

ĐÁNH GIÁ TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

Thái Thị Kim Oanh*

Ngày nhận: 25/9/2014

Ngày nhận bản sửa: 22/10/2014

Ngày duyệt đăng: 4/11/2014

Tóm tắt:

Bài viết này nghiên cứu và phát hiện các mô hình lý thuyết cũng như áp dụng thực nghiệm cho các điểm đến du lịch tại những quốc gia có nền kinh tế chuyển đổi như Việt Nam có số lượng còn ít. Việc đánh giá kết quả phát triển du lịch cũng như phân tích năng lực cạnh tranh du lịch thông qua các phương pháp định lượng, có lý luận khoa học làm nền tảng còn rất thiếu. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất các mô hình hiện đại nghiên cứu năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch cần được đưa vào xem xét cùng lúc nhiều yếu tố, cả về phía cung và phía cầu, trong một môi trường động với nhiều thay đổi. Các yếu tố liên quan đến cung và cầu cần được phân tích chi tiết, dưới nhiều góc độ hơn. Trong một số trường hợp, còn có thể được thực hiện bằng cách tác động, thay đổi cả tính chất của cầu cho phù hợp với đặc trưng của cung.

Từ khóa: điểm đến du lịch, mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh, năng lực cạnh tranh.

Overall review of research on competitiveness of tourism destination

Abstract:

This article studies and finds out that the number of theoretical models as well as empirical applications for tourist destinations in transitional economies like Vietnam are still modest. The empirical studies on tourism development achievements and tourism competitiveness using quantitative methods are also limited. This article proposed that the modern models studying the competitiveness of tourist destinations should include multiple factors, on both supply and demand sides, in a dynamic environment context. Factors related to supply and demand should be analyzed in details, from many more perspectives.

Key words: tourism destination, assessment model of competitive capacity, competitive capacity.

1. Đặt vấn đề

Hoạt động du lịch thời gian qua đã có những thay đổi hết sức lớn lao cả về lượng lẫn chất. Nhìn chung, du lịch truyền thống, phổ thông, đại trà dựa trực tiếp, chủ yếu vào các tài nguyên sẵn có đã được thay thế bằng những hình thức du lịch hiện đại với hàm lượng giá trị gia tăng cao bổ sung thêm vào tài nguyên du lịch có sẵn. Cạnh tranh trên các thị trường du lịch trở nên khốc liệt hơn trước, đòi hỏi các điểm đến du lịch phải đổi mới, sáng tạo liên tục nếu không muốn bị đào thải (Cracolici và Rietveld,

2008). Cũng giống với nhiều loại hình kinh doanh khác, các điểm đến du lịch muốn thành công cần phải xác lập cho mình những thế mạnh nhất định trên cơ sở xây dựng những lợi thế cạnh tranh bền vững song song với việc không ngừng tư duy, định vị những lợi thế cạnh tranh mới và tìm cách khắc phục những bất lợi cố hữu. Chính vì vậy, đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch là một đề tài thu hút nhiều quan tâm trong cả nghiên cứu lý thuyết lẫn áp dụng thực tiễn.

Trên thế giới, số lượng nghiên cứu về lĩnh vực

này rất nhiều và đã có một lịch sử khá lâu dài. Khá nhiều mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch đã được đề xuất và áp dụng. Theo Hassan (2000), những mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh truyền thống thường tập trung về phía cung, tức chỉ nghiên cứu các yếu tố liên quan đến quá trình cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong cùng một ngành nghề hoặc thị trường. Mặc dù mô hình truyền thống có tác dụng đánh giá năng lực cạnh tranh hiện tại nhưng chúng không phân tích được những xu thế biến động trong tương lai cũng như ảnh hưởng của phía cầu. Những mô hình truyền thống này cũng thường bỏ qua những đặc trưng riêng có của kinh doanh du lịch, đánh đồng kinh doanh du lịch với các loại hình hàng hóa, dịch vụ khác. Do đó, dựa vào mô hình truyền thống dễ dẫn đến thiếu sót, bất cập khi lập kế hoạch phát triển du lịch. Để giải quyết vấn đề nói trên, nhiều học giả như Crouch và Ritchie (1999), Dwyer và Kim (2003) đã cố gắng đưa vào mô hình đánh giá rất nhiều các yếu tố từ cả cung và cầu, đồng thời phân tích cả mối tương tác giữa các yếu tố cũng như môi trường hoạt động cho các yếu tố.

Ở Việt Nam, nghiên cứu về lĩnh vực này cũng đã có một số học giả tiến hành nghiên cứu dựa trên những thành tựu của lý thuyết về năng lực cạnh tranh trong du lịch. Các học giả cũng dựa vào các tiêu chí từ mô hình lý thuyết để thu thập, lấy ý kiến của chuyên gia, du khách, qua đó đánh giá mặt mạnh, mặt yếu của những điểm đến du lịch. Một số công trình có thể kể ra như: Trương Thị Ngọc Thuyền (2010) khảo sát khách quốc tế về du lịch Đà Lạt; Nguyễn Anh Tuấn (2010) đánh giá năng lực cạnh tranh của cả Việt Nam như một điểm đến du lịch; Nguyễn Thị Thu Vân (2012) so sánh du lịch Đà Nẵng với một số thành phố lớn tại Việt Nam; Trần Thị Tuyết (2013) đánh giá năng lực cạnh tranh của Bình Thuận. Các kết luận từ những nghiên cứu này có cơ sở khoa học khá vững chắc, gắn liền với những điều kiện hoàn cảnh và tìm ra điểm mấu chốt mà các địa phương cần tập trung ưu tiên khi phát triển du lịch.

Trong bối cảnh quốc tế và trong nước như vậy, việc phân tích và đánh giá tổng quan tình hình nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch có một ý nghĩa lớn lao cả về lý luận lẫn thực tiễn. Kết quả của việc đánh giá tổng quan này sẽ là cơ sở để các điểm đến du lịch của Việt Nam có thể xây dựng và áp dụng một mô hình phù hợp nhằm đánh giá năng lực cạnh tranh của mình. Bên cạnh đó, việc này cũng giúp cho nghiên cứu có những đóng góp thiết thực, mới mẻ vào hệ thống tri thức về năng lực cạnh tranh du lịch.

2. Các nghiên cứu lý thuyết về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

Nghiên cứu lý thuyết về đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch đã có một lịch sử lâu dài. Tuy nhiên, chỉ đến những năm 1990 nghiên cứu về lĩnh vực này mới tìm được hướng phát triển thống nhất (Ritchie và Crouch, 2000). Mặc dù vậy, số cơ sở lý thuyết về đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch lại khá khiêm tốn (Hudson và cộng sự, 2004).

2.1. Các nghiên cứu truyền thống về đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch

Theo Dwyer và Kim (2003), trước khi có sự thống nhất về cơ sở lý thuyết dùng để đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch, cách tiếp cận truyền thống từ các ngành kinh tế khác thường được sử dụng. Khởi đầu, năng lực cạnh tranh trong du lịch cũng được xác định giống với năng lực cạnh tranh theo nghĩa truyền thống. Theo đó, các yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh được tập trung về phía cung. Cụ thể, tăng năng suất, chất lượng sản phẩm với chi phí thấp, tạo khác biệt và chuyên môn hóa nhất được coi là những phương thức cơ bản để giành chiến thắng trên thương trường (Bordas, 1994). Ví dụ, Poon (1993) cho rằng các điểm đến du lịch muốn trở nên cạnh tranh hơn thì nên quan tâm đến môi trường, coi du lịch là ngành mũi nhọn, tăng cường các kênh phân phối tới thị trường và xây dựng khu vực tư nhân năng động.

Một số công trình tiêu biểu đầu tiên về mô hình lý thuyết dùng để đánh giá năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch có thể kể ra như sau.

Porter (1990) đã đưa ra mô hình năng lực cạnh tranh quốc gia hình kim cương với sáu yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh của một quốc gia và với mô hình này có thể áp dụng cho một điểm đến du lịch cụ thể. Sáu yếu tố này là các điều kiện về lợi thế du lịch; các điều kiện về phía cầu; các ngành kinh tế phụ trợ có liên quan; chiến lược, cấu trúc và cạnh tranh của doanh nghiệp; các sự kiện; và chính quyền. Theo đánh giá của rất nhiều học giả như Chon (1995), Mayer (1995), Evans (1995),... mô hình của Porter (1990) mặc dù chưa mang đầy đủ các đặc điểm cần có của một mô hình hiện đại nhưng đã đặt nền móng cho sự phát triển sau này. Sau đó, chính Chon và Mayer (1995) đã điều chỉnh mô hình của Porter (1990) bằng cách đề xuất năng lực cạnh tranh du lịch cần có 5 khía cạnh: hình ảnh, quản trị, tổ chức, thông tin và hiệu quả. Tuy nhiên, Evans và cộng sự (1995) lại phát triển mô hình dựa trên năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp. Ba mũi nhọn được hướng đến khi đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch là giá cả, tạo khác biệt và độ tập

trung. Các tổ chức quản lý du lịch cũng được trao một vai trò lớn trong việc tạo ra năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch. Mô hình của Evans và cộng sự (1995) đã được mở rộng trong Jones và Haven-Tang (2005) theo hướng nhấn mạnh hơn vai trò của các doanh nghiệp vừa và nhỏ và sự can thiệp của khu vực công. Đến năm 1997, Pearce (1997) đã xây dựng mô hình phân tích điểm đến có tính cạnh tranh (CDA – Competitive Destination Analysis) để tính toán năng lực cạnh tranh của các điểm đến du lịch. Cụ thể, CDA hướng vào so sánh một cách có hệ thống những yếu tố quan trọng của các điểm đến du lịch có cạnh tranh với nhau. Việc so sánh này nhằm đưa ra một đánh giá khách quan về điểm mạnh, điểm yếu, từ đó xác định được lợi thế cạnh tranh của điểm đến du lịch. Theo Hudson và cộng sự (2004), điểm nhấn trong mô hình của Pearce (1997) là đưa ra cách đánh giá dựa trên từng đặc điểm đặc thù của điểm đến du lịch. Kozak và Remington (1999) đặt ra một mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch dựa vào nhóm hai yếu tố chính là: các yếu tố cơ sở (như khí hậu, hệ sinh thái, văn hóa, di sản kiến trúc...) và các yếu tố đặc trưng của ngành du lịch (như khách sạn, phương tiện giao thông và giải trí...).

Có thể nhận thấy, những cách tiếp cận trên chủ yếu dựa vào các yếu tố từ phía cung. Mặc dù cách tiếp cận đó đúng nhưng cần phải tiếp cận đánh giá trên góc độ từ phía cầu. Về phía cung, có nhiều cách để phân loại các yếu tố có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh du lịch. Những tổng kết gần đây đã liệt kê 6 nhóm yếu tố chính mà các lý thuyết, nghiên cứu về năng lực cạnh tranh đều đề cập: (i) Những nguồn thu hút du lịch (tự nhiên, nhân tạo, di sản, tạo mới, sự kiện...); (ii) Điều kiện đi lại (giao thông, phương tiện, bến bãi,...); (iii) Tiện ích (lưu trú, ăn uống, mua sắm, dịch vụ du lịch khác,...); (iv) Sản phẩm du lịch; (v) Các hoạt động tại điểm đến du lịch; (vi) Các dịch vụ phụ trợ (bệnh viện, tài chính ngân hàng, viễn thông, thông tin,...).

2.2. Các nghiên cứu hiện đại về năng lực cạnh tranh du lịch

Ngày nay, cạnh tranh trong du lịch diễn ra hết sức khốc liệt do nhu cầu, sở thích tiêu dùng của khách hàng trở nên đa dạng, phức tạp và hay thay đổi hơn. Giữ vững và tăng năng lực cạnh tranh trong một thế giới toàn cầu hóa là thách thức cho tất cả các điểm đến du lịch. Do vậy, đánh giá năng lực cạnh tranh chỉ dựa vào các yếu tố về phía cung là chưa đủ. Muốn có được sức cạnh tranh mạnh, nhà cung ứng cũng cần hiểu rõ các đặc điểm của cầu cũng như môi trường mà cung và cầu hoạt động. Năng lực cạnh tranh du lịch theo nghĩa hiện đại cũng giống

với năng lực cạnh tranh trong các loại thị trường hiện đại khác bao gồm đầy đủ các yếu tố trong cả cung và cầu cùng môi trường hoạt động của cung và cầu, đồng thời phải xem xét cả mối liên hệ, tác động tương hỗ, qua lại giữa các yếu tố.

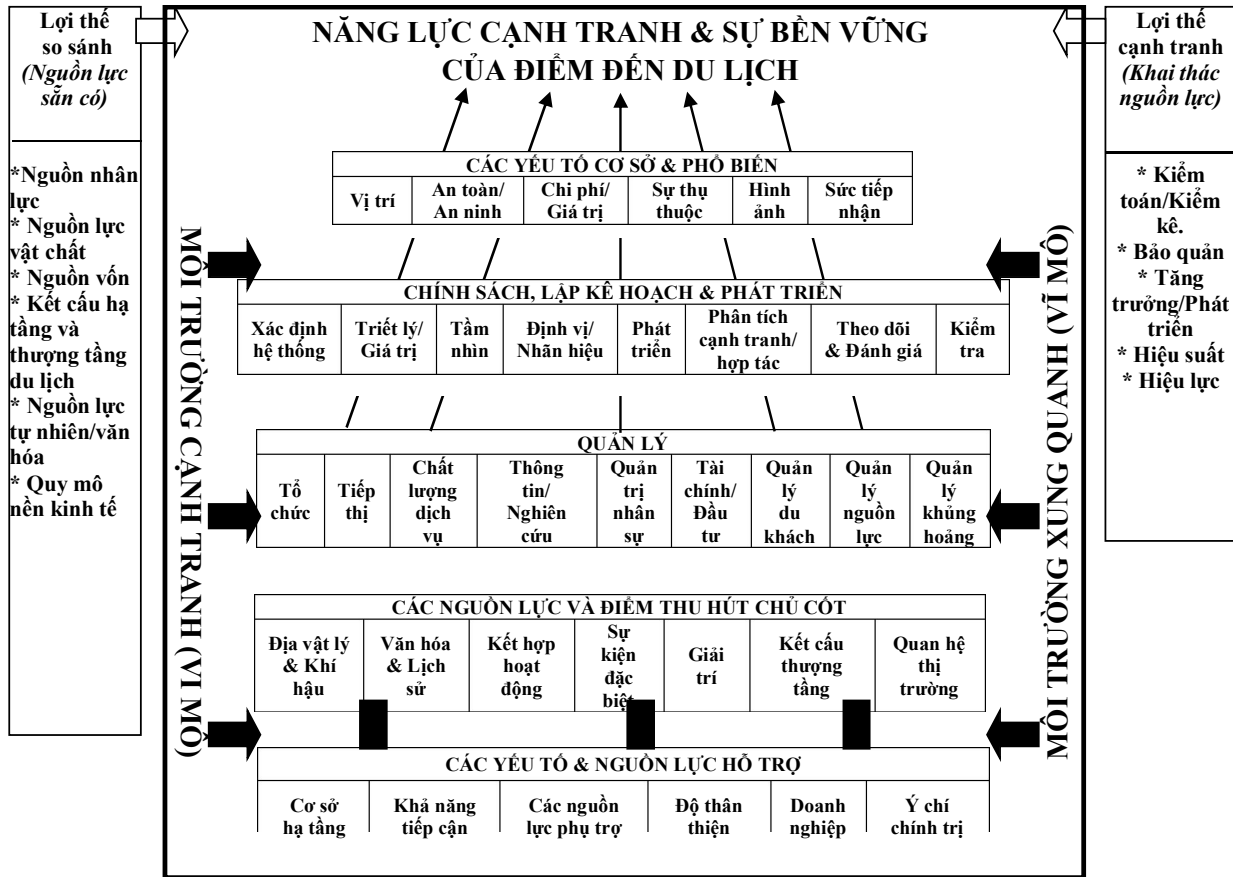
Công trình đầu tiên được đa số ghi nhận tích hợp tương đối đầy đủ, toàn diện các yếu tố cần phải có đối với năng lực cạnh tranh du lịch, cả từ phía cung và phía cầu, do Crouch và Ritchie (1999) thực hiện. Công trình này vốn được phát triển từ phiên bản trước đó, trong Ritchie và Crouch (1993), và mở rộng trong các nghiên cứu sau này như Ritchie và Crouch (2000, 2003), thường được gọi là *mô hình lý thuyết về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch*. Mô hình này được thể hiện trong Hình 1.

Theo Cracolici và cộng sự (2008), các công trình về năng lực cạnh tranh du lịch của Crouch và Ritchie có khởi thủy từ nghiên cứu của Porter (1990). Dựa trên công trình của Porter (1990), Ritchie và Crouch (1993, 2000, 2003) và Crouch và Ritchie (1999) đã phát triển lên thành mô hình năng lực cạnh tranh cho một điểm đến du lịch cụ thể. Trong các nghiên cứu của hai ông, năng lực cạnh tranh du lịch được xây dựng trên cơ sở tập hợp của rất nhiều yếu tố. Việc tính toán đúng giá trị của từng yếu tố cũng như mối tương tác giữa chúng sẽ giúp xác định chính xác thế mạnh mà mỗi điểm đến, địa phương hay quốc gia nên dựa vào để phát triển du lịch một cách bền vững, đem lại hiệu quả cao nhất có thể. Năng lực cạnh tranh sẽ quyết định thành bại trong phát triển du lịch.

Theo các tác giả này, phần lõi của năng lực cạnh tranh trong du lịch gồm có bốn cấu phần chính: tài nguyên du lịch, năng lực quản lý, môi trường chính sách và cầu thị trường. Ba cấu phần đầu tiên quyết định khả năng đưa ra thị trường các sản phẩm du lịch. Cấu phần thứ nhất được hiểu theo nghĩa là các lợi thế so sánh trong kinh tế học thương mại, thường được quyết định bởi những nguồn lực sẵn có do điều kiện tự nhiên, kinh tế, văn hóa, lịch sử, dân tộc mang lại. Cấu phần thứ hai là sự tác động của con người, thể hiện một “quy trình sản xuất” kết hợp cấu phần thứ nhất cùng các yếu tố đầu vào khác nhằm tạo ra sản phẩm du lịch thu hút được nhiều khách hàng. Cấu phần thứ ba thể hiện vai trò của môi trường chính sách, luật lệ, thông lệ mà hoạt động du lịch diễn ra. Ví dụ Lordkipanidze và cộng sự (2005) đã chỉ ra rằng thông lệ, thói quen kinh doanh có ảnh hưởng rất lớn đến thu hút khách du lịch tại một vùng nông thôn của Thụy Điển. Cuối cùng, cấu phần thứ tư là cầu thị trường, cho biết những lợi thế về mặt cung có thể phát huy được hay không.

Các cấu phần nói trên quyết định phần lõi của

Hình 1: Mô hình lý thuyết về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch



Nguồn: Ritchie và Crouch, 2003

năng lực cạnh tranh, đồng thời chịu ảnh hưởng của môi trường vĩ mô và môi trường vi mô. Môi trường vi mô bao gồm các yếu tố cơ bản của điểm đến du lịch giúp so sánh với các điểm đến du lịch khác, ví dụ như các thành viên trong ngành du lịch lữ hành, thị trường du lịch, các đối thủ cạnh tranh, các đơn vị thụ hưởng,... Môi trường vĩ mô bao gồm các yếu tố, lực lượng, thể chế... nằm bên ngoài và ảnh hưởng đến điểm đến du lịch. Những yếu tố vĩ mô có thể kể ra là: nhận thức tăng lên về môi trường tự nhiên; quá trình tái cơ cấu kinh tế của nền kinh tế; sự thay đổi của đặc điểm nhân khẩu học; sự phức tạp trong mối tương tác giữa nguồn lực công nghệ và nguồn nhân lực,... Môi trường vi mô và môi trường vĩ mô tác động lẫn nhau, đồng thời ảnh hưởng đến các cấu phần trong phân lõi của năng lực cạnh tranh.

Mặc dù đã xây dựng một mô hình khá toàn diện, hiện đại với tương đối đầy đủ các yếu tố cần phải có quyết định năng lực cạnh tranh, mô hình của Crouch và Ritchie (1999) vẫn bị chỉ trích thiếu sự liên kết, tương tác giữa các yếu tố trong mô hình (Tanja và cộng sự, 2011). Nói cách khác, các yếu tố trong Crouch và Ritchie (1999) chỉ được xem xét ở trạng thái tĩnh, quan hệ giữa chúng thường chỉ là một chiều và khá trực diện. Ngoài ra, nhiều học giả cho

rằng các mô hình của Crouch và Ritchie vẫn thiên về các yếu tố thuộc phía cung mà chưa coi trọng đúng mức các yếu tố thuộc phía cầu (Gomezelj và Mihalič, 2008). Do đó, làm sâu sắc thêm mối liên hệ giữa các yếu tố trong năng lực cạnh tranh thường là hướng phát triển được các học giả sau này lựa chọn.

Ví dụ trong Hassan (2000), bốn yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh trên thị trường du lịch của một quốc gia là lợi thế so sánh, xu hướng cầu, cấu trúc của ngành du lịch và những cam kết môi trường. Do đó, ngoài hai yếu tố truyền thống là lợi thế so sánh và cấu trúc ngành du lịch, Hassan (2000) đặc biệt nhấn mạnh đến vai trò của cầu và yếu tố môi trường. Đóng góp của Hassan (2000) là đã chỉ rõ sự tác động của cầu cũng như trách nhiệm môi trường đối với năng lực cạnh tranh du lịch. Cụ thể, khi nhận thức, trình độ tăng lên (ví dụ dân cư ở các nước phát triển), con người có xu hướng muốn tận hưởng du lịch ở những điểm đến thân thiện với môi trường, có hoạt động phát triển du lịch bền vững, bảo vệ được lâu dài các giá trị tự nhiên. Tuy nhiên, hạn chế trong nghiên cứu của Hassan (2000) là việc mới áp dụng các phân tích cho thị trường thế giới trong đó mỗi quốc gia là một đối thủ cạnh tranh và chưa làm rõ

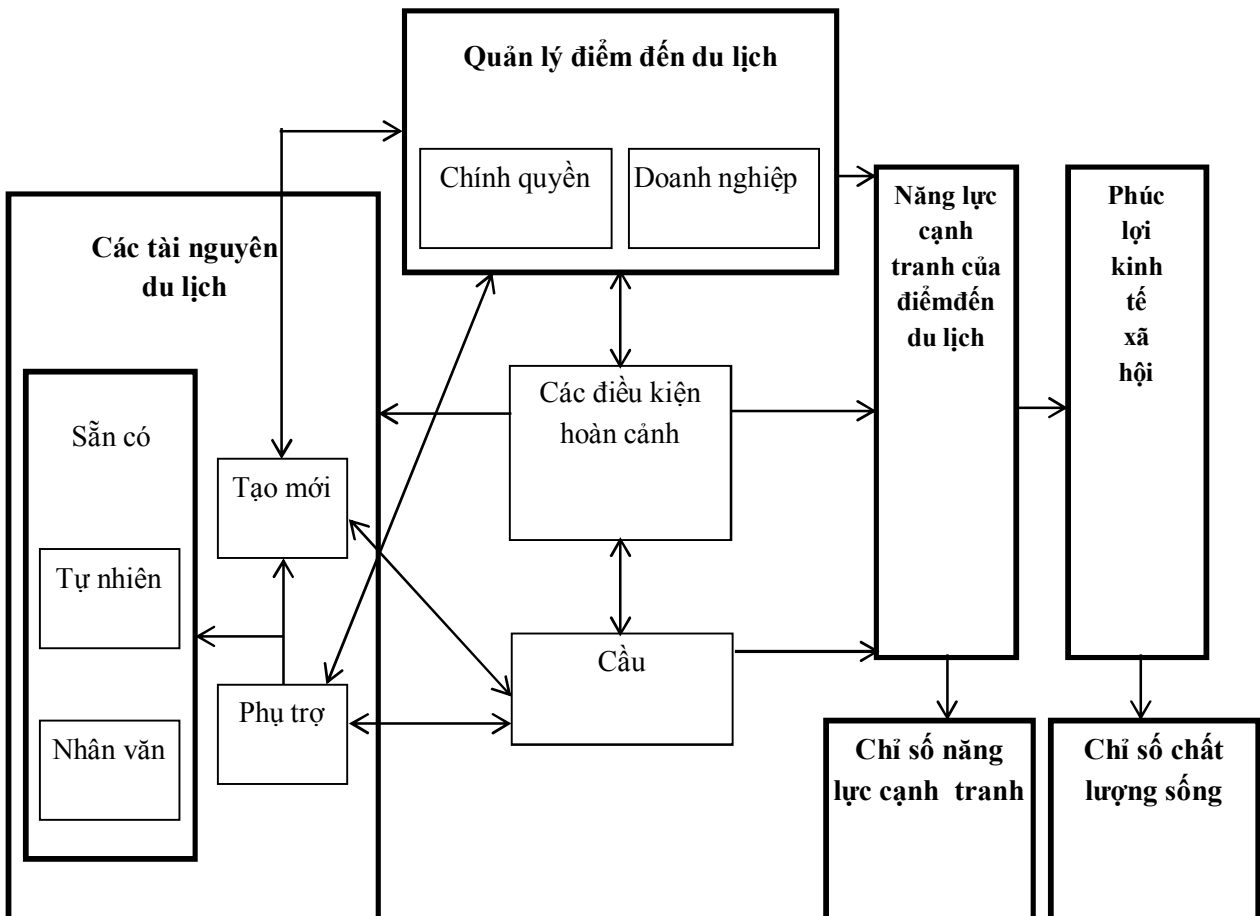
các biến số dùng để đo lường sự bền vững của thị trường và môi trường.

Một hướng khác được các nhà nghiên cứu lựa chọn là đánh giá năng lực cạnh tranh trong một thị trường du lịch cá biệt. Ví dụ Go và Govers (2000) xây dựng mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh trong thị trường hội nghị, hội thảo. Bảy tiêu chí được đưa ra là: tiện ích, đi lại, chất lượng dịch vụ, khả năng chi trả, hình ảnh của điểm đến, khí hậu/môi trường và độ hấp dẫn. Nhược điểm của những mô hình kiểu này chỉ có thể áp dụng cho một hoạt động du lịch nhất định.

Đặc biệt, trên cơ sở kết quả của Crouch và Ritchie (1999), Dwyer và Kim (2003) đã phát triển thành công mô hình tích hợp đa yếu tố để đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch. Trong mô hình này, các tác giả tập hợp và đa dạng hóa những yếu tố quan trọng trong năng lực cạnh tranh của quốc gia, doanh nghiệp cũng như các điểm đến du lịch. Tanja và cộng sự (2011) nhận xét rằng mô hình của Dwyer và Kim (2003) vẫn giữ lại phần lớn cấu trúc của các mô hình do Crouch và Ritchie (1999) đề xuất. Tuy nhiên, Dwyer và Kim (2003) giải thích rõ hơn sự tác

động qua lại lẫn nhau giữa các yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh du lịch. Hai học giả đã chi tiết hóa bốn cấu phần của năng lực cạnh tranh trong Crouch và Ritchie (1999) thông qua một loạt các tiêu chí. Ví dụ, các tài nguyên du lịch trong mô hình của Crouch và Ritchie (1999) được xác định đều thuộc một nhóm thì đến Dwyer và Kim (2003) được tách bạch rõ ràng thành tài nguyên tự nhiên, văn hóa, lịch sử, ... Mô hình này cũng nhấn mạnh rõ hơn tầm quan trọng của các yếu tố về phía cầu. Theo đó hiểu biết, nhận thức của du khách về một điểm đến du lịch là một yếu tố then chốt quyết định lượng khách. Do đó, hệ thống các tiêu chí nhằm lượng hóa chỉ số năng lực cạnh tranh có thành phần đa dạng hơn, đồng thời cho phép so sánh giữa các nước và giữa các ngành du lịch. Tuy nhiên, các ông cho rằng hệ thống tiêu chí trong mô hình tích hợp đa yếu tố cần được điều chỉnh linh hoạt khi áp dụng. Tóm lại, mô hình lý thuyết của Dwyer và Kim (2003) đưa ra những nhóm yếu tố chính sau đây khi đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch: (i) Các tài nguyên du lịch; (ii) Các điều kiện hoàn cảnh; (iii) Cầu; (iv) Quản lý; (v) Mối liên hệ giữa các yếu tố. Mô hình của Dwyer và Kim (2003) được thể hiện tại hình 2.

Hình 2: Mô hình tích hợp năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch



Nguồn: Dwyer và Kim, 2003

Thứ nhất, Các tài nguyên du lịch được chia thành nhiều loại: tài nguyên sẵn có, tài nguyên được tạo mới và tài nguyên phụ trợ. Tài nguyên sẵn có gồm, tài nguyên tự nhiên (núi non, hồ, sông, biển, khí hậu,...) và tài nguyên nhân văn (ngôn ngữ, văn hóa, tập tục, nghề truyền thống, lễ hội,...). Các tài nguyên tạo mới có rất nhiều loại, có thể kể ra như cơ sở hạ tầng du lịch (lưu trú, ăn uống,...), hoạt động, sự kiện, vui chơi giải trí, mua sắm,... Các tài nguyên phụ trợ cũng rất đa dạng, ví dụ như cơ sở hạ tầng chung (giao thông), chất lượng dịch vụ (tài chính, ngân hàng,...), sự thân thiện mến khách, các mối liên kết thị trường. Tất cả các tài nguyên cùng nhau tạo nên đặc điểm đa dạng của một điểm đến du lịch, từ đó hấp dẫn du khách tới thường xuyên và tạo nền tảng cho năng lực cạnh tranh của địa phương.

Thứ hai, Các điều kiện hoàn cảnh là những lực tác động tồn tại trong môi trường hoạt động của hoạt động du lịch. Lực tác động đến từ thể chế kinh tế, xã hội, đặc điểm dân cư, công nghệ, môi trường, chính trị, luật pháp,... Những lực tác động này quyết định giới hạn, khả năng khai thác các nguồn lực du lịch và có thể ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực đến năng lực cạnh tranh.

Thứ ba, Quản lý điểm đến du lịch bao hàm các yếu tố có tác dụng tăng cường khả năng khai thác các nguồn lực du lịch chủ chốt (tự nhiên, di sản, tạo mới), cải tiến chất lượng, hiệu suất các nguồn lực phụ trợ và thích ứng tốt nhất với các điều kiện hoàn cảnh. Cần phân biệt quản lý của khu vực công (quản lý hành chính của chính quyền) và quản lý trong các doanh nghiệp. Các hoạt động quản lý công gồm đề ra chiến lược phát triển du lịch, tổ chức quản lý chung điểm đến du lịch (điều phối, cung cấp thông tin, giám sát và đánh giá), quản lý việc quảng bá địa phương, đất nước; lập kế hoạch, chính sách; phát triển nguồn nhân lực; quản lý môi trường, trật tự trị an... Quản lý trong các doanh nghiệp là hoạt động quản lý của các tổ chức kinh doanh du lịch, ví dụ chi trả cho các chương trình quảng bá du lịch, tài trợ các chương trình đào tạo, áp dụng các nghiệp vụ du lịch xanh, phát triển sản phẩm mới, tham gia các chương trình môi trường... Cả hai hình thức quản lý này cùng nhau quyết định loại hình sản phẩm, dịch vụ du lịch đưa ra thị trường để đáp ứng sở thích của du khách.

Thứ tư, Cầu cũng có ảnh hưởng đặc biệt quan trọng đến năng lực cạnh tranh, cụ thể thông qua loại hình sản phẩm, dịch vụ được phát triển trong địa phương. Một số đặc điểm chính của cầu là sở thích du lịch, hiểu biết về điểm đến du lịch và hình ảnh của điểm đến du lịch. Kết quả hoạt động du lịch chịu tác động của việc có đưa ra thị trường được hay

không các sản phẩm, dịch vụ du lịch đáp ứng sở thích của du khách. Hiểu biết về điểm đến du lịch trong khi đó được tạo lập bằng nhiều phương tiện như quảng bá tiếp thị, liên kết thị trường. Hình ảnh của điểm đến du lịch ảnh hưởng đến nhận thức và do đó cũng quyết định kết quả hoạt động du lịch.

Tất cả các yếu tố nói trên cũng như sự tương tác giữa chúng sẽ quyết định năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch. Để đo lường năng lực cạnh tranh, có thể thông qua các chỉ số năng lực cạnh tranh cứng hay mềm. Chỉ số cứng là những thống kê thường hay sử dụng như số khách, số tiền chi tiêu, thị phần, đóng góp của du lịch trong nền kinh tế, đầu tư vào ngành du lịch, chỉ số giá cả du lịch... Chỉ số mềm có thể là độ hiểu khách của điểm đến du lịch, chất lượng dịch vụ, cảnh quan, an toàn,...

Tiếp sau Dwyer và Kim (2003), một mô hình cũng nhận được sự đánh giá cao của giới học thuật là Enright và Newton (2004). Enright và Newton (2004) đã đề xuất một mô hình năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch rộng và toàn diện hơn. Cụ thể, mô hình này đã tích hợp những yếu tố giống nhau của ngành du lịch với các yếu tố thu hút chính của điểm đến du lịch. Vì vậy, mô hình của Enright và Newton (2004) làm sâu sắc hơn quan điểm năng lực cạnh tranh do cả các yếu tố trong nội bộ ngành du lịch và điểm đến du lịch lẫn các yếu tố thuộc môi trường cho hoạt động du lịch diễn ra. Nói cách khác, cách tiếp cận này nhấn mạnh việc phân tích mối tương tác giữa các yếu tố bên trong và bên ngoài của điểm đến du lịch.

Trong khi đó, Jones và Haven-Tang (2005) đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch dựa vào đồng thời kết quả hoạt động (như số lượt khách, doanh thu) và khía cạnh chất lượng của hoạt động.

Trên cơ sở những kết quả nghiên cứu trước đó, Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF (2007)) đã xây dựng mô hình tính toán chỉ số năng lực cạnh tranh du lịch của các quốc gia thông qua 13 yếu tố chính là: chính sách/quy định; quản lý môi trường; an toàn; vệ sinh/y tế; ưu đãi cho du lịch; cơ sở hạ tầng hàng không; cơ sở hạ tầng mặt đất; cơ sở hạ tầng du lịch; cơ sở hạ tầng thông tin liên lạc; giá cả; nguồn nhân lực; nhận thức về du lịch; và nguồn lực tự nhiên/văn hóa. Những yếu tố này cũng có thể được nhóm vào 3 lĩnh vực chính là: quy chế; môi trường kinh doanh/cơ sở hạ tầng; và nguồn lực tự nhiên/văn hóa/con người. Đây là những chỉ số tổng hợp giúp so sánh năng lực cạnh tranh của các quốc gia với nhau.

Gần đây, Haugland và cộng sự (2011) đã phát triển một lý thuyết về vai trò của công tác điều phối,

kết hợp các đơn vị hoạt động du lịch. Các tác giả này cho rằng dưới con mắt của khách du lịch, chất lượng của một vùng du lịch thường được đánh giá một cách tổng thể. Tuy nhiên, về phía cung, chất lượng tổng thể của một vùng du lịch là kết quả của một chuỗi những đóng góp của rất nhiều đơn vị hoạt động du lịch. Do đó, sự phối hợp nhịp nhàng, ăn ý giữa các đơn vị có một vai trò quan trọng. Theo Haugland và cộng sự (2011), thực hiện tốt quá trình này cần có ba hợp phần: lợi thế du lịch của vùng, điều phối trong nội bộ vùng và điều phối liên vùng. Trước đó, trong một nghiên cứu về phát triển du lịch tại các vùng còn kém phát triển, Tinsley và Lynch (2001) đã chứng minh rằng thiết lập mạng lưới liên kết các doanh nghiệp kinh doanh du lịch quy mô nhỏ có tác dụng nâng chất lượng dịch vụ du lịch cũng như năng lực cạnh tranh của cả vùng.

Tóm lại, các lý thuyết đều thống nhất năng lực cạnh tranh du lịch được quyết định bởi một hệ thống nhiều yếu tố. Các lý thuyết khác nhau về danh mục các yếu tố cũng như mối tương tác giữa các yếu tố với nhau. Tuy nhiên, kết luận chung của các lý thuyết về năng lực cạnh tranh trong du lịch là sự cần thiết của việc tạo ra và dựa vào những lợi thế so sánh đặc trưng. Lợi thế so sánh đặc trưng là nền tảng, thông thường dựa vào các nguồn lợi sẵn có về di sản tự nhiên và văn hóa, từ đó để định vị thị trường và xây dựng các kế hoạch, phương pháp phát triển du lịch. Các kế hoạch phát triển du lịch cần gắn chặt với nhu cầu thị trường và duy trì sự bền vững, ổn định của các lợi thế so sánh đặc trưng.

3. Các nghiên cứu thực nghiệm về năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch

Những nền tảng lý thuyết trên đây về năng lực cạnh tranh du lịch đã được hiện thực hóa thông qua rất nhiều nghiên cứu thực nghiệm. Trong phần lớn trường hợp, các học giả áp dụng những mô hình lý thuyết để đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch cho những điểm đến hoặc sản phẩm du lịch cụ thể. Hai mô hình lý thuyết thường được nhiều nghiên cứu áp dụng nhất là Crouch và Ritchie (1999) và Dwyer và Kim (2003).

Hudson và cộng sự (2004) đã dựa vào lý thuyết của Crouch và Ritchie (1999) để so sánh năng lực cạnh tranh của các điểm đến trượt tuyết tại Canada. Các tác giả đã cụ thể hóa cơ sở lý luận bằng việc thiết kế bảng hỏi và thu thập ý kiến đối với 50 tiêu chí, từ đó tính toán giá trị cụ thể của từng yếu tố trong năng lực cạnh tranh.

Enright và Newton (2005) đã chứng minh sự đúng đắn của lý thuyết hiện đại về năng lực cạnh tranh thông qua khảo sát khu vực Châu Á Thái Bình

Dương. Cụ thể, cả nhân tố liên quan đến kinh doanh du lịch lẫn lợi thế du lịch chủ chốt đều có tác động đến năng lực cạnh tranh. Đồng thời, sự đa dạng của sản phẩm du lịch và phân khúc thị trường mục tiêu cũng là những nhân tố quan trọng.

Gomezelj và Mihalič (2008) đã áp dụng mô hình của Ritchie và Crouch (2000) để xác định năng lực cạnh tranh của du lịch Slovenia. Các tác giả cho rằng Slovenia không có lợi thế cạnh tranh so với các nước láng giềng về mặt nguồn lực tự nhiên. Chính vì vậy, để cạnh tranh, Slovenia nên ưu tiên cải thiện trình độ, năng lực quản trị du lịch.

Cracolici và Nijkamp (2008) đã tập trung vào độ hài lòng của du khách, tức phía cầu, nhằm đánh giá năng lực cạnh tranh của các vùng du lịch phía Nam Italia. Các địa phương Nam Italia nằm trọn vẹn trong Địa Trung Hải, cũng dựa vào tài nguyên du lịch biển để phát triển du lịch. Cụ thể, các tác giả đã điều tra du khách bằng các bảng hỏi. Sáu yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh được khảo sát là: tài nguyên tự nhiên và văn hóa, lưu trú / ăn uống, giao thông, sản phẩm du lịch, độ an toàn và cư dân địa phương.

Đặc biệt, Cracolici và cộng sự (2008) đã có một nghiên cứu thực nghiệm xuất sắc về năng lực cạnh tranh du lịch của các địa phương ở Italia. Trên cơ sở các lý luận tiên phong, các tác giả đã đưa ra một cách tiếp cận mới về hiệu quả hoạt động của các điểm đến du lịch. Theo đó, một điểm đến du lịch được coi là một doanh nghiệp có mục tiêu tối ưu hóa kết quả kinh doanh thông qua kết hợp hiệu quả các nguồn lực đầu vào. Kết quả kinh doanh có thể là số khách, số ngày nghỉ, giá trị gia tăng tạo ra, số lao động tuyển dụng hay độ hài lòng của du khách,... Dựa vào số liệu đầu vào cũng như kết quả kinh doanh du lịch của 103 địa điểm ở Italia, Cracolici và cộng sự (2008) đã xác định được các tham số trong hàm “sản xuất dịch vụ du lịch” của Italia. Dựa vào hàm sản xuất này có thể cho biết kết quả thực tại thấp hơn hay cao hơn so với năng lực, nghĩa là hoạt động du lịch hiệu quả hay không hiệu quả. Kết quả của hoạt động du lịch được tổng kết do 3 yếu tố chính: (i) quản lý của chính quyền; (ii) thay đổi của yếu tố cầu; (iii) đặc trưng về địa chất, văn hóa, xã hội của điểm đến du lịch. Tại Italia, các vùng du lịch văn hóa có hiệu quả cao hơn các vùng du lịch dựa vào nguồn lực tự nhiên.

Gần đây, chính Crouch (2010) đã tập hợp số liệu để tìm ra những tiêu chí quan trọng nhất đối với năng lực cạnh tranh. Theo đó, mười yếu tố được xác định luôn có ý nghĩa lớn có liên quan đến giá cả, chất lượng dịch vụ trực tiếp tác động tới du khách.

Tanja và cộng sự (2011) đã sử dụng mô hình tích hợp đa yếu tố phát triển bởi Dwyer và Kim (2003) để đánh giá năng lực cạnh tranh của du lịch Serbia. Các ứng dụng thực nghiệm trong Gomezelj và Mihalic (2008) được tác giả tham khảo và sử dụng. Kết quả thu được là Serbia có thế mạnh về các nguồn lực du lịch tự nhiên, văn hóa trong khi lại yếu về khả năng quản lý. Các yếu tố thuộc về phía cầu cũng có nhiều bất lợi do hình ảnh của du lịch Serbia trên thế giới cũng như hiểu biết của du khách về du lịch Serbia còn mờ nhạt.

Armenski và cộng sự (2012) đã sử dụng mô hình của Dwyer và Kim (2003) để đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch của cả Serbia và Slovenia. Nghiên cứu này đã khẳng định lại kết quả của các nghiên cứu trước đó. Theo đó, cả Serbia và Slovenia có lợi thế cạnh tranh về nguồn lực tự nhiên, văn hóa và nguồn lực tạo thêm nhưng còn yếu về quản lý.

Đối với các nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam phần lớn được tiến hành theo những phương pháp truyền thống thiên về mô tả và đánh giá dựa trên cảm quan. Những nghiên cứu kiểu này hiện diện ở tất cả các loại hình, từ luận văn, luận án tốt nghiệp, bài báo đến báo cáo của các cơ quan, đơn vị hoạt động du lịch... Cách làm này có tác dụng miêu tả chi tiết, cụ thể tình hình và những vấn đề cần giải quyết. Tuy nhiên, nhược điểm lớn nhất là do không có khuôn khổ lý luận vững chắc, chúng thường sa đà vào mô tả thực trạng. Các giải pháp đề xuất của các nghiên cứu này thường mang nặng tính tình hình, thiếu đi một tầm nhìn tổng thể xuyên không gian, thời gian. Chính vì vậy, các nghiên cứu thường liệt kê ra một loạt các giải pháp cần phải thực hiện mà không chỉ ra được đâu là giải pháp đột phá cũng như trình tự tiến hành các hành động.

Để khắc phục tình hình này, một số học giả gần đây cũng bắt đầu theo trào lưu của thế giới đánh giá năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch thông qua kết hợp mô hình lý thuyết và khảo sát thực tế. Một số công trình tiêu biểu trong số này được liệt kê dưới đây.

Ví dụ, Trương Thị Ngọc Thuyền (2010) đã thu thập ý kiến của du khách quốc tế cho một loạt các tiêu chí, qua đó đánh giá lợi thế của du lịch Đà Lạt. Tác giả nhờ thế đã có một phát hiện rất chi tiết về cơ cấu, đặc điểm nguồn khách quốc tế, sở thích cá nhân, nhận định của họ về du lịch Đà Lạt cũng như ý kiến đề Đà Lạt có thể phát triển tốt hơn.

Nguyễn Anh Tuấn (2010) đánh giá năng lực cạnh tranh của Việt Nam như một điểm đến du lịch. Tác giả đã áp dụng một số mô hình lý thuyết nói trên để đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh điểm đến

của ngành du lịch Việt Nam, qua đó chỉ ra mặt mạnh, mặt yếu, nguyên nhân của hạn chế và cơ hội, thách thức của du lịch Việt Nam.

Nguyễn Thị Thu Vân (2012) đã sử dụng mô hình của Dwyer và Kim (2003) nhằm đánh giá năng lực cạnh tranh về du lịch của Đà Nẵng so với các thành phố lớn của Việt Nam. Tuy nhiên, tác giả đã rút gọn mô hình gốc và chỉ đưa vào phân tích 84 chỉ số. Cách làm này khá giống với Gomezelj và Mihalič (2008), Cracolici và cộng sự (2008) và Armenski và cộng sự (2012). Nghiên cứu đã đưa ra kết luận mặc dù Đà Nẵng có phần lớn các yếu tố đạt trên mức trung bình nhưng không thực sự xuất sắc. Để thực sự cạnh tranh hơn nữa, Đà Nẵng nên tập trung khai thác 7 yếu tố chính liên quan đến nguồn lực du lịch, quản lý, điều kiện hoàn cảnh và điều kiện về cầu.

Trần Thị Tuyết (2013) đánh giá năng lực cạnh tranh của du lịch Bình Thuận. Tác giả cũng dựa vào một số mô hình lý thuyết trên đây để đánh giá các yếu tố cấu thành và ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch tỉnh Bình Thuận. Sau khi khảo sát, lấy ý kiến từ các chuyên gia, nghiên cứu đã kết luận Bình Thuận có nhiều điều kiện thuận lợi về tài nguyên du lịch, cơ sở hạ tầng để phát triển nhưng vẫn còn tồn tại nhiều điểm cần khắc phục. Giải pháp đề xuất tập trung vào ba nhóm chính gồm tận dụng ưu điểm, khắc phục điểm yếu và bổ sung hỗ trợ.

Các nghiên cứu dựa vào mô hình lý thuyết trên đây ở Việt Nam đã bước đầu giúp đánh giá năng lực cạnh tranh về du lịch của một số địa phương toàn diện, đầy đủ với cơ sở khoa học vững chắc. Ý nghĩa ứng dụng thực tiễn của nghiên cứu vì vậy trở nên rõ ràng hơn. Tuy nhiên, những nghiên cứu này mới thành công về mặt thực nghiệm. Đối với lý luận, chúng chưa có đóng góp trong việc đánh giá các mô hình lý thuyết hiện có cũng như tạo ra mô hình lý thuyết mới đặc trưng cho hoàn cảnh, điều kiện của các địa phương tại Việt Nam.

Tóm lại, các nghiên cứu thực nghiệm đã góp phần làm sáng tỏ, chứng minh sự đúng đắn của lý thuyết hiện đại về năng lực cạnh tranh du lịch. Điều đó một lần nữa khẳng định sự cần thiết của việc kết hợp rất nhiều các yếu tố để có được thành công trong phát triển du lịch.

4. Kết luận

Trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt, để phát triển thành công du lịch, việc đánh giá chính xác năng lực cạnh tranh là hết sức quan trọng. Lý thuyết cũng như thực nghiệm đã chỉ ra tương đối chính xác những yếu tố chính quyết định khả năng thu hút khách hàng của các điểm đến du lịch. Mặc dù tầm

quan trọng của từng yếu tố có thể thay đổi theo không gian, thời gian nhưng về cơ bản để có một năng lực cạnh tranh mạnh, tất cả các yếu tố thuộc cung, cầu và môi trường hoạt động của cung, cầu cần được cải thiện. Nhìn chung, điều kiện cần mà mọi điểm đến du lịch cần phải có là những tài nguyên du lịch (về tự nhiên, văn hóa, lịch sử...) dùng làm cơ sở ban đầu để thu hút du khách. Tuy nhiên, để có một năng lực cạnh tranh mạnh thì còn cần đến rất nhiều điều kiện đủ bổ trợ, nâng cao giá trị của điều kiện cần.

Chính vì vậy, các mô hình hiện đại phải đưa vào

xem xét cùng lúc nhiều yếu tố, cả về phía cung và phía cầu, trong một môi trường động với nhiều thay đổi. Trong những mô hình này, năng lực cạnh tranh không phải bất biến theo thời gian. Các yếu tố liên quan đến cung được phân tích chi tiết hơn, dưới nhiều góc độ hơn. Ngoài tác động từ phía cung, năng lực cạnh tranh có thể được tăng cường thông qua phân tích chính xác các đặc điểm của phía cầu. Đặc biệt, trong một số trường hợp, điều này còn có thể được thực hiện bằng cách tác động, thay đổi cả tính chất của cầu cho phù hợp với đặc trưng của cung. □

Tài liệu tham khảo:

- Armenski, T., Gomezelj, D.O., Djurdjev, B., Curić, N. và Dragin, A. (2012), 'Tourism destination competitiveness - between two flags', *Ekonomika Istrazivanja*, Tập 25 số 2, trang 485-502.
- Bordas, E. (1994), 'Competitiveness of tourist destinations in long distance markets', *Tourism Review*, Tập 4 số 3, trang 3-9.
- Cracolici, M.F., Nijkamp, P. và Rietveld, P. (2008), 'Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency', *Tourism Economics*, Tập 14 số 2, trang 325-342.
- Crouch, G.I. (2010), 'Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes', *Journal of Travel Research*, Tập 50 số 1, trang 27-45.
- Chon, K.S. và Mayer, K.J. (1995), 'Destination competitiveness models in tourism and their application to Las Vegas', *Journal of Tourism Systems and Quality Management*, Tập 2 số 2-4, trang 227-246.
- Crouch, G.I., và J.R.B. Ritchie (1999), 'Tourism, Competitiveness, and Social Prosperity', *Journal of Business Research*, Tập 44, trang 137-152.
- Dwyer, L. và Kim, C. (2003), 'Destination Competitiveness: Determinants and Indicators', *Current Issues in Tourism*, Tập 6 số 5, trang 369-414.
- Gomezelj, D.O. và Mihalič, T. (2008), 'Destination competitiveness - Applying different models, the case of Slovenia', *Tourism Management*, Tập 29, trang 294-307.
- Go, F.M. và Govers, R. (2000). "Integrated Quality Management for Tourist Destinations: A European Perspective on Achieving Competitiveness", *Tourism Management*, Tập 21, trang 79-88.
- Enright, M.J. và Newton, J. (2005), 'Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and Universality', *Journal of Travel Research*, Tập 43, trang 339-350.
- Hassan, S.S. (2000), 'Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry', *Journal of Travel Research*, Tập 38, trang 239-245.
- Evans, M.R., Fox, J.B. và Johnson, R.B. (1995), 'Identifying competitive strategies for successful tourism destination development', *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, tập 3 số 1, trang 37-45.
- Jones, E. và Haven-Tang, C. (2005), Tourism SMEs, service quality and destination competitiveness. Trong E. Jones và C. Haven-Tang (Eds.), *Tourism SMEs, Service Quality and Destination Competitiveness* (1-24), Cambridge, MA: CABI publishing.
- Haugland, S.A., Ness, H., Grønseth, B.O. và Aarstad, J. (2011), 'Development of Tourism Destinations: An Integrated Multilevel Perspective', *Annals of Tourism Research*, Tập 38 số 1, trang 268-290.
- Hudson, S., Ritchie, B. và Timur, S. (2004), 'Measuring Destination Competitiveness: An Empirical Study of Canadian Ski Resorts', *Tourism and Hospitality Planning & Development*, Tập 1 số 1, trang 79-94.
- Kozak, M. và Rimmington, J. (1999), 'Measuring tourist destination competitiveness: a comparison of two cases',

- Tourism Management*, Tập 26, trang 606-616.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H. và Backman, M. (2005), 'The entrepreneurship factor in sustainable tourism development', *Journal of Cleaner Production*, Tập 13, trang 787-798.
- Nguyễn Anh Tuấn (2010), 'Năng lực cạnh tranh điểm đến của du lịch Việt Nam', luận án tiến sĩ Đại học kinh tế, Đại học quốc gia Hà Nội.
- Nguyễn Thị Thu Vân (2012), 'Nghiên cứu năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch Đà Nẵng', Luận văn thạc sỹ, Đại học Đà Nẵng.
- Porter, M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York.
- Pearce, D.G. (1997), 'Competitive destination analysis in Southeast Asia', *Journal of Travel Research*, 35(4), Tập 35 số 4, trang 16-25.
- Poon, A. (1993), *Tourism, Technology, and Competitive Strategy*, Wallingford: CAV International.
- Ritchie, J.R.B. và Crouch, G.I. (2000), 'The competitive destination, a sustainable perspective', *Tourism Management*, Tập 21 số 1, trang 1-7.
- Ritchie, J.R.B. và Crouch, G.I. (2003), *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*, Wallingford, UK: CABI Publishing.
- Tanja, A., Vladimir, M., Nemanja, D. và Tamara, J. (2011), 'Integrated Model of Destination Competitiveness', *Geographica Pannonica*, Tập 15 số 2, trang 58-69.
- Tinsley, R. và Lynch, P. (2001), "Small tourism business networks and destination Development", *Hospitality Management*, Tập 20, trang 367-378.
- Trương Thị Ngọc Thuyền (2000), Khảo sát ý kiến khách du lịch nước ngoài về những điểm mạnh, điểm yếu của du lịch Đà Lạt - Lâm Đồng, Đề tài khoa học và công nghệ cấp Bộ, Đại học Đà Lạt .
- Trần Thị Tuyết (2013), 'Năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch của Bình Thuận', luận văn thạc sỹ, Đại học Quốc gia Hà Nội.

Thông tin tác giả:

***Thái Thị Kim Oanh**, Thạc sỹ, Nghiên cứu sinh

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Kinh tế - Trường Đại học Vinh

- Một số tạp chí tiêu biểu mà tác giả từng đăng tải công trình nghiên cứu: Tạp chí Kinh tế và phát triển; tạp chí Nghiên cứu và dự báo, Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ email: Thaithikimoanhkt@gmail.com