

Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch Việt Nam

ThS. ĐẶNG THỊ THÚY

Đại học Thành Đô

● NGÀY NHẬN BÀI: 20/7/2023 ● NGÀY CHUYỂN PHẢN BIỆN: 21/7/2023

● NGÀY DUYỆT ĐĂNG: 02/8/2023

Tóm tắt: Bài viết này nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam. Dựa trên dữ liệu khảo sát doanh nghiệp Việt Nam thường niên từ năm 2006 đến 2018, tác giả đã sử dụng mô hình hồi quy bình phương nhỏ nhất (OLS) để đánh giá những tác động của các nhân tố tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch (lao động, vốn, quy mô, tuổi, môi trường kinh doanh). Theo kết quả nghiên cứu định lượng, lao động là nhân tố có tác động lớn nhất đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch, tiếp theo là vốn, quy mô, tuổi và môi trường kinh doanh.

Từ khóa: doanh nghiệp du lịch, hiệu quả hoạt động, vốn, lao động, Việt Nam.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch là một trong những ngành kinh tế dịch vụ quan trọng được các quốc gia trên thế giới chú trọng, có mối quan hệ sâu sắc với nhiều ngành kinh tế mũi nhọn khác của đất nước. Do vậy, để gia tăng được hiệu quả hoạt động của ngành du lịch, các nước cần có sự phát triển song song các ngành kinh tế bổ trợ, như: y tế, thương mại, hải quan, giao thông vận tải, tài chính... Sự mở cửa và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam đã cải thiện chất lượng cuộc sống cho người dân, tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của ngành du lịch để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của dân cư. Ngành

du lịch Việt Nam là một trong những ngành có vai trò quan trọng đối với nền kinh tế của Việt Nam, điều này được thể hiện qua việc ngành du lịch đã đóng góp 9,2% vào GDP năm 2019 (do ảnh hưởng của đại dịch Covid 19 nên ngành chỉ đóng góp 3,58% năm 2020 và 1,97% năm 2021) (Cục du lịch quốc gia Việt Nam, 2022).

Những năm gần đây ngành du lịch Việt Nam đã đạt được những kết quả rất khả quan với những bước phát triển vượt trội thể hiện qua lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam ngày càng gia tăng. Nếu như năm 2015 lượng khách quốc tế đến Việt Nam chỉ đạt 7.9 triệu lượt khách thì đến

năm 2019 đã tăng lên 18 triệu năm 2019 với mức tăng trưởng trung bình giai đoạn này là 22,7% và theo đánh giá của Tổ chức Du lịch thế giới thì đây là mức tăng trưởng cao hàng đầu thế giới (Thanh Giang, 2023). Bên cạnh đó, sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam còn được thể hiện qua tổng thu từ của ngành tăng từ 96 nghìn tỷ đồng năm 2010 lên 755 nghìn tỷ đồng năm 2019- tương ứng với tốc độ tăng trưởng là hơn 686% (Cục du lịch quốc gia Việt Nam, 2021). Tuy nhiên, ngành du lịch Việt Nam phải đối mặt với một số khó khăn về cơ sở hạ tầng, công tác quảng bá còn hạn chế, chưa có ngành công nghiệp giải trí để hỗ trợ ngành du lịch, các vấn đề về vệ sinh môi trường, các nguồn lực cho phát triển ngành du lịch còn hạn chế...(Thanh Giang, 2023). Bên cạnh đó, du lịch Việt Nam chủ yếu vẫn hoạt động manh mún. Các doanh nghiệp du lịch của Việt Nam đa phần đều là các doanh nghiệp nhỏ và vừa với năng lực nội tại yếu dẫn đến sức cạnh tranh thấp (Nguyễn Thùy Linh, 2021). Bên cạnh đó doanh nghiệp du lịch Việt Nam đang đứng trước nhiều khó khăn thách thức như năng suất lao động ở mức thấp, sản phẩm nghèo nàn thiếu tính đặc trưng, công tác quảng bá mang tính nhỏ lẻ, tự phát, công tác nghiên cứu khách hàng và thị trường còn nhiều hạn chế, các vấn đề về nguồn nhân lực của ngành... Ngoài ra sự tham gia vào trong chuỗi giá trị, hoặc sự tham gia của các doanh nghiệp lớn vào ngành du lịch còn rất hạn chế. Do vậy, doanh nghiệp du lịch Việt Nam gặp rất nhiều khó khăn, đặc biệt là vấn đề vốn và tiếp cận vốn.

Tuy nhiên chính sách phát triển và hỗ trợ ngành du lịch và các doanh nghiệp du

lịch còn nhiều hạn chế như thể chế chính sách phát triển còn thiếu và chưa đồng bộ, chưa có những chính sách ưu đãi và hỗ trợ doanh nghiệp du lịch mang tính đột phá, đặc biệt là các chính sách liên quan đến tài chính, đất đai, đầu tư, xuất nhập cảnh (Bộ Tài Chính, 2023). Mặc dù phải đối mặt với rất nhiều khó khăn như trên nhưng có thể thấy du lịch Việt Nam đã có những thành tích ấn tượng. Điều đó cho thấy rằng, các doanh nghiệp du lịch Việt Nam hoàn toàn có thể gia tăng hiệu quả của mình đặc biệt là hiệu quả tài chính nếu các doanh nghiệp xác định được các nhân tố ảnh hưởng cũng như đánh giá được mức độ tác động từ những nhân tố đó. Việc nhận diện các nhân tố ảnh hưởng từ phía nội tại doanh nghiệp và cả các yếu tố bên ngoài sẽ có ý nghĩa lớn đối với công tác quản trị doanh nghiệp để nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch cũng như gợi mở nhiều vấn đề đối với chính phủ, cơ quan quản lý từ trung ương đến địa phương, nhà làm chính sách trong việc hoạch định chính sách, quản lý, hỗ trợ doanh nghiệp du lịch... Do đó, bài báo này tập trung làm rõ các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch Việt Nam.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp của hoạt động là một chủ đề dành được nhiều sự quan tâm của các học giả, nhà nghiên cứu trong và ngoài nước. Trong đó, hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp là một khái niệm nhiều mặt chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố bên trong và bên ngoài. Do đó, nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp có ý nghĩa quan trọng đối với các nhà nghiên

cứ cũng như các nhà quản trị tại doanh nghiệp để nâng cao hiệu quả, sự thành công trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Nhân tố đầu tiên có tác động lớn đối với hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp đó là vốn. Công trình nghiên cứu sâu rộng của Modigliani và Miller (1958) về cấu trúc vốn đã đặt nền tảng cho sự hiểu biết về mối quan hệ giữa vốn và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Theo Modigliani-Miller, lập luận rằng cơ cấu vốn có thể tác động đáng kể đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, lý thuyết đánh đổi cấu trúc vốn cho rằng các công ty tìm kiếm sự kết hợp tối ưu giữa nợ và vốn chủ sở hữu để cân bằng lợi thế về thuế của nợ với chi phí kiệt quệ tài chính. Nợ mang lại lá chắn thuế do khấu trừ lãi vay, nhưng nợ quá nhiều có thể dẫn đến khó khăn về tài chính và chi phí cao hơn. Lý thuyết này ngụ ý rằng các doanh nghiệp nên cố gắng tìm ra sự cân bằng phù hợp để tối đa hóa giá trị (Hardiyanto và cộng sự, 2014). Ngoài ra, lý thuyết trật tự phân hạng do Myers và Majluf (1984) đề xuất cho thấy rằng các công ty thích tài trợ nội bộ (lợi nhuận giữ lại) hơn tài trợ bên ngoài (nợ và vốn cổ phần) do thông tin bất cân xứng. Các công ty có xu hướng sử dụng vốn chủ sở hữu như là phương sách cuối cùng khi nguồn tài chính nội bộ không đủ. Lý thuyết này ngụ ý rằng các quyết định về cơ cấu vốn được thúc đẩy bởi sự sẵn có của nguồn vốn nội bộ và nhu cầu tài trợ bên ngoài để hỗ trợ đầu tư và tăng trưởng.

Nhân tố thứ hai tác động đáng kể tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp đó là nhân tố lao động. Lý thuyết về vốn con người nhấn mạnh giá trị của kiến thức,

kỹ năng và kinh nghiệm của nhân viên trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động của công ty (Samad, 2013; Munjuri, M. G., & K'Obonyo, P. 2015). Việc đầu tư vào đào tạo và phát triển nhân viên có thể dẫn đến lực lượng lao động có năng suất và sáng tạo hơn. Doanh nghiệp có vốn con người cao hơn sẽ đóng góp hiệu quả hơn vào khả năng cạnh tranh và lợi nhuận của mình. Chi phí lao động là một thành phần quan trọng trong cơ cấu chi phí của một công ty. Quản lý chi phí lao động một cách hiệu quả thông qua các cơ chế như tối ưu hóa tiền lương, tự động hóa quy trình có thể có tác động trực tiếp đến lợi nhuận của công ty. Cân bằng chi phí lao động với năng suất là điều cần thiết để đạt được hiệu quả hoạt động cao.

Quy mô doanh nghiệp: Quy mô doanh nghiệp là một trong những nhân tố có ảnh hưởng không nhỏ tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Quy mô doanh nghiệp có thể đo lường bởi các khía cạnh cạnh khác nhau như doanh thu, tài sản, số lượng lao động (Lee, J., & Habte-Giorgis, 2004; Nzioka, 2013; Vũ Hùng Cường và cộng sự, 2021; Luo và cộng sự, 2023). Theo tính kinh tế theo quy mô những doanh nghiệp có lợi thế về quy mô có thể đem lại tiềm năng và hiệu quả lớn hơn so với cá doanh nghiệp có quy mô nhỏ hơn (Dobrev & Carroll, 2003). Các doanh nghiệp lớn hơn có thể tận dụng hiệu quả chi phí trong sản xuất, phân phối và vận hành do quy mô của mình. Điều này giúp cho các doanh nghiệp lớn tiết kiệm chi phí hay tối ưu hóa chi phí và có thể mang lại lợi nhuận cao hơn và hiệu quả hoạt động tổng thể tốt hơn cho doanh nghiệp (Baumol, 1959). Bên cạnh

đó, các doanh nghiệp lớn với nguồn lực và sức mạnh thị trường lớn hơn có nhiều cơ hội để đầu tư vào nghiên cứu và phát triển, tiếp thị và đổi mới. Điều này làm cho doanh nghiệp có được lợi thế cạnh tranh về thị phần và lợi nhuận cao hơn (Barney, 1991, Driver, C., & Guedes, 2012; Barge-Gil, A., & López, 2014).

Tuổi doanh nghiệp cũng là nhân tố có mối quan hệ ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng các doanh nghiệp hoạt động lâu năm thì hiệu suất hoạt động của doanh nghiệp sẽ giảm sút. Sorensen và Stuart (2000) cho rằng tuổi của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp. Họ lập luận thêm rằng sức ì của doanh nghiệp hoạt động trong các doanh nghiệp cũ có xu hướng khiến họ không linh hoạt và không thể đánh giá đúng những thay đổi của môi trường. Tuy nhiên, các doanh nghiệp hoạt động lâu năm cũng có thể bị lỗi thời và gây ra sự suy thoái doanh nghiệp (Agarwal và Gort, 2002). Nếu hiệu suất giảm dần khi các doanh nghiệp hoạt động lâu năm, điều đó có thể giải thích tại sao hầu hết các doanh nghiệp này cuối cùng bị tiếp quản (Loderer, Neusser và Waelchli, 2009). Mặt khác, nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng các doanh nghiệp hoạt động lâu năm có hiệu suất hoạt động cao. Liargovas và Skandalis (2008) báo cáo rằng các doanh nghiệp cũ có kỹ năng cao hơn vì họ được hưởng những lợi ích của việc học hỏi và không dễ mắc phải các trách nhiệm của sự mới mẻ, do đó họ có hiệu suất vượt trội. Loderer và cộng sự, (2009) đã tìm thấy mối quan hệ tích cực và có ý nghĩa giữa thời gian hoạt động của doanh nghiệp và khả năng sinh lời.

Hiệu suất quả hoạt động là một thước đo quan trọng của doanh nghiệp vì nó là kết quả của nỗ lực của nhà quản trị trong việc sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp để tối đa hóa giá trị của cổ đông. Kaplan (2009) cho rằng hoạt động tài chính của một doanh nghiệp có thể được cải thiện theo hai cách thông qua chiến lược tăng trưởng và chiến lược năng suất. Các doanh nghiệp có thể tạo ra lợi nhuận bằng cách cải thiện năng suất thông qua đổi mới - đổi mới sản phẩm và đổi mới quy trình. Cải thiện năng suất có thể đạt được bằng cách: (1) giảm chi phí trực tiếp và gián tiếp hoặc bằng cách sử dụng tài sản tài chính và vật chất hiệu quả hơn, và (2) giảm vốn lưu động và vốn đầu tư cần thiết để hỗ trợ một cấp kinh doanh nhất định. Chiến lược liên kết theo quan điểm tài chính phát sinh khi các doanh nghiệp đạt được sự cân bằng giữa tăng trưởng và năng suất. Ba chỉ số chính được sử dụng để đo lường hiệu quả hoạt động tài chính là: (1) tăng trưởng doanh thu, (2) giảm chi phí hoặc tiết kiệm chi phí và tăng hiệu suất sử dụng tài sản và (3) tăng giá trị gia tăng từ sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng.

Ngoài các nhân tố bên trong thì các nhân tố bên ngoài cũng có ảnh hưởng lớn hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp đặc biệt là nhân tố môi trường kinh doanh. Môi trường kinh doanh năng động và luôn thay đổi đóng một vai trò quan trọng trong việc định hình hiệu quả hoạt động và thành công của các công ty trong các ngành khác nhau (Minniti, 2005). Bên cạnh đó, môi trường thể chế tương ứng với các khuôn khổ thể chế, bối cảnh pháp lý, nói chung là các chính sách của chính phủ có ảnh

hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp dưới bất kể hình thức pháp lý nào đều hoạt động trong khuôn khổ thể chế có thể ảnh hưởng đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp (Estay, 2004). Ngoài ra, môi trường cạnh tranh cũng ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Với môi trường cạnh tranh cao trong ngành, mối đe dọa của những doanh nghiệp mới tham gia thị trường, khả năng thương lượng của nhà cung cấp và người mua và mức độ sẵn có của các sản phẩm thay thế đều ảnh hưởng đến khả năng đạt được lợi nhuận bền vững của công ty. Nhiều nghiên cứu khác nhau như nghiên cứu của Grant (1991); Barney và cộng sự (2011) đã khám phá tầm quan trọng của lợi thế cạnh tranh và quan điểm dựa trên nguồn lực về hiệu quả hoạt động của công ty.

Ngoài các yếu tố kể trên còn nhiều nhân tố khác tác động tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp như chiến lược kinh doanh, khả năng cạnh tranh, văn hóa tổ chức, khả năng thích nghi...

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trên cơ sở tổng quan nghiên cứu, tác giả sử dụng hàm sản xuất để đánh giá tác động của các nhân tố tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch Việt Nam. Từ đó, tác giả chuyển mô hình nghiên cứu sang hàm sản xuất logarit tuyến tính như sau:

$$\ln(Y_{ijt}) = \alpha_i + \beta_1 \ln(k_{ijt}) + \beta_2 \ln(l_{ijt}) + \beta_3 \ln(Age_{ijt}) + \beta_4 PCI_{ijt} + \varepsilon_{ijt} \quad (1)$$

Trong đó:

i là doanh nghiệp du lịch thứ i , t là năm

thứ t , j là địa phương j nơi doanh nghiệp hoạt động

Y : là đầu ra của doanh nghiệp du lịch được đại diện bởi doanh thu

k : là vốn cố định của doanh nghiệp du lịch

l : là tổng số lao động của doanh nghiệp du lịch

Age: là tuổi của doanh nghiệp

PCI: là chỉ số PCI của địa phương nơi doanh nghiệp hoạt động- đại diện cho môi trường kinh doanh của doanh nghiệp.

Nghiên cứu này sử dụng kết hợp dữ liệu về kết quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch và dữ liệu đánh giá môi trường kinh doanh của Việt Nam. Cụ thể, dữ liệu thứ cấp được tác giả thu thập từ năm 2006 đến năm 2018 từ Khảo sát điều tra doanh nghiệp hàng năm của Tổng cục Thống kê Việt Nam, trên cơ sở làm sạch dữ liệu tác giả thu được số lượng 68,863 doanh nghiệp du lịch phục vụ cho nghiên cứu này. Dữ liệu bao gồm thông tin về doanh thu, lợi nhuận sau thuế, tổng tài sản, nguồn vốn, tổng số lao động, tuổi doanh nghiệp và môi trường kinh doanh (PCI). Lợi nhuận sau thuế là một biến đại diện cho hiệu quả hoạt động của công ty.

Để thực hiện mô hình nghiên cứu cho đối tượng doanh nghiệp là doanh nghiệp du lịch, NCS thực hiện thực hiện lọc từ bộ điều tra doanh nghiệp hàng năm ra các doanh nghiệp du lịch. Các doanh nghiệp du lịch chính là các doanh nghiệp hoạt động ở dịch vụ lưu trú (mã ngành 55) dịch vụ ăn uống (mã ngành 56) và Hoạt động của các đại lý du lịch, kinh doanh tour du lịch và các dịch vụ hỗ trợ, liên quan đến quảng bá

và tổ chức tour du lịch (mã ngành 79).

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Kết quả cho thấy R-Squared =0,5351 tương ứng với giá trị P -value= 0,000 < 0,05, chỉ ra rằng tất cả các biến số: vốn, lao động,

tuổi, quy mô doanh nghiệp, chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh đều có ý nghĩa thống kê. Các biến trong mô hình nghiên cứu có thể giải thích chính xác khoảng 53,51% sự thay đổi doanh thu (hiệu quả hoạt động) của doanh nghiệp du lịch Việt Nam.

Bảng 1: Kết quả mô hình nghiên cứu

Explanatory variables	Coefficient	Std. Err.	Linear log-model	
			t	P-value
ln_k	.2461719	.0034829	70.68	0.000
ln_l	.5283096	.0082094	64.35	0.000
ln_age	.2123503	.0082056	25.88	0.000
pci	.0488467	.0021447	22.78	0.000
Size	.2429102	.0128541	18.90	0.000
_cons	2.081296	.1366132	15.23	0.000

Note: Significant at the 5% level. F = 15850.68, Sig. = 0.000

Trong các nhân tố tác động tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch, lao động là nhân tố tác động lớn nhất với hệ số hồi quy là 0.5283096, vốn là nhân tố có tác động lớn thứ hai tác động tới hiệu quả hoạt động với hệ số hồi quy 0.2461719. Điều này chỉ ra rằng hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam vẫn phụ thuộc vào lao động và vốn. Đây cũng là thực trạng chung của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp du lịch nói riêng khi vẫn thâm dụng lao động vốn và lao động trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Với các mô hình kinh doanh mới xuất hiện trong ngành du lịch như kinh tế chia sẻ, các nền tảng đặt phòng, đặt xe, cung cấp dịch vụ online thì vốn và lao động sẽ không còn phải là lợi thế cạnh tranh đối với các doanh nghiệp du lịch Việt Nam. Để tăng hiệu quả hoạt động các doanh nghiệp du lịch ngoài các doanh nghiệp du lịch

hoạt động trong kinh doanh các điểm đến cũng như khách sạn cần lượng vốn và lao động lớn thì các doanh nghiệp du lịch khác cần sử dụng hiệu quả vốn và cũng như lao động (tăng năng suất lao động). Cạnh tranh về vốn và lao động sẽ không còn là lợi thế đối với doanh nghiệp du lịch hiện nay bởi xu hướng đổi mới sáng tạo và áp dụng công nghệ ngày càng phổ biến trong mọi ngành kinh doanh tại Việt Nam.

Quy mô doanh nghiệp là nhân tố có tác động lớn thứ ba tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch với hệ số hồi quy 0.2429102. Điều này phản ánh trên thực tế với nhu cầu và đòi hỏi ngày càng cao của khách du lịch đối với ngành du lịch đòi hỏi các cơ sở du lịch, các điểm du lịch, khách sạn, khu nghỉ dưỡng... phải nâng quy mô hoạt động (khu nghỉ dưỡng có quy mô đẳng cấp, đầu tư về hạ tầng công nghệ...). Bên cạnh đó, với quy mô lớn hơn doanh nghiệp

du lịch Việt Nam sẽ đạt được các lợi thế về tính kinh tế theo quy mô cũng như khả năng cạnh tranh tốt hơn do những lợi thế về quy mô.

Tuổi doanh nghiệp là nhân tố có tác động lớn thứ tư tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch với hệ số hồi quy 0.2123503. Kết quả này phần nào phản ánh đặc trưng của doanh nghiệp Việt Nam nói chung và doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch nói riêng khi các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu hình thành từ các doanh nghiệp gia đình. Với đặc trưng này hoạt động, cách quản trị của các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu dựa trên kinh nghiệm dẫn đến hiệu quả hoạt động chưa cao. Tuy nhiên, với sự phát triển của khoa học công nghệ cũng như sự xuất hiện của các doanh nghiệp nước ngoài, có vốn nước ngoài, những mô hình quản lý và kinh doanh mới thì thời gian hoạt động (tuổi doanh nghiệp) không phải là lợi thế lâu dài để đem lại hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam.

PCI là nhân tố có tác động nhỏ nhất tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch. Trên thực tế môi trường kinh doanh càng thuận lợi, thủ tục hành chính, chính sách thể chế của nhà nước, địa phương nơi doanh nghiệp hoạt động càng đơn giản, gọn nhẹ và minh bạch càng tạo thuận lợi cho hoạt động của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, môi trường kinh doanh thuận lợi sẽ thu hút và khuyến khích được nhiều doanh nghiệp trong ngành du lịch đầu tư kinh doanh trong lĩnh vực du lịch cũng như tạo ra sự cạnh tranh bình đẳng giữa các doanh nghiệp nội địa và các doanh nghiệp FDI trong lĩnh vực này.

4. KẾT LUẬN

Bài báo này xem xét ảnh hưởng các nhân tố tới hiệu quả hoạt động doanh nghiệp của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam. Kết quả của nghiên cứu này cung cấp bằng chứng cho thấy những nhân tố có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của doanh nghiệp du lịch như lao động, vốn, quy mô, tuổi. Tuy nhiên những lợi thế về vốn, lao động hay quy mô, tuổi sẽ không phải là những lợi thế mang tính lâu dài đối với doanh nghiệp du lịch. Ngoài các nhân tố trên thì môi trường kinh doanh cũng là nhân tố có tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch. Do đó, để nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch thì ngoài việc sử dụng hiệu quả các yếu tố nội tại của doanh nghiệp như lao động, vốn, quy mô, kinh nghiệm hoạt động thì nhà nước, chính quyền địa phương cần tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi, các chính sách hỗ trợ tốt cho sự phát triển và hoạt động của doanh nghiệp du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Agarwal, R., & Gort, M. (2002). *Firm and product life cycles and firm survival*. *American Economic Review*, 92(2), 184-190.
2. Barge-Gil, A., & López, A. (2014). *R&D determinants: Accounting for the differences between research and development*. *Research Policy*, 43(9), 1634-1648.
3. Barge-Gil, A., & López, A. (2014). *R&D determinants: Accounting for the differences between research and development*. *Research Policy*, 43(9), 1634-1648.
4. Barney, J., Wright, M., & Ketchen Jr, D. J. (2001). *The resource-based view of the firm: Ten years after 1991*. *Journal of management*, 27(6), 625-641.
5. Baumol, W. J. (1959). *Business behavior, value, and growth*. Macmillan.

6. Bộ Tài Chính. (2023). Chính sách tài chính khuyến khích đầu tư phát triển ngành du lịch ở Việt Nam. https://mof.gov.vn/webcenter/portal/btcvn/pages_r/l/tin-bo-tai-chinh?dDocName=MOFUCM153240. Truy cập ngày 28/07/2023.
7. Cục du lịch quốc gia Việt Nam. (2022). Du lịch Việt Nam nỗ lực phục hồi, tạo đà phát triển trong trạng thái bình thường mới. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/39260>. Truy cập ngày 01/08/2023
8. Cuong Vu Hung, Tuong Phi Vinh and Binh Dang Thai (2021). The impact of firm size on the performance of Vietnamese private enterprises: A case study. *Problems and Perspectives in Management*, 19(2), 243-250.
9. Dobrev, S. D., & Carroll, G. R. (2003). Size (and competition) among organizations: modeling scale-based selection among automobile producers in four major countries, 1885–1981. *Strategic Management Journal*, 24(6), 541-558.
10. Driver, C., & Guedes, M. J. C. (2012). Research and development, cash flow, agency and governance: UK large companies. *Research Policy*, 41(9), 1565-1577.
11. Estay, C. (2004). Setting up Businesses in France and the USA: A Cross Cultural Analysis. *European Management Journal*, 22(4), 452-463.
12. Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California management review*, 33(3), 114-135.
13. Hardiyanto, A. T., Achsan, N. A., Sembel, R., & Maulana, N. A. (2014). Testing trade-off theory of capital structure: Empirical evidence from Indonesian listed companies. *Economics and Finance Review*, 3(6), 13-20.
14. Hung, C. V., Vinh, T. P., & Thai, B. D. (2021). The impact of firm size on the performance of Vietnamese private enterprises: A case study. *Problems and Perspectives in Management*, 19(2), 243-250.
15. Kaplan, R. S. (2009). Conceptual foundations of the balanced scorecard. *Handbooks of management accounting research*, 3, 1253-1269.
16. Lee, J., & Habte-Giorgis, B. (2004). Empirical approach to the sequential relationships between firm strategy, export activity, and performance in US manufacturing firms. *International Business Review*, 13(1), 101-129.
17. Loderer, C. F., Neusser, K., & Waelchli, U. (2009). Corporate geriatrics: Aging, survival, and performance. *Survival, and Performance (January 6, 2009)*.
18. Luo, L. M., Lee, H. T., Chiu, C. C., & Lee, C. W. (2023). The relations of corporate risk, operating efficiency, and firm size to managerial compensation: Evidence from Taiwan stock market-listed companies. *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 194-203.
19. Minniti, M. (2005). Entrepreneurship and network externalities. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 57(1), 1-27.
20. Munjuri, M. G., & K'Obonyo, P. (2015). Human capital, employee empowerment and performance of commercial banks and insurance firms in Kenya. *International Journal of Arts and Commerce*, 4(6), 163-181.
21. Nzioka, P. K. (2013). The relationship between firm size and financial performance of commercial banks in Kenya (Doctoral dissertation, University of Nairobi).
22. Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard business review*, 86(1), 78.
23. Samad, S. (2013). Assessing the contribution of human capital on business performance. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(6), 393.
24. Sørensen, J. B., & Stuart, T. E. (2000). Aging, obsolescence, and organizational innovation. *Administrative science quarterly*, 45(1), 81-112.
25. Thanh Giang. (2023). Đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển ngành du lịch. <https://nhandan.vn/day-nhanh-phuc-hoi-tang-toc-phat-trien-nganh-du-lich-post742977.html>. Truy cập ngày 25/07/2023.