SÁCH MỚI XUẤT BẢN (CÙNG TÁC GIẢ)

- Khái quát về đàm phán
- Lập kế hoạch đàm phán
- Công cụ, chiến thuật và kỹ thuật đàm phán

- Áp dụng công nghệ trong các doanh nghiệp du lịch
- Ứng dụng phương tiện truyền thông mới để tiếp cận khách hàng
- Xu hướng công nghệ áp dụng trong ngành lưu trú du lịch

Đón đọc các sách tác giả đã phát hành

QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC TRONG TỔ CHỨC DU LỊCH

Chủ biên: PGS. TS. Hà Nam Khánh Giao
TS. Lê Thái Sơn - ThS. Huỳnh Quốc Tuấn

GIỚI THIỆU TÁC GIẢ

PGS. TS. GVCC. Hà Nam Khánh Giao hiện là Trưởng Khoa Vận tải Hàng không, Học viện Hàng không Việt Nam. Ông từng là Viện Trưởng Viện Nghiên cứu Kinh tế Ứng dụng; Trưởng Khoa Đào tạo Sau Đại học; Trưởng Khoa Du lịch, trường Đại học Tài chính - Marketing.

Ông tốt nghiệp cử nhân Kinh tế tại trường Đại học Kinh tế TP HCM, MBA tại Asian Institute of Technology - AIT, PhD tại Nanyang Technological University - NTU, được công nhận chức danh Phó Giáo sư năm 2011.

Ông hiện là thành viên Hội đồng Khoa học và Đào tạo một số chương trình đào tạo MBA và PhD, thành viên Ban Biên tập và phản biện của 12 tạp chí trong và ngoài nước. Đến nay, Ông tham gia hướng dẫn 12 nghiên cứu sinh và hơn 250 thạc sĩ, đăng hơn 200 bài viết khoa học, chủ nhiệm 10 đề tài cấp Bộ và 10 đề tài cấp cơ sở, chủ biên 4 Sách chuyên khảo, 12 Giáo trình, 20 Tài liệu tham khảo.

Ngoài ra, Ông từng là thành viên điều hành trong các tập đoàn Pepsi VN; Bronwick & Association; Bates Worldwide Advertising Agency, New Generation Co.; Giao Co., Gioaviec Co., GIMO Co.; và là tư vấn quản lý nhiều tập đoàn, công ty, ngân hàng trong và ngoài nước.

Với kinh nghiệm học thuật và thực tiễn, PGS. TS. GVCC. Hà Nam Khánh Giao mong muốn đóng góp vào việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, góp phần vào việc phát triển kinh tế Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế thế giới.

Giáo trình

QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC TRONG TỔ CHỨC DU LỊCH

NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

MỞ ĐẦU

Ngày nay, trong môi trường toàn cầu và quốc tế hóa ngày càng sâu rộng... Tất cả đã đặt các tổ chức kinh doanh, dù lớn hay nhỏ, vào một môi trường hết sức năng động. Trong môi trường ấy, một câu hỏi được đặt ra: tại sao có tổ chức lại thành công, trong khi một số tổ chức khác lại thất bại? Làm thế nào để tăng cơ hội thành công nhằm duy trì lợi thế cạnh tranh bền vững.

Công nghiệp dịch vụ cũng không nằm ngoài bối cảnh này, nhất là dịch vụ du lịch. Tỷ trọng của các ngành công nghiệp dịch vụ trong GDP của một quốc gia ngày càng được chú trọng và chuyển dịch theo hướng tăng cao hơn và đóng góp ngày càng nhiều hơn cho sự phát triển của nền kinh tế.

Ở nước ta, trong thời gian qua, ngành du lịch, nói chung, đã có những bước phát triển mạnh mẽ về cả số lượng các tổ chức kinh doanh cũng như chất lượng ngày càng được nâng lên. Tuy nhiên, sự phát triển trong lĩnh vực này còn cục bộ, chưa bền vững, chưa có định hướng phát triển hệ thống theo hướng chiến lược.

Quản trị chiến lược là một lĩnh vực nghiên cứu còn mới mẻ, quản trị chiến lược cho các tổ chức du lịch mới được áp dụng trong một số tổ chức trên thế giới trong thời gian gần đây và đã giúp các tổ chức này thành công trong kinh doanh. Sản phẩm dịch vụ của ngành du lịch những đặc điểm rất khác biệt so với những ngành công nghiệp khác, do đó, việc áp dụng quản trị chiến lược cho các tổ chức kinh doanh du lịch là rất cần thiết trong giai đoạn hiện nay.

Điểm khác biệt cơ bản của quản trị chiến lược cho các tổ chức sản xuất và quản trị chiến lược cho tổ chức du lịch chính là do đặc điểm kinh doanh của ngành du lịch so với những ngành công nghiệp khác. Giáo trình này được xây dựng trên cơ sở sử dụng lý thuyết chung về quản trị chiến lược, nhưng được áp dụng một cách thích nghi vào ngành du lịch, cụ thể bằng cách nhấn mạnh những điểm quan trọng ảnh hưởng đến du lịch thông qua những minh họa về một số hoạt động của các tổ chức du lịch.

Hiện nay, có rất nhiều giáo trình trong nước và trên thế giới viết về quản trị chiến lược. Tuy nhiên, có rất ít giáo trình áp dụng quan niệm quản trị chiến lược vào bối cảnh dịch vụ, đặc biệt là đối với ngành du lịch. Giáo trình quản trị chiến lược cho tổ chức du lịch ra đời nhằm giúp cho sinh viên các ngành du lịch, lữ hành, khách sạn, nhà hàng có thêm tài liệu học tập và hiểu một cách sâu sắc hơn về những vấn đề cơ bản, những yếu tố liên quan trong quản trị chiến lược nói chung và áp dụng quản trị chiến lược hiệu quả đối với ngành du lịch thông qua thực tế và đặc điểm hoạt động của ngành du lịch. Giáo trình cũng giúp các nhà kinh doanh trong lĩnh vực này cơ sở để tìm kiếm những giải pháp chiến lược hiệu quả để duy trì lợi thế cạnh tranh, phát triển hoạt động kinh doanh.

Nội dung chính của giáo trình bao gồm:

- Các khái niệm cơ bản về chiến lược, quản trị chiến lược trong tổ chức du lịch..
- Phân tích các yếu tố bên trong, bên ngoài có ảnh hưởng đến chiến lược của tổ chức du lịch.
- Xây dựng, đánh giá và lựa chọn chiến lược cho tổ chức du lịch.
- Thực thi chiến lược.
- Kiểm tra và điều chỉnh chiến lược.

- Chiến lược du lịch trong môi trường toàn cầu.

Trong nỗ lực mang đến những kiến thức tích cực về quản trị chiến lược trong tổ chức du lịch cho sinh viên, nhóm tác giả đã tham khảo nhiều tài liệu trong và ngoài nước, cộng với kinh nghiệm giảng dạy về Quản trị chiến lược tại nhiều chương trình, nhiều trường Đại học.

Nhóm tác giả xin chân thành cảm ơn Ban Giám đốc và Hội đồng Khoa học-Đào tạo Học viện Hàng không Việt Nam, Phòng Khoa Vận tải Hàng không đã tạo điều kiện cho chúng tôi hoàn thành giáo trình này. Nhóm tác giả cũng xin tri ân gia đình, bạn bè, đồng nghiệp, các doanh nghiệp, và sinh viên các trường đã động viên rất lớn để chúng tôi hoàn thành công việc. Giáo trình, xuất bản lần đầu, sẽ không thể tránh khỏi sai sót, rất mong sự góp ý của các nhà khoa học, các nhà lãnh đạo doanh nghiệp và các bạn đọc gần xa quan tâm đến môn học Quản trị chiến lược trong tổ chức du lịch.

PGS. TS. Hà Nam Khánh Giao

TS. Lê Thái Sơn

ThS. Huỳnh Quốc Tuấn

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ansoff, I. (1987). *Corporate Strategy*. London: Penguin.
- Bartels, F. L., Giao, H. N. K., & Ohlenburg, T. J. (2006). ASEAN Multinational Entreprises: A Structural Analysis of Strategic Coherence. *ASEAN Economic Bulletin*, 23(2), 171-191. doi:10.1355/AE23-2C.
- Beamish, P. W. & Inkpen, A. C (1995). Keeping International Joint Venture Stable and Profitable. *Long Range Planning*, 28(3), pp 26-36.
- Bennett, M. M. (1997). Strategic Alliances in the World Airline Industry. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3, pp. 213-223.
- Berry, L.L. & Parasuraman, A. (1991). *Marketing Services*. New York: The Free Press.
- Bleeke, J. & Ersnt D. (1991). The Wat to Win in Cross-border Alliances. *Harvard Business Review*, Nov/Dec, pp. 127-135.
- Bull, A. (1995), *The Economics of Travel and Tourism*, 2nd edn. Melbourne: Longman.
- Campell, A. & Young, S. (1998). Creating a Sense of Mission, in S. Segal-Horn (ed.), *The Strategy Reader*. Oxford: Blackwell, ch. 14, pp. 284-295
- Chandler, A. (1962). *Strategy and Structure*, Cambridge, MA: Ballinger.
- Child, J. & Faulkner, D. (1998). *Strategies of Cooperation: Managing Alliances, Networks and Joint Venture*. Oxford: Oxford University Press.
- Contractor, F. & Lorange, P. (1988). Why Should Firms Cooperate? The Strategy and Economic Basis for Cooperative Ventures. In F. Contractor and P. Lorange (eds), *Cooperative Strategies in International Business*, Lexington, MA: Addition Wesley.
- Công ty Du lịch Sài Gòn (2010). Văn kiện Đại hội đại biểu Đảng bộ tổng công ty Du lịch Sài Gòn lần thứ III nhiệm kì 2010-2015 (tài liệu lưu hành nội bộ công ty).
- Crawford–Welch, S. (1994). The Development of Courtyard by Marroit, in Tears J. A. (1995), *Marketing in Hospitality and Tourism: a Consumer Focus*. London: Cassell.
- Dev, C. S. & Klein, S. (1993). Strategic Alliances in Hotel Industry, *The Cornell H.R.A Quarterly*, February, pp. 43-45.
- Dev, C. S., Klein, S. & Fisher, R. A (1996). A Market- based Approach for Partner Selection in Marketing Alliances. *Journal of Travel Research*, Summer, pp. 11-17.
- Evans, Nigel, David, Campell, George, Stonehouse (2003). *Strategic management for travel and tourism*, Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Evans, N. (2015). *Strategic management for Tourism, Hospitality and Events*. New York: Routledge.
- Faulkner, D. & Bowsman, C. (1995). *The Essence of Competitive Strategy*. London: Prentice Hall.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Bitman.
- Diệp, N. T. L., & Nam, P. V. (2010). *Chiến lược và chính sách kinh doanh*: Nhà xuất bản Lao động- Xã hội.
- Giao, H. N. K. (1996a). *Hướng dẫn tóm tắt Chiến lược Công ty*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.

- Giao, H. N. K. (1996b). *Quản trị Tiếp thị Toàn cầu*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004a). *Kỹ năng Thương lượng- 7 bước RESPECT*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004b). *Marketing Dịch vụ- Mô hình 5 Khoảng cách Chất lượng Dịch vụ*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004c). *Marketing Dịch vụ- Phục vụ Khách hàng tốt hơn*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004d). *Quản trị Bán hàng- Đội ngũ Bán hàng tốt chưa?* . Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004e). *Quản trị Chiến lược Công ty- Phát huy Tiềm lực Cạnh tranh* (Vol. 2). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004f). *Quản trị Chiến lược Công ty- Phát huy Tiềm lực Cạnh tranh* (Vol. 1). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004g). *Quản trị Công ty Đa quốc gia- Quản lý từ sự đa dạng Văn hóa* (Vol. 2). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004h). *Quản trị Công ty Đa quốc gia- Quản lý từ sự đa dạng Văn hóa* (Vol. 1). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004i). *Quản trị học- Để Quản lý không còn là quá khó* (Vol. 2). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004j). *Quản trị học- Để Quản lý không còn là quá khó* (Vol. 1). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004k). *Quản trị Marketing- Marketing để Chiến thắng*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2011). *Giáo trình Marketing Du lịch*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp
- Giao, H. N. K. (2012a). *Giáo trình Cao học Quản trị Kinh doanh Quốc tế*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp.
- Giao, H. N. K. (2012b, 16/06/2012). *Học chiến lược từ doanh nghiệp siêu nhỏ- Tại sao không?* Hỗ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa vượt qua khủng hoảng, Trường Đại học Tôn Đức Thắng.
- Giao, H. N. K. (2017). Customer Satisfaction of Vietnam Airline Domestic Services. *International Journal of Quality Innovation*, 3(1), 1-11. doi:10.1186/s40887-017-0019-4
- Giao, H. N. K. (2017). *Giáo trình Cao học Quản trị Kinh doanh Quốc tế*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Kinh tế.
- Giao, H. N. K. (2018a). Decision to choose fast food restaurants of the young people in HCMC, Vietnam. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 471-485. doi:10.31219/osf.io/xgv2k
- Giao, H. N. K. (2018b). Decision to purchase online airline tickets in Ho Chi Minh City, Vietnam. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 459-470. doi:10.31219/osf.io/fzh5v
- Giao, H. N. K. (2018a). *Sách chuyên khảo Đo lường chất lượng dịch vụ tại Việt Nam- nhìn từ phía khách hàng*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.

- Giao, H. N. K. (2018b, 24/01/2018). *Thuyết “con nhím” trong khởi nghiệp kinh doanh thời đại cách mạng công nghiệp 4.0*. Kiến tạo hệ sinh thái khởi nghiệp- Yếu tố thành công đối với sinh viên, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương.
- Giao, H. N. K. (2019a). *Đàm phán ứng dụng- Công cụ, Chiến thuật & Kỹ thuật*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K. (2019b). *Giáo trình Cao học Hệ thống Thông tin Quản trị - Từ Góc nhìn Kinh doanh*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K. (2020, 15/12/2020). *Gợi ý nâng cao trải nghiệm du khách với du lịch thông minh*. Giải pháp phát triển hệ thống du lịch thông minh của các tỉnh/thành phố, Học viện Hàng không Việt Nam.
- Giao, H. N. K., & Anh, H. D. T. (2018). *Bản sắc văn hoá vùng dân tộc thiểu số gắn với phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam thời kỳ hội nhập*. Thực trạng và tác động của các yếu tố an ninh phi truyền thống vùng dân tộc thiểu số ở Việt Nam thời kỳ đổi mới, Trường Đại học Cần Thơ.
- Giao, H. N. K., & Bình, N. v. (2011). *Giáo trình Nghiệp vụ Nhà hàng*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp.
- Giao, H. N. K., & Bình, N. v. (2014). *Giáo trình Nghiệp vụ Nhà hàng*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K., Bình, N. v., & Tùng, N. S. (2014). *Giáo trình Quản trị Kinh doanh Khách sạn*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K., Duong, P. N., & Tu, T. N. (2018). Research on Consumer Behavior of Wine in HoChiMinh City. *Global and Stochastic Analysis*, 5(8), 111-122. doi:10.31219/osf.io/4cvn7
- Giao, H. N. K., & Duy, T. Đ. (2016). Vận dụng thẻ điểm cân bằng đề xuất giải pháp hoàn thiện quản trị chiến lược tại Công ty cổ phần vàng bạc đá quý Phú Nhuận (PNJ). *Tạp chí khoa học- Trường Đại học Mở TPHCM*, 50(5), 41-55. doi:10.31219/osf.io/4asgb
- Giao, H. N. K., & Hải, T. H. (2016). Vận dụng BSC trong đánh giá quản trị chiến lược tại Công ty Điện lực Tân Thuận. *Tạp chí Công Thương- Bộ Công thương*, 4, 73-80. doi:10.31219/osf.io/5a6gc
- Giao, H. N. K., Hằng, N. T. H., Phương, N. N. D., Vương, B. N., Tuấn, H. Q., Vinh, P. Q., & Tú, T. N. (2020). *Giáo trình Cao học Quản trị Chiến lược – Cập nhật BSC*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
- Giao, H. N. K., Hang, T. D., Son, L. T., Kiem, D., & Vuong, B. N. (2020). Tourists' satisfaction towards Bao Loc city, Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), 269-277. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.269
- Giao, H. N. K., Hoài, A. T., & Vinh, P. Q. (2019). *Quản trị Kinh doanh Dịch vụ- Từ Góc nhìn Marketing*. Hà Nội: Nhà xuất bản Truyền thông Thông tin.
- Giao, H. N. K., Hoan, N. C., Dũng, T. Q., Vinh, N. L., & Anh, L. T. L. (2014). *Giáo trình Quản trị Kinh doanh Lễ hành*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K., Kiem, D., Son, L. T., & Dung, T. Q. (2018). Satisfaction of tourists to Hoi An ancient town, Vietnam. *Global and Stochastic Analysis*, 5(8), 123-136. doi:10.31219/osf.io/sbjev
- Giao, H. N. K., & Mo, N. T. H. (2018). Factors influencing consumers' impulse television buying decision at Best Buy Vietnam (BBVN). *Global and Stochastic Analysis*, 5(6), 353-369. doi:10.31219/osf.io/cgz2x

- Giao, H. N. K., & Mơ, N. T. H. (2016). *Yêu cầu kỹ năng mềm của lao động trong thời kỳ hội nhập*. Paper presented at the Nhận diện cơ hội và thách thức đối với doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế - Phân tích từ thị trường lao động, Bình Thuận.
- Giao, H. N. K., Ngan, N. T. K., Phuc, N. P. H., Tuan, H. Q., Hong, H. K., Anh, H. D. T., & Nhu, D. T. H. (2020). How destination image factors affect domestic tourists revisit intention to Ba Ria – Vung Tau province. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 209-220. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.209
- Giao, H. N. K., & Quang, Y. (2018, 01/02/2017). *Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại các trường cao đẳng và trung cấp đáp ứng yêu cầu thực hiện thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau (MRA-TP)*. Hội thảo khoa học toàn quốc về đào tạo nhân lực du lịch theo định hướng Nghị quyết số 08/NQ-TW, Hà Nội.
- Giao, H. N. K., & Sang, H. T. (2018). Các yếu tố thu hút khách du lịch nội địa đến huyện Côn Đảo, tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu. *Tạp chí Công Thương*, 15, 131-137. doi:10.31219/osf.io/gmxb3
- Giao, H. N. K., & Son, L. T. (2019). *Vài gợi ý phát triển chiến lược du lịch tỉnh Bình Thuận*. Phát triển bền vững kinh tế biển các tỉnh thành phía Nam và duyên hải miền Trung dựa trên lợi thế so sánh, Tỉnh Bình Thuận.
- Giao, H. N. K., & Son, L. T. (2018). MICE tourism development- Examination from the supply side in Dalat City, Vietnam. *Global and Stochastic Analysis*, 5(6), 371-390. doi:10.31219/osf.io/r36yf
- Giao, H. N. K., & Son, L. T. (2012). Factors Affecting the Satisfaction of Visitors to Dalat Flower Festival 2012. *Journal of Economic Development*, 214, 144-156. doi:10.31219/osf.io/p93ye
- Giao, H. N. K., & Son, L. T. (2014). *Giáo trình Quản trị Chiến lược cho tổ chức Du lịch*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K., & Trang, N. T. D. (2017). *Vận dụng công cụ 3rd Eye trong Quản trị chuỗi cung ứng tại công ty TNHH BBRAUN VN*. Phát triển Chuỗi cung ứng và Logistic trong bối cảnh Hội nhập Kinh tế Thế giới, Bình Thuận.
- Giao, H. N. K., Trang, T. T. T., & Long, N. D. (2012). Customer satisfaction and Quality of Vietnam Airlines domestic services. *Journal of Economic Development*, 213, 115-126. doi:10.31219/osf.io/gk27t
- Giao, H. N. K., & Tuan, H. Q. (2021). *Intention To Buy Air Ticket Online of Vietnamese Consumers*. 1st International Conference on Aviation Future: Challenge and Solution (AFCS 2020), Vietnam Aviation Academy.
- Giao, H. N. K., & Tuấn, H. Q. (2019). *Phát triển bền vững kinh tế biển đảo Phú Quý-tỉnh Bình Thuận: tiềm năng, thách thức và đề xuất giải pháp*. Phát triển bền vững kinh tế biển các tỉnh thành phía Nam và duyên hải miền Trung dựa trên lợi thế so sánh, Bình Thuận
- Giao, H. N. K., & Vuong, B. N. (2021). *The impact of service quality on passenger loyalty and the mediating roles of perceive value, airline image, passenger trust, and satisfaction: A Study of domestic flights with Vietnamese Low-Cost Airlines*. 1st International Conference on Aviation Future: Challenge and Solution (AFCS 2020), Vietnam Aviation Academy.

- Hamel, G. & Prahalad, C. K. (1994). *Competing for the Future* Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- Grant R. M. (1997). The Knowledge-based View of the Firm: Implications for management Practice. *Long Range Planning*, 30(3), pp. 450-454.
- Hamel, G., Doz, Y. & Prahalad, C. K. (1989). Collaborate with Your Competitors and Win. *Harvard Business Review*, Jan- Feb, pp. 133-139.
- Heeley, J. (2001). Public- Private Sector Partnership in Tourism, in A. Lockwood and S. Medlik (eds), *Tourism and Hospitality in the 21st Century*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Heene, A. & Sanchez, R. (1997). *Competence-based Strategic Management*. London: John Wiley.
- Horner, S, & Swarbooke, J. (1996). *Marketing Tourism, Hospitality and Leisure in Europe*. London: International Thomson Business Press.
- <http://vnexpress.net>
- Huân, Đ. D. (2007). *Quản trị chiến lược trong toàn cầu hoá*: Nhà xuất bản Thống kê.
- Johnson, G. & Scholes, K. (1999). *Exploring Corporate Strategy* (5th Edition). Hemel Hemstead: Prentice Hall.
- Johnson, G. (1992). Managing Strategy Change: Strategy, Culture and Action, *Long Range Planning*, 25(1), pp. 28-36.
- Jonhson, G. & Scholes, K. (2002). *Exploring Corporate Strategy*, 6th edn. Hemel Hemstead: Prentice Hall.
- Juach, L. R. & Glueck, F. (1988). *Strategic Management and Business Policy*, 3rd edn. New York: McGraw-Hill.
- Kanter, R. M (1994). Collaborative Advantage: The Art of Alliances. *Harvard Business Review*, July/ August, pp. 96-108.
- Kaplan, R., & Norton, D. (1993). Putting the Balanced Scorecard to Work. *Harvard Business Review*, September – October, pp. 134-147.
- Kaplan, R., & Norton, D. (1992). The BSC-measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 32(1), pp. 71-79.
- Kay, J. (1993). *Foundations of Corporate Success*. Oxford: Oxford University Press.
- Kay, J. (1995). *Foundation of Corporate Success*, Oxford, Oxford University Press.
- Kenneth, R. Andrews (1987). *The Concept of Corporate Strategy*, (3rd ed.). Homewood, Illinois: Irwin.
- Kiệm, Đ., & Giao, H. N. K. (2013). *Phân tích SWOT về phát triển du lịch sinh thái vùng duyên hải cực Nam Trung Bộ*. Nguồn nhân lực và Phát triển du lịch Bình Thuận, Trường Đại học Phan Thiết.
- Kiệm, Đ., & Giao, H. N. K. (2014, 7/7/2014). *Vài gợi ý về Du lịch sinh thái biển đảo Bình Thuận*. Paper presented at the Nguồn nhân lực và Phát triển du lịch Bình Thuận, Trường Đại học Phan Thiết.
- Knowles, T. (1996). *Corporate Strategy for Hospitality*. London: Longman.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 9th edn. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Levitt, T. (1983). The Globalization of the Markets. *Harvard Business Review*, May/June, pp. 99-102.
- Lewin, K (1951), *Field Theory in Social Science*. New York: McGraw-Hill.

- Lockwood, R. D. (1989). Foreign Exchange Management, in S. F. Witt and L. Moutinho (eds), *Tourism Marketing and Management Handbook*. London: Prentice Hall.
- Long, P. E. (1997). Researching Tourism Partnership Organizations: From Practice to Theory to Methodology, in P.E Murphy (ed.), *Quality Management in Urban Tourism*. London: John Wiley, pp. 235-252.
- Lynch, R. (2000). *Corporate Strategy*, 2nd edn. Harlow: Pearson Education.
- Mason, J. C. (1993). Strategic Alliances: Partnering for Success. *Management Review*, May, pp. 10-15.
- Medcof, J. W. (1997). Why many Alliances End in Divorce. *Long Range Planning*, 30(5), pp. 718-732.
- Mendelow, A. (1991). Proceedings of 2nd International Conference on Information Systems, Cambridge, MA. Described by Johnson G. and Scholes K. (1991), *Exploiting Corporate Strategy*, Hemel Hemstead. Prentice Hall.
- Miles, R. E. & Snow, C. C. (1978). *Organizational Strategy, Structure and Process*. New York: McGrawhill.
- Mintzberg, H. (1987). Five Ps for Strategy. *California Management Review*, 30(1), pp. 11-24.
- Mintzberg, H., Quinn, J. B. & Ghoshal, S. (1995). *The Strategy Process: Concepts, Contexts and Cases*, European edn. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Mintzberg, H., Quinn, J. B. & Ghoshal, S. (1998). *The Strategy Process*, New York: Prentice Hall.
- Moutinho, L. (2000). *Strategic Management in Tourism*. Wallingford: CABI.
- Olsen, M. D., Crawford, S. & Tse, E. (1991). International Growth Strategies of Major US Hotel Companies. *Travel and Tourism Analyst*, 3, pp. 51-64.
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Oxford University Press.
- Peters, T. J. & Waterman, R. H. (2004). *In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies*. HarperBusiness Essentials.
- Peter, E. Murphy & Ann, E. Murphy. (2004). Strategic management for tourism communities: bridging the gaps, GB: Cromwell Press.
- Plog, S. (1977). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity, in Kelly E (ed.), *Domestic and International Tourism*, Wellsley, MA: Institute of Certified Travel Agents.
- Poon, A. (1993). *Tourism Technology and Competitive Strategies*. Wallingford: CABI.
- Porter, M. E. & Fuller, M. B. (1986). Coalitions and Global Strategy, in Porter M. E. (ed.), *Competition in Global Industries*. Boston MA: Harvard Business School Press.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*, New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: Free Press.
- Porter M. E. (1986a). *Competition in Global Business*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Porter, M. E. (1986b). Changing Patterns of International Competition. *California Management Review*, 28(2), pp. 9-40.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

- Phillips, P. & Louvieris, P. (2005). Performance Measurement Systems in Tourism, Hospitality, and Leisure Small Medium-Sized Enterprises: A Balanced Scorecard Perspective. *Journal of Travel Research*, 44, pp. 201-211.
- Prahalad, C. K & Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation, *Harvard Business Review*, 68(3), pp. 79-93.
- Prahalad, C. K. & Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Organization. *Harvard Business Review*, 90, pp. 79-93.
- Ravenscraft, D. J. & Scherco, F. M. (1987). *Mergers, Sell-offs and Economic Efficiency*. Washington DC: Brooking Institution.
- Rumelt, R. (1991). How Much Does Industry Matter? *Strategic Management Journal*, 12, pp. 167-185.
- Quinn, J. B. & Voyer, J. (1994). *The Strategy Process*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Quinn, J. B. (1992). *The Intelligent Enterprise*. New York: The Free Press.
- Quinn, J. B., Doorley, T. & Paquette, P. (1990). Technology in Services: Rethinking Startegic Focus. *Sloan Management Review*, 31(2), pp. 79-87.
- Quinn, J. B. (1980). *Strategies for Change: Logical Incrementalis*. Homewood, Illinois, Irwin.
- Sơn, L. T. (2010). *Xây dựng chiến lược kinh doanh của công ty cổ phần CADASA cho khu biệt thự cô Đà Lạt đến năm 2015- 2010*. (Master of Business Administration Master Thesis). Đại học Kinh tế TPHCM, Thành phố Hồ Chí Minh.
- Sơn, L. T., & Giao, H. N. K. (2014a). Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của du khách đến phố cổ Hội An. *Tạp chí Kinh tế- Kỹ thuật Bình Dương*, 6. doi:10.31219/osf.io/6wbjk
- Sơn, L. T., & Giao, H. N. K. (2014b). Các nhân tố tác động đến sự phát triển du lịch MICE tại thành phố Đà Lạt. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 290, 91-110. doi:10.31219/osf.io/s4hgw
- Sơn, L. T., & Giao, H. N. K. (2018). Phát triển du lịch MICE tại Đà Lạt- Kiểm định từ hướng cung. *Tạp chí Công Thương*, 327-333. doi:10.31219/osf.io/zux8e
- Stacey, R. (1996). *Strategic Management and Organizational Dynamics*, 2nd edn. London: Pitman.
- Stafford, E. R. (1994). Using Co-operative Strategies to make Alliances Work. *Long range Planning*, 27(3), pp. 64-74.
- Stalk, G., Evans P. & Shulman, L. E. (1992). Competing on Capabilities: the New Rules of Corporate Strategy. *Harvard Business Review*, March/April, pp. 57-69.
- Swarbrooke, J. (1995). *The Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth- Heinemann.
- von Hippel, E. (1978). Successful Industrial Products from Customer Ideas. *Journal of Marketing*, 42(1), pp. 39-49.
- Vân, Đ. T. H., & Đạt, K. N. (2011). *Quản trị chiến lược*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp TPHCM.
- Williams A. & Giardina, E. (1993). *Efficiency in the Puble Sector: The Theory and Practice of Cost- Benefit Analysis*. London: Edward Elgar.
- Woods R. H., Heck W. & Sciarini, M. (1998). *Turnover and Diversity in the Lodging Industry*. American Hotel Foundation

WTTC. (2000). *Tourism Satellite Accounting Research, Estimates and Forecasts for Governements and Industry*. London: World Travel and Tourism Council.

www.saigon-tourist.com

www.fiditour.com

www.southwestairlines.com

[www. Accor.com](http://www.Accor.com)

www.firstchoiceplc.com

Yip, G. S. (1992). *Total Global Strategy- Managing for Worldwide Competitive Advantage*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.