ISSN:0866 - 7802

Số 08

12 - 2014
3 THÁNG 1 KỲ

Tạp chí

KINH TẾ - KỸ THUẬT

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - KỸ THUẬT BÌNH DƯƠNG

BINH DUONG ECONOMICS AND TECHNOLOGY UNIVERSITY

Electronic copy available at: <https://ssrn.com/abstract=3691740>

Tạp chí KINH TẾ - KỸ THUẬT

ISSN: 0866 - 7802

SỐ 08
12 - 2014

Tòa soạn & trị sự

530 đại lộ Bình Dương, Phường Hiệp Thành, TP.Thủ Dầu Một, tỉnh Bình Dương
Email: tapchiktktbd@edu.com

3 THÁNG 1 KỲ

MỤC LỤC

Trang

Tổng Biên tập

PGS.TS. Nguyễn Thanh

Phó Tổng Biên tập

TS.NB. Trần Thanh Vũ

Hội đồng Biên tập

Thường trực:

ThS. Bùi Vũ Tùng Chân

Các ủy viên:

GS.TS. Nguyễn Văn Thanh

GS.TS. Hoàng Văn Châu

GS.TS. Hoàng Thị Chinh

PGS.TS. Đỗ Linh Hiệp

PGS.TS. Nguyễn Quốc Tế

PGS.TS. Phạm Văn Dược

PGS.TS. Phương Ngọc Thạch

PGS.TS. Võ Văn Nhị

PGS.TS. Phước Minh Hiệp

PGS.TS. Phùng Đình Mẫn

PGS.TS. Phạm Minh Tiến

TS. Lê Bích Phương

TS. DS. Nguyễn Thị Hồng Hương

TS. Nguyễn Xuân Dũng

TS. Nguyễn Tường Dũng

ThS. Lê Thị Bích Thủy

Thư ký Tòa soạn

ThS. Nguyễn Thị Ngọc Hương

Giấy phép hoạt động báo chí in

Số: 36/GP-BTTTT

Cấp ngày 05.02.2013

Số lượng in: 3000 cuốn

Chế bản và in tại Nhà in:

Liên Tường, Quận 6, Tp. HCM

Kinh tế - Kỹ thuật

1. **Nguyễn Kế Tuấn, Đào Thanh Cần:** Giải pháp phát triển kinh tế hợp tác xã trong nông nghiệp tỉnh Kiên Giang trong giai đoạn hiện nay 1
2. **Hà Nam Khánh Giao, Huỳnh Diệp Trâm Anh:** Thực trạng và một số giải pháp nhằm phát triển du lịch Đồng Nai 12
3. **Khổng Văn Thắng:** Thực trạng sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam giai đoạn 2000-2013 27
4. **Đỗ Thị Thanh Vinh, Đặng Thanh Bình:** Phát triển văn hóa doanh nghiệp cho công ty cổ phần tư vấn Đầu tư xây dựng Kiến Việt ... 35
5. **Vòng Thành Nam:** Nghiên cứu, xây dựng hệ thống chỉ tiêu phát triển bền vững ngành chăn nuôi gà công nghiệp tại Việt Nam 51
6. **Vũ Văn Thực:** Hoạt động kiểm tra, kiểm soát nội bộ tại ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam 61
7. **Phạm Nguyễn Ngọc Anh:** Phát triển bền vững các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Bình Dương - nhìn từ góc độ môi trường 71
8. **Nguyễn Quốc Nghi, Lê Thị Diệu Hiền, Võ Thị Phương Truyển:** Giải pháp nâng cao lợi thế cạnh tranh cho xoài cát Hòa Lộc, tỉnh Tiền Giang theo cách tiếp cận từ quan điểm của khách hàng 78
9. **Nguyễn Iêng Vũ:** Thiết lập mô hình tính toán mực nước triều trên sông tại khu vực Cần Giò, thành phố Hồ Chí Minh 90

Chính trị - Xã hội

10. **Cảnh Chí Hoàng:** Phát triển lực lượng lao động công nghiệp tỉnh Đồng Nai trong hội nhập quốc tế 101
11. **Cù Đức Thọ:** Đạo đức cách mạng trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa 110
12. **Nguyễn Văn Kiệm:** Đổi mới công tác quản lý, góp phần nâng cao chất lượng giáo dục đại học đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế giai đoạn hiện nay 115

Nghiên cứu - Trao đổi

13. **Lê Thành Đạt:** Khái niệm giới hạn và mối quan hệ với các khái niệm cơ bản của giải tích 120
14. **Bùi Xuân Thanh:** Mối quan hệ giữa “nhân nghĩa” và “lợi ích” trong đường lối chính trị của Mạnh Tử 129

Thông tin Khoa học – Đào tạo

THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐỒNG NAI

Hà Nam Khánh Giao, Huỳnh Diệp Trâm Anh***

TÓM TẮT

Đồng Nai là tỉnh thuộc miền Đông Nam Bộ, nằm trong vùng phát triển kinh tế trọng điểm phía Nam. Tỉnh có lợi thế so sánh về du lịch với các địa phương khác, nhưng du lịch Đồng Nai vẫn chưa phát triển đúng tiềm năng. Nghiên cứu này nhằm làm rõ thực trạng và gợi ý một số giải pháp nhằm phát triển du lịch của tỉnh Đồng Nai.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích SWOT kết hợp phân tích nhân tố khám phá (EFA), tương quan hồi quy, sử dụng phần mềm SPSS 16.0 để tìm ra các nhân tố tác động đến việc phát triển du lịch của tỉnh. Kết quả cho thấy có 6 nhóm nhân tố tác động đến việc thu hút khách du lịch đến Đồng Nai là: (1) Tài nguyên du lịch nhân văn, (2) Ẩm thực và dịch vụ hỗ trợ, (3) Dịch vụ du lịch, (4) Cơ sở hạ tầng, (5) Sản phẩm du lịch và thái độ người dân, (6) Điểm thu hút du lịch. Từ đó, các giải pháp được đề xuất với tỉnh Đồng Nai nhằm phát triển du lịch.

Từ khóa: *tỉnh Đồng Nai, phát triển du lịch, phân tích nhân tố khám phá*

DONG NAI, TOURISM DEVELOPMENT, FACTOR ANALYSIS TO EXPLORE

ABSTRACT

Đồng Nai is a South-East province, which is located in the Southern main point for economic development. The province has a tourism advantage in comparison to the other provinces, however, Đồng Nai's tourism have not developed up to his potential. This research aims at clarify the reality and suggests some solutions to develop Đồng Nai's tourism.

This research plays the SWOT analysis together with the reliability Cronbach's Alpha, exploratory factor analyzing and multiple regression by SPSS 16. The results of data analyzing shows that there are 6 main factors affecting the attraction of tourism into Đồng Nai: (1) The resources of human civilizational tourism, (2) The comestibles and the supporting services, (3) Tourism services, (4) Physical infrastructure, (5) Tourism products and People's behavior, (6) Tourism attractiveness. From that, there are some solutions suggested to develop Đồng Nai's tourism.

Keywords: *Dong Nai, tourism development, factor analysis to explore*

* PGS. TS. Khoa Đào tạo Sau Đại học, Trường Đại Học Tài chính- Marketing, Bộ Tài chính. Điện thoại di động: 090 330 6363

** PGS. TS. Khoa Đào tạo Sau Đại học, Trường Đại Học Tài chính- Marketing, Bộ Tài chính. Điện thoại di động: 090 330 6363

1. TỔNG QUAN

Đồng Nai nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, cách TP.Hồ Chí Minh 30 km, cách Hà Nội 1.695 km, giao thông thuận tiện cả đường bộ, đường sắt và đường sông. (Đường sắt đi qua quốc lộ 1, quốc lộ 51, quốc lộ 20, quốc lộ 56; Các cảng đường thủy như: Cảng Long Bình Tân, Cảng Gò Dầu; Sân bay quốc tế Long Thành). Tỉnh có nhiều làng nghề thủ công và những khu du lịch bạt ngàn. Tỉnh có nghề nghiệp truyền thống nổi tiếng là gốm sứ và nhiều nghề nghiệp tiểu thủ công nghiệp như đan lát, mây tre lá, gia công đồ mỹ nghệ, làm các sản phẩm từ gỗ công nghệ, chế biến nông sản, sản xuất gạch ngói, đúc đồng, đúc gang... Tỉnh có nhiều di tích lịch sử, văn hoá và các điểm du lịch có tiềm năng: Văn miếu Trần Biên (Biên Hòa), đền thờ Nguyễn Hữu Cảnh, khu du lịch Bửu Long, khu du lịch ven sông Đồng Nai, làng bưởi Tân Triều, khu du lịch sinh thái Thác Mai - hồ nước nóng, Đảo Ó, chiến khu Đ, Văn miếu Trần Biên, mộ cổ Hàng Gòn, đàn đá Bình Đa, khu du lịch thác Giang Điền, khu du lịch Long Châu Viên (Xuân Tân, Long Khánh), khu du lịch Vườn Xoài, khu di tích cấp quốc gia - núi Chứa Chan (núi Gia Lào), Hồ Núi Le (Xuân Lộc); Vườn Quốc Gia Cát Tiên là một khu rừng nguyên sinh rộng lớn, được UNESCO công nhận là khu sinh quyển của thế giới.

Theo thống kê của Phòng Nghiệp vụ Du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đồng Nai, ước tổng lượt khách đến tham quan trong 6 tháng đầu năm 2014, vui chơi giải trí và lưu trú đạt 1.236.000 lượt, đạt 42,6% kế hoạch. Doanh thu du lịch đạt 394 tỷ đồng, đạt 51,1% kế hoạch. Số lượt khách đến tham quan và vui chơi giải trí giảm 10% so với cùng kỳ năm trước, do các sản phẩm du lịch

còn đơn điệu, thiếu tính độc đáo, chậm đổi mới, nhiều cơ sở lưu trú du lịch chưa đạt yêu cầu theo quy chuẩn. Hoạt động lữ hành trên địa bàn còn nhỏ, lẻ sức cạnh tranh chưa cao. Việc tìm ra các giải pháp nhằm phát triển du lịch Đồng Nai trở nên cần thiết.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Gatrell (1994) định nghĩa: “Điểm đến là những vùng địa lý có những thuộc tính, tính năng, sự hấp dẫn và dịch vụ để thu hút người sử dụng tiềm năng”. Trong các nhìn chiến lược, Buhalis (2000) cho rằng: “Điểm đến là hỗn hợp của các sản phẩm dịch vụ, cung cấp tích hợp kinh nghiệm cho người tiêu dùng”. Page & Connell (2006) định nghĩa: “Điểm đến là một hỗn hợp có các đặc điểm đóng gói sẵn sản phẩm dịch vụ, khả năng tiếp cận, thu hút, tiện nghi, các hoạt động và dịch vụ hỗ trợ”. Như vậy, điểm đến phải có một phạm vi nhất định về cơ sở và dịch vụ cụ thể cho du khách.

Theo Kotler (2002): “Tiếp thị địa phương là một kế hoạch tổng hợp đồng bộ giới thiệu về một địa phương với những đặc điểm nổi bật, các ưu thế hiện có và viễn cảnh phát triển lâu dài của địa phương đó nhằm thu hút các nhà đầu tư, kinh doanh, những người du lịch, những dân cư đến địa phương đó tìm những cơ hội đầu tư kinh doanh hay thỏa mãn các nhu cầu tiêu dùng của mình, từ đó thúc đẩy kinh tế xã hội của địa phương”. Các yếu tố thu hút địa phương có thể chia thành các yếu tố cứng (sự ổn định kinh tế, năng suất, chi phí, quan niệm về sở hữu, các mạng lưới dịch vụ và hỗ trợ của địa phương, cơ sở hạ tầng và thông tin, vị trí chiến lược, kế hoạch và chương trình khuyến mãi), yếu tố mềm (phát triển

chuyên biệt, chất lượng cuộc sống, năng lực lao động và đội ngũ chuyên môn, văn hóa, cá nhân, quản lý, sự năng động và linh hoạt, tính chuyên nghiệp trong tiếp cận thị trường, quản trị doanh nghiệp).

Porter (2008) cho rằng: “Nền tảng cơ bản để hoạt động của doanh nghiệp đạt mức trên trung bình trong dài hạn là lợi thế cạnh tranh bền vững”. Cũng theo Porter (2008), các yếu tố tạo nên tính bền vững của lợi thế cạnh tranh phụ thuộc: (1) Giá trị của khả năng chiến lược tạo nên việc đáp ứng nhu cầu và mong đợi của khách hàng, (2) Tính hiếm có của khả năng chiến lược hay còn gọi là nguồn lực duy nhất, (3) Tính bền vững của khả năng chiến lược – độ khó bị

bắt chước.

Nghiên cứu của Tuyên & ctg (2010) chỉ ra các yếu tố tác động đến việc thu hút khách du lịch Đà Lạt – Lâm Đồng gồm: (1) Đặc điểm, (2) Động cơ, (3) Thông tin, (4) Chất lượng sản phẩm/ dịch vụ, (5) Giá cả, (6) Hình ảnh địa phương.

Giao & ctg (2012) chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng đến việc Marketing du lịch địa phương Bến Tre gồm: (1) Nguồn lao động lành nghề cho doanh nghiệp và dịch vụ phục vụ người lao động, (2) Chính sách hỗ trợ hoạt động đầu tư và sản xuất kinh doanh, (3) Lao động phổ thông, đào tạo nghề và dịch vụ phục vụ lao động, (4) Hạ tầng cơ sở và chi phí.

3. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH ĐỒNG NAI

Tài nguyên du lịch tự nhiên của tỉnh rất phong phú và đa dạng (Bảng 1).

Bảng 1: Tài nguyên du lịch tự nhiên của tỉnh Đồng Nai

Stt	Tên địa phương	Phân loại các điểm du lịch theo địa hình							
		Tổng số	Rừng	Núi, đồi	Hồ	Thác	Suối	Sông, Cù lao, đảo	Công viên, vườn
1	Thành phố Biên Hòa	10		1	2			5	2
2	Thị xã Long Khánh	3							3
3	Huyện Vĩnh Cửu	3	1					1	1
4	Huyện Long Thành	5		1	1	1		1	1
5	Huyện Nhơn Trạch	3	1	1				1	
6	Huyện Thống Nhất	2				2			
7	Huyện Trảng Bom	3			1	1	1		
8	Huyện Xuân Lộc	7		1	1	1			4
9	Huyện Cẩm Mỹ	6		2	2		1		1
10	Huyện Định Quán	4	1	1		2			
11	Huyện Tân Phú	4	1		1	1	1		
	Tổng số	50	4	7	8	8	3	8	12

(Nguồn: Sở VH-TTDL Đồng Nai)

Đồng Nai có tài nguyên du lịch nhân văn phong phú, có thể định hình phát triển một số loại hình du lịch thích hợp: Du lịch về nguồn, nghiên cứu lịch sử; Du lịch hành hương; Du lịch văn hóa kết hợp du lịch thiên nhiên (Bảng 2).

Bảng 2: Tài nguyên du lịch nhân văn của Tỉnh Đồng Nai

Stt	Tên địa phương	Loại hình		Trong đó, cấp xếp hạng		Tổng số di tích
		Di tích lịch sử, cách mạng	Di tích thắng cảnh, kiến trúc, nghệ thuật hoặc khảo cổ	Tỉnh	Quốc gia	
1	TP.Biên Hòa	11	9	6	14	20
2	Huyện Long Thành		3	1	2	3
3	Huyện Nhơn Trạch	1	2	2	1	3
4	Huyện Vĩnh Cửu	1	3	1	3	4
5	Thị xã Long Khánh	2	1	1	2	3
6	Huyện Định Quán	1	1		2	2
7	Huyện Thống Nhất	1		1		1
8	Huyện Trảng Bom	1		1		1

(Nguồn: Ban Quản lý Di tích Danh thắng Đồng Nai)

Đặc biệt, một số di tích văn hóa lịch sử phân bố xen kẽ trong các khu rừng tạo thành một dạng tài nguyên du lịch sinh thái đặc sắc: các khu rừng văn hóa lịch sử và bảo vệ môi trường (Bảng 3).

Bảng 3: Rừng gắn với di tích văn hóa lịch sử Đồng Nai

Stt	Tên di tích	Tên rừng đặc dụng	Ghi chú
1	Thánh địa vương quốc Phù Nam	Vườn quốc gia Cát Tiên	Di tích này thuộc tỉnh Lâm Đồng
2	Căn cứ Khu ủy, Trung ương cục miền Nam	Khu Bảo tồn Thiên nhiên và Văn hoá Đồng Nai	
3	Hệ thống hang động	Rừng đặc dụng Giã ty	Chưa được xếp hạng
4	Chiến khu rừng Sác	Rừng ngập mặn (Rừng Sác Nhơn Trạch)	

(Nguồn: Sở VH-TTDL Đồng Nai)

Bên cạnh một số lễ hội mang tính quốc gia (Tết Nguyên Đán, Tết Trung thu, Giỗ tổ Hùng Vương, Quốc khánh...), có thể chia các lễ hội ở Đồng Nai thành các loại sau: Lễ hội làng xã truyền thống (cúng đình, cúng vía trời đất, cúng bà, tạ tài phán,...); Lễ hội của các dân tộc ít người (cúng lúa mới, cầu được mùa, đâm trâu, cầu an...); Lễ hội kỷ niệm những sự kiện lịch sử

Đồng Nai (Lễ hội truyền thống cách mạng tại Chiến Khu Đ, Chiến thắng La Ngà, chiến thắng sân bay Biên Hòa...).

Hiện Đồng Nai có khoảng 41 dân tộc ít người đã có mặt ở vùng đất Đông Nam bộ từ rất lâu đời, thường cư trú ở gò đồi, vùng có nước ngọt theo tuyến sông rạch, chủ yếu là sông Đồng Nai (Bảng 4).

Bảng 4: Dân tộc bản địa sinh sống quanh rừng đặc dụng

Stt	Tên dân tộc bản địa	Tên rừng đặc dụng	Địa bàn cư trú
1	Châu Mạ, Stiêng	Vườn quốc gia Cát Tiên	Trong ranh giới rừng
2	Châu Ro	Khu Bảo tồn thiên nhiên và Văn hoá Đồng Nai	Trong ranh giới rừng

(Nguồn: Sở VHNT&DL Đồng Nai)

Theo thống kê của Sở VHNT&DL Đồng Nai, các cơ sở lưu trú (CSLT) du lịch phân bố không đồng đều, tập trung chủ yếu tại khu trung tâm đô thị và rải rác ở các huyện. Riêng tại thành phố Biên Hòa đã có khoảng 350 cơ sở lưu trú du lịch. Điều này, làm cho tình trạng thiếu phòng tại các khu vực vùng xa trung tâm trở nên thiếu có nhu cầu tổ chức những sự kiện lớn, như chuẩn bị cho lễ hội rừng Đồng Nai sắp tới thì công tác ngũ nghề là vấn đề cần quan tâm để giải quyết (Bảng 5).

Bảng 5: Cơ sở lưu trú du lịch trên địa bàn tỉnh Đồng Nai đến năm 2013

Khách sạn	Số CSLT	Số buồng
4 sao	1	132
3 sao	1	84
2 sao	6	297
1 sao	1	30
CSLT đạt tiêu chuẩn tối thiểu	0	0
CSLT khác	592	6317
Tổng số	601	6.860

(Nguồn : Sở VHNT&DL Đồng Nai)

Các cơ sở kinh doanh khách sạn – nhà hàng đạt tiêu chuẩn nhà hàng năm 2013 là 330 cơ sở, tăng 294 cơ sở so năm 2003. Bên cạnh đó, còn có khoảng 22.901 cơ sở nhỏ, căn tin ở quy mô hộ cá thể... phục vụ nhu cầu ăn uống của nhân dân lao động trong tỉnh (Bảng 6).

Bảng 6: Cơ sở khách sạn – nhà hàng tỉnh Đồng Nai

Năm	2002	2003	2004	2005
Số đơn vị khách sạn – nhà hàng	23	36	41	55
Số hộ tư nhân kinh doanh nhà hàng, bar, căn tin	-	-	12.269	12.100
Năm	2006	2007	2008	2009
Số đơn vị khách sạn – nhà hàng	79	115	147	-
Số hộ tư nhân kinh doanh cơ sở lưu trú, nhà hàng	12.637	16.868	16.505	16.814
Năm	2010	2011	2012	2013
Số đơn vị khách sạn – nhà hàng	157	228	302	330
Số hộ tư nhân kinh doanh cơ sở lưu trú, nhà hàng	17.504	19.048	22.156	22.901

(Nguồn: Cục Thống kê Đồng Nai)

Từ một xuất phát điểm thấp, du lịch Đồng Nai có mức tăng trưởng rất ấn tượng: 33% về lượt khách và 32% về doanh thu, bình quân trong 11 năm, từ 2003 đến 2013, dẫn đầu về tốc độ tăng trưởng trong các ngành kinh tế tại Đồng Nai, góp phần quan trọng vào sự chuyển dịch kinh tế theo hướng công nghiệp - dịch vụ - nông nghiệp của địa phương. Năm 2013, doanh thu du lịch đạt 698 tỷ đồng, đón 2.800.830 lượt khách, trong đó có 54.862 lượt khách quốc tế, chiếm tỉ trọng gần 2% trên tổng lượt khách (Bảng 7).

Bảng 7: Kết quả hoạt động du lịch 2003-2007 và 2009-2013

CHỈ TIÊU		2003	2004	2005	2006	2007
Tổng doanh thu	Tỷ đồng	53,307	69,65	146,34	168,50	210,05
Lữ hành	Tỷ đồng	3,97	3,66	6,80	8,02	13,61
Lưu trú	Tỷ đồng	9,19	20,20	60,26	45,96	69,86
Ăn uống	Tỷ đồng	29,70	33,20	79,28	57,16	74,66
Khác	Tỷ đồng	10,45	12,60		57,36	51,92
Tổng lượt khách	lượt	370.748	502.868	707.392	860.226	1.100.769
Trong đó, khách quốc tế	lượt	9.668	16.357	19.195	25.002	21.343
Tỉ lệ	%	2,61	3,25	2,71	2,91	1,94

CHỈ TIÊU		2009	2010	2011	2012	2013
Tổng doanh thu	tỷ đồng	350.00	415,850	497,227	615,000	698,000
Lữ hành	tỷ đồng	32.00	31,700	44,040	52,000	71,868
Lưu trú	tỷ đồng	108.00	128,400	150,115	192,000	221,772
Ăn uống	tỷ đồng	117.00	128,500	150,589	187,800	197,007
Khác	tỷ đồng	93.00	127,250	152,483	183,200	207,535
Tổng lượt khách	lượt	1.740.000	2.069.700	2.953.166	2.506.115	2.800.830
Trong đó, khách quốc tế	lượt	38.360	42.600	44.383	52.200	54.862
Tỉ lệ	%	2,2	2,05	1,50	2,08	1,96

(Nguồn: Sở VHTT&DL Đồng Nai)

Đầu tư vào lĩnh vực du lịch được xác định là ngành kinh doanh nên việc đầu tư ngân sách của tỉnh vào lĩnh vực du lịch tập trung vào các dự án kết cấu hạ tầng và quy hoạch chi tiết mang tính xúc tác nhằm khuyến khích, huy động đầu tư du lịch từ các thành phần kinh tế (Bảng 10).

Bảng 10: Tổng vốn đầu tư du lịch 2001 – 2013

Năm	ĐVT	2001	2002	2003	2004	
Tổng vốn đầu tư vào lĩnh vực du lịch	Triệu đồng	9.150	50	4.962	11.515	
Năm		2005	2006	2007	2008	2009
Tổng vốn đầu tư vào lĩnh vực du lịch	Triệu đồng	8.894	19.655	8.023	11.763	17.200
Năm	ĐVT	2010	2011	2012	2013	
Tổng vốn đầu tư vào lĩnh vực du lịch (không có vốn cho hạ tầng)	Triệu đồng	50.000	585.000	30.000	0	

(Nguồn: Sở Kế hoạch Đầu tư Đồng Nai)

Bên cạnh đó, tỉnh cũng mời gọi được một số dự án đầu tư du lịch từ các thành phần kinh tế trong và ngoài nước. Tuy vậy, khả năng thu hút đầu tư nước ngoài còn rất hạn chế. Giai đoạn từ 2001-2013, Đồng Nai có 40 dự án đầu tư du lịch, trong đó 9 dự án đã hoạt động kinh doanh ổn định, 19 dự án đang trong quá trình đền bù, quy hoạch, hoàn chỉnh thủ tục và 17 dự án đã thu hồi giấy phép hoặc hết hạn thời gian giới thiệu địa điểm (Bảng 11).

Bảng 11: Tình trạng các dự án đầu tư du lịch đến 2013

Tổng số dự án đầu tư du lịch	Tình trạng dự án		
	Đang hoạt động	Đang bồi thường hoặc đang quy hoạch chi tiết	Thu hồi giấy phép hoặc hết hạn giới thiệu địa điểm
40	9	14	17

(Nguồn: Sở Kế hoạch Đầu tư Đồng Nai)

Công tác tuyên truyền quảng bá, xúc tiến du lịch đang từng bước được quan tâm, thúc đẩy. Nhìn chung, hiệu quả của hoạt động xúc tiến du lịch chưa cao, chủ yếu giới hạn trong các hoạt động giới thiệu du lịch, nâng cao sự hiểu biết của du khách về Đồng Nai chứ chưa thật sự đủ mạnh để định hướng thị trường, góp phần khơi dậy nhu cầu của du khách, và mới dừng lại ở mức thu hút phục vụ khách nội tỉnh, còn rời rạc đơn lẻ, chưa đầu tư đúng mức cho các hoạt động xúc tiến dẫn đến chưa đủ sức hấp dẫn du khách ngoài tỉnh và khách quốc tế.

Tóm lược thực trạng phát triển du lịch Đồng Nai có thể tìm thấy trong phân tích SWOT (Bảng 13).

Bảng 13: Phân tích SWOT về du lịch tỉnh Đồng Nai

<p>S (Strengths - điểm mạnh):</p> <p>(S1) An ninh tốt, người dân hiếu khách (đặc trưng chung của cả nước).</p> <p>(S2) Đa dạng về tài nguyên và tiềm năng, cả về tài nguyên thiên nhiên và những giá trị nhân văn:</p> <p>(S3) Vườn Quốc gia Cát Tiên được UNESCO công nhận là Khu dự trữ sinh quyển thế giới, đang được xem xét công nhận là di sản thiên nhiên thế giới.</p> <p>(S4) Các khu rừng phía bắc có diện tích lớn, mật độ che phủ cao, phong phú các loài động thực vật.</p> <p>(S5) Sông Đồng Nai là con sông lớn, có nhiều thác nước, hai bên bờ có nhiều di tích lịch sử thời mở cõi phương Nam và nhiều đình chùa.</p> <p>(S6) Hồ Trị An có mặt hồ rất rộng và đẹp.</p> <p>(S7) Có nhiều làng nghề, nhiều sản phẩm thủ công, nhiều món ăn và trái cây là những đặc sản địa phương.</p> <p>(S8) Nhiều di tích cách mạng</p> <p>(S9) Giao thông thuận lợi, đang được mở rộng mạnh mẽ, gần sân bay Tân Sơn Nhất, sắp tới còn có sân bay quốc tế Long Thành.</p> <p>(S10) Quỹ đất rộng.</p> <p>(S11) Có sẵn du khách nội vùng (TP.HCM, Bình Dương, Đồng Nai)</p>	<p>W (Weaknessess - hạn chế):</p> <p>(W1) Tài nguyên nhiều nhưng phân tán, đa dạng nhưng thiếu quy mô. Các di tích, công trình, điểm tham quan không thuận tiện để thiết kế thành sản phẩm du lịch hoàn chỉnh. Các cánh rừng đa dạng chủng loài nhưng thiếu số lượng từng loài. Các danh thắng, đền đài, nhà cổ, di tích... đều có nhưng quy mô nhỏ hoặc không lớn.</p> <p>(W2) Thiếu các tác phẩm văn học, nghệ thuật lớn viết về các địa danh và con người, các danh nhân văn hoá địa phương.</p> <p>(W3) Kết nối giao thông với địa phương rất tốt, nhưng đến các điểm mang tài nguyên du lịch kém, chưa thuận tiện cho du khách. Việc đầu tư cơ sở hạ tầng của nhà nước triển khai chậm.</p> <p>(W4) Công tác quảng bá, tiếp thị hình ảnh địa phương chưa tốt.</p> <p>(W5) Kêu gọi đầu tư trong du lịch chưa hấp dẫn các nhà đầu tư. Công tác triển khai đầu tư du lịch chậm, nhiều dự án quy hoạch vướng đền bù, giải toả kéo dài.</p> <p>(W6) Chưa tạo được những sản phẩm du lịch có hệ thống, những sản phẩm du lịch đặc thù.</p> <p>(W7) Thiếu cơ sở lưu trú, đặc biệt là tại các huyện.</p> <p>(W8) Nguồn nhân lực yếu và mỏng.</p>
<p>O (Opportunities- Cơ hội):</p> <p>(O1) Việt Nam ổn định chính trị, uy tín ngày càng tăng trên trường quốc tế.</p> <p>(O2) Thailand khủng hoảng kinh tế và chính trị, chia sẻ một lượng khách đáng kể cho Việt Nam.</p> <p>(O3) Việc triển khai các gói kích cầu của chính phủ, việc hoãn thuế thu nhập cá nhân và chương trình “Ấn tượng Việt Nam” của Tổng cục Du lịch.</p> <p>(O4) Sân bay quốc tế Long Thành sắp được xây dựng.</p> <p>(O5) Sự quan tâm của lãnh đạo tỉnh về lĩnh vực dịch vụ và du lịch.</p> <p>(O6) Cơ chế thông thoáng và việc cải cách hành chính mạnh mẽ của tỉnh ĐN</p> <p>(O7) Cuộc sống người dân Đông Nam bộ (thị trường chính của du lịch Đồng Nai) ngày càng tăng nhanh.</p> <p>(O8) Khuynh hướng du lịch tìm về thiên nhiên.</p>	<p>T (Threats- Thách thức):</p> <p>(T1) Tình trạng suy giảm và sự suy thoái kinh tế VN và thế giới chưa kết thúc.</p> <p>(T2) Dịch bệnh (cúm A/H5N1, heo tai xanh...) tại VN đang tác động xấu đến nhu cầu du lịch.</p> <p>(T3) Sự cạnh tranh quyết liệt của các tỉnh thành trong khu vực.</p> <p>(T4) Việc đầu tư hạ tầng (điện, nước, thông tin liên lạc, giao thông...) cho các điểm đến giàu tài nguyên (các cánh rừng, các di tích, các vùng dân tộc...) đòi hỏi nguồn vốn lớn, thu hồi vốn chậm.</p> <p>(T5) Nguồn nhân lực yếu và chưa được đào tạo. Ở khu vực nhà nước, tại cấp huyện, không phải huyện nào cũng có người phụ trách, cho dù kiêm nhiệm và không có ai từng qua đào tạo về du lịch.</p>

(Nguồn: Phân tích của nhóm nghiên cứu)

4. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Kế thừa các nghiên cứu trong và ngoài nước, có xem xét đến thực tiễn của tỉnh Đồng Nai, nhóm nghiên cứu đề xuất các nhân tố tác động đến việc thu hút du lịch Đồng Nai (Bảng 14).

Bảng 14: Các nhân tố tác động đến thu hút khách du lịch Đồng Nai

Tài nguyên du lịch tự nhiên (X1)	DL4. Khí hậu và thời tiết dễ chịu
	DL3. Vị trí thuận lợi để đến du lịch bằng đường thủy
	DL2. Vị trí thuận lợi để đến du lịch bằng đường bộ
Tài nguyên du lịch nhân văn (X2)	DL15. Các công viên, quảng trường, đài tưởng niệm, tượng đài đẹp
	DL14. Các bảo tàng văn hóa, lịch sử, khu lưu niệm danh nhân hấp dẫn
	DL16. Có các cung đường đẹp để đi dạo và chụp ảnh
	DL13. Có cơ sở tôn giáo để thực hiện nghi lễ hoặc hấp dẫn để tham quan
Cơ sở hạ tầng (X3)	DL5C. Mạng lưới điện thoại cố định và di động đáp ứng nhu cầu
	DL5D. Mạng internet nhanh và ổn định
	DL5B. Phương tiện giao thông (taxi, xe ôm, tàu, phà, xe buýt...) đầy đủ
Dịch vụ du lịch (X4)	DL25. Giải trí về đêm (phòng trà, quán cà phê, karaoke...) thu hút
	DL24. Có các phòng triển lãm nghệ thuật, đồ gốm, sản phẩm kiến trúc
	DL26. Có dịch vụ chăm sóc sức khỏe và ngoại hình, thư giãn
	DL23. Các khu thể thao, giải trí mang tính chất vận động thu hút khách
	DL27. Có các trung tâm thương mại, siêu thị, khu phố mua sắm, chợ
Điều kiện địa phương (X5)	DL33. Có sự thanh bình của địa phương, nhất là về đêm
	DL34. Người dân địa phương gìn giữ cảnh quan và di tích
	DL32. Môi trường vệ sinh, an toàn
	DL35. Giá cả sinh hoạt tại địa phương hợp lý
Điểm du lịch (X6)	DL18. Khu cắm trại, khu du lịch tiện nghi, an toàn
	DL19. Các thôn, ấp có sinh hoạt hay hoạt động độc đáo thu hút khách
	DL17. Các khu bảo tồn thiên nhiên hấp dẫn
Năng lực phục vụ (X7)	DL30. Người dân địa phương thân thiện, niềm nở
	DL29. Khách du lịch được sự hỗ trợ của công an, bảo vệ, dân địa phương
	DL31. Bận hải lòng về chất lượng phục vụ của nhân viên du lịch
	DL28. Hàng hóa, đồ lưu niệm phong phú và độc đáo
Ẩm thực và dịch vụ hỗ trợ (X8)	DL9. Thức ăn được chế biến phù hợp với khẩu vị của bạn
	DL10. Có các cơ sở y tế, các chốt sơ cấp cứu phục vụ khách du lịch
	DL11. Nhà vệ sinh công cộng sạch sẽ, đầy đủ
	DL8. Nhà hàng sạch sẽ, giá cả phù hợp

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu đề xuất)

5. PHÂN TÍCH DỮ LIỆU KHẢO SÁT

5.1. Mẫu khảo sát

Đối tượng khảo sát là khách du lịch tại Đồng Nai, phương pháp thuận tiện. 186 bảng trả lời thu thập sử dụng được, đủ tiêu chuẩn để tiến hành phân tích nhân tố (Hair & ctg, 1998). Số khách du lịch có mục đích tham quan (9,7% với 19 phiếu), nghỉ dưỡng (47 phiếu, 24%), thăm thân nhân (41 phiếu, 20,9%), kinh doanh (9 phiếu, 4,6%) và nhiều mục đích kết hợp (80 phiếu, 40,8%). Về thời gian lưu trú, đa số khách du lịch được khảo sát có thời gian lưu trú là 3 đêm (70 phiếu, 37,5%), 2 đêm

(56 phiếu, 28,6%), 4 đêm (32 phiếu, 16,3%) phù hợp với số đêm lưu trú bình quân của khách du lịch đến Đồng Nai. Về lứa tuổi, đa số khách du lịch được khảo sát từ 20 – 35 tuổi (124 phiếu, 63,3%) và từ 36 – 50 tuổi (37 phiếu, 18,9%)

5.2. Đánh giá độ tin cậy và giá trị thang đo

Độ tin cậy và giá trị thang đo được đánh giá thông qua hệ số tin cậy Cronbach's Alpha ($>0,6$) và hệ số tương quan biến - tổng ($>0,33$). Kết quả phân tích được tóm tắt trong bảng 15.

Bảng 15: Độ tin cậy và giá trị thang đo

STT	THANG ĐO	SỐ BIẾN QUAN SÁT	CRON-BACH'S ALPHA	HỆ SỐ TƯƠNG QUAN BIẾN-TỔNG NHỎ NHẤT	GHI CHÚ
1	Tài nguyên du lịch tự nhiên	3	0,562	0,444	Loại nhóm
2	Tài nguyên du lịch nhân văn	4	0,850	0,657	
3	Cơ sở hạ tầng	3	0,814	0,632	
4	Dịch vụ du lịch	5	0,827	0,555	
5	Điều kiện địa phương	4	0,781	0,239	Loại nhóm
6	Điểm du lịch	3	0,831	0,644	
7	Năng lực phục vụ	3	0,895	0,750	
8	Ẩm thực và dịch vụ hỗ trợ	3	0,841	0,650	

(Nguồn: Phân tích của nhóm nghiên cứu)

5.3. Phân tích nhân tố khám phá

Qua 2 lần phân tích nhân tố khám phá (EFA), hệ số tải nhân tố thấp nhất là 0,5, kết

quả hệ số KMO $0,777 > 0,5$, Sig. = $0,000 < 0,01$, rút gọn lại được 6 nhóm nhân tố (Bảng 16).

Bảng 16: Các nhóm nhân tố tác động việc thu hút khách du lịch của Đồng Nai

Tài nguyên du lịch nhân văn (XDL1)	DL13. Có cơ sở tôn giáo để thực hiện nghi lễ hoặc hấp dẫn để tham quan
	DL14. Các bảo tàng văn hóa, lịch sử, khu lưu niệm danh nhân hấp dẫn
	DL15. Các công viên, quảng trường, đài tưởng niệm, tượng đài đẹp
	DL16. Có các cung đường đẹp để đi dạo và chụp ảnh
Dịch vụ du lịch (XDL2)	DL24. Có các phòng triển lãm nghệ thuật, đồ gốm, sản phẩm kiến trúc
	DL25. Giải trí về đêm (phòng trà, quán cà phê, karaoke...) thu hút
	DL26. Có dịch vụ chăm sóc sức khỏe và ngoại hình, thư giãn
	DL23. Các khu thể thao, giải trí mang tính chất vận động thu hút khách
Sản phẩm du lịch và thái độ người dân (XDL3)	DL29. Khách du lịch được sự hỗ trợ của công an, bảo vệ, dân địa phương
	DL30. Người dân địa phương thân thiện, niềm nở
	DL28. Hàng hóa, đồ lưu niệm phong phú và độc đáo
Ẩm thực và dịch vụ hỗ trợ (XDL4)	DL9. Thức ăn được chế biến phù hợp với khẩu vị của bạn
	DL10. Có các cơ sở y tế, các chốt sơ cấp cứu phục vụ khách du lịch
	DL11. Nhà vệ sinh công cộng sạch sẽ, đầy đủ
Điểm thu hút du lịch (XDL5)	DL18. Khu cắm trại, khu du lịch tiện nghi, an toàn
	DL19. Các thôn, ấp có sinh hoạt hay hoạt động độc đáo thu hút khách
	DL17. Các khu bảo tồn thiên nhiên hấp dẫn
Cơ sở hạ tầng (XDL6)	DL5C. Mạng lưới điện thoại cố định và di động đáp ứng nhu cầu
	DL5B. Phương tiện giao thông (taxi, xe ôm, tàu, phà, xe buýt...) đầy đủ
	DL5D. Mạng internet nhanh và ổn định

(Nguồn: Phân tích của nhóm nghiên cứu)

5.4. Kết quả phân tích tương quan và hồi quy

$$Y=2,374+0,386XDL1+0,136XDL2+0,006XDL3+0,304XDL4+0,002XDL5+0,029XDL6$$

Kết quả cho thấy sự hài lòng của du khách khi du lịch tại Đồng Nai chịu tác động nhiều nhất bởi nhân tố Tài nguyên du lịch nhân văn ($\beta_1 = 0,386$), kế đến là nhân tố Ẩm thực và dịch vụ hỗ trợ ($\beta_4 = 0,304$), kế đến là nhân tố Dịch vụ du lịch ($\beta_2 = 0,136$), kế đến là nhân tố Cơ sở hạ tầng ($\beta_6 = 0,029$), kế đến là nhân tố Sản phẩm du lịch và thái độ người dân ($\beta_3 = 0,006$), cuối cùng là nhân tố Điểm thu hút du lịch ($\beta_5 = 0,002$).

Từ các kết quả của báo cáo xử lý số liệu và mô hình các yếu tố thu hút khách du lịch của tỉnh Đồng Nai, nhóm nghiên cứu đã xác định được những nhân tố chính tác động đến sự hài lòng của du khách khi đến du lịch tại Đồng Nai. Từ đó, nhóm nghiên cứu có cơ sở để điều chỉnh kịp thời nhằm giúp cho du lịch Đồng Nai trở nên hấp dẫn, thu hút du khách nhiều hơn nữa trong thời gian tới.

6. ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP THU HÚT KHÁCH DU LỊCH CỦA TỈNH

6.1. Cơ sở đề xuất giải pháp: (1) Thực trạng du lịch của Tỉnh Đồng Nai; (2) Phân tích SWOT hoạt động du lịch; (3) Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; (4) Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát về đánh giá của du khách.

6.2. Mục tiêu tổng quát của giải pháp:

- Phát huy những tiềm năng, lợi thế về tài nguyên du lịch, đẩy mạnh hoạt động du lịch Đồng Nai trở thành ngành kinh tế quan trọng, có tác động tích cực vào kinh tế - xã hội của địa phương.

- Đầu tư xây dựng các cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, nâng cao chất lượng và đa dạng sản phẩm du lịch mang tính đặc thù của địa phương có tính hấp dẫn và cạnh tranh cao, hướng đến đối tượng khách có chi trả cao.

- Đẩy mạnh xã hội hóa phát triển du lịch, tranh thủ mọi nguồn lực trong và ngoài nước để đầu tư phát triển du lịch. Tăng cường xúc tiến du lịch, mở rộng hợp tác với các địa phương trong và ngoài nước trong đó chú trọng liên kết với các địa phương trong khu vực để phát triển du lịch.

- Nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước từ tỉnh đến cơ sở và chú trọng đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch cả ngắn hạn, trung hạn lẫn dài hạn.

- Phát triển du lịch gắn liền với phát triển thương mại và giữ gìn bản sắc văn hoá dân tộc để đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh theo hướng bền vững.

6.3. Các giải pháp chủ yếu

Thứ nhất, bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch nhân văn của tỉnh: Trên cơ sở sự phong phú về tài nguyên du lịch nhân

văn, có thể định hình phát triển một số loại hình du lịch thích hợp:

Du lịch về nguồn, nghiên cứu lịch sử: tìm hiểu lịch sử hình thành và phát triển của vùng đất Đồng Nai tại Căn cứ khu ủy miền Đông Nam bộ, Trung ương Cục miền Nam, địa đạo Nhơn Trạch, Nhà Xanh, Bảo tàng Đồng Nai.

Du lịch hành hương: Chùa Gia Lào (Núi Chứa Chan), Chùa Ông, Chùa Đại Giác, Chùa Long Thiền, Chùa Bửu Phong.... là những nơi phù hợp phát triển loại hình du lịch hành hương.

Du lịch văn hóa kết hợp du lịch thiên nhiên: tham quan rừng kết hợp nghiên cứu di tích lịch sử (kết nối vườn quốc gia Cát Tiên và Căn cứ Khu ủy miền Đông Nam bộ), tham quan di tích lịch sử kết hợp sinh hoạt văn hóa (tham quan Căn cứ khu ủy, Trung ương cục miền Nam, sinh hoạt văn nghệ công chiêng, giao lưu văn hóa với người Châu Ro tại ấp Lý Lịch, huyện Vĩnh Cửu), du lịch sông kết hợp tìm hiểu văn hóa (Cù lao Ba Xê, Chùa Long Thiền, đền thờ Nguyễn Hữu Cảnh...).

Thứ hai, gìn giữ nét văn hóa ẩm thực và cải thiện các dịch vụ hỗ trợ:

Ẩm thực: Phát triển các đặc sản tiêu biểu là **bưởi** và các món ăn, thức uống được chế biến từ bưởi như rượu bưởi, chè bưởi, gỏi bưởi, nem bưởi; bắp Tân Triều (huyện Vĩnh Cửu), rượu Bến Gỗ (huyện Long Thành), rượu cần, cơm Lam (huyện Tân Phú), xôi phòng..

Cải thiện các dịch vụ hỗ trợ: Có các cơ sở y tế, các chốt sơ cấp cứu phục vụ khách du lịch. Nhà vệ sinh công cộng sạch sẽ, đầy đủ

Thứ ba, phát triển các dịch vụ du lịch: Phát triển các phòng triển lãm nghệ thuật, đồ gốm, sản phẩm kiến trúc. Phát triển dịch vụ chăm sóc sức khỏe và ngoại hình, thư giãn.

Cần lưu tâm đến các loại hình giải trí về đêm (phòng trà, quán cà phê, karaoke...), các khu thể thao, giải trí mang tính chất vận động thu hút khách.

Thứ tư, đối với việc phát triển hệ thống hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch: Bên cạnh việc Nhà nước đầu tư quy hoạch, phát triển hệ thống hạ tầng giao thông, thông tin, truyền thông, năng lượng; cấp thoát nước, môi trường và các lĩnh vực liên quan đảm bảo đồng bộ để phục vụ yêu cầu phát triển du lịch; Đầu tư nâng cấp phát triển hệ thống hạ tầng văn hóa, xã hội như hệ thống nhà bảo tàng, nhà hát, cơ sở khám chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe,...đủ điều kiện, tiện nghi phục vụ khách du lịch; cần tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân làm du lịch về thủ tục hành chính, cấp giấy phép kinh doanh, xây dựng để phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch đảm bảo chất lượng, tiện nghi đáp ứng nhu cầu của khách du lịch (cơ sở lưu trú du lịch, nhà hàng, cơ sở dịch vụ thông tin, tư vấn du lịch, cơ sở dịch vụ đặt giữ chỗ, đại lý, lữ hành, hướng dẫn; phương tiện và cơ sở dịch vụ phục vụ vận chuyển khách du lịch, cơ sở dịch vụ phục vụ tham quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí, thể thao, hội nghị và các mục đích khác...).

Thứ năm, đối với yêu cầu phát triển sản phẩm du lịch: cần có một quan điểm và chủ trương khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia xây dựng không chỉ dựa vào nguồn tài nguyên du lịch sẵn có mà còn nghiên cứu nhu cầu vui chơi, giải trí, nghỉ dưỡng của các thành phần xã hội để hình thành các loại hình du lịch có chất lượng, đặc sắc, phong phú đa dạng, có giá trị gia tăng cao, đảm bảo đáp ứng nhu cầu của khách du lịch nội địa và quốc tế.

Trước mắt, cần nhanh chóng định hình các loại quà lưu niệm du lịch, các sản phẩm đặc sắc có tính đặc thù của từng địa phương để thu hút khách du lịch, như: biểu trưng du lịch Đồng Nai, tập ảnh card postal về danh thắng và các điểm du lịch hấp dẫn của Đồng Nai, các biểu tượng tâm linh Cây đa ba gốc ở Núi Chứa chan, Chùa Đại giác, Chùa Bửu Phong, Chùa Ông...v.v...

Thứ sáu, đối với việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch: Trước mắt, cần chú trọng tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng ngắn ngày theo chuyên đề hoặc lĩnh vực, phát triển nhân lực du lịch đảm bảo số lượng theo từng loại hình du lịch, quy mô phát triển, có kiến thức chuyên môn, trình độ chuyên nghiệp đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch và hội nhập quốc tế. Kiên quyết không để tình trạng người tham gia công tác du lịch nhưng chưa qua lớp đào tạo, bồi dưỡng về đầu tư, quản lý, phục vụ du lịch.

Thứ bảy, về phát triển thị trường, xúc tiến quảng bá và thương hiệu du lịch: Chú trọng phát triển mạnh thị trường du lịch nội địa, chú trọng phân đoạn khách nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, nghỉ cuối tuần và mua sắm thông qua các loại hình du lịch city tour, du lịch sinh thái, du lịch sông, xây dựng một số chương trình kích cầu du lịch giảm giá cho du khách nhân dịp các ngày lễ, tết trong năm. Khuyến khích việc đầu tư phát triển các khu vui chơi, giải trí cao cấp tại các khu, điểm du lịch hiện có nhằm đến phục vụ, khai thác các đối tượng công nhân, sinh viên, học sinh. Về phát triển thương hiệu du lịch: Nghiên cứu và lựa chọn một vài doanh nghiệp du lịch mạnh để có kế hoạch quảng bá hình ảnh, phát triển thương hiệu có vị thế cạnh tranh cao trong khu vực và cả nước.

Thứ tám, về đầu tư và chính sách phát triển du lịch: Nhà nước cần đơn giản hóa các thủ tục hành chính trong việc cấp phép kinh doanh dịch vụ lữ hành, vận tải du lịch trên sông, trên bộ; công khai bản đồ quy hoạch phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh, kể cả quy hoạch phát triển các bến dừng, bến đỗ trên sông phục vụ du lịch. Khuyến khích đầu tư các khu, điểm du lịch mới, cho vay vốn ưu đãi, đồng thời có biện pháp tháo gỡ một số khó khăn vướng mắc về thuế trong việc chuyển đổi mục đích sử dụng đất từ nông nghiệp hoặc lâm nghiệp sang phục vụ du lịch để các nhà đầu tư du lịch yên tâm. Thực hiện chính sách khuyến khích xã hội hóa, thu hút các nguồn lực cả trong và ngoài nước đầu tư phát triển hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, phát triển nhân lực và quảng bá, xúc tiến du lịch.

Thứ chín, đối với công tác quản lý nhà nước về du lịch: Tăng cường năng lực cơ quan quản lý nhà nước về du lịch của tỉnh; phối hợp, liên kết giữa du lịch với các ngành trong tỉnh và các địa phương để phát triển du lịch. Thiết lập đường dây nóng về du lịch để tư vấn, hướng dẫn, kịp thời tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc cho các nhà đầu tư, các doanh nghiệp, các tổ chức và cá nhân có tổ chức hoạt động du lịch, kể cả cho du khách đến Đồng Nai. Tổ chức việc thống kê, theo dõi, quản lý về nội dung, chất lượng các loại

hoạt động du lịch trên địa bàn để từ đó nghiên cứu đề xuất hình thành một hệ thống chỉ tiêu cơ bản đánh giá hoạt động du lịch làm cơ sở cho việc xây dựng và giao chỉ tiêu phát triển du lịch hàng năm cho các ngành và các địa phương. Tăng cường phổ biến, hướng dẫn các khu, điểm du lịch áp dụng hệ thống các tiêu chuẩn ngành, trước mắt là hệ thống nhà vệ sinh phục vụ du lịch. Nâng cao vai trò và trách nhiệm của chính quyền địa phương trong việc bảo đảm môi trường, văn minh du lịch, an ninh, trật tự, an toàn xã hội tại các khu, điểm du lịch.

KẾT LUẬN

Thông qua phân tích SWOT, khảo sát và vận dụng phương pháp phân tích các nhân tố khám phá, phân tích tương quan hồi quy, nhóm nghiên cứu đã tìm ra 6 nhân tố có tác động đến việc thu hút du khách: (1) Tài nguyên du lịch nhân văn, (2) Ẩm thực và dịch vụ hỗ trợ, (3) Dịch vụ du lịch, (4) Cơ sở hạ tầng, (5) Sản phẩm du lịch và thái độ người dân, (6) Điểm thu hút du lịch. Từ đó, đề xuất đến tỉnh Đồng Nai những giải pháp điều chỉnh sự tác động của các nhân tố thông qua các chính sách để nâng cao hoạt động thu hút du khách vào tỉnh. Việc chọn mẫu thuận tiện có thể gây khó khăn trong việc khái quát hóa, và đó cũng chính là hướng nghiên cứu tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. A. Bruce & K. Landon (2004), *Tư duy chiến lược*, NXB Tổng hợp, TP.HCM.
2. Ban Quản lý Di tích Danh thắng Đồng Nai (2013), *Số liệu thống kê*.
3. Buhalis, D., 2000. Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, 21 (1): 97-116.
4. Christopher Lovelock & Jochen Wirtz (2004). *Services Marketing – People – Technology – Strategy*, Fifth Edition, Prentice Hall.

5. Cục Thống kê Đồng Nai (2013), Niên giám thống kê Đồng Nai.
6. Foster D. (1999), *Measuring Customer Satisfaction in the Tourism industry*. Third International & Sixth National Research Conference on Quality Management.
7. Gartrell, R.B. (1994). *Destination Marketing for Convention and Visitor Bureaus*, 2nd ed. Dubuque: Kendall/ Hunt Publishing Co.
8. Hà Nam Khánh Giao & ctg (2012), *Marketing địa phương tỉnh Bến tre*, Sở khoa học Công nghệ tỉnh Bến tre.
9. Martin Roll (2009), *Chiến lược Thương hiệu Châu Á*, Nhà xuất bản Lao động – Xã hội .
10. Nguyễn Văn Dung (2009), *Chiến lược và chiến thuật quảng bá Marketing Du lịch*, Nhà xuất bản Giao thông vận tải .
11. Porter M. (2008), *Lợi thế cạnh tranh (bản dịch)*, Nxb Trẻ, TP.HCM.
12. Kotler P.& ctg (2004), *Marketing các địa phương Châu Á*, Thành phố Hồ Chí Minh
13. Kotler P., Micheal Alan Hamlin, Irving Rein, Donald H. Hailer, *Tiếp thị địa phương Châu Á (bản dịch)* – Chương trình Quản lý kinh tế Fullbright.
14. Kotler P., Micheal Alan Hamlin, Irving Rein, Donald H. Hailer (1993), *Places Marketing*, Free Press, NY.
15. Sở văn hóa thể thao du lịch Đồng Nai (2013), Niên giám thống kê Đồng Nai .
16. Tổng cục Du lịch Việt Nam (2000), *Non nước Việt Nam*, Hà Nội.
17. Tuyên & ctg (2010), *Khảo sát ý kiến của khách du lịch nước ngoài về những điểm mạnh – điểm yếu của du lịch Đà Lạt – Lâm Đồng*, Trường Đại học Đà Lạt