

11. Nguyễn Hoàng Tuấn. *Một vài suy nghĩ về việc dạy tiếng Anh chuyên ngành ở bậc đại học*. Giảng dạy tiếng Anh bậc đại học ở VN: vấn đề và giải pháp. Nhà xuất bản đại học quốc gia Tp HCM, (2007).
12. Nguyễn Lộc. *Giáo dục đại học và chiến lược dạy - học ngoại ngữ ở Việt Nam*. Kỷ yếu hội thảo khoa học. *Dạy Ngoại ngữ cho sinh viên không chuyên ngữ và hợp tác quốc tế trong các trường ĐH, CĐ ở VN*. Trường ĐHSP Tp HCM, (2005).
13. Nguyễn Phương Nga, Trần Thị Phi, Trương Thị Anh Đào. *Sử dụng Báo tiếng Anh trên lớp góp phần tăng động cơ và rèn luyện kỹ năng đọc hiểu cho sinh viên trường Đại học Kinh tế*. Giảng dạy tiếng Anh bậc đại học ở VN: vấn đề và giải pháp. Nhà xuất bản đại học quốc gia Tp HCM, (2007).
14. Nguyễn Thị Ánh Tuyết. *Giảng dạy tiếng Anh tại trường ĐH Kiến trúc Hà Nội*. Kỷ yếu hội thảo khoa học. *Dạy Ngoại ngữ cho sinh viên không chuyên ngữ và hợp tác quốc tế trong các trường ĐH, CĐ ở VN*. Trường ĐHSP Tp HCM, (2005).
15. Nguyễn Thị Kiều Thu. *Tình hình giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành tại trường ĐH KHXX & NV Tp HCM và một vài kiến nghị*. Giảng dạy tiếng Anh bậc đại học ở VN: vấn đề và giải pháp. Nhà xuất bản đại học quốc gia Tp HCM, (2007).
16. Tô Thị Thanh Tịnh. *Tiếng Anh chuyên ngành với sinh viên không chuyên cao đẳng - thực trạng và giải pháp*. Kỷ yếu hội thảo khoa học. *Dạy Ngoại ngữ cho sinh viên không chuyên ngữ và hợp tác quốc tế trong các trường ĐH, CĐ ở VN*. Trường ĐHSP Tp HCM, (2005).
17. Trần Thị Nga. *Hướng tới nâng cao năng lực ngoại ngữ cho học sinh không chuyên*. Kỷ yếu hội thảo khoa học. *Dạy Ngoại ngữ cho sinh viên không chuyên ngữ và hợp tác quốc tế trong các trường ĐH, CĐ ở VN*. Trường ĐHSP Tp HCM, (2005).

TEACHING ESP IN THE NEW CONTEXT: CHALLENGES AND SOLUTIONS

*Do Thi Xuan Dung, Cai Ngoc Duy Anh
College of Foreign Languages, Hue University*

SUMMARY

From the analysis of the ESP teaching reality and challenges some universities in Vietnam are facing, the article discusses and proposes a number of feasible suggestions to increase the capacity of ESP training so that it meets the society demands and avoids waste for the training insitutions in the new context.

**NGHIÊN CỨU TÍNH CẠNH TRANH TRONG DU LỊCH
CỦA THÀNH PHỐ HUẾ**

Thái Thanh Hà

Học viện Hành chính Quốc gia, Phân viện miền Trung

Đặng Ngọc Hiệp

Công ty Du lịch Hương Giang

TÓM TẮT

Nghiên cứu này chỉ ra những nhân tố ảnh hưởng đến tính cạnh tranh trong du lịch của Thành phố Huế, vốn là một trong những điểm đến du lịch nổi tiếng ở miền Trung. Bằng phương pháp phân tích nhân tố đối với 36 nội hàm về tính cạnh tranh trong du lịch và sau đó là phương pháp kỹ thuật phân tích số liệu đa biến hồi quy theo bước có trọng số (Weighted Step-wise Linear Regression, kết quả của nghiên cứu này cho thấy các yếu tố như thể chế và cơ sở hạ tầng, nguồn lực văn hoá di sản có ảnh hưởng tích cực đến tính cạnh tranh trong du lịch của thành phố Huế. Các đề xuất và kiến nghị đối với những nhà hoạch định chính sách trong lĩnh vực phát triển du lịch cũng đã được rút ra từ kết quả nghiên cứu này.

1. Mở đầu

Ngày nay, tính cạnh tranh của một điểm đến du lịch đã trở thành một chủ đề ngày càng được quan tâm từ phía các nhà nghiên cứu, các nhà quản lý và hoạch định chính sách vì tầm quan trọng của nó trên nhiều phương diện [1; 2; 4]. Theo báo cáo của Hội đồng Du lịch & Lữ hành Thế giới trong năm 2009, lĩnh vực du lịch đã tạo ra 9,4% GDP của thế giới (trị giá 5.474 tỷ USD) dự tính đạt 10.478 tỷ USD vào năm 2019, và tạo 219,81 triệu việc làm trong năm 2009, chiếm 7,6% trong tổng số. Con số này được dự báo lên đến 275,6 triệu việc làm trong ngành du lịch lữ hành, chiếm 8,4% trong tổng số vào năm 2019 [9].

Thành phố Huế là địa danh du lịch nổi tiếng ở miền Trung và là một điểm đến thu hút nhiều du khách trong và ngoài nước. Phát triển du lịch thành phố Huế, thành phố với 2 di sản thế giới được UNESCO công nhận, sẽ tạo ra động lực phát triển kinh tế của địa phương. Việc khơi dậy và hiện thực hoá tiềm năng du lịch của thành phố Huế còn tạo ra hiệu ứng tương hỗ rất hiệu quả để từ đó tạo thành một lợi thế cạnh tranh không những cho địa phương, mà còn cho vùng miền Trung. Điều này sẽ còn được nhân lên khi mà Thừa Thiên Huế có sự cải thiện đáng kể về xếp hạng chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh PCI trong năm 2009 [9; 10; 11]. Tuy nhiên, việc khai thác lợi thế du lịch còn

chưa xứng với và tiềm năng của vùng đất cổ đô [11; 13;14]. Chính vì vậy, việc nghiên cứu các yếu tố cấu thành và ảnh hưởng của chính các yếu tố này tới năng lực cạnh tranh trong phát triển du lịch của thành phố Huế sẽ giúp cho các nhà hoạch định chính sách có những tham khảo có cơ sở nhằm định hướng phát triển có tầm nhìn dài hạn và ngang tầm với vị thế của một thành phố sắp trở thành thành phố trực thuộc Trung Ương trong một tương lai không xa [12].

2. Tổng quan nghiên cứu

Tổng quan tài liệu cho thấy có nhiều phương pháp tiếp cận khác nhau để đo lường và phân tích tính cạnh tranh trong du lịch của một điểm đến. Về tính cạnh tranh nói chung của một vùng một thành phố, Michael Porter (1999) cho rằng có thể sử dụng mô hình “kim cương” để lượng hoá và đánh giá [5] [6]. Trên cơ sở lý thuyết này, Khương & Haughton (2004) đã xây dựng tiêu chí và đánh giá so sánh về tính cạnh tranh của 3 thành phố lớn (Hà Nội, Thành Phố Hồ Chí Minh và Hải Phòng). Đây là những nghiên cứu chỉ dựa vào những tiêu chí chung về tính cạnh tranh của một địa phương mà không đề cập đến lĩnh vực du lịch [8]. Crouch & Ritchie (1999) trong nghiên cứu của mình về du lịch, tính cạnh tranh và thịnh vượng xã hội, đã đề ra một khung khái niệm chung để nghiên cứu về tính cạnh tranh của một điểm đến. Đây là một khung khái niệm nghiên cứu khá tổng quát, làm nền tốt cho các nghiên cứu về tính cạnh tranh điểm đến trong phát triển du lịch [12; 15].

Hội Đồng Du Lịch và Lữ Hành Thế Giới (WTTC) đã áp dụng một hệ thống gồm 03 bộ chỉ số tổng hợp để đánh giá tính cạnh tranh về du lịch và lữ hành của các quốc gia: Bộ chỉ số thứ nhất chú trọng đến các yếu tố về chính sách của chính phủ, chỉ số thứ hai đó là các yếu tố về môi trường kinh doanh và cơ sở hạ tầng hay gọi là phần “cứng” và chỉ số thứ ba bao gồm các yếu tố đó là nhân lực, văn hóa và con người, hay còn gọi là phần “mềm”¹. Ba chỉ số được tập hợp bởi 14 chỉ số đơn liên quan đến năng lực cạnh tranh của du lịch và lữ hành. Tuy nhiên các chỉ số của WTTC chỉ tập trung vào phân tích tính cạnh tranh du lịch & lữ hành của quốc gia mà không chú trọng tới một địa phương, hoặc một vùng [1]; [2] [13].

Tiếp theo nghiên cứu của mình trong cùng lĩnh vực, Crouch và Ritchie cho rằng nghiên cứu năng lực cạnh tranh của du lịch cần phải tập trung vào những đặc điểm hấp dẫn du khách như: khí hậu, phong cảnh, điều kiện lưu trú [12] Tuy nhiên quan điểm này đã bỏ qua những yếu tố có liên quan đến doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch [3]. Enright và Newton (2004) đã triển khai ý tưởng nghiên cứu này trong nghiên cứu tại Hồng Kông, ngoài những yếu tố có liên quan đến du lịch, còn có những nhân tố có liên quan đến doanh nghiệp, là chủ thể tạo ra những sản phẩm du lịch, góp phần nâng cao

¹ Chi tiết về bộ chỉ số năng lực cạnh tranh quốc gia của WTTC xem tại: <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/index.htm>

tính cạnh tranh của điểm đến [2]; [7]. Tiếp theo quan điểm này, Gooroochurn & Guntur (2007) đã đánh giá tính cạnh tranh du lịch của một điểm đến sử dụng các chỉ số đo lường tính cạnh tranh khá thông dụng của các quốc gia với nguồn số liệu đáng tin cậy từ Ngân hàng Thế giới (WB); Liên Hợp Quốc (UNDP) [1]. Với cách này, chỉ số năng lực cạnh tranh là một chỉ số tổng hợp được tính toán theo ba bước². Trong nghiên cứu của mình về năng lực cạnh tranh du lịch của vùng miền Bắc I-ta-li-a, Maria và cộng sự (2008) cho rằng du khách, đóng vai trò là khách hàng sử dụng các sản phẩm du lịch, cần được tính đến và đưa vào nghiên cứu để làm sáng tỏ năng lực cạnh tranh giữa các điểm đến vì đây là một nguồn thông tin quan trọng mang tính khách quan, truyền tải những thông tin từ bên ngoài [5]. Kế thừa cơ sở lý thuyết nói trên, nghiên cứu này được thực hiện trên các đối tượng khác nhau: những nhà quản lý về du lịch của thành phố, chủ doanh nghiệp, và các khách du lịch nhằm làm sáng tỏ các nhân tố ảnh hưởng đến tính cạnh tranh trong du lịch của thành phố Huế. Kết quả của nghiên cứu này có thể đưa ra những thông tin tham khảo có cơ sở nhằm phát huy, khai thác tốt hơn, cũng như nâng cao tính cạnh tranh của điểm đến hấp dẫn tại miền Trung này [13 ; 14 ; 16].

2. Phương pháp và kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định lượng để làm sáng tỏ những yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của thành phố Huế. Để thu thập số liệu, bảng câu hỏi đã được thiết kế và sử dụng riêng ở phần thông tin cá nhân cho các đối tượng là nhà quản lý về du lịch của thành phố, doanh nghiệp du lịch. Phần thông tin về cảm nhận của người được phỏng vấn đối với các yếu tố cấu thành tính cạnh tranh của điểm đến du lịch được sử dụng chung cho tất cả các đối tượng nhằm đảm bảo tính nhất quán về các yếu tố cấu thành tính cạnh tranh của điểm đến trong nghiên cứu. Các yếu tố này được cụ thể hoá bằng các thông điệp trên thang độ Likert 7 điểm và người được phỏng vấn sẽ đánh dấu vào mức điểm mà họ cho là thích hợp nhất với ý kiến của mình. Thông tin từ người phỏng vấn được mã hoá trên SPSS và LISREL 8.5 để xử lý và phân tích số liệu.

Đối tượng phỏng vấn bao gồm cả đối tượng là du khách nước ngoài nên bảng câu hỏi được chuẩn bị cả tiếng Anh và tiếng Pháp, có sử dụng kỹ thuật dịch ngược (back-translation) để đảm bảo tính nhất quán về nội dung nghiên cứu. Trong số 400 bảng câu hỏi được gửi đi, thu về được 258 bảng câu hỏi được điền đủ thông tin, với tỷ lệ phản hồi phỏng vấn tương đối cao lên đến 64%. Thông tin chung về người được phỏng vấn cho thấy có 10 là nhà quản lý trong lĩnh vực du lịch, 20 là chủ doanh nghiệp du lịch; 108 là du khách nội địa; và 107 là du khách quốc tế. Đặc điểm đối tượng phỏng vấn thể hiện tại bảng 1 cho thấy: số mẫu cân đối cả về quốc tịch và về giới tính với tỷ lệ 56% là người Việt và 44% là du khách quốc tế; 48% là nam và 52% là nữ. Phần lớn số

² Xem chi tiết nghiên cứu của Gooroochurn & Gunter: <http://www.ingentaconnect.com/content/ip/tec/2005/00000011/00000001/art00003>

người được phỏng vấn có trình độ đại học hoặc trên đại học (chiếm 89%). Đại đa số những người được phỏng vấn cho biết họ đã hơn 1 lần tới thăm Huế, điều này cho thấy những cảm nhận của họ là đã có thời gian để kiểm chứng và có tính chắc chắn vì những trải nghiệm của họ đối với các lần viếng thăm điểm đến này đã được nhắc lại. Đồng thời, số ý kiến phân bố về kênh thông tin biết Huế như là một điểm đến lại phân bố khá đồng đều qua các kênh.

Bảng 1. Thông tin chung về các đối tượng được phỏng vấn

Quốc tịch			Giới tính		
	N	%		N	%
Việt Nam	138	56	Nam	117	48
Nước ngoài	107	44	Nữ	128	52
Tổng	245	100	Tổng số	245	100
Học vấn			Độ tuổi		
	N	%		N	%
PTCS	26	11	Dưới 30 tuổi	69	28
Đại học	123	51	31-40 tuổi	38	16
Trung học	56	23	41-50 tuổi	41	17
Sau đại học	28	12	51-60 tuổi	37	15
Loại khác	8	3	Trên 60 tuổi	58	24
Tổng số	241	100	Tổng số	243	100
Số lần viếng thăm Huế			Kênh thông tin biết Huế như là một điểm đến		
	N	%		N	%
1 lần	115	47	Qua báo đài	20	8
2 lần	13	5	Quảng cáo	21	9
3 lần	10	4	Internet	15	6
Trên 3 lần	36	15	Đồn đại & bạn bè	31	13
Khác	71	29	Hình thức khác	60	24
Tổng số	245	100	Không nêu lý do	98	40
			Tổng số	245	100

Nguồn: số liệu điều tra 2009

Trình tự phân tích số liệu được thực hiện như sau: Trước tiên, phân tích nhân tố xác định CFA dùng để nhóm các thuộc tính vào các nhân tố phản ánh tính cạnh tranh trong phát triển du lịch của điểm đến. Số liệu được thực hiện trên phần mềm tuyến tính cấu trúc LISREL 8.5; Sau đó, kiểm định độ tin cậy, tính đồng nhất phương sai, và phân phối chuẩn của các biến mới dựa trên phân tích nhân tố xác định CFA với phần mềm thống kê cho nghiên cứu kinh tế - xã hội SPSS 10.0. Cuối cùng là phân tích định lượng với kỹ thuật phân tích đa biến thích hợp được đề cập cụ thể ở phần sau để từ đó xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đối với năng lực cạnh tranh trong phát triển du lịch của thành phố Huế.

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích nhân tố xác định CFA cho thấy các hệ số tương quan nhân tố tại cột (1) của bảng 2 đều nhỏ hơn 1 và đạt giá trị p-value nhỏ hơn mức ý nghĩa $\alpha=0,05$. Vì vậy, mô hình CFA là chắc chắn và không phải điều chỉnh lại [17]. Giá trị p-value của chỉ số χ^2 của phân tích CFA là 0,045 cho thấy các biến số là thích hợp. Thêm nữa, chỉ số thống kê GFI (Goodness-of Fit Index) bằng 0,816 và chỉ số thống kê TIL (Tucker Lewis Index) là rất gần với 0,9 cũng khẳng định một lần nữa mô hình CFA là phù hợp. Đồ thị Scatter plot sau khi phân tích trên SPSS cho thấy các biến số có hiện tượng phương sai không đồng nhất, do đó kỹ thuật phân tích số liệu đa biến hồi quy theo bước có trọng số (Weighted Step-wise Linear Regression) hay gọi tắt là WSLR đã được sử dụng để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến tính cạnh tranh tổng thể điểm đến du lịch của thành phố Huế. Tại cột (3) của bảng 2, trọng số (Weights) được tính theo giá trị tuyệt đối của hệ số nhân tố xác định CFA theo công thức:

$$W_i = \frac{|\beta_i|}{\sum_i |\beta_i|} \text{ với điều kiện } \sum W_i = 1$$

Giá trị bình quân của từng các thuộc tính thành viên, sau khi đã nhân với trọng số tương ứng Weights tại cột (3) của bảng 2 sẽ cho ta giá trị của biến mới và sẽ được sử dụng trong phân tích số liệu đa biến ở phần sau.

Bảng 2. Phân tích nhân tố xác định CFA (Confirmatory Factor Analysis) các thuộc tính năng lực cạnh tranh trong phát triển du lịch của thành phố Huế

Nhân tố của tính cạnh tranh	Hệ số tương quan β_i phân tích nhân tố xác định CFA (1)	Giá trị p (p-value) (2)	Trọng số (Weights) (3)	Hệ số tin cậy Cronbach Alpha (4)
Sự năng động của chính quyền (9 thuộc tính)	-1,289	0,000	0,22	0,858

Thế chế và Cơ sở hạ tầng (9 thuộc tính)	-1,172	0,002	0,20	0,841
Nguồn lực văn hóa di sản (7 thuộc tính)	-1,169	0,001	0,20	0,801
Chất lượng lao động (6 thuộc tính)	-1,19	0,023	0,21	0,813
Giá cả và điều kiện sống (5 thuộc tính)	0,98	0,034	0,17	0,719
Chỉ số Chi-square χ^2	23,29	0,045		
GFI (Goodness-of Fit Index)	0,816			
TIL (Tucker Lewis Index)	0,856			

Nguồn: số liệu điều tra và phân tích trên LISREL 8.5

Theo mô hình WSLR, các biến lần lượt được đưa vào theo từng bước, căn cứ vào mức độ thay đổi của R^2 để từ đó có thể phát hiện ra biến số nào ảnh hưởng mạnh nhất đến năng lực cạnh tranh trong phát triển du lịch ở thành phố Huế. Các biến số về thuộc tính của đối tượng phỏng vấn được đưa vào mô hình tại bước 1 và bước 2, gồm các biến số độc lập là *quốc tịch* X_1 và *giới tính* X_2 . Còn các biến số X_3 đánh giá *sự năng động của chính quyền* trong phát triển du lịch (**nhân tố 1**); X_4 đánh giá về *thế chế và cơ sở hạ tầng* của thành phố (**nhân tố 2**); X_5 đánh giá nguồn lực *văn hoá di sản* (**nhân tố 3**); và X_6 (**nhân tố 4**) *chất lượng của nguồn lực lao động* sẽ được đưa vào mô hình hồi quy WSLR theo thứ tự lần lượt các bước 3, bước 4 và bước 5. Các bước lần lượt của hồi quy WSLR cho thấy tất cả các nhân tố đều có ảnh hưởng tương quan thuận đối với năng lực cạnh tranh của thành phố Huế. Tính chắc chắn của mô hình là khá cao, thể hiện R^2 giải thích tới 72% phương sai của mô hình hồi quy WSLR.

Cụ thể qua các bước, những biến số về thuộc tính còn được gọi là các biến số kiểm soát (control variables) bao gồm: quốc tịch X_1 ; và giới tính X_2 là biến giả (dummy variable). Kết quả cho thấy các biến số đặc điểm khách hàng tại bước 1 và bước 2 chỉ giải thích chỉ 4,7% phương sai của mô hình hồi quy theo bước có trọng số WSLR. Đồng thời có thể thấy tồn tại sự khác biệt trong đánh giá tính cạnh tranh phát triển du lịch giữa hai đối tượng phỏng vấn trong nước và quốc tế.

Trong số 5 nhân tố được đưa vào mô hình hồi quy WSLR thì biến số X_3 (*Sự năng động của chính quyền*) và biến số X_5 (*nguồn lực di sản văn hoá*) tại bước 5 của mô hình có ảnh hưởng lớn nhất với hệ số hồi quy tương ứng lần lượt là $\beta_3=0,32$ và $\beta_5=0,279$ đạt mức ý nghĩa thống kê $\alpha=0,05$ và giải thích được 42,2% của mô hình. Khi

biến số tiếp theo là *chất lượng lao động*; cũng như *giá cả và điều kiện sống* được đưa vào mô hình WSLR ở các bước 6 và bước 7 tiếp theo, cho thấy các biến số này có ảnh hưởng tới tính cạnh tranh trong phát triển du lịch là ngang nhau kể cả về hệ số tương quan hồi quy bê-ta và R^2 .

Bảng 3. Nhân tố ảnh hưởng đến tính cạnh tranh trong phát triển du lịch ở Huế

Biến phụ thuộc: Tính cạnh tranh tổng thể trên thang điểm Likert từ 1-7

Biến số phụ thuộc	Hệ số tương quan hồi quy chuẩn hoá (Standardized Be-ta Coefficients) Weighted Step-wise Linear Regression						
	Bước 1	Bước 2	Bước 3	Bước 4	Bước 5	Bước 6	Bước 7
Hệ số chặn α_0	0,059	0,09	0,21	0,22	0,31	0,31	0,32
X ₁ : Quốc tịch (Việt Nam =1;QT khác=0)	-0,16*	-0,17*	-0,26*	-0,25*	-0,27*	-0,19*	-0,21*
X ₂ : Giới tính (Nam=1; Nữ=0)		0,039	0,059	0,059	0,059	0,055	0,059
X ₃ : Sự năng động của chính quyền			0,31**	0,30**	0,32**	0,23*	0,21*
X ₄ : Thể chế và cơ sở hạ tầng				0,039*	0,019*	0,039*	0,079*
X ₅ : Nguồn lực văn hoá di sản					0,279*	0,29*	0,31**
X ₆ : Chất lượng lao động						0,18*	0,16*
X ₇ : Giá cả và điều kiện sống							0,161
Thay đổi R ² qua các bước	0,022	0,024	0,123	0,124	0,128	0,141	0,155
R ² cộng dồn qua các bước	0,022	0,047	0,170	0,294	0,422	0,564	0,720
Giá trị p-value (Sig)	0,02	0,49	0,00	0,57	0,31	0,05	0,06

Nguồn: số liệu điều tra và phân tích trên SPSS 10.0

5. Kết luận và đề xuất

Kết quả nghiên cứu cho thấy tất cả các yếu tố nói trên đều có tác động tới tính cạnh tranh trong phát triển du lịch của thành phố Huế ở các mức độ khác nhau và hoàn toàn phù hợp với các nghiên cứu trước đây [1]; [4]; [5]; [18]; . Kết quả này cho thấy các yếu tố thuộc về *nguồn lực di sản văn hoá; chất lượng lao động; môi trường sống* (giá cả và điều kiện sống) là những nhân tố có thứ hạng quan trọng, làm tăng tính cạnh tranh trong phát triển du lịch của thành phố Huế. Về ngữ nghĩa, có thể xem đây là những “phần cứng” và “phần mềm” quan trọng giúp cho cỗ máy du lịch của thành phố Huế được vận hành tốt và gia tốc nhanh chóng. Còn sự năng động của chính quyền cũng như thể chế; cơ sở hạ tầng là những “phụ gia bôi trơn” cho cỗ máy đó. Số liệu phân tích cũng cho thấy giá cả, điều kiện sống và nguồn lực văn hoá di sản là những nhân tố mang lại năng lực cạnh tranh trong phát triển du lịch của Huế [14]. Tuy nhiên, đây là những lợi thế cạnh tranh ngắn hạn. Trong tương lai lâu dài, những “*phụ gia bôi trơn*” này lại trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Lợi thế cạnh tranh về giá cả sinh hoạt rẻ chỉ thu hút những du khách có thu nhập thấp. Bài học của Singapore cho thấy quốc đảo này không có nhiều tài nguyên văn hoá di sản để phát triển du lịch, cũng như giá cả và mức sống cũng không thấp (nếu không nói là quá cao). Tuy nhiên, nguồn thu du lịch đã chiếm 8,6% GDP của quốc gia (161,3 tỷ USD) và tạo ra được 191 triệu công việc (chiếm 7% trong tổng số). Singapore năm 2009 đứng thứ 10 trên thế giới, so với năm 2008 còn đứng thứ 16 về xếp hạng năng lực cạnh tranh du lịch và lữ hành [9]; [10]. Trong tương lai, thứ hạng này của Singapore còn đang trên đà cải thiện tích cực hơn nữa. Thành công này phần lớn là do chính quyền đảo quốc đã có một tầm nhìn dài hạn về phát triển du lịch và rất nhiều kinh phí đầu tư vào cơ sở hạ tầng để biến quốc đảo này thật sự theo đúng với câu quảng cáo du lịch quốc gia “Uniquely Singapore! – Đặc biệt Singapore!” [16]

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Gooroochurn Nishaal, Guntur Sugiyarto. *Measuring the competitiveness in the travel and tourism industry*. Tourism Economics, Volume 11, Number 1, March 2005, 25-43(19)
2. Enright & Newton J. *Tourism destination competitiveness – a quantitative approach* Tourism Management . Vol. 25, (2004), 777-788.
3. Geoffrey I. Crouch, J. R. Brent Ritchie. *Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity*. Journal of Business Research 44, (1999), 137–152.
4. Metin Kozak, Mike Rimmington. Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. Hospitality Management 18 (1999) 273-283

5. Maria et. al. The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management* 30, (2008), 336–344
6. Michael Porter. *The competitive advantage of nations*. Free Press, New York
7. Kozak M.1; Rimmington M. *Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings*. *International Journal of Hospitality Management*, Volume 18, Number 3, September 1999 , 273-283(11)
8. Khuong, Haughton. *So sánh năng lực cạnh tranh của ba thành phố lớn: Hà Nội, TP Hồ Chí Minh và Hải Phòng*. Báo cáo nghiên cứu tư nhân của Mekong Project Development Facility (MPDF) tại Việt Nam, (2004).
9. World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 Managing in a Time of Turbulence*. Geneva, Switzerland 2009 WTTC (2009). Edited by Jennifer Blanke, World Economic Forum and Thea Chiesa, World Economic Forum, (2009).
10. UNWTO. Tourism barometer: committed to tourism, travel and Milenium Development Goals. Vol 7, No 2, June 2009
11. USAID and VCCI. *Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh*. <http://www.pcivietnam.org/>, (2009).
12. Crouch, G.I. , Ritchie, J.R.B. *Tourism, competitiveness, and social prosperity*. *Journal of Business Research*, 44, (1999), 137–152.
13. Niên giám Thống kê Thừa Thiên Huế 2008
14. UBND thành phố Huế. Báo cáo Kinh tế Xã hội năm 2008, (2008).
15. Hair et. Al. *Multivariate Data Analysis*, 9ed Prentice Hall, (2004).
16. Uniquely Singapore! <http://www.visitsingapore.com/publish/stbportal/en/index1.html>

ASSESSMENT OF TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS OF HUE CITY

Thai Thanh Ha
National Academy of Public Administration, Central Institute
Dang Ngoc Hiep
Huong Giang Tourist Company

SUMMARY

The success of tourism destinations in world markets is influenced by their relative competitiveness. Tourism destination competitiveness is becoming an area of growing interest amongst tourism researchers and policy makers. Interviews were made to 245 survey

respondents and data were analyzed using Linear Structural Relations (LISREL) and SPSS. Confirmatory factor analysis and Weighted Step-wise Linear Regression were performed. Findings indicated that the municipality dynamism; institutionality & infrastructure; Cultural and heritage resources; skilled tourism labors & living environment are those factors exerted positive impacts on the tourism competitiveness of Hue city. Conclusions and recommendations were drawn for researchers, practitioners; and policy makers.