% năm 2019; năm 2023, lượng khách đến Thủ đô Viêng Chăn đạt hơn 1,6 triệu lượt người và trong đó khách quốc tế chiếm 82,2% và bằng 88,7% năm 2019 (bảng 3.18).

**Bảng 3.13. Tình hình khách du lịch đến Viêng Chăn giai đoạn 2014-2023**

Tiêu chí năm	Khách quốc tế	Tỷ lệ (%)	Khách nội địa	Tỷ lệ (%)	Tổng lượt khách	Tốc độ tăng trưởng tổng lượt khách (%)
2016	1.498.232	80,4	365.234	19,6	1.863.466	7,2
2017	1.503.231	75,4	399.172	24,6	1.992.403	6,9
2018	1.609.613	79,8	408.561	20,2	2.018.174	8
2019	1.724.753	92,3	144.232	17,7	1.868.985	-13
2020	510.254	98	10.504	2	520.758	- 73.1
2021	0	0	4.698	100	4.698	-99.7
2022	603.924	95.3	29.802	4.7	633.726	- 66 so với năm 2019
2023	1.562.428	95.3	295.254	4.7	1.857.682	-0,6 so với năm 2019

Nguồn: Báo cáo thống kê của sở thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2015-2023) [70][71][72][73].

Qua bảng trên ta thấy các số liệu thống kê về lượng khách du lịch đến thành phố Viêng Chăn giai đoạn 2015 - 2019 có thể nhận thấy số lượng khách

tăng trưởng đều đặn. Số lượt khách quốc tế chiếm tỷ trọng lớn hơn khách nội địa chiếm 92% tổng số khách du lịch năm 2019. Nếu tính chung giai đoạn năm 2014 - 2019 số lượng khách quốc tế đến thủ đô Viêng Chăn tăng 17,6%.

### **3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH Ở THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN, NƯỚC CỘNG HÒA DÂN CHỦ NHÂN DÂN LÀO**

#### **3.3.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân**

##### **3.3.1.1. Những kết quả đạt được.**

- *Thứ nhất*, doanh thu dịch vụ du lịch và thu nhập xã hội từ du lịch không ngừng tăng lên trong giai đoạn năm (2015 - 2019), cùng với lượng khách du lịch vào thủ đô Viêng Chăn tăng nhanh, doanh thu du lịch tăng vượt bậc. Năm 2015 tổng thu từ du lịch là 171.446 ngàn USD và tăng mạnh ở các năm 2017, 2018 và 2019 với tổng thu đạt được lần lượt là 201.976 nghìn USD, 224.021 nghìn USD và 195.076 nghìn USD.[65]

- *Thứ hai*, góp phần tăng thu ngân sách, thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển. Nếu như nền kinh tế thủ đô Viêng Chăn đang khởi sắc cùng với đất nước trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế thì du lịch đang thực sự là một ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế khác, xứng đáng là ngành kinh tế mũi nhọn của Thủ đô Viêng Chăn. Tỷ trọng đóng góp của du lịch trong toàn thành phố khá cao, bình quân hàng năm (giai đoạn 2015 – 2019) đóng góp 26,23% GDP toàn thủ đô. Tốc độ tăng trưởng bình quân GDP du lịch đạt 9,35%/1 năm [65]. Điều này chứng tỏ dịch vụ du lịch Thủ đô Viêng Chăn đang phát huy thế mạnh và ngày càng góp phần to lớn trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế thành phố Viêng Chăn theo hướng hiện đại. Góp phần thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại. Đến nay, phát triển du lịch, và DVDL Thủ đô Viêng Chăn thực sự có nhiều đóng góp lớn cho sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế của thủ đô Viêng Chăn theo hướng hiện đại.

- *Thứ ba*, thúc đẩy mở rộng và phát triển nhiều ngành nghề, tạo việc làm và thu nhập ổn định cho người lao động. Trong những năm qua, lực lượng lao động thu hút vào hoạt động phục vụ du lịch là khá lớn. Sự phát triển có hiệu quả của du lịch và DVDL tạo động lực thúc đẩy cộng đồng dân cư tham gia đầu tư, kinh doanh các loại hình DVDL như dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ lữ hành... Bình quân hàng năm, ngành du lịch Thủ đô Viêng Chăn đã giải quyết nhiều việc làm trực tiếp cho người lao động. Bên cạnh đó, du lịch phát triển đã kéo theo nhu cầu về sản phẩm của các ngành nghề tăng lên, các làng nghề truyền thống được khôi phục và phát triển giải quyết được hàng loạt việc làm gián tiếp cho người lao động. Điều này có ý nghĩa lớn đối với một đơn vị hành chính có nhiều sức ép về lao động và việc làm như thủ đô Viêng Chăn.

- *Thứ tư*, thu hút vốn đầu tư, đặc biệt là vốn đầu tư nước ngoài, góp phần cải thiện hệ thống kết cấu hạ tầng vật chất - kỹ thuật du lịch, tích lũy vốn cho công nghiệp hóa - hiện đại hóa. Tăng cường liên doanh, liên kết. Giai đoạn 2015 - nay, du lịch Thủ đô Viêng Chăn đã có nhiều chuyển biến mới trong lĩnh vực đầu tư phát triển du lịch. Với môi trường đầu tư an toàn và rộng mở cùng với sự phát triển mạnh mẽ về kinh tế, chính trị, xã hội, những năm qua, du lịch Thủ đô Viêng Chăn đã tạo nhiều cơ hội thu hút các nhà đầu tư phát triển hệ thống kết cấu vật - kỹ thuật du lịch và kết cấu hạ tầng.

Trước khi đại dịch COVID-19 bùng phát, Lào đã có chiến dịch khởi động đầu tiên của dự án năm du lịch Lào Trung được triển khai. Cuộc họp liên Bộ thảo luận về kế hoạch xúc tiến năm du lịch Lào Trung đã được diễn ra giữa Bộ Thông tin Văn hóa và Du lịch, Bộ Ngoại giao và các ban ngành liên quan đã thống nhất chọn ngày 25/1 để tổ chức lễ quảng bá năm du lịch Lào- Trung Quốc 2019 tại Cung văn hóa Quốc gia Lào. Các hoạt động chính của sự kiện bao gồm biểu diễn nghệ thuật truyền thống và triển lãm các sản phẩm du lịch của Lào và Trung Quốc, trong đó nổi bật là các phóng sự và tư liệu về tiềm năng du lịch hai quốc gia. Sau đó là lễ phát biểu khai mạc năm du lịch của quan chức hai bên tham dự trong buổi lễ.



Tại Hội nghị tổng kết công tác thực hiện các hoạt động xúc tiến du lịch Lào năm 2018 diễn ra ở thủ đô Viêng Chăn, Chính phủ Lào coi du lịch là một ngành kinh tế quan trọng, góp phần tích cực phát triển nền kinh tế đất nước. Trong Năm Du lịch quốc gia 2018, Lào đã triển khai hàng loạt hoạt động xúc tiến du lịch phong phú, đa dạng tại tất cả các địa phương, nhằm thu hút du khách. Các hoạt động này đi sâu vào giới thiệu những nét văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc của Lào, nếp sinh hoạt của người dân từng địa phương, cùng các danh lam thắng cảnh nổi tiếng. Nhiều hội chợ hàng hóa, du lịch với các gian hàng trưng bày sản phẩm thủ công, mỹ nghệ của Lào và các nước Đông Nam - Á như Việt Nam, Thái-lan, Malaysia... được tổ chức.

- *Thứ năm*, phát triển du lịch, dịch vụ du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn đã góp phần giới thiệu, quảng bá sâu rộng hình ảnh hòa bình, năng động, cởi mở, giàu bản sắc văn hóa, nhân văn của Lào nói chung và Thủ đô Viêng Chăn nói riêng. Thông qua hoạt động du lịch, thủ đô Viêng Chăn đã tranh thủ được những điều kiện thuận lợi về vốn, chất xám, công nghệ,... để phục hồi, bảo tồn các di sản văn hóa, di tích lịch sử, nghệ thuật truyền thống, nghề thủ công và giúp khai thác, phát huy có hiệu quả giá trị của chúng. Đồng thời, thúc đẩy mở rộng quan hệ hợp tác kinh tế, ngoại giao, nâng tầm của thành phố trong thời kỳ hội nhập và phát triển.

Qua khảo sát cảm nhận của du khách sau khi đi du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn cho thấy: du khách quốc tế đánh giá cao về con người Thủ đô Viêng Chăn (thân thiện, cởi mở, lịch sự, tử tế, mến khách và chân thật). Mặt khác, với việc nhận xét rằng cảnh Thủ đô Viêng Chăn đẹp và hấp dẫn; một điểm du lịch có bề dày lịch sử và những nét văn hóa độc đáo, khá ấn tượng.... đây là những điều đáng được trân trọng và tiếp tục gìn giữ.

Trong thời gian, phát triển du lịch tại một số khu, điểm du lịch sinh thái ở Thủ đô Viêng Chăn như khu bảo tồn Phou Khao Khoai, vườn quốc gia Phou Pha Năng, khu sinh thái Nặm Piên Do La Pa... đã góp phần phục hồi, duy trì sự đa dạng sinh thái và bảo vệ những loài động thực vật hoang dã.

- *Thứ sáu*, Quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia phát triển dịch vụ du lịch được giải quyết khá hài hòa. Giải quyết mối quan hệ lợi ích giữa Nhà nước, doanh nghiệp du lịch khá hài hòa, hợp lý. Đây là mối quan hệ lợi ích của 2 chủ thể trong phát triển dịch vụ du lịch Thủ đô Viên Chăn. Từ đó góp phần vào phát triển ngành dịch vụ, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Thủ đô Viên Chăn theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế. Du lịch Thủ đô Viên Chăn phát triển tiến kịp và hòa nhập với sự phát triển của cả nước, thành ngành công nghiệp du lịch có quy mô và hiệu quả kinh tế cao tương xứng với tiềm năng du lịch của vùng, một ngành kinh tế quan trọng có tầm vóc chiến lược hỗ trợ được cho các ngành kinh tế khác phát triển, đem lại hiệu quả nhiều mặt về KT -XH, văn hóa giữ gìn và phát huy bản sắc dân tộc, bảo vệ môi trường sinh thái.

Lợi ích giữa doanh nghiệp dịch vụ du lịch và người lao động trong hoạt động kinh doanh du lịch dựa trên di sản được cải thiện từng bước. Các doanh nghiệp dịch vụ du lịch khai thác di sản để kinh doanh du lịch đã đưa lại nhiều công ăn việc làm và thu nhập cho người lao động. Số lượng lao động không thuộc các doanh nghiệp dịch vụ du lịch có vốn đầu tư (lao động thuộc khu vực di sản) tăng lên rõ rệt. Lợi ích kinh tế mà người lao động nhờ đó cũng tăng lên, đời sống của dân cư có sự cải thiện. Các doanh nghiệp dịch vụ du lịch khai thác di sản để phát triển du lịch nhờ lực lượng lao động địa phương to lớn và nhiệt tình, am hiểu di sản, tham gia kinh doanh du lịch mà lượng khách ngày càng tăng lên. Sự tương quan lợi ích của doanh nghiệp dịch vụ du lịch với người lao động tương đối hài hòa. Doanh nghiệp dịch vụ du lịch có lợi nhuận từ thu hút được nhiều khách du lịch, lợi ích kinh tế tăng lên; người lao động trong lĩnh vực du lịch có được việc làm, thu nhập được cải thiện hơn.

Quan hệ lợi ích giữa Nhà nước với người lao động ngành du lịch trong phát triển dịch vụ du lịch ở Thủ đô Viên Chăn khá hợp lý và có tính ổn định. Lao động ngành du lịch ở địa phương được thụ hưởng lợi ích một số chính sách của Nhà nước về khuyến khích phát triển du lịch như chính sách lương, phụ cấp, chính sách

thuế và tuyển dụng lao động. Một số chế độ được luật hóa và thực hiện khá chặt chẽ đối với tất cả các dạng lao động ngành du lịch.

Quan hệ lợi ích giữa các địa phương có di sản bước đầu có tính đa dạng và khá bình đẳng. Biểu hiện là các địa phương dựa trên đặc thù di sản để khai thác kinh doanh du lịch đã có sự liên kết, tạo ra các sản phẩm du lịch đa dạng, phong phú. Tính liên kết chỉ đảm bảo bền vững khi có sự công bằng về lợi ích. Những năm qua ở Thủ đô Viêng Chăn sự liên kết chuỗi du lịch đã mang lại lợi ích cho các địa phương trong việc khai thác, phát huy các giá trị di sản để phát triển du lịch địa phương.

### ***3.3.1.2. nguyên nhân của những thành tựu***

*Thứ nhất*, là khung pháp lý và các chuẩn mực cho phát triển DVDL bước đầu được hình thành, từng bước tạo điều kiện đưa ngành du lịch phát triển theo hướng hiện đại, đáp ứng những yêu cầu, chuẩn mực quốc tế.

*Thứ hai*, có nhiều tiềm năng về tài nguyên du lịch tự nhiên và du lịch nhân văn phong phú, đa dạng, đậm đà bản sắc dân tộc cùng với kết quả, kinh nghiệm lâu năm và có chính sách, kế hoạch và chiến lược phát triển DVDL rõ ràng là yếu tố quan trọng thúc đẩy phát triển DVDL giai đoạn tới.

*Thứ ba*, đã thu hút được nhiều nguồn vốn đầu tư phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật cho DVDL. Việc huy động có hiệu quả các nguồn lực thuộc các thành phần kinh tế đầu tư và phát triển DVDL bước đầu đã khai thác được tiềm năng, thế mạnh về DVDL của Thủ đô Viêng Chăn, tạo ra được những sản phẩm DVDL thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế, chất lượng các dịch vụ ngày càng tăng. Với tiềm năng to lớn, phát triển DVDL ở Thủ đô Viêng Chăn xác định vị thế quan trọng trong nền kinh tế của thủ đô.

*Thứ tư*, lực lượng lao động trẻ, dồi dào, cần cù, thông minh, linh hoạt cùng với những cố gắng của Thủ đô Viêng Chăn và các cơ sở kinh doanh DVDL trong bồi dưỡng đào tạo phát triển nguồn nhân lực DVDL là yếu tố tích cực trong phát triển dịch vụ và một trong những lợi thế cạnh tranh.

*Thứ sáu*, đời sống, thu nhập và điều kiện làm việc của nhân dân được cải thiện và nâng cao, nhu cầu giao lưu văn hóa ngày càng tăng, có nhiều điều kiện đi

du lịch trên cơ sở tài nguyên du lịch, quy hoạch phát triển du lịch hình thành được các điểm, tuyến và trung tâm DVDL trong vùng và liên vùng trong các cũng như với cả nước và quốc tế trong mối quan hệ hòa nhập để phát triển DVDL lâu dài. Tạo cho ngành du lịch Thủ đô Viêng Chăn điều kiện cần thiết để không ngừng nâng cao chất lượng và đa dạng hóa các DVDL đặc sắc hấp dẫn.

### **3.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân**

#### **3.3.2.1. Những hạn chế**

- *Thứ nhất*, sự phát triển của du lịch, dịch vụ du lịch Thủ đô Viêng Chăn chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và vị trí của tỉnh trong du lịch cả nước và khu vực. Nhìn chung, công tác quy hoạch tuy có bước phát triển nhưng còn chậm, chất lượng chưa cao, thiếu đồng bộ, định hướng quy hoạch nhiều mặt chưa rõ, còn chông chéo, thiếu sự phối hợp giữa các ngành trong quy hoạch phát triển du lịch, dịch vụ du lịch. Việc huy động vốn cho đầu tư phát triển dịch vụ du lịch còn khó khăn. Môi trường đầu tư còn nhiều vướng mắc, thu hút đầu tư du lịch còn yếu so với nhiều địa phương trong cả nước, nhất là nguồn lực đầu tư nước ngoài.

- *Thứ hai*, các yếu tố cơ bản tham gia vào quá trình sản xuất dịch vụ du lịch chưa đáp ứng được yêu cầu của sự phát triển.

+ Tài nguyên du lịch chưa được quản lý, đầu tư, khai thác hợp lý, nhất là các tài nguyên du lịch tự nhiên và một số tài nguyên lịch sử - văn hóa như du lịch tìm hiểu văn hóa dân tộc ít người, tham quan các di tích cách mạng, phố cổ, lễ hội cung đình v.v...Loại hình sản phẩm du lịch chưa phong phú, đa dạng, chủ yếu là các sản phẩm gắn liền với di sản văn hóa thế giới, các sản phẩm gắn với các tiềm năng du lịch khác chưa được quan tâm chú trọng phát triển.

+ Kết cấu hạ tầng vật chất - kỹ thuật du lịch còn nhiều hạn chế, hệ thống sân bay, đường bộ đến một số điểm tham quan, khu du lịch chưa thuận lợi. Đầu tư hệ thống kết cấu hạ tầng, kết cấu vật chất - kỹ thuật du lịch chủ yếu tập trung ở khu vực thành thị, các khu ngoài thành chưa được quan tâm đúng mức.

+ Nguồn nhân lực của ngành du lịch còn yếu: nhiều về số lượng nhưng chất lượng thấp (lao động phổ thông chiếm tỷ lệ lớn trong khi lao động được đào tạo chuyên ngành chưa cao, trình độ ngoại ngữ còn nhiều yếu, kém; thiếu lao động lành nghề, nhất là các chuyên gia đầu ngành, năng lực cán bộ một số cấp, ngành, lĩnh vực còn yếu...), công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực vẫn chưa theo kịp yêu cầu phát triển du lịch, phần lớn thiếu năng động, nhạy bén chưa đáp ứng yêu cầu của sự nghiệp công nghiệp hóa - hiện đại hóa và yêu cầu hội nhập của tỉnh.

*Thứ ba*, các loại hình DVDL khá phong phú nhưng chủ yếu tập trung vào các dịch vụ cơ bản, dịch vụ bổ sung còn nghèo nàn. Chất lượng phục vụ đã có nhiều đổi mới, cải tiến nhưng chưa đồng bộ, trình độ và công nghệ phục vụ du lịch thiếu chuyên nghiệp, hiện đại. Giá cả một số dịch vụ còn bất hợp lý. Chất lượng một số dịch vụ chưa tương xứng với số tiền mà khách đã bỏ ra. Một số doanh nghiệp lạm dụng tình trạng độc quyền trong kinh doanh dịch vụ để ép giá, bên cạnh đó tình trạng hoa hồng môi giới cao đẩy giá dịch vụ lên cao so với thực tế và chất lượng vốn có.

- *Thứ tư*, về hoạt động kinh doanh dịch vụ và năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh.

+ Hoạt động kinh doanh dịch vụ manh mún, phân tán, thiếu năng động. kém hiệu quả; khuynh hướng tự phát còn khá phổ biến. Công tác đầu tư chủ yếu tập trung vào các cơ sở lưu trú, nhà hàng, riêng các lĩnh vực vui chơi, giải trí, mua sắm, và dịch vụ khác chưa được chú trọng.

+ Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch còn yếu, thụ động trong xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh, mở rộng thị trường; thiếu quan tâm đầu tư ứng dụng tiến bộ KH - CN vào sản xuất, kinh doanh nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và thu hút khách du lịch.

- *Thứ năm*, liên kết du lịch, phát triển thị trường du lịch, quảng bá, tuyên truyền nâng cao hình ảnh du lịch và hợp tác quốc tế về phát triển dịch vụ du lịch, thu hút du khách đến với Thủ đô Viên Chăn còn nhiều hạn chế.

+ Liên kết du lịch giữa Thủ đô Viêng Chăn với các tỉnh lân cận và một số tỉnh thành trong cả nước chưa mạnh mẽ, còn rời rạc, thiếu tính hệ thống.

+ Hoạt động quảng bá, tuyên truyền cho hình ảnh của du lịch Thủ đô Viêng Chăn chưa thực sự có tính chuyên nghiệp, chủ yếu tiến hành tập trung trong dịp festival Thủ đô Viêng Chăn và một số dịp lễ lớn. Ngân sách cho các hoạt động quảng bá tuyên truyền còn thấp. Chất lượng các phương tiện quảng bá tuyên truyền như Website, ấn phẩm quảng bá... chưa cao,

+ Hoạt động xúc tiến, tìm kiếm thị trường mới chưa được thực hiện chủ động, hiệu quả khai thác một số thị trường mới chưa cao. Công tác tuyên truyền, quảng bá ở một số thị trường quốc tế có vai trò quan trọng đối với du lịch Thủ đô Viêng Chăn như Pháp, Nhật Bản, Mỹ... chưa đạt được như yêu cầu.

+ Hợp tác quốc tế chưa được khuyến khích và chú trọng đầu tư nhiều. Chưa khai thác tối đa các mối quan hệ trong hợp tác để phục vụ có hiệu quả phát triển du lịch, dịch vụ du lịch.

- *Thứ sáu*, công tác quản lý nhà nước có mặt còn chông chéo, kỷ cương, kỷ luật hành chính chưa nghiêm. Một số cơ chế chính sách còn bất hợp lý như chính sách thủ đô Viêng Chăn, vốn và môi trường kinh doanh. Sự phối hợp giữa các ngành hữu quan trong việc phát hiện, kiểm tra, xử lý các tệ nạn xã hội chưa được duy trì thường xuyên. Công tác kiểm tra, giám sát việc tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật, các tiêu chuẩn định mức kỹ thuật của dịch vụ du lịch tuy đã được quan tâm, triển khai nhưng chưa kịp thời, thiếu thường xuyên và chặt chẽ nên tính hiệu lực chưa cao.

### **3.3.2.2. Nguyên nhân của những hạn chế**

#### **- Nguyên nhân khách quan**

+ Tình hình an ninh, chính trị, kinh tế trên thế giới ảnh hưởng tiêu cực đến quá trình phát triển du lịch, dịch vụ du lịch ở Lào nói chung và ở Thủ đô Viêng Chăn nói riêng như: dịch Covid-19, khủng hoảng tài chính, giá dầu mỏ leo thang, cuộc chiến Nga-Ukraine, cuộc chiến Israel - Hamas,...

+ Phát triển kinh tế du lịch được đặt trong cơ chế vận hành của nền kinh tế thị trường, ngoài việc sẽ phát huy được những tiềm năng, lợi thế, kích thích tăng trưởng nhanh chóng, phát triển DVDL không tránh khỏi những mặt trái của cơ chế thị trường.

+ Sự xuất hiện các điểm đến du lịch có khả năng cạnh tranh như Vang Viêng, Luông Phra Băng,... với những sản phẩm du lịch đa dạng, dịch vụ du lịch phong phú, chất lượng cao hấp dẫn khách du lịch quốc tế.

+ Yếu tố khí hậu và thời tiết bất thường ảnh hưởng sâu sắc đến hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch.

#### **- Nguyên nhân chủ quan**

+ Nhận thức chưa đúng mức, thiếu đầy đủ và nhất quán của các cấp, các ngành và nhân dân về vị trí, vai trò, bản chất của phát triển du lịch, dịch vụ du lịch dẫn đến việc ban hành cơ chế chính sách, định hướng phát triển, cụ thể hóa, quán triệt và tổ chức thực hiện chúng chưa ngang tầm và hợp lý.

+ Kinh phí dành cho đào tạo nhân lực du lịch ít ỏi; chất lượng các cơ sở đào tạo về du lịch hiện có trên địa bàn chưa theo kịp với tình hình thực tế; công tác đào tạo đội ngũ cán bộ quản lý có chất lượng cao và chuyên gia đầu ngành ít được quan tâm chú trọng. Vì thế, nguồn nhân lực phục vụ du lịch vừa thiếu vừa chưa đáp ứng tốt yêu cầu của công việc.

+ Phát triển du lịch, dịch vụ du lịch cần đầu tư vốn ban đầu lớn để tạo nên cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật đồng bộ. Tuy nhiên, vốn đầu tư cho du lịch chưa tương xứng; huy động nguồn lực cho đầu tư khó khăn; lựa chọn đầu tư chưa hợp lý; chất lượng tư vấn lập dự án, thiết kế, giám sát chưa cao; môi trường đầu tư còn nhiều vướng mắc dẫn đến hiệu quả đầu tư thấp.

Trong giai đoạn trước năm 2015, khi du lịch Lào nói chung và Thủ đô Viêng Chăn nói riêng bắt đầu tăng trưởng mạnh, các nguồn lực đầu tư vào hệ thống cơ sở lưu trú và phương tiện vận chuyển một cách ồ ạt, thiếu định hướng, dẫn đến xuất hiện hàng loạt các cơ sở lưu trú quy mô nhỏ, chất lượng thấp; phương tiện vận chuyển thiếu hiện đại...

+ Những doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế hoạt động trong lĩnh vực du lịch và dịch vụ du lịch tồn tại chưa cân đối, tính bình đẳng chưa cao, hệ thống các dịch vụ tập trung chủ yếu ở khu vực tư nhân do đó chất lượng của một số loại hình dịch vụ chưa tạo được sự đột biến. Việc tổ chức, sắp xếp lại các doanh nghiệp nhà nước được triển khai quả chậm.

+ Một số cơ chế, chính sách phát triển du lịch, dịch vụ du lịch triển khai thiếu đồng bộ, chưa được kiểm tra và rút kinh nghiệm kịp thời; cải cách thủ tục hành chính chưa thực sự tạo điều kiện cho hoạt động đầu tư và kinh doanh dịch vụ du lịch.

+ Thiếu sự liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa các đơn vị kinh doanh dịch vụ trong nội bộ ngành du lịch và giữa các ngành trong nền kinh tế dẫn đến phát triển hệ thống dịch vụ du lịch thiếu đồng bộ và hiệu quả chưa cao,

+ Thiếu sự quản lý chặt chẽ và kiểm tra thường xuyên của các cơ quan chức năng về hoạt động kinh doanh các loại hình dịch vụ du lịch.



**Chương 4****PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH THỦ ĐÔ VIêng CHĂN, NƯỚC CHDCND LÀO ĐẾN NĂM 2030****4.1. XU HƯỚNG VÀ PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH THỦ ĐÔ VIêng CHĂN ĐẾN NĂM 2030****4.1.1. Xu hướng phát triển du lịch của nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào đến năm 2030.**

Sau khi mở cửa biên giới cho khách du lịch nước ngoài đi lại và giảm bớt các biện pháp để ngăn chặn sự lây lan của Covid-19. Năm 2022, bầu không khí du lịch trong khu vực, quốc tế và CHDCND Lào lại diễn ra rất sôi động. CHDCND Lào đặt mục tiêu phải khôi phục du lịch một cách nhanh nhất, từ đó bắt đầu xây dựng các kế hoạch và chiến lược phục hồi du lịch và đặt ra các mục tiêu cụ thể cho ngành du lịch phấn đấu tổ chức thực hiện. Chính phủ Lào đã công bố năm 2024 là năm du lịch Lào và từ đó chính phủ đã đưa ra một loạt những chính sách để xúc tiến, quảng bá du lịch trong và ngoài nước như: Đưa ra lộ trình phát triển du lịch sau bệnh dịch Covid-19, Khai thác phát huy có hiệu quả tiềm năng du lịch sinh thái, du lịch Văn hóa - Lịch sử; Quản lý và nâng cao cả số lượng lẫn chất lượng dịch vụ của các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch (các cơ sở lữ hành, khách sạn, nhà hàng...) với tiêu chuẩn quốc gia và quốc tế; Phát triển và bảo tồn sự hợp dẫn của các khu du lịch nhằm thu hút nhiều khách du lịch đến; Đầu tư và nâng cao chất lượng các dịch vụ du lịch cao cấp; Tổ chức lễ hội du lịch của các tỉnh, để thu hút khách du lịch nội địa và quốc tế đến; Củng cố các cơ sở lữ hành tổ chức các chương trình tour du lịch kết hợp với các nước láng giềng như: Việt Nam, Trung Quốc và Thái Lan, nhằm xúc tiến quảng bá du lịch Lào. Với mục tiêu du lịch Lào sẽ phải phục hồi hoàn toàn vào năm 2026, nếu không có tác động từ môi trường bên ngoài, lượng khách du lịch nước ngoài có thể bằng với năm 2019.

Đặt mục tiêu ngành du lịch Lào nói chung và thủ đô Viêng Chăn nói riêng sẽ phải hoàn toàn khôi phục vào năm 2024 với những giai đoạn phát triển cụ thể như: năm 2024 sẽ có 2.504.213 lượt khách nước ngoài, tăng 93,47% so với năm 2023, với doanh thu từ khách du lịch nước ngoài là 367.588.360 USD, tăng 37,97% và thời gian lưu trú trung bình tại khách sạn se tăng nhẹ từ 9,67 ngày đến 9,73 ngày. Năm 2026 là năm du lịch Lào, dự kiến khách du lịch sẽ tăng 2.728.181 lượt khách, thu nhập tăng lên là 401.153.373 USD. Năm 2028, dự kiến khách du lịch sẽ tăng lên 2.952.148 lượt, thu nhập từ khách du lịch sẽ tăng lên 434.718.385 USD, và năm 2030, dự kiến sẽ có 3.176.116 lượt khách du lịch nước ngoài và thu nhập từ khách nước ngoài sẽ tăng lên thành 468.283.398 USD. [108]

Đặt mục tiêu du lịch nội địa sẽ phải phục hồi vào năm 2026; năm 2023 du lịch nội địa sẽ phục hồi rất nhanh do những thay đổi về cơ sở hạ tầng giao thông như: đường sắt Lào-Trung, đường cao tốc Viêng Chăn - Văng Viêng, các tuyến đường chính được cải thiện và việc mở lại tất cả các sân bay và các chuyến bay hiện có trong nước sẽ làm cho việc đi lại thuận tiện hơn.

#### **4.1.2. Phương hướng phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào đến năm 2030**

Để có thể khôi phục lại ngành du lịch từ tổn thương do bệnh dịch Covid-19, và đưa ngành du lịch trở lại vị trí quan trọng trong sự nghiệp phát triển KT-XH của nó thì chính quyền Thủ đô Viêng Chăn đã đưa ra những phương hướng phát triển như sau:

*Một là, Phát triển du lịch theo hướng bền vững:* Phối hợp và tất cả các cơ quan có liên quan của thủ đô Viêng Chăn để nghiên cứu, phân tích quá trình phát triển dịch vụ du lịch, từ đó xây dựng chiến lược phát triển du lịch phù hợp với từng giai đoạn phát triển nhất là giai đoạn sau bệnh dịch Covid-19; Giám sát, đánh giá các chương trình và dự án phát triển dịch vụ du lịch một cách khách quan, chi tiết và chung thực; Tổ chức các chương trình xúc tiến và quảng bá dịch vụ du lịch nhằm tiếp cận các nhóm thị trường mục tiêu trong nước và

quốc tế. Thúc đẩy việc bảo tồn, sử dụng và phát triển tài nguyên du lịch một cách tiết kiệm, hiệu quả và không gây ô nhiễm với môi trường. Phối hợp với các thành phố và huyện thuộc thủ đô và các bộ phận liên quan trong việc quản lý tài nguyên du lịch theo phân cấp quản lý một cách thống nhất trên toàn quốc.

*Hai là, Đưa thủ đô Viêng Chăn trở thành điểm đến du lịch của khách du lịch nước ngoài trên toàn cầu:* Tập chung phát triển các khu du lịch có thể mạnh, đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ du lịch với chất lượng quốc tế. Phát triển và hoàn thiện cơ sở hạ tầng và các cơ sở hỗ trợ đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch nhằm kết nối du lịch thủ đô Viêng Chăn với du lịch của các tỉnh và các nước lân cận. Nghiên cứu, tìm hiểu và tổ chức thực hiện đa dạng hóa các dịch vụ ở các khu du lịch có điều kiện cho phù hợp để thu hút nhiều khách du lịch, nhất là để thu hút khách du lịch nước ngoài. Xúc tiến và quảng bá dịch vụ du lịch thành phố Viêng Chăn thông qua tất cả các phương tiện truyền thông đang có cả trong nước lẫn nước ngoài.

*Ba là, Liên kết du lịch thành phố Viêng Chăn với du lịch khu vực và quốc tế:* Thúc đẩy thành phố Viêng Chăn bám với du lịch cả nước trong việc hợp tác du lịch vững chắc với các nước thành viên ASEAN, tiểu vùng sông Mê Kông, các nước trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương, Tổ chức Du lịch Thế giới, hợp tác song phương với du lịch của tỉnh Nong Khai Thái Lan. Hiện đại hóa hệ thống thu thập thông tin thống kê du lịch thành phố, đảm bảo thu thập thông tin số liệu khách du lịch ở các cửa khẩu quốc tế (cửa khẩu sân bay quốc tế Wattay và cửa khẩu quốc tế cầu hữu nghị Lào-Tháilan một cách nhanh chóng và báo cáo số liệu thống kê chính xác, kịp thời. Thúc đẩy các cơ sở lữ hành xây dựng các chương trình tour du lịch liên kết với các nước trong khu vực và quốc tế, nhất là tổ chức cùng với các nước lân cận. Xây dựng chiến lược bám thị trường du lịch thành phố Viêng Chăn với các thị trường du lịch của khu vực và thế giới, phát triển thị trường du lịch trong nước và quốc tế phù hợp với điều kiện và điểm đặc biệt của du lịch thành phố Viêng Chăn. Tiến hành khảo sát để thu thập thông tin và phát triển cơ sở vật chất thuận lợi cho việc kết nối du lịch của

các tỉnh thành phố với các tỉnh thành phố của các nước láng giềng. Cải thiện và phát triển sản phẩm dịch vụ du lịch của thành phố Viêng Chăn có chất lượng, có thể gắn kết sản phẩm dịch vụ du lịch với các sản phẩm du lịch của các nước thành viên ASEAN và khu vực. Phát triển và nâng cao tiêu chuẩn dịch vụ du lịch thành phố Viêng Chăn cho đạt tiêu chuẩn ASEAN và quốc tế. Thúc đẩy các đơn vị kinh doanh trong lĩnh vực du lịch có đủ thế mạnh để có thể cạnh tranh và hội nhập với cộng đồng kinh tế ASEAN và quốc tế.

*Bốn là, Phát triển, quản lý và thúc đẩy ngành du lịch với mục tiêu giúp xóa đói giảm nghèo cho người dân:* Cùng cố sự bình đẳng nam-nữ, thúc đẩy sự tham gia của người dân địa phương trong việc phát triển du lịch để dân có việc làm và có thêm thu nhập. Phát triển du lịch có sự tham gia của dân (CBT). Phát triển chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch (Supply Chain). Nâng cao kiến thức về du lịch và bảo vệ tài nguyên du lịch cho thanh thiếu niên và người dân. Phối hợp với các công ty du lịch, các tỉnh tổ chức thường xuyên các lễ hội truyền thống địa phương để thu hút khách du lịch, thúc đẩy sản xuất đồ lưu niệm với chính sách một huyện một sản phẩm du lịch. Xác định, quảng bá sản phẩm du lịch một thành phố, mỗi huyện một sản phẩm du lịch. Phát triển đa dạng hóa các sản phẩm du lịch nhằm tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm du lịch dựa trên tiềm năng, tính độc đáo của địa phương nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường du lịch.

*Năm là, Phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch có chất lượng, chuyên nghề về dịch vụ du lịch đáp ứng được những nhu cầu đa dạng của khách du lịch:* Tạo ra sự chuyên nghiệp trong việc quy hoạch và phát triển du lịch, nâng cao khả năng dịch vụ một cách chuyên nghiệp của nhân viên dịch vụ du lịch theo từng lĩnh vực dịch vụ. Bồi dưỡng và nâng cao kiến thức và kỹ năng cho cán bộ thu thập số liệu thống kê về du lịch. Cải tiến chương trình dạy-học để từng bước chất lượng gắn kết với quốc tế, xây dựng mạng lưới hợp tác giữa các cơ quan chính phủ và các doanh nghiệp tư nhân trong việc đào tạo nguồn nhân lực cho ngành du lịch. Nâng cao kiến thức và kinh nghiệm cho đội ngũ cán bộ nhân viên một cách nhanh chóng và chất lượng nhất, Xây dựng và cải tiến các khóa đào

tạo trong lĩnh vực du lịch ngắn hạn và dài hạn một cách chất lượng và hiệu quả nhất. Phát triển cả về số lượng lẫn chất lượng nguồn nhân lực du lịch cho năm du lịch Lào lần thứ 4 năm 2024 và các sự kiện du lịch khác trong và ngoài nước. Nâng cao sức mạnh đào tạo của các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Quan hệ với nước ngoài và các tổ chức quốc tế trong việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch cho CHDCND Lào nói chung và cho thủ đô Viêng Chăn nói riêng.

*Sáu là, xây dựng quy hoạch phát triển tài nguyên du lịch đã có, khám phá, phát triển các tài nguyên du lịch mới, cải tạo và phát triển các khu du lịch hiện có một cách toàn diện:* Tiến hành khảo sát để thu thập thông tin và phát triển cơ sở vật chất tại từng khu du lịch. Xây dựng quy hoạch phát triển tài nguyên du lịch theo từng khu du lịch. Phối hợp với các tỉnh ưu tiên phát triển các điểm du lịch, khảo sát thu thập thông tin và lập kế hoạch phát triển các điểm du lịch này. Xây dựng, hoàn thiện cơ sở vật chất tại các khu du lịch đạt tiêu chuẩn, hài hòa với môi trường và giữ vững bản sắc của địa phương. Phối hợp với chính quyền địa phương xác định ranh giới, đánh dấu các điểm du lịch và lập văn bản xác nhận diện tích các điểm du lịch theo quy định của pháp luật để làm cơ sở cho việc phát triển các điểm du lịch.

*Bảy là, triển khai pháp luật, luật định dưới pháp luật cho phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn:* Triển khai luật du lịch, xây dựng các luật định về du lịch phù hợp với thực tiễn của từng giai đoạn phát triển thủ đô với tiêu chuẩn ASEAN và quốc tế. Nghiên cứu, soạn thảo và đưa ra các quy định cụ thể về chế độ thành lập và hoạt động của các đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch như: Lữ hành, cơ sở lưu trú, khu du lịch, nhà hàng và cơ sở ăn uống, khu vui chơi giải trí ... triển khai và thực hành pháp luật trong lĩnh vực du lịch phù hợp với thực tế phát triển kinh tế, văn hóa - xã hội của thủ đô.

Quản lý các hoạt động kinh doanh, dịch vụ du lịch trong ngành du lịch theo pháp luật phù hợp với tốc độ tăng trưởng của ngành du lịch, ngăn chặn những thụt lùi và tác động tiêu cực có thể xảy ra trong ngành du lịch trên toàn quốc, Quản lý, kiểm tra các đơn vị kinh doanh hướng dẫn viên du lịch hoạt

động có hiệu quả nhằm phân loại dịch vụ du lịch theo tiêu chuẩn quốc tế. Phối hợp với các bộ phận liên quan trong việc quản lý các hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực du lịch theo quy định của pháp luật.

*Tóm lại, Thúc đẩy đầu tư vào lĩnh vực du lịch và quản lý đầu tư phù hợp với tốc độ tăng trưởng kinh tế - xã hội trong cả nước:* Mở rộng và thúc đẩy các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài, cả về chính phủ lẫn tư nhân đầu tư vào lĩnh vực du lịch theo chiến lược phát triển du lịch của thủ đô Viêng Chăn. Phát triển hệ thống cơ sở dữ liệu về đầu tư trong và ngoài nước trong lĩnh vực du lịch một cách chính xác và đầy đủ.

## **4.2. NHỮNG GIẢI PHÁP CHỦ YẾU ĐỂ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ DU LỊCH Ở THỦ ĐÔ VIÊNG CHĂN NƯỚC CỘNG HÒA DÂN CHỦ NHÂN DÂN LÀO ĐẾN NĂM 2030**

### **4.2.1. Nhóm Giải pháp về văn minh du lịch và đào tạo nguồn nhân lực có đủ cả số lượng và chất lượng cao cho các cơ sở dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào**

#### **4.2.1.1. Giải pháp về văn minh du lịch ở thủ đô Viêng Chăn**

Tốc độ phát triển kinh tế xã hội trong những năm gần đây là thành quả trong công cuộc đổi mới kinh tế của Đảng nhân dân cách mạng Lào và Nhà nước cộng hòa dân chủ nhân dân Lào, đã tạo điều kiện phát triển liên tục đời sống vật chất và tinh thần của mọi thành viên trong xã hội - tạo điều kiện và hoàn cảnh cho việc ứng dụng những thành quả văn hóa vào lĩnh vực phục vụ du lịch. Mặt khác đòi hỏi, yêu cầu của du khách quốc tế cũng như du khách nội địa đối với việc nâng cao chất lượng các loại hàng hóa và dịch vụ du lịch. Nhu cầu được nhận các dịch vụ du lịch ở Lào với chất lượng tương đương như chất lượng ở các nước trong khu vực cũng là những yêu cầu đòi hỏi phải hoàn thiện các dịch vụ du lịch mà vốn bản thân chúng đã đòi hỏi phải đạt tiêu chuẩn đã được quốc tế hóa. Mỗi sự không tương ứng sẽ được đánh giá như sự khác biệt giữa giá thanh toán các dịch vụ, hàng hóa với giá trị sử dụng của chúng. Để

không tồn tại thiếu sót trên, thủ đô Viêng Chăn cần thiết phải nâng cao trình độ văn minh du lịch như sau:

*Một là*, Nghiên cứu một cách có hệ thống cầu du lịch trên các phương diện: khối lượng, cơ cấu, thời gian, địa điểm và xác định tìm ra quy luật phát triển cầu du lịch. Làm được điều này giúp khắc phục dần sự khác biệt giữa yêu cầu về mặt chất lượng của cầu du lịch với khả năng chưa đáp ứng được cung du lịch trong phạm vi một vùng, một điểm du lịch, thậm chí trong phạm vi một doanh nghiệp du lịch.

*Hai là*, Nghiên cứu học hỏi thường xuyên, liên tục kinh nghiệm phục vụ khách du lịch của các nước có ngành công nghiệp du lịch phát triển ở trong khu vực và trên thế giới, tạo mọi điều kiện có thể để ứng dụng những điều mới mẻ vào trong phục vụ du lịch tương ứng với đặc điểm của từng trung tâm và mỗi doanh nghiệp du lịch.

*Ba là*, Khai thác triệt để những điều kiện tối ưu của đời sống văn hóa tinh thần đã đạt được của thủ đô Viêng Chăn vào lĩnh vực phục vụ du lịch.

Toàn bộ hoạt động trên nhằm nâng cao trình độ văn minh du lịch đều vượt khỏi tầm chi phối của từng doanh nghiệp riêng lẻ. Nhiều phương sách thuộc đặc tính của ngành du lịch thậm chí mang thuộc tính của toàn xã hội. Đặc điểm quan trọng của cầu du lịch là đòi hỏi cao về chất lượng các hàng hóa, dịch vụ được cung cấp. Khách du lịch quốc tế vào tham quan du lịch ở thủ đô Viêng Chăn phần lớn xuất phát từ thị trường gửi khách là các nước có nền kinh tế phát triển, đã từng đến nhiều quốc gia khác nhau trên thế giới, sử dụng dịch vụ du lịch của nhiều thị trường đón khách do vậy có điều kiện so sánh chất lượng các loại dịch vụ, hàng hóa được cung cấp tại thủ đô Viêng Chăn. Họ có chung quan điểm sẵn sàng thanh toán cao với những sản phẩm họ được cung cấp với chất lượng cao. Với quan điểm nhận thức trên cho thấy chất lượng hàng hóa và dịch vụ du lịch có vai trò quan trọng đối với nội dung văn hóa trong phục vụ du lịch.

Các cơ sở cung cấp dịch vụ cho du khách luôn nhận thức được yêu cầu đòi hỏi ngày càng cao và hoàn thiện về chất lượng dịch vụ họ cung cấp cho du khách.

Con đường đi đến mục đích là không ngừng hoàn thiện công nghệ sản xuất các loại hàng hóa và dịch vụ đó. Trong thời gian nghỉ ngơi ở nhiều nước khác nhau du khách có thói quen sử dụng một số loại hàng hóa mà ở thị trường trong nước không tổ chức sản xuất (điều này thường xảy ra với khách du lịch quốc tế). Do vậy có nhu cầu trợ giúp của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu cung cấp cho các doanh nghiệp du lịch các loại hàng hóa đặc trưng với chất lượng cao (các loại rượu ngoại, các loại thực phẩm đặc biệt, các loại gia vị...).

Các doanh nghiệp du lịch không có điều kiện tổ chức sản xuất toàn bộ hàng hóa và dịch vụ cho du khách. Một phần không nhỏ nhập của những doanh nghiệp thuộc các ngành và thành phần kinh tế khác. Chất lượng hàng hóa, thời gian cung ứng tuy đã được hợp đồng chất lượng hàng hóa, thời gian cung ứng tuy đã được hợp đồng nhưng không phải khi nào cũng được như ý muốn: chất lượng hướng dẫn viên, chất lượng phương tiện vận chuyển, trình độ thành thạo nghề nghiệp của lái xe, các loại hàng hóa tươi sống... được phụ thuộc rất lớn vào các nhà cung cấp. Rủi ro phải gánh chịu hậu quả đối với các doanh nghiệp du lịch là không nhỏ do vậy phải thường xuyên hoàn thiện mối quan hệ với các đối tác cung ứng dịch vụ là việc làm rất có ý nghĩa đôi khi trở thành yếu tố quan trọng nâng cao trình độ văn hóa, văn minh du lịch.

Nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng phát triển của cầu du lịch cần phải thường xuyên hoàn thiện về mặt chất lượng cơ cấu các loại cơ sở vật chất kỹ thuật. Các cơ sở du lịch như: cơ sở phục vụ dịch vụ lưu trú khách sạn, Motel, Camping Bargalon, các loại dụng cụ thể thao, dụng cụ y tế, phương tiện vận chuyển, hệ thống Shop thương mại, trang thiết bị máy móc khác... điều có ý nghĩa là phải thường xuyên quan tâm đến việc mở rộng cơ sở đảm bảo sự nghỉ ngơi, giải trí cho du khách được thoải mái, trang bị công nghệ mới hiện đại cho sản xuất và phục vụ cho du khách. Nói cách khác, cụ thể hơn phải thường xuyên mở rộng trang bị các phương tiện, dụng cụ thể thao, xây dựng những phân xưởng chế biến thức ăn sẵn hoặc bán thành phẩm, ứng dụng những hình thức mới hiện đại trong phục vụ du khách, đa dạng hóa các loại dịch vụ và sản phẩm.



Tác dụng của những hoạt động trên đem đến kết quả là đảm bảo những điều kiện làm thỏa mãn tối đa đòi hỏi của cầu du lịch, có chỗ đứng và đủ sức cạnh tranh trong thị trường du lịch, nâng cao hiệu quả kinh tế.

Nâng cao vai trò tác động của yếu tố con người trong quá trình phục vụ du khách là hoạt động có tính chất phức tạp và đòi hỏi sự phấn đấu liên tục. Để làm tốt hoạt động này cần giải quyết tốt một số vấn đề cơ bản sau: 1). Hoàn thiện công tác tổ chức tuyển chọn, đào tạo phân công lao động phân loại lao động. 2). Cải thiện các điều kiện vật chất và điều kiện đời sống tinh thần cho người lao động. 3). Hoàn thiện hệ thống thù lao cho người lao động thông qua chế độ định mức, dùng các đòn bẩy kinh tế...

#### **4.2.1.2. Giải pháp về đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn**

Như đã phân tích ở trên, con người là nguồn lực quyết định đến sự phát triển của mọi ngành, mọi lĩnh vực. Ngành du lịch với tư cách là một ngành kinh tế dịch vụ thì yếu tố con người càng trở nên quan trọng. Muốn nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ cho phát triển DL thủ đô Viêng Chăn cần thực hiện những giải pháp sau:

*Một là*, tăng cường công tác tuyên truyền vận động nhằm nâng cao nhận thức cho bản thân người lao động và xã hội về vai trò, vị trí, tầm quan trọng của ngành DVDL đối với việc phát triển KT-XH của thủ đô Viêng Chăn, từ đó giáo dục ý thức học tập và nâng cao trình độ chuyên môn trong nghiệp vụ phục vụ khách du lịch của những người lao động làm việc trong ngành DVDL.

*Hai là*, tổ chức điều tra, khảo sát, đánh giá đúng thực trạng đội ngũ cán bộ, công chức và lực lượng lao động làm trong ngành DVDL, từ đó xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho đáp ứng nhu cầu đa ngành trong DVDL ở thủ đô Viêng Chăn, từ cán bộ quản lý Nhà nước, những người quản lý hoạt động DVDL đến toàn bộ các nhân viên lao động trong ngành DVDL của thủ đô Viêng Chăn phù hợp với từng giai đoạn phát triển. Kế hoạch đào tạo phải hết sức toàn diện hợp lý và phù hợp với yêu cầu phát triển du lịch của thủ đô Viêng Chăn trong

đó phải lập những đề án đào tạo bồi dưỡng về tư tưởng, tư duy, phẩm chất, đạo đức, trình độ quản lý, nghiệp vụ chuyên môn, tính chuyên nghiệp, trình độ ngoại ngữ, khả năng giao tiếp ứng xử, quan trọng là trình độ hiểu biết về văn hóa-lịch sử thế giới, văn hóa-lịch sử của Lào và phong tục tập quán của người Viêng Chăn. Bên cạnh đó, lập kế hoạch đào tạo, tập huấn cụ thể cho những người lao động đang làm việc trong các cơ sở DVDL mà có triển vọng; phải tính đến việc đào tạo bồi dưỡng nhân tài về DVDL cho thủ đô Viêng Chăn, làm thế nào để Thủ đô Viêng Chăn trong tương lai có những chuyên gia DVDL phục vụ khách du lịch với tiêu chuẩn quốc tế.

*Ba là*, tăng cường liên kết phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo, bồi dưỡng về nhân lực cho các cơ sở DVDL ở thủ đô Viêng Chăn. Trong đó, cần quan tâm đầu tư cho các trường đào tạo chuyên môn về các loại DVDL tại các trung tâm đào tạo trọng điểm như: Thủ đô Viêng Chăn, Luông Pha Bang và Chăn Pa Sác. Thủ đô Viêng Chăn có lợi thế về hệ thống các trường Đại học, Cao đẳng có kinh nghiệm chuyên môn hóa trong việc đào tạo nhân lực cho ngành DVDL (hướng dẫn viên, nhân viên dịch vụ trong các cơ sở lữ hành, nhân viên khách sạn, nhà bếp...) có thể trực tiếp đào tạo cho địa phương hoặc liên kết hỗ trợ đào tạo. Đồng thời, phải hình thành bộ phận đào tạo về DL ở các trường nghề tại các địa phương còn lại.

*Bốn là*, phải đa dạng hóa các hình thức đào tạo và bồi dưỡng cán bộ nhân viên cho ngành du lịch nói chung và cho các cơ sở DVDL nói riêng. Đa dạng hóa các loại hình trường, lớp, trung tâm đào tạo, bồi dưỡng nhân lực DL ở thủ đô Viêng Chăn để hình thành mạng lưới đào tạo với nhiều hình thức như: lớp bồi dưỡng, lớp đào tạo ngắn hạn, lớp chính quy hợp lý để đào tạo đội ngũ cán bộ và nhân viên lao động trong ngành DL ở thủ đô Viêng Chăn một cách kinh nghiệm, chuyên nghiệp và sát thực tế để đáp ứng nhu cầu trong thời gian tới của ngành DL và có thể tăng cường quy mô đào tạo nhằm nâng cao chất lượng cho lao động trực tiếp trong ngành DL, cung cấp những kỹ năng cần thiết về lao động cho năm du lịch Lào 2024.

*Năm là*, ngoài việc đào tạo bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch theo chương trình, các cơ sở DVDL cần phải bồi dưỡng, đào tạo theo nhu cầu của mỗi cơ sở bằng cách bồi dưỡng đào tạo tại chỗ do các cơ sở DVDL tổ chức và mời các chuyên gia lên lớp, khuyến khích doanh nghiệp, liên kết các cơ sở đào tạo tham gia chương trình đào tạo các khóa đào tạo tại chỗ ngắn hạn nhằm nhanh chóng cung cấp nguồn nhân lực cho phát triển DVDL cần thiết với chất lượng cao. Liên kết chặt chẽ giữa các cơ sở đào tạo, các đơn vị hoạt động DVDL, trung tâm thực nghiệm nghề về DVDL để gắn đào tạo lý thuyết với thực hành thực tiễn, nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho DVDL. Để nâng cao trình độ dịch vụ, khả năng giao tiếp, thái độ ứng xử văn minh, thân thiện của nhân viên đối với khách du lịch cần trang bị thêm những kiến thức lịch sử, văn hóa của từng địa phương để nhân viên có thể truyền tải những nét độc đáo mang bản sắc quê hương đến với khách du lịch.

#### *Về phát triển hướng dẫn viên du lịch ở thủ đô Viêng Chăn*

Hướng dẫn viên du lịch làm việc theo một chương trình và thời gian biểu đã định sẵn. Đón khách, đưa về khách sạn, bố trí phòng nghỉ, đưa khách tham quan, tổ chức các dịch vụ giải trí, shopping tiễn khách. Trong quá trình tổ chức tour hướng dẫn viên là người đại diện chịu trách nhiệm duy nhất của doanh nghiệp trước du khách và làm nhiệm vụ tổ chức thực hiện theo đúng chương trình đã định sẵn. Cho nên phải đảm bảo thực hiện đủ số lượng các nhân viên dịch vụ với chất lượng cao nhất - dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ vui chơi giải trí... Hướng dẫn viên tổ chức cho du khách tham quan các danh lam thắng cảnh, các bảo tàng, thăm các ngôi chùa, nhà thờ, các công trình kiến trúc cổ, các công trình văn hóa nghệ thuật dân gian. Đối với việc hướng dẫn các đoàn khách đi tham quan du lịch quốc tế trách nhiệm của đại diện cho doanh nghiệp tổ chức du lịch mà còn đại diện cho phía Lào trước các cơ quan hữu trách nước ngoài.

## **4.2.2. Nhóm giải pháp phát triển các cơ sở dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.**

### **4.2.2.1. Giải pháp phát triển dịch vụ lữ hành du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.**

Cùng với việc phát triển các lữ hành du lịch cần phải phát triển và mở rộng các tuyến DL trong và ngoài thủ đô Viêng Chăn, tuyến DL là lộ trình nối các khu, điểm DL với nhau. Theo sự phân bố các tài nguyên DL, thủ đô Viêng Chăn cần phát triển các tuyến DL quan trọng như sau:

*Các tuyến du lịch nội vùng thủ đô Viêng Chăn:* đây là tuyến DL rất quan trọng trong hệ thống các tuyến DL ở thủ đô Viêng Chăn. Khách du lịch có thể sử dụng các loại phương tiện đường bộ, có thể cả đường sông để đi thăm quan các điểm DL nội vùng. Đối tượng tham quan chính là: các di tích lịch sử, văn hóa, đền chùa, bảo tàng, cảnh quan rừng núi, khu bảo tồn thiên nhiên, hồ, sông, suối, thác, hang, thủy điện và trung tâm thương mại...

*Các tuyến du lịch liên miền:* đây cũng là tuyến DL quan trọng nhất của các doanh nghiệp lữ hành ở thủ đô Viêng Chăn. Khách du lịch có thể sử dụng các loại phương tiện đường bộ, đường hàng không để đi thăm quan các điểm DL các miền. Đối tượng tham quan chính là: các di tích lịch sử, văn hóa, đền chùa, bảo tàng, cảnh quan rừng núi, khu bảo tồn thiên nhiên, hồ, sông, suối, thác, hang, thủy điện và trung tâm thương mại... Các tuyến du lịch bao gồm:

Tuyến du lịch thủ đô Viêng Chăn - các tỉnh Bắc Trung Bộ (thủ đô Viêng Chăn, tỉnh Viêng Chăn, tỉnh Xay Sôm Bun).

Tuyến du lịch thủ đô Viêng Chăn - các tỉnh phía Bắc (tỉnh Phong Sa Li, U Đôm Xay, Luông Nam Tha, Bo Keo, Xay Nha Bu Li, Luông Pha Bang, Hòa Phăn, Xiêng Khoáng).

Tuyến du lịch thủ đô Viêng Chăn - các tỉnh miền Nam (tỉnh Bo li khăm xay, khăm muôn, Sa văn na khêt, Ất Ta Pư, Xê Kong, Sa La Vãn, Chăn Pa Sác).

*Các tuyến du lịch quốc tế:* với điều kiện và lợi thế về vị trí của thủ đô Viêng Chăn, ngoài phát triển các tuyến DL trong nước, thủ đô Viêng Chăn còn

có thể mở rộng thêm tuyến du lịch quốc tế. Khách du lịch có thể sử dụng các loại phương tiện đường bộ để đi thăm quan các điểm DL giữa các nước lân cận. Các tuyến du lịch bao gồm:

Tuyến du lịch thủ đô Viêng Chăn (Lào) - Hà Tĩnh - Quảng Bình - Quảng Trị (Việt Nam). Tuyến du lịch này, được hình thành từ một phần quốc lộ 13, từ thủ đô Viêng Chăn qua cửa khẩu Năm Phao - Cầu Treo ra Hà Tĩnh; qua cửa khẩu Na Phâu - Cha Lo ra Quảng Bình; qua cửa khẩu Đen Sa Văn - Lao Bảo ra Quảng trị. Đây là tuyến du lịch cho phép du lịch thủ đô Viêng Chăn gắn kết với trung tâm du lịch một số tỉnh của Việt Nam, bổ sung thêm các sản phẩm du lịch biển hấp dẫn.

Tuyến du lịch thủ đô Viêng Chăn (Lào) - Na Khon Pha Nôm - Múc Đa Hán (Thái Lan). Từ thủ đô Viêng Chăn qua cầu cửa khẩu số 2 ra Múc Đa Hán và qua cầu cửa khẩu số 3 ra Na Khon Pha Nôm. Đây là tuyến du lịch cho phép du lịch thủ đô Viêng Chăn gắn kết với trung tâm du lịch một số tỉnh của Thái Lan, bổ sung thêm các sản phẩm du lịch shopping, mua sắm và chữa bệnh...

Để đạt kết quả trên, từng cơ sở lý hành phải thành lập và xây dựng các khối nhiệm vụ như sau:

*Một là, Khối nghiệp vụ lý hành:* Khối nghiệp vụ lý hành bao gồm những phòng chuyên môn có nhiệm vụ tổ chức thực hiện những nhiệm vụ chuyên môn cụ thể: tổ chức khai thác thị trường, tuyên truyền quảng cáo, dịch vụ thông tin tư vấn, dịch vụ đặt giữ chỗ, dịch vụ đại lý, dịch vụ hướng dẫn, dịch vụ vận chuyển tổ chức kênh tiêu thụ sản phẩm...

Các phòng chức năng bao gồm: phòng thị trường, phòng điều hành, phòng quảng cáo và thông tin, phòng hướng dẫn du lịch, phòng kinh doanh dịch vụ vận chuyển, phòng bán tour (out bound và in bound)...

Hoạt động của khối nghiệp vụ lý hành có ý nghĩa quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp lý hành. Nhiệm vụ của các phòng chức năng thuộc khối nghiệp vụ lý hành là: thiết kế sản phẩm mới nghiên cứu cải tiến hoàn thiện sản phẩm truyền thống đa dạng hóa sản phẩm của doanh nghiệp, tuyên truyền

quảng cáo và tư vấn cho du khách về nhiều lĩnh vực khác nhau. Giúp họ thực hiện nhu cầu đi du lịch, thiết lập các mối quan hệ thị trường, tìm đối tác, tổ chức bán sản phẩm, tổ chức cung cấp dịch vụ cho du khách... Tác động của những hoạt động này là nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo uy tín và vị trí của doanh nghiệp trên thị trường

*Hai là, Khối nghiệp vụ quản lý:* Khối nghiệp vụ quản lý có nhiệm vụ hạch toán kinh doanh, tổ chức bộ máy quản lý doanh nghiệp, tổ chức hoạt động kinh doanh, thiết lập mối quan hệ giữa doanh nghiệp với các cơ quan quản lý cấp trên và địa phương. Hoạch định quy mô và tốc độ phát triển doanh nghiệp. Hoạt động của khối nghiệp vụ quản lý có tác dụng trực tiếp đến việc phát huy hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp. Tổ chức hạch toán doanh nghiệp một cách khoa học sẽ giúp cho bộ máy quản lý được tổ chức gọn nhẹ, giảm được biện đê mà đạt hiệu quả cao. Mức chi phí kinh doanh thấp, lợi nhuận của doanh nghiệp đạt mức tối đa.

Khối nghiệp vụ quản lý được tổ chức thành những phòng sau: phòng tổ chức và nhân sự, phòng kế hoạch đầu tư và phát triển, phòng tài chính kế toán, phòng vật tư và thiết bị, phòng thư kí tổng hợp.

*Ba là, Khối phục vụ sản xuất kinh doanh:* Nhiệm vụ của khối phục vụ sản xuất kinh doanh là đảm bảo mọi yêu cầu về vật chất và phi vật chất giúp cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp hoạt động liên tục trong điều kiện bình thường.

Nhiệm vụ cụ thể của khối phục vụ sản xuất kinh doanh bao gồm các hoạt động: bảo vệ tài sản doanh nghiệp, bảo vệ an ninh, tổ chức hoạt động tạp vụ, vệ sinh doanh nghiệp, hoạt động lễ tân, văn thư lưu trữ, chăm lo bảo quản các thiết bị văn phòng, cung cấp văn phòng phẩm đảm bảo theo yêu cầu của các bộ phận chuyên môn, hoạt động thông tin nội bộ...

#### **4.2.2.2. Giải pháp phát triển lưu trú du lịch ở thủ đô Viêng Chăn:**

Ngày nay du lịch đã trở thành nhu cầu cần thiết của nhiều tầng lớp xã hội khác nhau, dịch vụ du lịch khả năng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của du khách với khả năng tài chính từ bình dân đến cao cấp. Doanh nghiệp kinh doanh dịch

vụ lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn cũng phát triển đến chóng mặt nhiều lúc, nhiều nơi cung - cầu mất cân đối, công suất sử dụng cơ sở vật chất ở mức độ rất thấp. Cạnh tranh trên thị trường cung cấp dịch vụ du lịch trở nên gay gắt. Khắc phục những khó khăn trên các cơ sở dịch vụ lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn áp dụng chính sách khuyến mại với nhiều hình thức khác nhau để thu hút khách, tạo ưu thế cho doanh nghiệp. Các hình thức khuyến mại rất đa dạng và linh động. Nhiều doanh nghiệp tổ chức vận chuyển khách từ cửa khẩu nhập cảnh về khách sạn và ngược lại miễn phí, với khách lưu trú tại khách sạn từ ba đêm trở lên mỗi khách được sử dụng một lần dịch vụ bổ sung miễn phí như: tắm hơi, dancing, karaoke,... dịch vụ bán cho các hãng lữ hành có chính sách giảm giá đặc biệt vì họ là những đối tác sử dụng dịch vụ thường xuyên, đối với các đợt công tác có tính chất khảo sát thị trường họ được hưởng chế độ miễn phí... Mặt khác để làm phong phú thêm các loại dịch vụ cung ứng về dịch vụ lưu trú cho du khách nhằm tạo sự sôi động và đáp ứng nhu cầu sở thích của du khách, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn phải đầu tư thêm cơ sở vật chất nhằm cung cấp tại chỗ các dịch vụ bổ sung cho du khách như: dịch vụ thể thao, y tế, văn nghệ, câu lạc bộ bi-a, sân tennis, bể bơi, câu lạc bộ khiêu vũ, dịch vụ vật lý trị liệu.

Công tác tuyên truyền quảng cáo thu hút khách cần tập trung vào những nội dung: đặc điểm thiên nhiên, khí hậu, văn hóa của vùng du lịch nơi doanh nghiệp đăng kí kinh doanh, giới thiệu ngắn về khách sạn - những điều kiện thuận lợi các dịch vụ cung ứng điều kiện tham gia các hoạt động thể thao, điều kiện thuận lợi đối với khách du lịch có trẻ nhỏ đi cùng tiện nghi của khách sạn, vị trí khách sạn quy định tỷ lệ giảm giá trước và sau mùa du lịch...

Vào mùa du lịch các doanh nghiệp tổ chức khai trương mùa khách với sự tham gia của các hãng lữ hành và các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch khác. Tại cuộc gặp mặt trong lễ khai trương mùa du lịch phải trao đổi với nhau về những điều kiện có liên quan đến việc bán sản phẩm, giá cả, chất lượng dịch vụ. Tại cuộc gặp này với sự tham gia của các hãng hàng không, hãng bảo hiểm

cùng nhau thảo luận phải có những nội dung có liên quan đến quan hệ mua - bán sản phẩm lưu trú và tổ chức du lịch.

Mối quan hệ cung và cầu trong thị trường du lịch không phải lúc nào cũng cân đối. Hiện tượng căng thẳng cơ sở vật chất (cung) vào mùa khách, công suất sử dụng buồng phòng thấp vào trước và sau mùa du lịch là diễn biến bình thường với hoạt động du lịch. Để chủ động trong hoạt động sản xuất kinh doanh và đảm bảo có chỗ chắc chắn do du khách khi đi du lịch đã hình thành nghiệp vụ giữ chỗ. Đặt cơ sở cho công việc đặt giữ chỗ trong hoạt động du lịch là hai tổ chức quốc tế.

Mối quan hệ cung-cầu du lịch ở thủ đô Viêng Chăn thay đổi mà nguyên nhân phát sinh từ Covid-19 là cơ cấu dòng khách với sự tham gia ngày càng ít đi trong những năm qua, cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú đã giải xuống về số lượng và chất lượng. Tổ chức phục vụ lưu trú cho du khách trong các cơ sở kinh doanh dịch vụ mới bắt đầu trở thành đối tượng và nội dung nghiên cứu của khoa học du lịch trong năm 2022. Khách sạn du lịch ở thủ đô Viêng Chăn đã được bố trí nghỉ ngơi trong khách sạn theo danh sách đoàn qua dịch vụ đặt giữ chỗ đã được chấp nhận hoặc tour leader chuyển cho bộ phận lễ tân khách sạn.

Đối với khách du lịch không đặt giữ chỗ trước tùy theo yêu cầu của khách và khả năng đáp ứng của khách sạn, tổ lễ tân trực tiếp giải quyết với khả năng cao nhất sau khi đã bố trí phòng cho khách. Bộ phận lễ tân vào số liệu lưu trữ nhằm mục đích. Khi vào số liệu lưu trữ cần phân loại: khách đã đến ở khách sạn nhiều lần, khách bình thường, khách đặc biệt quan trọng với mục đích có điều kiện phục vụ khách tốt nhất, có chế độ ưu đãi với du khách đã đến nghỉ nhiều lần tại khách sạn.

Đối với khách du lịch đi theo đoàn việc phục vụ có điều kiện nhanh và thuận lợi hơn thông qua tour leader hoặc hướng dẫn viên. Về nguyên tắc không buộc khách phải tự mở cửa phòng lần đầu tiên, điều này được thực hiện bởi nhân viên khách sạn với mục đích giới thiệu với khách tiện nghi và cách sử dụng cũng như



chức năng các trang bị tại phòng hộ sử dụng: telephone, máy vi tính (nếu có), tivi, tủ lạnh, máy điều hòa nhiệt độ, hệ thống ánh sáng...

Trong thời gian nghỉ tại khách sạn khách được đáp ứng một loạt các loại dịch vụ: vận chuyển hành lý cho khách từ phương tiện vận chuyển lên phòng và ngược lại. Cung cấp các loại thông tin cần thiết: về nội bộ khách sạn; phòng ăn, câu lạc bộ khiêu vũ, quầy Bar, karaoke, phòng vật lý tư liệu, bể bơi, sân tennis..., các loại dịch vụ được phục vụ tại khách sạn, điều kiện tham gia các hoạt động giải trí, thể thao, hệ thống giao thông và y tế địa phương, những loại dịch vụ đặc biệt khác... Cho thuê các loại thiết bị điện tử, sử dụng thư ký, phiên dịch, sử dụng teleck, bác sĩ riêng...

Với mục đích mở rộng và đa dạng các dịch vụ, tạo thuận lợi đến mức tối đa cho du khách các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú hướng đến xu thế chung tăng cường cơ sở vật chất, xây dựng xung quanh khách sạn bể bơi, sân tennis, câu lạc bộ thể hình thẩm mỹ, phòng tổ chức hội nghị với trang thiết bị hiện đại... Một điều rất cần được các nhà quản lý khách sạn quan tâm là xác định đúng, chính xác khách thường xuyên và khách đặc biệt.

Đối với khách đã sử dụng phòng khách sạn nhiều lần phải phục vụ sao cho cảm giác của khách lần sau được phục vụ tốt hơn, trong bầu không khí đầm ấm, vui vẻ thoải mái hơn. Có thể làm hài lòng khách bằng những việc làm nhỏ nhưng nhiều ý nghĩa. Tổ chức mừng sinh nhật khách, đặt hoa trong phòng ngủ, gửi lời chào buổi sáng và trước khi khách ngủ, một món quà nhỏ khi khách trả phòng. Những khách đặc biệt quan trọng bao gồm: những nhân vật nổi tiếng trong giới thể thao, văn nghệ sĩ có tiếng, các nhà khoa học có tên tuổi, những nhân vật quan trọng của giới chức địa phương, chính phủ, lãnh đạo của những hãng đối tác, những thương gia có tên tuổi... họ thuộc loại khách VIP. Những loại khách này phải được sự quan tâm đặc biệt không chỉ từ những nhân viên có quan hệ trực tiếp phục vụ du khách mà còn từ phía người quản lý khách sạn. Các loại khách này bao giờ cũng có thông tin trước cho khách sạn do vậy công việc chuẩn bị đón họ phải được chuẩn bị chu đáo nhất.

Khi tiễn khách ngoài việc giúp khách mang vắc hành lí ra phương tiện vận chuyển nếu khách yêu cầu nhân viên khách sạn giúp họ đóng gói hành lí. Nhiều khách sạn bố trí nhân viên tiễn khách tại cửa khẩu gần nhất khi cả điều kiện.

*Khách sạn, nhà nghỉ:* là xu hướng du khách nước ngoài đến thủ đô Viêng Chăn trong những năm tới sẽ tăng dần. Điều này đòi hỏi thủ đô Viêng Chăn cần phải đầu tư nâng cấp khách sạn, nhà nghỉ, cần ưu tiên đối với các dự án đầu tư xây dựng, nâng cấp khách sạn, nhà nghỉ đạt tiêu chuẩn quốc tế nhằm đáp ứng yêu cầu không ngừng gia tăng của du khách, quan trọng du khách nước ngoài. Đồng thời, cần phải thiết kế những không gian nhất định làm bãi đỗ xe, sân cỏ, vườn hoa, ... để tạo sự hấp dẫn cho khách du lịch. Đây là điều hết sức quan trọng trong xây dựng các công trình lưu trú ở thủ đô Viêng Chăn nhằm bảo đảm sự văn minh trong giao thông, thoải mái và an toàn đối với du khách quốc tế và trong nước.

#### **4.2.2.3. Phát triển dịch vụ nhà hàng và cơ sở ăn uống ở thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào.**

Trong hoạt động du lịch quốc tế xu hướng du khách đòi hỏi được phục vụ ngay tại nhà hàng các loại hình dịch vụ giải trí đa dạng với chất lượng cao đã là hiện tượng rất phổ biến. Kết hợp giữa nghỉ ngơi và giải trí là điều kiện lý tưởng để du khách tận hưởng và chứng kiến những thành tựu về khoa học và văn hóa truyền thống của địa điểm họ đến du lịch. Với quan điểm tạo điều kiện cho du khách phải được thưởng thức những món ăn ngon, những dịch vụ văn hóa đặc sắc đậm đà tính dân tộc, nhưng trong trạng thái tinh thần và hoàn cảnh tương tự như điều kiện sống ở quê hương, đất nước họ. Các nhà hàng du lịch ở thủ đô Viêng Chăn phải xây dựng một hệ thống cơ sở vật chất từ nhỏ đến lớn, từ thô sơ đến hiện đại với thứ hạng cao thấp khác nhau phục vụ du khách có nhu cầu tiêu dùng từ bình dân đến cao cấp với công nghệ kết hợp giữa tính hiện đại của khoa học kĩ thuật với tính truyền thống dân tộc địa phương. Từ những yêu cầu trên đòi hỏi các công tác tổ chức cơ sở vật chất, tổ chức kinh doanh, kĩ

thuật công nghệ thủ đô Viêng Chăn phải hài hòa với đặc điểm, loại hình kinh doanh của mỗi doanh nghiệp.

Dịch vụ ăn uống chiếm vị trí không nhỏ trong hệ thống dịch vụ du lịch. Nhiệm vụ của các nhà hàng du lịch là cung cấp thức ăn, đồ uống cho du khách. Hoạt động sản xuất kinh doanh của nhà hàng ở thủ đô Viêng Chăn hết sức đa dạng và phong phú tùy theo quy mô cấp hạng của doanh nghiệp. Công nghệ phục vụ bao gồm nhiều bộ phận có chức năng riêng biệt:

- Bộ phận bếp tổ chức chế biến thực phẩm, Sản xuất các món ăn phục vụ khách. Đứng đầu là bếp trưởng (executive chef), dưới bếp trưởng là nhà bếp nhỏ và các đầu bếp. Nhà hàng càng lớn tổ chức bộ phận bếp càng lớn và phức tạp.

- Bộ phận bàn phụ trách phục vụ các món ăn do nhà bếp sản xuất chế biến. Phụ trách bộ phận bàn là gian hàng trưởng thương nghiệp hoặc tổ trưởng bàn (tùy theo quy mô nhà hàng), trong khách sạn là trợ lý giám đốc phụ trách nhà hàng và quầy uống. Phục vụ tại nơi đây là nhân viên bàn, nhân viên dọn dẹp và phụ trợ.

- Bộ phận Bar chuyên môn pha chế cocktail, cung cấp bia, nước ngọt và đồ uống lạnh. Chuyên phục vụ đồ uống cho khách có nhân viên quầy bar, nhân viên chạy bàn, nhân viên dọn dẹp phụ trợ công việc dọn dẹp, vệ sinh lau rửa chén đĩa của bộ phận ăn uống (bàn, bar, bếp) của những nhà hàng lớn được tổ chức thành bộ phận riêng: bộ phận quản lý vật dụng nhà bếp (stewarding). Các bộ phận trên được biên chế riêng nhưng có sự phối hợp nhịp nhàng bởi trong công việc phục vụ ăn uống của khách tác động đồng thời tới mọi bộ phận. Thiếu phối hợp nhịp nhàng sẽ dẫn đến những sai sót làm giảm chất lượng phục vụ khách.

*Một là, Tổ chức phục vụ du khách trong các nhà hàng ăn uống - restaurant:* Restaurant là loại nhà hàng phổ biến nhất kinh doanh dịch vụ ăn uống và giải trí của hệ thống các nhà hàng du lịch. Ở thủ đô Viêng Chăn, nhà hàng kinh doanh dịch vụ ăn uống dù thuộc hệ thống chuyên doanh du lịch hay thuộc hệ thống thương mại ăn uống công cộng đều có thứ hạng từ thấp đến cao, phục vụ mọi nhu cầu của du khách. Chuẩn bị quá trình sản xuất chế biến món ăn trọng

bếp của các restaurant là một công nghệ phức tạp có thể nói mỗi một món ăn được coi như một công trình nghệ thuật của nghệ nhân làm bếp.

Đã trở thành nguyên tắc, phòng đợi trong restaurant phải được bài trí lịch sự, thoải mái là nơi khách hàng chờ đợi, chỗ ngồi, bàn ăn trong gian hàng thương mại. Những nhà hàng cao cấp sang trọng phải bố trí quầy bar giúp cho trong thời gian chờ đợi khách có điều kiện thoải mái hơn và sử dụng những dịch vụ tạo sự ngon miệng. Phòng ăn của restaurant phải được bố trí và trang trí đầy đủ tiện nghi tạo để điều kiện tối ưu cho việc phục vụ với công nghệ cao và chất lượng tốt nhất. Bàn ghế phải trang bị phù hợp với các phương tiện khác. Chỗ ngồi của khách phải bố trí đủ diện tích và thuận tiện. Nhiều khách sạn có cách bài trí thành từng góc thương mại. Bố trí thêm các loại cây cảnh tạo quang cảnh sinh động và tươi mát, có chỗ dành cho khách tham gia khiêu vũ hoặc văn nghệ, có chỗ cho dàn nhạc phục vụ khách. Người phụ trách phải tinh thông ngoại ngữ, có kinh nghiệm trong lĩnh vực phục vụ nhà hàng du lịch. Nhân viên nhà hàng du lịch chẳng những phải được đào tạo và bổ túc trong nghề thường xuyên mà còn phải giao dịch thông thạo ngoại ngữ Anh hoặc nước ngoài nào đó để có điều kiện phục vụ tốt du khách, Restaurant phục vụ cả hai đối tượng: Khách đi du lịch theo đoàn và khách lẻ tự do. Mỗi đối tượng khách có đặc điểm riêng và những đòi hỏi khác nhau khi phục vụ họ. Người quản lý và nhân viên lao động trong restaurant phải am tường để nâng cao chất lượng phục vụ.

*Hai là, Tổ chức phục vụ ở nhà hàng điểm tâm:* Nhà hàng điểm tâm có ý nghĩa và vai trò không nhỏ trong việc phục vụ khách của hệ thống nhà hàng du lịch ở thủ đô Viêng Chăn. Tại các nhà hàng này du khách được đáp ứng nhiều yêu cầu khác nhau, thư giãn, giải trí, nghỉ ngơi. Các nhà hàng loại này phục vụ các loại đồ uống đủ loại như: café, trà, bia các loại, các loại nước uống không có độ cồn, các loại rượu, các loại bánh ngọt, món ăn điểm tâm nóng, nguội... Các phòng ăn được trang trí theo phong cách đặc biệt có sức hấp dẫn khách. Tại các quầy Bar bố trí loại ghế cao. Ở các nhà hàng Cafeteri tổ chức hai hình thức phục vụ: tự chọn và có nhân viên bàn phục vụ (Cafeteri - là nhà hàng ăn nhanh). Nhà hàng điểm

tâm được bố trí ban nhạc phục vụ khách, với chương trình ca nhạc do các ca sĩ thường là không chuyên phục vụ. Quy trình phục vụ tại các nhà hàng điểm tâm tương tự như ở restaurant. Ở thủ đô Viêng Chăn phải phát triển các loại nhà hàng này một cách đa dạng và phong phú.

*Ba là, Tổ chức phục vụ khách du lịch ở cơ sở giải trí:* Cơ sở giải trí là một bộ phận trong hệ thống cơ sở nhà hàng ăn uống và giải trí đảm bảo điều kiện nghỉ ngơi và giải trí cho du khách. Điển hình nhất về loại cơ sở này gồm có cơ sở các dịch vụ truyền thống, các loại Bar, discotek, sòng bạc (casino).

Ở các cơ sở phải có phong cách phục vụ truyền thống sẽ khôi phục lại những truyền thống, phong tục cổ, thông qua nó khách nước ngoài có điều kiện tìm hiểu, làm quen với lịch sử kiến trúc, nghệ thuật, nền văn hóa cổ của thủ đô Viêng Chăn, thủ đô của đất nước triệu voi. Những cơ sở dịch vụ loại này phải được xây dựng theo phong cách kiến trúc cổ, mang sắc thái dân tộc, ở các dụng cụ như bàn ghế, trang trí nội thất vừa hiện đại lại hoang sơ kiểu dân tộc cổ. Nhân viên phục vụ phải mang những trang phục phù hợp với phong cách kiến trúc. Tại các cơ sở dịch vụ loại này phải phục vụ những món ăn dân tộc đặc sắc, đặc sản truyền thống. Những chương trình ca múa nhạc dân tộc cổ điển được phục vụ du khách đúng với phong cảnh của cơ sở dịch vụ. Nhân viên phục vụ phải được đào tạo kỹ với chất lượng nghề nghiệp chuyên môn cao. Cơ sở dịch vụ loại truyền thống cũng thường tổ chức những cuộc picnic như là một hoạt động thường xuyên hoặc không thường xuyên theo yêu cầu của du khách. Picnic được hướng tới những địa điểm có vị trí tự nhiên và phong cảnh đẹp. Tổ chức chế biến các món ăn ngoài trời theo kiểu cổ điển như: Larp (gỏi thịt), canh phia (canh long bò), tấm mak hung với nướng cá... các loại rượu đồ uống dân tộc: rượu cần, rượu men lá, rượu nếp...

*Bốn là, Tổ chức phục vụ tiệc và tiếp khách:* Trong hoạt động kinh doanh các nhà hàng ăn uống du lịch ở thủ đô Viêng Chăn (restaurant) thường xuyên tổ chức những buổi tiệc long trọng như: liên hoan, tiệc cưới, tiệc tiếp khách ngoại giao... chúng mang những ý nghĩa vũ hội, kinh tế và chính trị khác nhau.

Các bữa tiệc thường được tổ chức vào bữa chính: Bữa trưa hoặc bữa tối tùy theo nhiều nguyên nhân khác nhau: tổ chức liên hoàn nhân kết thúc một thời gian hoạt động (tổng kết năm, quý, 6 tháng của một tổ chức xã hội một doanh nghiệp), kết thúc một hội nghị khoa học, kinh tế - xã hội, bảo vệ khóa luận-luận văn-luận án, chiêu đãi nhân một dịp nào đó... không thường với số lượng trên 10 người. Tổ chức một bữa tiệc gồm những bước sau: tiếp nhận sự đặt tiệc, chuẩn bị bữa tiệc, phục vụ tiệc, kết thúc.

*Năm là, Tổ chức và phục vụ cocktails:* Cocktails được phục vụ với sự phong phú hơn về đồ ăn, đồ uống, thời gian và cách phục vụ. ở thủ đô Viêng Chăn Cocktails có thể được tổ chức với hình thức tiệc đứng, khách dự tiệc đứng có điều kiện tự do đi lại giao tiếp với nhau không bị gò bó ở một vị trí cố định như tiệc ngồi, thường xuyên thay đổi vị trí nếu có yêu cầu. Tiệc đứng là quá trình tự phục vụ hoàn toàn, khách tự lựa chọn các món ăn và đồ uống, nhân viên bàn chỉ có tính chất hỗ trợ, pha chế các loại cocktails. Thời gian tổ chức cocktails thường kéo dài khoảng 120 đến 150 phút. Phục vụ từ 11 - 13 giờ hoặc từ 17 giờ đến 20 giờ. Ngoài những đồ uống thường dùng trong tiệc ngồi, rượu các loại wiski vang champagne... các loại nước uống không có độ cồn, còn pha chế nhiều loại cocktails khác nhau phục vụ trong bữa tiệc. Đây là nguyên nhân loại tiệc này mang tên cocktails, Cocktails được phục vụ trong các dịp sau: trước hội nghị, khai trương nhà hàng, khai trương các triển lãm, gặp gỡ giữa các đoàn, mừng ngày lễ lớn, chia tay sau hội nghị: Hình thức tiệc cocktails cũng được các cơ quan, đoàn ngoại giao và chuộng để tiếp và tiễn khách.

#### **4.2.2.4. Giải pháp phát triển dịch vụ vận chuyển du lịch ở thủ đô Viêng Chăn**

Du lịch là hoạt động gồm hai yếu tố: quá trình di chuyển và lưu trú tạm thời ngoài nơi sinh sống hàng ngày của du khách trong thời gian đi du lịch. Yếu tố đầu là quá trình di chuyển gắn liền với giai đoạn bắt đầu và kết thúc chuyến đi. Quá trình di chuyển của du khách liên quan tới việc sử dụng các phương tiện giao thông nhằm thỏa mãn nhu cầu đi lại, thay đổi địa điểm cần đến và nghỉ ngơi

của khách. Nhằm thu hút tối đa lượng khách du lịch đến thủ đô Viêng Chăn sử dụng các phương tiện giao thông góp phần tăng nguồn thu, các doanh nghiệp giao thông ở thủ đô Viêng Chăn thực hiện hai biện pháp: Tăng khối lượng cơ sở vật chất đối với tất cả các loại hình giao thông như: đường bộ, đường thủy, hàng không, đường sắt. Hoàn thiện cơ sở vật chất theo hướng tăng cường chất lượng. Tăng cường khối lượng cơ sở vật chất của ngành giao thông xuất phát từ nguồn gốc tăng số lượng khách du lịch sử dụng các phương tiện giao thông.

Nhiều thay đổi và thành tựu đã đạt được của hoạt động du lịch trong những năm qua đã có những tác động tích cực đến việc hoàn thiện hệ thống hoạt động giao thông ở thủ đô Viêng Chăn nhằm đáp ứng những yêu cầu đòi hỏi của cầu du lịch. Quá trình xã hội hóa du lịch đã đưa đến sự hình thành những nhu cầu và các mối quan hệ mới của du khách với mục đích, sở thích, phương pháp tổ chức và phương pháp phục vụ du lịch. Kết quả là cùng với những loại hình du lịch truyền thống đã xuất hiện những loại hình du lịch mới. Cầu du lịch có những đòi hỏi mới về chất lượng là nguyên nhân khách quan buộc các doanh nghiệp giao thông phải đồng thời mở rộng hiện đại hóa cơ sở vật chất và có những đổi mới về cách thức tổ chức hoạt động.

Những giải pháp đủ bao gồm: Thành lập những doanh nghiệp vận tải khách chuyên phục vụ du lịch. Trong những doanh nghiệp du lịch (các hãng lữ hành, tổ hợp khách sạn lớn, tổ hợp du lịch) thành lập các bộ phận chuyên lo tổ chức phục vụ dịch vụ vật chất khách. Phối hợp đầu tư của các doanh nghiệp kinh doanh vận tải vào các hoạt động du lịch. Thiết lập mối quan hệ chặt chẽ giữa doanh nghiệp vận chuyển khách với các doanh nghiệp du lịch khác nhằm đạt đến mức tối đa trong việc phục vụ khách du lịch. Lượng khách du lịch có hiện tượng tăng đột biến do tác động của nhiều yếu tố khác nhau như việc đưa vào hoạt động, một trung tâm du lịch mới, khai thác một loại hình du lịch mới ... dần đến sự điều chỉnh hoạt động giao thông theo vùng lãnh thổ. Tổ chức lại hệ thống phục vụ giao thông địa phương do yêu cầu sôi động của hoạt động du lịch, do tác động yếu tố hoạt động theo thừa của hoạt động du lịch.

Quá trình tổ chức dịch vụ giao thông phục vụ du lịch chịu tác động của nhiều yếu tố khác nhau:

- Tính mùa vụ trong hoạt động du lịch. Chịu tác động của nhiều yếu tố từ phía du khách như: thời gian nghỉ phép hàng năm của lực lượng công nhân viên chức, thời gian nghỉ hè, nghỉ đông của học sinh, sinh viên, giáo viên, chế độ làm việc 5 ngày 1 tuần nhưng không phải các doanh nghiệp đều tổ chức ngày nghỉ và thứ bảy và chủ nhật. Điều kiện để thực hiện các loại hình du lịch phụ thuộc vào diễn biến thời tiết trong năm: du lịch trượt tuyết tổ chức vào mùa đông, du lịch thể thao, lướt ván tổ chức vào mùa hè... Nói cách khác là tính không đồng đều theo thời gian để thực hiện các chuyến đi du lịch của du khách, có sự khác biệt theo mùa theo tháng có sự không đồng đều trong một tuần lễ, thậm chí số lượng người đi du lịch rất khác biệt trong các ngày của tuần lễ.

- Sở thích du lịch của du khách hết sức khác nhau - người có nhu cầu du lịch biển, du lịch núi, người lại có nhu cầu tìm hiểu nếp sinh hoạt hoang sơ ở những miền đất lạ và xa xôi. Có du khách kết hợp du lịch với mua sắm, tham gia các hội thảo khoa học chuyên đề.

- Nhu cầu du lịch không phải là nhu cầu cơ bản nhất trong đời sống hàng ngày của du khách như: nhu cầu về ăn, ở là yêu cầu thiết yếu của cuộc sống. Nhu cầu du lịch rất linh động có thể thay đổi rất nhanh khi trong thực tiễn cuộc sống xuất hiện những nhu cầu khác cấp thiết hơn.

Các yếu tố cấu thành dịch vụ vận chuyển khách du lịch tác động trực tiếp đến hình thức tổ chức hoạt động giao thông du lịch tác động đến quy trình, quy tắc phục vụ du khách, chúng bao gồm:

- Thông tin: Thông tin được cung cấp và cần thiết cho du khách trong suốt hành trình du lịch. Thông tin rất đa dạng: thông tin về thời tiết trong ngày (mưa, bão, nắng đẹp trời...) có ảnh hưởng trực tiếp đến chuyến đi và chương trình du lịch trong ngày, thông tin về hành trình chuyến đi bằng máy bay (những ga sắp đến, máy bay quá cảnh tại sân bay nào, còn bao lâu máy bay hạ cánh, đường đèo dốc nguy hiểm đề nghị du khách thắt dây an toàn). Còn về ca nô đi trên



biển sóng to đề nghị du khách tránh di chuyển trong trường hợp không cần thiết. nhắc nhở du khách kiểm tra những phương tiện an toàn như phao bơi để dùng khi có sự cố... cung cấp thông tin cho du khách nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất trong quá trình di chuyển theo hành trình trên của các loại phương tiện giao thông khác nhau.

- Tổ chức dịch vụ đặt giữ chỗ, bán vé các loại phương tiện giao thông. Các hãng lữ hành đặt giữ chỗ các phương tiện giao thông cho du khách tại các doanh nghiệp vận chuyển hành khách công cộng: các hãng hàng không, đường sắt, vận tải đường sông, đường biển. Các doanh nghiệp vận tải hành khách tổ chức bán vé cho những du khách tự tổ chức chuyến đi.

- Tổ chức phục vụ du khách trước và sau chuyến đi tại khu vực nhà ga (bến xe ô tô, nhà ga xe hòa, cảng sông cảng biển, sân bay) giúp du khách xếp bốc dỡ, vận chuyển hành lý vào nhà ga, làm các thủ tục: cần, gửi hành lý, nộp lệ phí (sân bay, cảng vụ). nhận thẻ chuyến bay, thủ tục xuất nhập cảnh, visa, hải quan..

- Phục vụ trong thời gian của hành trình du lịch. Tuy cùng có bản chất của dịch vụ vận chuyển khách du lịch nhưng do những yêu cầu và đặc điểm khác nhau của mỗi loại phương tiện vận chuyển mà việc tổ chức và phục vụ dịch vụ giao thông phụ thuộc vào những yếu tố sau: Loại phương tiện vận chuyển. Trình tự các giai đoạn của hành trình du lịch. Loại hình du lịch. Độ phát triển giao thông theo vùng lãnh thổ và đặc điểm các loại phương tiện vận chuyển ở từng địa phương. Lượng khách của thị trường khai thác trong mùa du lịch.

**4.2.3. Nhóm giải pháp về ứng dụng khoa học - công nghệ, mở rộng thông tin, huy động nguồn lực đầu tư cơ sở vật chất, các điều kiện cho hoạt động dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn.**

**4.2.3.1. Thúc đẩy ứng dụng khoa học - công nghệ phục vụ dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn**

Việc nghiên cứu ứng dụng khoa học - công nghệ trong phát triển DVDL là yêu cầu hết sức cần thiết. Để thực hiện công việc này cần tập trung vào những nội dung cơ bản sau:

*Một là*, bố trí thỏa đáng nguồn lực cho nghiên cứu ứng dụng, phát triển mạnh công nghệ cao phục vụ lĩnh vực quản lý nhà nước về DVDL, đề xuất các chiến lược phát triển DVDL và thị trường DL của thủ đô Viêng Chăn, ngày càng đa dạng về quy mô và số lượng, nâng cao chất lượng DVDL, tạo khả năng hội nhập DVDL thủ đô Viêng Chăn với các vùng, các tỉnh trên cả nước, từng bước sánh ngang với khu vực và thế giới.

*Hai là*, phát triển các ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động DVDL. Trong đó, tổ chức các khóa đào tạo, hướng dẫn, huấn luyện, bồi dưỡng cho các cơ sở DVDL sử dụng một cách có hiệu quả, từ đó sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ sở DVDL hoạt động lành mạnh, nâng cao khả năng cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu thị trường.

*Ba là*, áp dụng công nghệ hiện đại, tuyên truyền ý thức của du khách, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, tiết kiệm các nguồn tài nguyên thiên nhiên như năng lượng sạch, nước sạch,.. Từ đó, hạn chế ô nhiễm và rác thải.

*Bốn là*, áp dụng các thành tựu khoa học công nghệ hiện đại để phát triển DVDL ở thủ đô Viêng Chăn phải có sự tham gia của tất cả các bộ phận có liên quan trong xã hội. Trong đó, đặc biệt là sự phối hợp của đội ngũ cán bộ, các nhà khoa học trong các viện nghiên cứu, trường đại học để xây dựng các chương trình ứng dụng, phát triển công nghệ trong lĩnh vực DVDL. Việc áp dụng khoa học công nghệ hiện đại vào hoạt động DVDL ở thủ đô Viêng Chăn có thể vào những một số hướng cơ bản sau đây:

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong việc quản lý kinh tế DL với cách thức tạo ra hệ thống thông tin quản lý trong Thủ đô Viêng Chăn có kết nối với các trung tâm thông tin trong nước và quốc tế.

- Ứng dụng việc nối mạng toàn hệ thống khách sạn trên địa bàn thủ đô Viêng Chăn và các cửa khẩu quốc tế để thống kê du khách một cách hiệu quả.

- Ứng dụng các mô hình DVDL trực tuyến (mua bán phòng khách sạn, đặt chuyến du lịch trên mạng...) để từng bước chuyển dần sang mô hình thương

mai điện tử trong DVDL khi các điều kiện về hạ tầng công nghệ và hành lang pháp lý đầy đủ.

- Ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông (internet, wifi, xây dựng kênh truyền hình riêng về DVDL, quảng bá trên các kênh truyền hình nổi tiếng...) trong hoạt động xúc tiến quảng bá DVDL của Thủ đô Viên Chăn.

- Ứng dụng công nghệ xanh, công nghệ sạch trong các khách sạn, khu DL nhằm góp phần bảo vệ môi trường và phát triển DL bền vững ở thủ đô Viên Chăn.

#### **4.2.3.2. Mở rộng thông tin cho hoạt động dịch vụ du lịch ở thủ đô Viên Chăn**

Trong tương lai để tạo lập và nâng cao hình ảnh DL thủ đô Viên Chăn, tăng cường thu hút du khách, một trong những việc cần làm của ngành DVDL Thủ đô Viên Chăn là tuyên truyền quảng bá DL. Những việc cần làm là:

*Một là*, nghiên cứu tâm lý, thị hiếu, tập quán, thói quen tiêu dùng của các ngành đối tượng du khách để có những sản phẩm phù hợp và hợp lý với thị trường thông qua các hình thức tuyên truyền quảng bá, quảng cáo.

*Hai là*, đa dạng hóa các hình thức thông tin tuyên truyền, các ấn phẩm, phát hành thông tin một cách thường xuyên và liên tục theo các kênh khác nhau có chất lượng phản ánh đầy đủ các thông tin về DL thủ đô Viên Chăn.

*Ba là*, xây dựng một chương trình quảng cáo, quảng bá có tính chất chuyên ngành bằng hình ảnh qua phim truyền hình, qua mạng internet, các sách báo, tạp chí giới thiệu về nét văn hóa, danh lam thắng cảnh, làng nghề, lễ hội v.v... vùng Thủ đô Viên Chăn.

*Bốn là*, tham gia thường xuyên các hội chợ triển lãm, hội nghị, hội thảo DL trong nước và nước ngoài để giới thiệu về DL Thủ đô Viên Chăn.

*Năm là*, phối hợp với Bộ du lịch và văn hóa, các cơ quan báo chí tại Trung ương và vùng địa phương, quan hệ với các công ty DL lớn trong nước và quốc tế để tuyên truyền quảng cáo, giới thiệu đầu tư DL.

*Sáu là*, thành lập quỹ hỗ trợ và phát triển DL trên cơ sở hình thành nguồn vốn từ ngân sách nhà nước, các nguồn thu của hoạt động DL, đóng góp của các doanh nghiệp, tài trợ các tổ chức trong nước và thế giới.

*Bảy là*, khuyến khích các cơ sở kinh doanh, các nhà đầu tư, các tổ chức văn hóa - xã hội và nhân dân trong thủ đô Viêng Chăn tích cực hơn nữa công tác tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến phát triển DL.

*Tám là*, tranh thủ lợi thế về sự ổn định chính trị, an ninh trật tự, an toàn xã hội, về truyền thống văn hóa và lịch sử cần sớm xây dựng các sự kiện về DL thủ đô Viêng Chăn, tạo ra điểm nhấn trong việc nâng cao hình ảnh về DL Thủ đô Viêng Chăn, phục vụ công tác tuyên truyền, quảng bá một cách có hiệu quả nhất.

#### **4.2.3.3. Huy động nguồn lực đầu tư cơ sở vật chất, các điều kiện cho hoạt động dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn**

Vốn trong phát triển DL thủ đô Viêng Chăn là điều kiện đầu tiên và là điều kiện có vai trò quyết định. Bên cạnh đó, vốn cũng là điều kiện quan trọng giúp đầu tư kết cấu hạ tầng kỹ thuật phục vụ cho DV DL thủ đô Viêng Chăn. Các nguồn vốn cơ bản có thể huy động như sau:

*Vốn trong nước:* Nguồn vốn đầu tư từ ngân sách Nhà nước (bao gồm cấp Trung ương và địa phương) nguồn vốn này, thường được ưu tiên sử dụng vào việc bảo tồn, duy trì, phát triển tài nguyên DL, giới thiệu, xúc tiến đầu tư DL, phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông, điện, nước, thông tin liên lạc nội bộ tại các khu, điểm DL. Đối với các khu di lịch địa phương cần được đầu tư kết cấu hạ tầng bằng nguồn vốn ngân sách địa phương, còn các khu DL quốc gia trong vùng cần được ưu tiên đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng bằng nguồn vốn ngân sách Trung ương. Nguồn vốn này không lớn, nhưng có ý nghĩa rất quan trọng là “vốn môi” trong việc kích thích thu hút các nguồn vốn khác đầu tư cho phát triển DL các tỉnh trong vùng.

Huy động nguồn vốn từ nội lực bằng nhiều hình thức khác nhau như thu hút góp vốn liên doanh, phát hành cổ phiếu công trình để xây dựng hệ thống, nhà nghỉ, nhà hàng, khách sạn, khu thể thao, mua sắm, các phương tiện vận

chuyển, khu giải trí, v.v.. Đây phải được Nhà nước coi là động lực quan trọng, là ưu tiên hàng đầu trong chiến lược phát triển dài hạn.

Huy động vốn trong nội bộ ngành DL (tích lũy từ GDP du lịch), vay vốn từ ngân hàng thương mại cùng với việc huy động sự góp phần các hộ gia đình. Đây là giải pháp tích cực về vốn, khuyến khích các doanh nghiệp, các bản làng sử dụng nguồn vốn này đầu tư bảo vệ, bảo trì các di tích văn hóa và lịch sử. Xây dựng cơ sở vật chất - kỹ thuật nhằm tạo ra các DVDL có chất lượng cao. Đồng thời kiến nghị với ngành ngân hàng cải tiến các thủ tục cho vay phù hợp, thuận lợi nhằm rút ngắn thời gian sử dụng, sửa chữa, nâng cấp các hạng mục công trình.

Sử dụng quỹ đất sạch để tạo ra nguồn vốn phát triển thông qua các hình thức cho thuê đất có giới hạn thời gian như trả tiền trước, đổi cơ sở hạ tầng,...

*Vốn nước ngoài:* Thu hút vốn ngân hàng nước ngoài và vốn hỗ trợ đầu tư phát triển chính thức (ODA), là nguồn vốn bổ sung quan trọng cho đầu tư phát triển DVDL. Nguồn vốn này mang tính ưu đãi cao, thời gian cho vay, hoàn trả vốn và ân hạn dài, thông thường có thành tố không hoàn lại. Vốn WB, ADB... và một số tổ chức quốc tế khác như: UNDP, UNICEP, NGO... tỉnh ủy thủ đô Viêng Chăn giao cho các ngành có liên quan mà nòng cốt là các Sở Văn hóa - Thông tin và Du lịch thủ đô Viêng Chăn sớm có dự án khả thi để kêu gọi đầu tư.

Huy động nguồn vốn đầu tư FDI, liên kết, liên doanh với các tổ chức, tập đoàn quốc tế là yêu cầu bức thiết vì Lào nói chung và thủ đô Viêng Chăn nói riêng chưa thực sự phát triển trong ngành DL cũng như nhiều lĩnh vực liên quan khác, còn thiếu rất nhiều vốn để đầu tư xây dựng, còn thiếu kinh nghiệm, trình độ quản lý hiện đại v.v.. Có thể tập trung, cho phép hướng đầu tư FDI vào các khu DL có quy mô lớn, vào các mô hình kinh doanh DVDL kiểu mới, các doanh nghiệp kinh doanh tổng hợp để tranh thủ nguồn vốn lớn và trình độ quản lý, công nghệ hiện đại của nước ngoài.

- *Đầu tư bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử văn hóa và tài nguyên du lịch sinh thái:* Các tài nguyên DL văn hóa, tâm linh tại Thủ đô Viêng Chăn phải được quản lý chặt chẽ, phải được xếp hạng theo từng cấp để chóng biến các tài nguyên

văn hóa vật thể và phi vật thể thành những sản phẩm DL có sức hấp dẫn đối với khách DL, nhất là các địa điểm, các tài nguyên có giá trị cao Sở Văn hóa - Thông tin và Du lịch ở các tỉnh trong vùng phải tổ chức quy hoạch, kế hoạch duy tôn, bảo trì các di tích lịch sử, văn hóa, thỏa mãn các mục tiêu của đặt ra.

+ Đối với văn hóa vật thể, những di sản văn hóa, di tích lịch sử v.v.. có thể đề xuất các biện pháp bảo tồn tu bổ, gìn giữ di sản văn hóa ở thủ đô Viêng Chăn:

Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động về di sản; để người dân tham gia thực hiện chính sách, pháp luật của Nhà nước và của địa phương về bảo tồn, tu bổ các di sản, ngăn ngừa những vi phạm, xâm hại, ảnh hưởng xấu đến di sản, làm cho di tích xuống cấp, hư hỏng. Do vậy, thông qua quan điểm, đường lối, cơ chế, chính sách của các cấp ủy Đảng, Chính quyền, các tổ chức chính trị - xã hội ở địa phương, bằng các phương tiện thông tin đại chúng, phong trào quần chúng ở cơ sở để tuyên truyền, vận động rộng rãi các tầng lớp nhân dân, phát động phong trào "Sống cùng di sản", đưa chương trình học tập ngoại khóa về di sản vào trường phổ thông. Với các cơ quan Nhà nước cần có chính sách khen thưởng kịp thời bằng những hình thức phù hợp với các tổ chức, cá nhân có thành tích tốt trong việc bảo tồn, tu bổ di sản, đồng thời cũng xử lý kịp thời, nghiêm túc những trường hợp vi phạm, xâm hại di sản văn hóa.

Thực hiện nghiêm các quy định của pháp luật về di sản; thực hiện nghiêm các quy định về quản lý, bảo tồn di sản ở thủ đô Viêng Chăn, theo luật di sản văn hóa Nhà nước cũng như các quy định quản lý di tích, danh lam thắng cảnh của tỉnh ủy thủ đô Viêng Chăn. Như vậy, bảo tồn di sản văn hóa gắn với khai thác phát triển DL và cải thiện dân sinh, phải có cơ chế cụ thể vừa bảo tồn di tích vừa giao cho các gia đình, các tổ chức, cá nhân, các ngành khai thác các di tích vào việc sản xuất kinh doanh, phục vụ các hoạt động DL. Bên cạnh đó cộng tác bảo tồn di sản văn hóa sẽ gắn với lợi ích cộng đồng dân cư, giải quyết được việc làm, tăng thu nhập, cải thiện đời sống người dân, đồng thời tạo nên nguồn kinh phí để cùng với ngân sách nhà nước đầu tư trở lại cho bảo tồn, tu bổ di sản văn hóa.

+ Đối với văn hóa phi vật thể: cần gìn giữ và phát huy những truyền thống văn hóa tốt đẹp của các dân tộc thủ đô Viêng Chăn, những lễ hội truyền thống, những nét sinh hoạt văn hóa của đồng bào, văn hóa ẩm thực v.v..

+ Đối với tài nguyên du lịch sinh thái: điều này cần giữ nét nguyên sơ của tự nhiên, tránh sự xâm hại của con người. Bảo vệ và gìn giữ môi trường tự nhiên, chính là bảo vệ nguồn tài nguyên cho phát triển DL sinh thái, đồng thời là bảo vệ môi trường sống của chính chúng ta. Như vậy, cần đầu tư xây dựng hàng rào bảo vệ, bố trí người quản lý, giám sát, trông coi và có biện pháp xử phạt thích đáng đối với những hành vi xâm phạm, phá hủy nguồn tài nguyên DL sinh thái theo quy định của pháp luật nhà nước và quy định của khu DL sinh thái.

#### **4.2.3.4. Phát triển kết cấu hạ tầng phục vụ quá trình phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn**

DVDL là một ngành kinh tế tổng hợp có sự liên quan đến nhiều ngành và lĩnh vực khác nhau, do đó sự phát triển DVDL có mối ràng buộc vào nhiều yếu tố tác động. Trong những yếu tố tác động ấy, kết cấu hạ tầng là yếu tố quan trọng nhất, là nền tảng để phát triển kinh tế - xã hội nói chung và DVDL nói riêng. “Kết cấu hạ tầng phục vụ đặc lực hàng đầu đối với phát triển DVDL là hệ thống giao thông vận tải, hệ thống cung cấp điện nước, hệ thống thông tin viễn thông, xử lý rác thải, bảo vệ môi trường xanh, sạch đẹp v.v..” Do đó, cần phải quan tâm tốt những yếu tố sau:

*Một là*, cần xây dựng một hệ thống giao thông đường bộ, đường hàng không, đường thủy, một cách đồng bộ, hiện đại, toàn diện, đặc biệt là giao thông đường bộ vì chúng gắn kết chặt chẽ với các tài nguyên DL vùng Thủ đô Viêng Chăn. Trong giai đoạn tới, thủ đô Viêng Chăn cần tập trung đầu tư nâng cấp hoàn thiện các tuyến quốc lộ quan trọng trong vùng. Các tuyến quốc lộ có Cửa khẩu quốc tế như: Cầu Hữu Nghị Lào-Thái Lan I và sân bay quốc tế Wattay cần được đầu tư, nâng cấp, mở rộng đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế. Cần ưu tiên hoàn thiện tuyến đường ven bờ sông Mê Kông, Quốc lộ 10, quốc lộ 13 Bắc, 13 Nam. Tập trung nâng cấp đường các tuyến đường từ trung tâm thủ đô Viêng Chăn đi các

khu, điểm du lịch vẫn còn chưa đồng bộ, lạc hậu, xuống cấp, chất lượng kém, nhiều tuyến đường bị xuống cấp. Như vậy, cần nguồn vốn từ ngân sách Trung ương, của địa phương, dòng vốn từ khu vực ngoài nhà nước huy động từ mọi thành phần, mọi tổ chức kinh tế trong và ngoài nước (ODA, FDI...) nhằm nâng cấp hệ thống đường giao thông đến các khu DL sinh thái cũng như xây dựng những tuyến điểm mới như: vườn quốc gia, các hang, thác, hồ, sông, suối v.v..

*Hai là*, hệ thống thông tin thủ đô Viên Chăn cần được hiện đại theo hướng điện tử hóa, tự động hóa, không ngừng mở rộng các dịch vụ liên lạc mới, phát triển dịch vụ thuê bao, nâng cấp dịch vụ chuyển số liệu qua internet, email, wifi... nâng cấp các dịch vụ bưu chính viễn thông, ngân hàng ở các khu DL, nhất là những khu DL có tầm quan trọng, nằm ở những vị trí trung tâm để đảm bảo phủ sóng liên lạc đáp ứng tốt nhu cầu sinh hoạt của nhân dân vùng, địa phương. Bên cạnh đó, tạo điều kiện phát triển của ngành kinh tế trong thủ đô Viên Chăn, đặc biệt là phát triển ngành DVDL.

*Ba là*, nhanh chóng đồng bộ hệ thống nước, điện, cải tạo và tăng cường các trạm cung cấp, mạng lưới chuyển tải điện quốc gia nhằm đáp ứng nhu cầu khách DL và yêu cầu phát triển DVDL.

*Bốn là*, cần khẩn trương xây dựng hệ thống chế biến, xử lý nước thải, rác thải tại các trung tâm DVDL. Vị trí của các DVDL khác phải có quy hoạch, kế hoạch ngay từ đầu việc xây dựng hệ thống xử lý chất thải và đảm bảo vệ sinh môi trường; đặt nhiều thùng rác ở các khu vui chơi giải trí, nơi công cộng. Tăng cường giáo dục ý thức trách nhiệm của người dân vùng, địa phương, du khách và nhân viên DVDL trong vấn đề đảm bảo vệ sinh môi trường khu, các khu du lịch xanh, sạch đẹp.

*Năm là*, Thông qua kết cấu hạ tầng kỹ thuật khai thác các tài nguyên DL nhằm tạo ra dịch vụ, hàng hóa cung cấp cho khách DL. Thực tiễn cho thấy, kết cấu hạ tầng kinh tế kỹ thuật là một trong ba yếu tố cấu thành quan trọng nhất để tạo nên một hàng hóa DL chất lượng tốt, không thể thiếu đối với sự phát triển của ngành nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch. Bên cạnh việc khai thác



hiệu quả tài nguyên DL thì kết cấu hạ tầng kỹ thuật chất lượng tốt cũng tạo nên sự thuận lợi, thu hút của hoạt động DL. Vì vậy, muốn xây dựng và đẩy mạnh ngành DVDL, phải xây dựng được hệ thống kết cấu hạ tầng kỹ thuật chất lượng.

#### **4.2.4. Nhóm giải pháp về xúc tiến, quản bá các vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn, nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào**

##### **4.2.4.1. Giải pháp phát triển thị trường du lịch ở thủ đô Viêng Chăn**

*Đẩy mạnh nghiên cứu thị trường:* thâm nhập và mở rộng thị trường, gọi đây là yếu tố quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến. Đối với các doanh nghiệp DVDL ở thủ đô Viêng Chăn là thiết lập, hoàn thiện và sử dụng có hiệu quả hệ thống thông tin thị trường của doanh nghiệp DVDL với bốn hệ thống thành phần như: hệ thống thông tin bên ngoài; hệ thống ghi chép nội bộ; hệ thống kỹ thuật phân tích hỗ trợ; hệ thống thông tin từ kết quả nghiên cứu marketing. Thực hiện liên kết ngang, đại lý đặc quyền với các cơ sở DVDL nổi tiếng quốc tế. Đồng thời, nhất quán tuân thủ các nguyên tắc trong cạnh tranh để thành công cạnh tranh thu hút du khách, ba nguyên tắc cạnh tranh trong doanh nghiệp DVDL quốc tế cần phải tuân thủ thực hiện như: tác động lên hình ảnh điểm đến, kiểm soát quy trình cung cấp cho du khách và phối hợp chặt chẽ với lĩnh vực công. Tiếp đó, tiếp tục lựa chọn thị trường mục tiêu và vận dụng các chính sách phối thức tiếp thị, phối thức khuyến mại phù hợp với phân đoạn thị trường mà doanh nghiệp lựa chọn đã lựa chọn.

*Gắn phát triển thị trường với phát triển các cơ sở dịch vụ du lịch:* tăng cường hiểu biết khách hàng để thành công trong chiến lược cạnh tranh, các cơ sở DVDL coi trọng việc tìm hiểu về thị hiếu, tâm lý, cá tính và văn hóa đặc điểm của du khách. Trong việc cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho du khách cần phải minh bạch hóa, linh hoạt, ứng biến nhanh với tâm lý của khách hàng: nhà kinh doanh DL biết lắng nghe khách, thấu hiểu, biết về những điều mà khách hàng mong muốn để biến đổi sản phẩm và dịch vụ cho phù hợp với thị hiếu, mong muốn của họ, nhằm thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng các DVDL của họ. Bên cạnh đó, có thể xây dựng thành công từ nghệ thuật giữ khách hàng, các doanh

nghiệp DVDL cần duy trì trạng thái khách hàng có ít phản ứng tiêu cực nhất, tránh tình trạng phản ứng dây chuyền từ khách hàng này sang khách hàng kia, đặt biệt là với người thân, bạn bè của họ. Ngược lại nếu duy trì được trạng thái tốt đẹp trong con mắt du khách sẽ mang lại tỷ suất lợi nhuận cho doanh nghiệp DVDL trong thời gian dài vì chi phí thu hút một khách mới nhiều hơn là duy trì một khách cũ. Đồng thời, về phía các cơ quan chức năng ở thủ đô Viêng Chăn cần phối hợp chặt chẽ với nhau để có biện pháp quản lý hiệu quả các hoạt động DL; quản lý tốt các khu, điểm DL, xử lý nghiêm các hành vi đi theo khách một cách thiếu văn minh nhằm mục đích bán hàng, lừa đảo hay xin tiền, thậm chí là hành hung du khách.

*Chính sách về thị trường*, trên cơ sở nghiên cứu về thị trường thủ đô Viêng Chăn bao gồm cả thị trường trong nước và nước ngoài, cần xây dựng chính sách thu hút và phát triển thị trường phù hợp và hợp lý để nhằm vào các đối tượng khách tiềm năng theo đúng định hướng. Xây dựng cơ chế chính sách về dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ y tế, dịch vụ ngân hàng, về các chương trình khuyến mại giá cả, quan trọng là chính sách quản lý giá cả các dịch vụ, giá cả mua thấp điểm... tạo sức cạnh tranh cao trên thị trường.

#### **4.2.4.2. Giải pháp về cơ chế, chính sách xúc tiến phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn**

Phải tiếp tục đổi mới, hoàn thiện cơ chế, chính sách, pháp luật liên quan đến DVDL. Chú trọng hoàn thiện, bổ sung cơ chế chính sách đầu tư cho dịch vụ du lịch; giải quyết tốt các vấn đề liên ngành như: cơ chế chính sách về thuế, về hải quan, về thị trường, về xuất nhập cảnh v.v.. tạo điều kiện cho phát triển DVDL nhanh. Để đạt được mục tiêu trên, trong những thời gian tới dịch vụ du lịch cần chú trọng đến các vấn đề như sau:

*Một là*, tiếp tục hoàn thiện các chính sách cho DVDL.

*Chính sách về quản lý*, tạo được hành lang pháp lý thông thoáng cho hoạt động kinh doanh DVDL song song với các hoạt động dịch vụ khác trên địa bàn. Trong đó, tỉnh ủy trực tiếp ban hành các văn bản pháp quy, cơ chế chính sách

cho hoạt động và công tác quản lý DL, các khu, các điểm DL trên địa bàn các tỉnh trong vùng.

*Chính sách về đầu tư*, đối với chính sách này, phải làm sao tạo ra cho các nhà đầu tư sự thoải mái với những cơ chế giải quyết linh hoạt, nhiều ưu đãi. Đối với cơ cấu đầu tư ở Thủ đô Viêng Chăn, phải thay đổi theo hướng sử dụng những điều khoản ưu đãi như miễn giảm thuế, không thu thuế có giới hạn đối với các công trình, dự án trọng điểm tại những địa điểm được quy hoạch mà các quy định hiện thành của Nhà nước chưa đề cập. Xây dựng môi trường đầu tư an toàn, hiệu quả và tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư như: giữ vững ổn định chính trị, kinh tế - xã hội; đảm bảo an ninh cho khách du lịch và các nhà đầu tư, các nhà kinh doanh; hỗ trợ giá, xóa bỏ các cơ chế hai giá đối với người trong nước và người nước ngoài, mức giá phải hợp lý trong khung giá mà Nhà nước quy định. Đơn giản hóa các thủ tục cấp phép đầu tư, giải quyết nhanh chóng các thủ tục sau cấp phép để thúc đẩy tiến độ triển khai các dự án đã được cấp phép. rà soát, sửa đổi, bổ sung các cơ chế, chính sách về việc cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh. Bên cạnh đó tập trung thu hút đầu tư vào các lĩnh vực ưu tiên như: các khu vui chơi, giải trí, mua sắm; các điểm du lịch v.v.. Điều chỉnh, bổ sung cơ chế chính sách nhằm khuyến khích, thu hút đầu tư vào phát triển các DVDL ở thủ đô Viêng Chăn và nhằm được hỗ trợ công tác tuyển dụng lao động, hỗ trợ kinh phí đào tạo nghề cho lao động đối với trường hợp các dự án sử dụng lao động tại địa phương.

*Chính sách về thuế*, cần ưu tiên thuế nhập khẩu với thuế suất bằng thuế suất nhập tư liệu sản xuất đối với các trang thiết bị khách sạn, cơ sở vui chơi giải trí, phương tiện vận chuyển khách du lịch, vật tư phục vụ DVDL mà trong nước chưa sản xuất được hoặc không đáp ứng được yêu cầu hiện đại hóa cơ sở DVDL theo yêu cầu của khách du lịch. Cần có chính sách hợp lý về thuế, về giá điện, nước trong kinh doanh khách sạn, giá thuê đất khu, điểm du lịch... rà soát điều chỉnh phương pháp tính thuế, lệ phí, các hình thức vé liên quan đến dịch vụ du lịch.

*Hai là*, đẩy mạnh công tác bảo vệ tài nguyên và môi trường DL, tăng cường khả năng thích ứng với biến đổi khí hậu trong lĩnh vực DL, phát triển dịch vụ du lịch gắn với bảo tồn và phát triển bền vững.

*Ba là*, cần áp dụng cơ chế mở cửa và hợp tác khu vực bằng cách đơn giản hóa thủ tục xin visa DL như: hạ thấp hơn nữa chi phí làm visa, các yêu cầu hành chính về việc cho phép lấy visa tại sân bay và tự động cho phép loại hình visa nhập cảnh nhiều lần nhằm thúc đẩy thương mại trong các tỉnh của vùng và kéo dài thời hạn của visa trở lên.

*Bốn là*, cần sử dụng hệ thống tiêu chuẩn nghề có liên quan, ra các quy định nhằm thúc đẩy hoạt động tự kiểm tra, giám sát. Xây dựng các hình thức hợp tác như: DL sinh thái, hiệp hội di sản, mạng lưới DL cộng đồng, mạng lưới DL lễ hội v.v.. các hình thức hợp tác này hoạt động cả trên mọi phương tiện truyền thông không chỉ internet để chia sẻ kinh nghiệm, giới thiệu sản phẩm qua trực tuyến kết hợp với hỗ trợ kinh doanh DVDL v.v..

*Năm là*, đối với các quy hoạch của trong vùng, cần rà soát chi tiết các dự án quy hoạch, dự án đầu tư. Bên cạnh đó, cũng cần xem xét về nội dung và mức độ ưu tiên thu hút đầu tư để bảo đảm tính phù hợp với định hướng chung của cả vùng.

*Sáu là*, sửa đổi các quy định về thủ tục cấp giấy phép cho các loại hình sở hữu của các đơn vị tổ chức DVDL. Sửa đổi luật đất đai, hạn chế tình trạng đối xử không công bằng giữa công ty tư nhân và nhà nước trong lĩnh vực kinh doanh DL.

#### **4.2.4.3. Giải pháp về tăng cường quản lý nhà nước trong lĩnh vực dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn**

Có thể nói, DVDL vùng Thủ đô Viêng Chăn liên tiếp gặt hái được thành công to lớn đáng kể, có được điều đó là vì nhờ vào sự đổi mới cơ chế quản lý và bộ máy tổ chức của các cấp, ngành trong vùng Thủ đô Viêng Chăn. Tuy nhiên, để thực hiện thành công chiến lược phát triển kinh tế đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030 đưa DVDL thủ đô Viêng Chăn trở thành trọng điểm đất nước

cần tiếp tục đẩy mạnh việc hoàn thiện tổ chức bộ máy cùng với cơ chế quản lý tương ứng với chức năng, nhiệm vụ của ngành kinh tế chiến lược. Muốn như vậy, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp cơ bản sau:

- Hoàn thiện hệ thống quản lý từ tỉnh đến địa phương về DL, thực hiện cải cách hành chính mạnh mẽ, phân cấp và đơn giản hóa các thủ tục liên quan đến hoạt động DVDL.

- Hình thành Ban điều phối dịch vụ du lịch của vùng để điều khiển, phối hợp các hoạt động DVDL, xây dựng đường lối, chính sách, chiến lược đầu tư và kêu gọi đầu tư cho dịch vụ du lịch cũng như công tác xúc tiến quảng bá DL.

- Nâng cao trình độ quản lý của Nhà nước và nghiệp vụ DVDL cho đội ngũ cán bộ quản lý DVDL. Quản lý Nhà nước trong DVDL là quá trình tác động của các cơ quan quản lý hoạt động DVDL đến các đối tượng quản lý nhằm đạt hiệu quả cao nhất trong phương diện KT-XH. Như thế, muốn đạt được hiệu quả trong DVDL, trong tương lai công tác này cần phải:

- + Khẩn trương đào tạo, bồi dưỡng nhằm nâng cao trình độ chuyên nghiệp chuyên môn, trình độ quản lý như: ngoại ngữ, tin học v.v.. cho đội ngũ cán bộ quản lý về DVDL trong các cơ quan Nhà nước của thủ đô Viêng Chăn, cán bộ quản lý tại các doanh nghiệp DVDL. Thường xuyên cập nhập thông tin về tình hình đầu tư, những diễn biến của kinh tế thế giới và khu vực cho đội ngũ này.

- + củng cố tăng cường bộ máy quản lý Nhà nước về DVDL tương xứng với yêu cầu, chức năng, nhiệm vụ của ngành kinh tế mũi nhọn. Tiến hành rà soát và tổ chức lại hệ thống các ban quản lý các cơ sở DVDL; xây dựng và ban hành chức năng nhiệm vụ, mối quan hệ công tác thống nhất của ban quản lý DVDL; điều chỉnh bổ sung quy chế quản lý các cơ sở DVDL cho phù hợp với yêu cầu thực tế.

- + Xúc tiến các chương trình đào tạo và bồi dưỡng cán bộ, nhân viên của các sở DVDL thuộc mọi thành phần kinh tế, hợp lý, phù hợp với nội dung chương trình và kế hoạch đào tạo chung của ngành. Có kế hoạch cử cán bộ đi đào tạo ở ngoài nước để nhằm nâng cao về tính chuyên nghiệp, chuyên môn,

ng nghiệp vụ, trình độ quản lý v.v.. từng bước đưa DVDL ở thủ đô Viêng Chăn hội nhập vào DVDL của cả nước, với các khu vực và trên thế giới.

- Nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước trong lĩnh vực DVDL trong công tác tổ chức quản lý cần tập trung tổ chức xây dựng quy hoạch, kế hoạch; thực hiện điều tra kỹ lưỡng nguồn tài nguyên; hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật; chú trọng kiện toàn bộ máy quản lý Nhà nước về DVDL ở các cấp, nâng cao trình độ quản lý DVDL cho các cấp, các ngành.

Tóm lại, các giải pháp để phát triển DVDL thủ đô Viêng Chăn, nước CHDCND Lào nêu ra vừa mang tính trước mắt, vừa có tính chiến lược lâu dài. Với việc thực hiện các nhóm giải pháp đã nêu ra trên không chỉ là trách nhiệm của chính quyền địa phương, doanh nghiệp mà cần có sự tham gia của cộng đồng dân cư mới đem lại hiệu quả cao. Để muốn cho hoạt động DL phát triển cần phải có thêm những nghiên cứu, thống kê và đánh giá một cách đầy đủ và toàn diện về chất lượng và số lượng nguồn lực phục vụ ngành. Như vậy, cần có kế hoạch sớm triển khai thống kê nguồn nhân lực ngành để có kế hoạch cụ thể bồi dưỡng đội ngũ lao động phục vụ DL đạt trình độ, chất lượng theo yêu cầu của ngành, từng bước bắt kịp với xu thế phát triển của thế giới và khu vực, cũng như những đòi hỏi của thị trường hiện nay.

## KẾT LUẬN

Dịch vụ du lịch là một ngành kinh doanh bao gồm các hoạt động tổ chức hướng dẫn du lịch, sản xuất, trao đổi hàng hóa và dịch vụ của những doanh nghiệp, nhằm đáp ứng các nhu cầu về đi lại, lưu trú, ăn uống, tham quan, giải trí, tìm hiểu và các nhu cầu khác của khách du lịch. Các hoạt động đó phải đem lại lợi ích kinh tế, chính trị, xã hội thiết thực cho nước làm du lịch và cho bản thân doanh nghiệp. Phát triển dịch vụ du lịch là quá trình tăng lên cả quy mô chất lượng và số lượng của các dịch vụ du lịch, từ đó đã giải quyết hài hòa mối quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia. Kết quả mang lại nhờ các hoạt động tương tác giữa những tổ chức cung ứng du lịch và khách du lịch và thông qua các hoạt động tương tác đó để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch và mang lại lợi ích cho tổ chức cung ứng du lịch. Dịch vụ du lịch là một quy trình hoàn chỉnh, là sự liên kết hợp lý các dịch vụ đơn lẻ tạo nên, do vậy phải tạo ra sự phối hợp hài hòa, đồng bộ trong toàn bộ chính thể để tạo ra sự đánh giá tốt của du khách về dịch vụ du lịch hoàn chỉnh.

Luận án đã tập trung làm rõ cơ sở lý luận về dịch vụ du lịch, xác định các khái niệm liên quan đến dịch vụ du lịch, các loại hình dịch vụ du lịch cơ bản. Vận dụng lý luận của Mác - Lênin làm cơ sở lý luận giải thích và đưa ra các nội dung, tiêu chí đánh giá và các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ du lịch. Ngoài ra, luận án đã trình bày kinh nghiệm phát triển dịch vụ du lịch của thủ đô Hà Nội (Việt Nam) và kinh nghiệm của thủ đô Băng Cốc (Thái Lan) từ đó rút ra kinh nghiệm cho phát triển dịch vụ du lịch ở thủ đô Viêng Chăn. Luận án cũng khẳng định vai trò của dịch vụ du lịch đối với quá trình phát triển kinh tế xã hội, đặc biệt là xóa đói giảm nghèo, giải quyết việc làm cho người dân, thúc đẩy giao lưu văn hóa giữa các địa phương.

Luận án phân tích, đánh giá một cách khoa học tiềm năng, thế mạnh về phát triển dịch vụ du lịch ở Thủ đô Viêng Chăn về điều kiện tự nhiên, văn hóa,

xã hội, kinh tế để phát triển dịch vụ du lịch. Đây là cơ sở khoa học cho việc xây dựng các chiến lược phát triển du lịch có tính bền vững phù hợp với điều kiện của Thủ đô Viêng Chăn. Trên cơ sở phân tích thực trạng để đưa ra những đánh giá toàn diện về thực trạng phát triển dịch vụ du lịch thủ đô Viêng Chăn. Luận án đã phân tích các mối quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia trong phát triển dịch vụ du lịch của thủ đô Viêng Chăn bao gồm: quan hệ lợi ích giữa khách du lịch với các doanh nghiệp dịch vụ du lịch, quan hệ lợi ích giữa khách du lịch với người dân địa phương, quan hệ lợi ích giữa khách du lịch và nhà nước, quan hệ lợi ích giữa các doanh nghiệp dịch vụ du lịch với nhà nước, quan hệ lợi ích giữa các doanh nghiệp và người dân và cuối cùng là quan hệ lợi ích giữa nhà nước với người dân. Những đóng góp tích cực của ngành du lịch đối với tăng trưởng kinh tế, quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, xóa đói giảm nghèo, giải quyết vấn đề việc làm, nâng cao thu nhập, phát triển văn hóa... cho người dân trong Thủ đô Viêng Chăn, đồng thời xác định những hạn chế, yếu kém và nguyên nhân, từ đó làm cơ sở cho việc đề ra những chính sách và giải pháp phát triển dịch vụ du lịch trong thời gian tới.

Luận án đã xác định những định hướng, mục tiêu cho phát triển dịch vụ du lịch thủ đô Viêng Chăn đến năm 2030. Luận án đã đề xuất những nhóm giải pháp phát triển dịch vụ du lịch trong thời gian tới. Đưa ra các kiến nghị đối với Chính phủ, các Bộ, ngành có liên quan và chính quyền các địa phương trong Thủ đô Viêng Chăn nhằm hoàn thiện hơn nữa luật pháp, cơ chế, chính sách góp phần cho việc phát triển dịch vụ du lịch của Thủ đô Viêng Chăn xứng đáng với tiềm năng hiện có và đáp ứng yêu cầu của khách du lịch.



**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ  
LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN**

1. Khammixong Xaikhuenhiatoua (2023) *Một số vấn đề lý luận về phát triển dịch vụ du lịch hiện nay đối với thủ đô Viêng Chăn, Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào*, Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương, số 645 (tháng 10 năm 2023), tr 105-107.
2. Khammixong Xaikhuenhiatoua (2023), “Current situation of Tourism service development in Vientiane, Lao People’s Democratic Republic”, *Journal of finance & accouting Research No.06 (25)\_2023, page 143-148.*

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tài liệu tiếng Việt

1. Nguyễn Mạnh Cường (2015), *Vai trò của chính quyền địa phương cấp tỉnh trong phát triển du lịch bền vững tỉnh Ninh Bình*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
2. Văn Dương (2017), “Tình hình du lịch Việt Nam, cơ hội thách thức trong hội nhập quốc tế”. *Tạp chí Du lịch*, ngày 25/12/2017.
3. Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa (Đồng chủ biên) (2006), *Kinh tế du lịch*, Nxb Lao động-xã hội, Hà Nội.
4. Vũ Văn Đông (2014), *Phát triển du lịch bền vững Bà Rịa - Vũng Tàu*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội, Hà Nội.
5. Phạm Thị Hoa (2018), *Thị trường du lịch thành phố Đà Nẵng trong hội nhập quốc tế*, Luận án Tiến sĩ, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
6. Nguyễn Đình Hòa, Vũ Văn Hiến (2001), *Du lịch bền vững*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
7. Lê Xuân Hoàn (2022), *Phát triển Du lịch Quốc tế đến Việt Nam trong bối cảnh cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC)*, Luận án tiến sĩ, chuyên ngành kinh tế Quốc tế, Học viện Khoa học xã hội, thuộc Viện Hàn Lâm Khoa học xã hội, Hà Nội.
8. Ngô Ánh Hồng (2017), *Festival du lịch Hà Nội*, Luận án tiến sĩ văn hóa. Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, Hà Nội.
9. Phan Văn Hùng (2021), *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch Phú Quốc*, Luận án tiến sĩ kinh tế (Chuyên ngành Quản trị kinh doanh), Trường Đại học Cần Thơ, Cần Thơ.
10. Vũ Thị Thu Huyền (2021), *Nâng cao chất lượng hướng dẫn viên du lịch của các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Hà Nội*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Thương mại, Hà Nội.
11. Dương Hoàng Hương (2017), *Phát triển du lịch bền vững ở tỉnh Phú Thọ*, Luận án tiến sĩ Kinh tế, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
12. Hoàng Thị Lan Hương (2011), *Phát triển kinh doanh lưu trú du lịch tại vùng du lịch Bắc Bộ của Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh

- tế Quốc dân, Hà Nội.
13. Khamphet SENGSOULATTANA (2022), *Phát huy nhân tố con người trong phát triển kinh tế du lịch ở CHDCND Lào hiện nay*, Luận án tiến sĩ triết học chuyên ngành chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
  14. Nguyễn Trùng Khánh (2012), *Phát triển dịch vụ lữ hành du lịch trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế: Kinh nghiệm của một số nước Đông Á và gợi ý chính sách cho Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Học viện Khoa học xã hội thuộc Viện Khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
  15. Phạm Thị Kiệt (2017), *Hành vi tiêu dùng của khách du lịch trong nước*, Luận án tiến sĩ tâm lý học, Học viện khoa học xã hội, thuộc Viện hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
  16. Phạm Kiên - Bá Thành (2023), Quốc hội Lào phê chuẩn mục tiêu tăng trưởng kinh tế năm 2023, <https://www.vietnamplus.vn/quoc-hoi-lao-phe-chuan-muc-tieu-tang-truong-kinh-te-nam-2023/839452.vnp>, 17-4-2023.
  17. Nguyễn Thị Hồng Lâm (2013), *Kinh tế du lịch ở các tỉnh Bắc Trung Bộ trong hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận án tiến sĩ kinh tế chính trị. Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
  18. Nguyễn Thị Hồng Lâm và Nguyễn Kim Anh (2016), “Kinh nghiệm phát triển kinh tế du lịch ở một số nước và gợi ý cho Việt Nam”, *Tạp chí Thông tin Khoa học xã hội*, (12).
  19. Phạm Trung Lương (Chủ nhiệm) (2002), *Cơ sở khoa học và giải pháp phát triển du lịch ở Việt Nam*, Đề tài khoa học - công nghệ độc lập cấp Nhà nước, Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường, Tổng Cục Du lịch, Hà Nội.
  20. Nguyễn Tư Lương (2015), *Chiến lược phát triển du lịch bền vững tỉnh Nghệ An đến năm 2020*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Thương mại, Hà Nội.
  21. Nguyễn Văn Lưu (2009), *Thị trường du lịch*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
  22. Manivanh LORBLIAYAO (2021), *Hoàn thiện quản lý điểm du lịch tại thủ đô Viêng Chăn, nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào*, luận án quản trị kinh doanh. Đại học Huế - Trường đại học kinh tế, Huế.

23. Nguyễn Văn Mạnh (2008), "Phát triển bền vững du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế", *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, (19), tr.26-30.
24. Lê Văn Minh (2006), *Nghiên cứu đề xuất các giải pháp đầu tư phát triển khu du lịch*, Đề tài nghiên cứu cấp Bộ, Viện Nghiên cứu & Phát triển Du lịch, Hà Nội.
25. Võ Thị Thu Ngọc (2018), *Kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững ở tỉnh Thừa Thiên Huế*, Luận án tiến sĩ kinh tế chính trị. Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
26. Phutsady Phanyasith (2016), *Quản lý nhà nước bằng pháp luật đối với hoạt động du lịch ở nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào*, Luận án Tiến sĩ, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
27. Đỗ Minh Phượng (2021), *Nghiên cứu chuỗi cung ứng DVDL tại vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc Việt Nam*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Thương Mại, Hà Nội.
28. Quốc hội (2017), *Luật Du lịch năm 2017*, Hà Nội.
29. Somkith VONGPANNHA (2018), *Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn tỉnh Bo Kẹo CHDCND Lào*, Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
30. Somsanith KENEMANY(2019), *Thị trường du lịch ở Luông Pra Băng, CHDCND Lào*, Luận án tiến sĩ kinh tế chính trị, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
31. Somkietthisack Kingsada (2020), *Di sản văn hóa vật thể ở thủ đô Viêng Chăn, Nước CHDCND Lào*, Luận án tiến sĩ văn hóa học, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
32. Soukanh BOUTHAVONG (2021), *Kinh tế du lịch ở các tỉnh Nam Trung Bộ Lào*, Luận án kinh tế chính trị, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
33. Nguyễn Đình Sơn (2007), *Phát triển kinh tế du lịch ở vùng du lịch Bắc Bộ và tác động của nó tới quốc phòng - an ninh*, Luận án tiến sĩ Kinh tế, Học viện Chính trị Quân sự, Hà Nội.
34. Lê Thái Sơn (2022), *Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch*, Nxb Khoa học và

- kỹ thuật, Hà Nội.
35. Võ Đức Tâm và Võ Văn Bản (2020), “Dự báo và biện pháp cho ngành Du lịch Việt Nam trong và sau đại dịch Covid-19”, *Tạp chí Công thương Việt Nam*, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/du-bao-va-bien-phap-cho-nganh-du-lich-viet-nam-trong-va-sau-dai-dich-covid-19-76649.htm> ngày 8/8/2023.
  36. Vũ Thanh (2021), “Xu hướng chuyển đổi tất yếu đối với doanh nghiệp du lịch Việt Nam”, *Tạp chí Tài chính online*, <https://tapchitaichinh.vn/xu-huong-chuyen-doi-tat-yeu-doi-voi-doanh-nghiep-du-lich-viet-nam.html>, [truy cập ngày 8/8/2023].
  37. Nguyễn Xuân Thanh (2015), *Tác động hình ảnh Điểm đến tới lòng trung thành của khách hàng: Trường hợp điểm đến du lịch Nghệ An*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Bách khoa Hà Nội, Hà Nội.
  38. Nguyễn Quyết Thắng (2012), *Nghiên cứu tiềm năng và các giải pháp phát triển du lịch sinh thái tại một số trọng điểm vùng du lịch Bắc Trung Bộ*, Luận án Tiến sĩ, Đại học Nông nghiệp, Hà Nội.
  39. Đỗ Cẩm Thơ (2007), *Nghiên cứu xây dựng sản phẩm du lịch Việt Nam có tính cạnh tranh trong khu vực và quốc tế*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Viện Nghiên cứu & Phát triển Du lịch, Hà Nội.
  40. Nguyễn Đăng Tiến (2016), *Nghiên cứu, đánh giá tài nguyên du lịch và điều kiện sinh khí hậu phục vụ phát triển du lịch bền vững khu vực Quảng Ninh - Hải Phòng*, Luận án Tiến sĩ Địa lý, Học Viện Khoa Học Và Công Nghệ, Hà Nội.
  41. Đoàn Thị Trang (2017), *Kinh tế du lịch ở vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc trong hội nhập quốc tế*, Luận án tiến sĩ kinh tế chính trị. Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
  42. Đoàn Thị Trang (2017), “Bài học từ phát triển kinh tế du lịch ở một số nước”, *Tạp chí Tài chính*, (3).
  43. Nguyễn Thị Tú (2006), *Những giải pháp phát triển Du lịch sinh thái Việt Nam trong xu thế hội nhập*, Luận án tiến sĩ Kinh tế, Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
  44. Bùi Ngọc Tú (2021), *Năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch tỉnh Hòa Bình*,

Luận án tiến sĩ Quản trị kinh doanh, Học viện khoa học xã hội, thuộc Viện hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.

45. Lê Anh Tuấn (2017), “Nguồn lực để phát triển Du lịch Việt Nam”, *Tạp chí Du lịch*, (9).
46. Lê Thanh Tùng (2021), *Phát triển bền vững du lịch ở tỉnh Bắc Ninh*, Luận án tiến sĩ kinh tế (Ngành Quản lý kinh tế). Trường đại học kinh tế và quản trị kinh doanh. (Thuộc Đại học Thái Nguyên), Thái Nguyên.
47. Nguyễn Đức Tuy (2014), *Giải pháp phát triển du lịch bền vững Tây Nguyên*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
48. Nguyễn Quang Vinh(2011), *Khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch lữ hành quốc tế Việt Nam sau khi Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO)*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Quốc dân, Hà Nội.
49. Mai Anh Vũ (2021), *Phát triển bền vững du lịch tại Thanh Hóa*, Luận án tiến sĩ kinh tế (Chuyên ngành Quản trị kinh doanh). Trường đại học kinh doanh và công nghệ Hà Nội, Hà Nội.

#### **Tài liệu Lào**

50. Bộ Giao thông vận tải (2023), *Báo cáo thống kê vận chuyển khách hàng không năm 2017-2023*, Viêng Chăn.
51. Bộ Thông tin Văn hóa và Du lịch Lào (2021), *Lộ trình phục hồi du lịch Lào từ sự bùng phát của đại dịch Covid-19 cho những năm 2021-2025*, Viêng Chăn.
52. Bộ Thông tin, văn hóa và du lịch Lào (2023), *Báo cáo thống kê thông tin, văn hóa và du lịch Lào năm 2022*, thủ đô Viêng Chăn.
53. Bộ Thông tin, văn hóa và du lịch Lào (2021), Quyết định, số 985/BTT,VH&DL (ngày 14/12/2021) về cơ sở lưu trú du lịch, thủ đô Viêng Chăn.
54. Bộ Thông tin, văn hóa và du lịch Lào (2021), Quyết định, số 986/BTT,VH&DL (ngày 14/12/2021) về nhà hàng và các cơ sở ăn uống. Thủ đô Viêng Chăn.
55. Bộ Thông tin, văn hóa và du lịch Lào (2021), Quyết định, số 469/BTT,VH&DL (ngày 21/7/2021) về việc hướng dẫn viên du lịch. Thủ đô

Viêng Chăn.

56. Bộ Thông tin, văn hóa và du lịch Lào (2021), Quyết định, số 1154/BTT,VH&DL (ngày 6/11/2019) về du lịch không có khói thuốc lá. Thủ đô Viêng Chăn.
57. Bộ Thông tin, văn hóa và du lịch Lào (2021), Quyết định, số 603/BTT,VH&DL (ngày 30/9/2022) về doanh nghiệp lữ hành. Thủ đô Viêng Chăn.
58. Cục Thống kê - Sở kế hoạch và đầu tư thủ đô Viêng Chăn (2022), *Thông tin thống kê kinh tế- xã hội năm 2020, 2021 của thủ đô Viêng Chăn*.
59. Dự án kỹ năng du lịch (Skills for tourism project) (2020), *Xu hướng phát triển nguồn nhân lực DVDL trong bối cảnh Covid19 bùng phát*, Nxb Giáo dục và thể thao, Viêng Chăn.
60. Khamphou PHETHSASI và Saluemsack PHABOUTDY (2012), *Phát triển tài nguyên du lịch*, Giáo trình dung cho chuyên ngành du lịch và khách sạn, Khoa khoa học xã hội, Nxb Giáo dục thể thao, Viêng Chăn.
61. Quốc hội (2013), *Luật Du lịch Lào năm 2013*, Viêng Chăn.
62. Quốc hội Lào (2022), *Nghị quyết của Quốc hội Lào về thông qua báo cáo của chính phủ về kế hoạch phát triển du lịch xanh và mở cửa đất nước gắn liền với đối phó sự bùng phát của đại dịch Covid 19*, Viêng Chăn.
63. Sengmani PHETHSAVONG (2012), “Một số vấn đề tác động tiêu cực từ du lịch ở tỉnh Luông Pha Bang” *Tạp chí Lý luận Chính trị - Hành chính*, (09), tr.28-32.
64. Siamphay SOLATHY (2013), “Một số vấn đề nên quan tâm trong sự phát triển du lịch có sự tham gia của cộng đồng”, *Tạp chí Lý luận Chính trị - Hành chính*, (06), tr.1-7.
65. Sở Giao thông vận tải thủ đô Viêng Chăn (2024), *Báo cáo thống kê vận chuyển đường bộ năm 2016-2023*, Viêng Chăn.
66. Sở Thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2018), *Báo cáo thống kê du lịch thủ đô Viêng Chăn, năm 2017*, Viêng Chăn.
67. Sở Thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2019), *Báo cáo thống kê du lịch thủ đô Viêng Chăn, năm 2018*, Viêng Chăn.

68. Sở Thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2020), *Báo cáo thống kê du lịch thủ đô Viêng Chăn, năm 2019*, Viêng Chăn.
69. Sở Thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2021), *Báo cáo thống kê du lịch thủ đô Viêng Chăn, năm 2020*, Viêng Chăn.
70. Sở Thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2021), *Báo cáo thống kê du lịch thủ đô Viêng Chăn, năm (2016-2020)*, Viêng Chăn.
71. Sở Thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2022), *Báo cáo thống kê du lịch thủ đô Viêng Chăn, năm 2021*, Viêng Chăn.
72. Sở Thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2023), *Báo cáo thống kê du lịch thủ đô Viêng Chăn, năm 2022*, Viêng Chăn.
73. Sở Thông tin, văn hóa và du lịch thủ đô Viêng Chăn (2024), *Báo cáo thống kê du lịch thủ đô Viêng Chăn, năm 2023*, Viêng Chăn.
74. Thavipheth OULA(2010), *Cẩm nang tập huấn về thống kê du lịch và khách sạn*, Tổng cục Du lịch quốc gia Lào, Viêng Chăn.
75. Văn phòng quản lý và điều hành thành phố - thủ đô Viêng Chăn, *báo cáo thống kê về việc quản lý và điều hành thành phố năm 2018-2023*, Viêng Chăn.
76. Vụ Phát triển du lịch - Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào (2023), *Báo cáo thống kê du lịch nước CHDCND Lào năm (2016-2022)*, Viêng Chăn.
77. Vụ Quản lý kinh doanh du lịch - Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào (2023), *Báo cáo thống kê cơ sở kinh doanh du lịch nước CHDCND Lào năm 2016-2022*, Viêng Chăn.
78. Vụ Quảng bá - Xúc tiến du lịch - Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào (2023), *Báo cáo việc Xúc tiến - Quảng bá du lịch Lào năm 2016- 2022*, Viêng Chăn.
79. Vụ di sản văn hóa - Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào (2024), *Báo cáo thống kê về di sản văn hóa quốc gia, năm 2018-2023*, Viêng Chăn.

#### **Tài liệu tiếng Anh**

80. Anna Athanasopoulou (2013) *Tourism as a driver of economic growth and development in the EU-27 and ASEAN regions*. Research Brief, the EU Centre in Singapore.
81. Butowski, L. (2012), *Sustainable Tourism - A Model Approach*, Vistula



- University, in Warsaw Poland.
82. Chheang, V (2013), *Tourism and regional integration in Southeast Asia. Institute of Developing Economies*, Japan External Trade Organization.
  83. Clement A. Tisdell (2013), *Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications and Case Studies*, World Scientific.
  84. David L Edgell Sr. (2016), *Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future*, Routledge, London.
  85. Dwyer, L., Forsyth, P., & Papatheodorou, A. (2011), *Economics of tourism*, Goodfellow Publishers Ltd.
  86. E. Ruoss, & L. Alfarè (2013), *Sustainable Tourism as Driving Force for Cultural Heritage Sites Development*, Planning, Managing and Monitoring Cultural Heritage Sites in South East Europe, CHERPLAN project report.
  87. G.Richards, & D. Hall (2000), *Tourism and sustainable community development*, Publisher by Routledge.
  88. John Ward, Phil Higson, William Campbell (1994), *Leisure and Tourism*, Stanley Thornes Ltd.
  89. Larry Dwyer, Peter Forsyth and Andreas Papatheodorou (2011), *Economics of Tourism*, Goodfellow Publishers Limited.
  90. Martin Oppermann và Kye Sung Chon (1997), *Tourism in Developing Countries*, Published by Cengage Learning Emea.
  91. Mihalič, T. (2000), *Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness*, Tourism management, p.65-78.
  92. Md Abu Barkat Alie (2015), *Trevel and Tourism Management*, PHI Larning Private limited, Delhi.
  93. Nigel Morgan and Annette Pritchard (1998), *Tourism Promotion and Power-Creating Images, Creating Identities*, West Sussex: John Wiley & Sons.
  94. Isabelle D. Wolf, David B. Croft, Ronda J. Green (2019), *Nature Conservation and Nature-Based Tourism: A Paradox?*.
  95. John Tribe (2011), *The Economics of Leisure and Tourism*, Fourth edition. Butterworth Heinemann Ltd.
  96. S.Medlik (1995), *Managing Tourism*, Butterworth - Heinemann Ltd.

97. Susan A. Weston (1996), *Commercial Recreation & Tourism - An Introduction to Business Oriented Recreation*, Brown & Benchmark.
98. The Economic Impact of Travel & Tourism 2015 Laos - The World Travel & Tourism Council (WTTC).
99. World Tourism Organization (2004), *Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guidebook*, Published and printed by the WTO, Madrid, Spain.

**Website:**

100. UNWTO (2021), *Impact Assessment of the Covid-19 outbreak on International Tourism*. Tìm thấy trong, <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>
101. Stefan F. Schubert and Juan G. Brida 2009. *Dynamic Model of Economic Growth in a Small Tourism Driven Economy*. <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1416134](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1416134)>.
102. <https://voer.edu.vn/c/hai-nguyen-ly-cua-phep-bien-chung-duy-vat/9b944484/b6468351>.
103. <https://luanvan2s.com/dich-vu-du-lich-la-gi-bid239.html>, truy cập ngày 1/9/2023.
104. <https://www.cet.edu.vn/dich-vu-luu-tru-la-gi>, tìm thấy ngày 8/9/2023.
105. <https://luatduonggia.vn/lu-hanh-la-gi-tim-hieu-ve-lu-hanh-va-kinh-doanh-lu-hanh>. Tìm thấy ngày 8/9/2023.
106. <https://xeducvinh.com.vn/phuong-tien-van-chuyen-khach-du-lich-la-gi/>. tìm thấy ngày 8/9/2023.
107. <https://nhahangso.com/kinh-doanh-nha-hang-la-gi.html> tìm thấy ngày 9/9/2023.
108. <https://accgroup.vn/dich-vu-van-hoa-la-gi> tìm thấy ngày 9/9/2023.
109. <https://baodautu.vn/du-lich-ha-noi-thang-lon-d92419.html> ngày 9/9/2023.
110. <https://nhandan.vn/ha-noi-don-gan-29-trieu-khach-du-lich-trong-nam-2019-post381024.html> ngày 9/9/2023.
111. <https://bvhttdl.gov.vn/du-lich-ha-noi-phan-dau-dat-19-trieu-luot-khach-nam-2021-20201225120229743.htm>.

112. <https://hanoimoi.vn/nam-2021-ha-noi-uoc-don-4-trieu-luot-khach-noi-dia-465383.html> ngày 9/9/2023.
  113. <https://www.vietnamplus.vn/thu-do-ha-noi-don-187-trieu-luot-khach-du-lich-trong-nam-2022/837499.vnp> ngày 9/9/2023
  114. <https://nhandan.vn/doanh-thu-nganh-du-lich-ha-noi-6-thang-dau-nam-2023-tang-744-post759682.html> ngày 9/9/2023
  115. <https://bvhttdl.gov.vn/du-lich-ha-noi-phan-dau-dat-19-trieu-luot-khach-nam-2021-20201225120229743.htm>.
  116. <https://nhadautu.vn/emagazine-du-lich-ha-noi-hoi-sinh-sau-2-nam-dich-benh-d67926.html> ngày 9/9/2023.
  117. <https://congthuong.vn/nam-2022-ha-noi-don-187-trieu-luot-du-khach-233173.html> ngày 9/9/2023
  118. <https://www.mots.go.th/news/category/497>]
  119. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/32672>
  120. <https://www.vietnamplus.vn/thai-lan-len-ke-hoach-lap-bong-bong-du-lich-voi-cac-nuoc-lang-gieng/771435.vnp>
  121. <https://vneconomy.vn/thai-lan-thu-hut-du-khach-tu-nha-bep.htm>
  122. <https://chuyendoiso.laichau.gov.vn/tin-tong-hop/thai-lan-phat-trien-thanh-pho-doi-moi-va-tai-ket-noi-the-gioi-162.html>
  123. <https://www.tourismlaos.org/welcome/buddhism-and-belief/festivals/>
  124. <https://tapchilaoviet.org/tin-ngay/kinh-te-thu-do-vieng-chan-tang-truong-manh-nam-2022-54714.html>, 13-1-2023.
  125. <https://www.tdd.gov.la/index.php/statistic>
  126. <https://www.e-tmd.com/tour/>
  127. <https://vnexpress.net/so-sanh-du-lich-viet-voi-cac-nuoc-dong-nam-a-4628811.html>
  128. <https://antv.gov.vn/the-gioi-7/du-lich-toan-cau-co-the-phuc-hoi-hoan-toan-vao-nam-2024-FB1F37081.html>, ngày 5/3/2024
- <https://tapchitaichinh.vn/du-lich-quoc-te-co-the-phuc-hoi-hoan-toan-vao-nam-2024.html> . ngày 5/3/2024