

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ**

----- 38 -----



TRỊNH THỊ MỸ LINH

**HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN
KINH DOANH CỦA NGÀNH DU LỊCH TỈNH
BẠC LIÊU ĐẾN NĂM 2020 TẦM NHÌN 2030**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

CẦN THƠ, 2016

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ**

----- ୧୪୦-----



TRỊNH THỊ MỸ LINH

**HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN
KINH DOANH CỦA NGÀNH DU LỊCH TỈNH
BẠC LIÊU ĐẾN NĂM 2020 TẦM NHÌN 2030**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Ngành: Quản trị kinh doanh

Mã ngành: 60340102

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

PGS.TS. Đào Duy Huân

CẦN THƠ, 2016

CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Luận văn này, với đề tựa là “Hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu đến năm 2020 tầm nhìn 2030”, do học viên Trịnh Thị Mỹ Linh thực hiện theo sự hướng dẫn của PGS.TS Đào Duy Huân. Luận văn đã được báo cáo và Hội đồng chấm luận văn thông qua ngày.....

Ủy viên
(Ký tên)

.....

Ủy viên – Thư ký
(Ký tên)

.....

Phản biện 1
(Ký tên)

.....

Phản biện 2
(Ký tên)

.....

Chủ tịch Hội đồng
(Ký tên)

.....

LỜI CẢM TẠ

Trong quá trình thực hiện đề tài luận văn tôi nhận được sự giúp đỡ của nhiều cá nhân, đơn vị. Vì vậy, cho phép tôi được bày tỏ lòng cảm ơn sâu sắc tới tất cả các đơn vị, cá nhân đã tạo điều kiện thuận lợi giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành bản luận văn này.

Lời đầu tiên, tôi xin chân thành cảm ơn sâu sắc đến thầy PGS.TS Đào Duy Huân – người đã tận tình hướng dẫn tôi trong suốt quá trình học tập và thực hiện luận văn tốt nghiệp.

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn đến các thầy cô cùng toàn thể cán bộ Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Tây Đô đã nhiệt tình giảng dạy và giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập.

Tôi xin bày tỏ lòng tri ân đến UBND tỉnh Bạc Liêu; Sở Văn Hóa, Thể Thao và Du Lịch; Cục Thống Kê tỉnh Bạc Liêu đã nhiệt tình cung cấp các tư liệu quý giá cho tôi để hoàn thành đề tài.

Cuối cùng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến gia đình, người thân bạn bè đã quan tâm, động viên và tạo mọi điều kiện thuận lợi để tôi có thể hoàn thành tốt luận văn. Thời gian thực hiện luận văn tương đối ngắn và nghiên cứu khoa học còn hạn chế nên trình bày nội dung chưa sâu và còn nhiều thiếu sót. Rất mong nhận được sự góp ý của tất cả quý thầy cô và các bạn.

Tác giả luận văn

TRỊNH THỊ MỸ LINH

TÓM TẮT

Trên thực tế, Ngành du lịch Bạc Liêu chỉ có qui hoạch và chương trình hành động đến 2020 và tầm nhìn đến năm 2030, chứ chưa có một chiến lược đầy đủ về phát triển kinh doanh. Vì vậy đề tài **“Hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu đến năm 2020 tầm nhìn 2030”** làm luận văn thạc sĩ QTKD.

Mục tiêu tổng quát của đề tài là hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh của ngành du lịch Bạc Liêu đến năm 2020 tầm nhìn năm 2030, nhằm góp phần giúp ngành du lịch phát triển bền vững.

Phương pháp sử dụng để thực hiện là định tính thông qua phân tích tổng hợp, thống kê mô tả, dự báo và các cụ EFE, IFE, ma trận hình ảnh cạnh tranh CPM, SWOT và ma trận định lượng QSPM để đánh giá các yếu tố môi trường vĩ mô, môi trường vi mô một cách toàn diện trong việc lựa chọn chiến lược.

Kết quả đạt được: Đánh giá những thành công – hạn chế của kinh doanh của ngành du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2011- 2015. Phân tích, đánh giá những điểm mạnh- yếu, cũng như cơ hội thách thức và lợi thế - bất lợi thế của kinh doanh du lịch 2016- 2020. Đưa ra các chiến lược phát triển kinh doanh của ngành du lịch Bạc Liêu đến năm 2020, tầm nhìn 2030 như: trọng tâm hóa đầu tư cho phát triển kinh doanh du lịch, khác biệt hóa kết hợp đa dạng hóa sản phẩm du lịch, chiến lược marketing phát triển kinh doanh du lịch và Chiến lược phát triển nguồn nhân lực.

Các giải pháp để thực hiện chiến lược: Quy hoạch phát triển du lịch, hoàn thiện chính sách và nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch; đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch; đa dạng hóa sản phẩm du lịch và phát triển các sản phẩm dịch vụ du lịch đặc trưng; đào tạo nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch và giải pháp phát triển du lịch bền vững.

Đề tài chủ yếu làm theo phương pháp định tính thông qua sử dụng phương pháp phỏng vấn chuyên gia về thực trạng du lịch, tiềm năng lợi thế du lịch và hướng phát triển du lịch từ 2016- 2020 tầm nhìn 2030. Vì vậy các giải pháp đề xuất còn mang tính định tính, cảm nhận chưa đủ cơ sở khoa học để du lịch Bạc Liêu thực hiện triệt để giai đoạn 2016-2020, cần có những nghiên cứu tiếp theo.

ABSTRACT

In fact, the Bac Lieu tourism sector has a plan and action plan to 2020 and a vision for the year 2030, not a full business development strategy. Therefore, the topic of "Planning the business development strategy of Bac Lieu tourism industry to 2020 with 2030 vision" is the thesis of Master of Business Administration.

The general objective of the project is to plan the business development strategy of Bac Lieu tourism industry until 2020 with a vision to 2030 in order to contribute to the sustainable development of the tourism industry.

The method used for implementation is qualitative through aggregated analysis, descriptive statistics, forecasts and EFE, IFE, competitive image matrix CPM, SWOT matrix and QSPM quantitative matrix to evaluate the Macroeconomic environment, micro environment in a comprehensive way in the selection of strategy.

Achievements: An assessment of the successes and shortcomings of the Bac Lieu tourism industry in the 2011-2015 period. Analyze and evaluate strengths and weaknesses as well as opportunities for challenges and advantages. The advantages of the tourism business 2016-2020. Bringing out business development strategies of Bac Lieu tourism industry to 2020 with a vision to 2030 such as: focus on investment for tourism business development, different Combined diversification of tourism products, marketing strategies to develop tourism business and human resource development strategy.

Solutions to implement the strategy: Tourism development planning, policy improvement and improvement of efficiency and effectiveness of state management of tourism; Investment in tourism infrastructure development; Diversify tourism products and develop specific tourism products and services; Human resources training for tourism development av2 solutions for sustainable tourism development.

The topic is mainly based on the qualitative method, using the method of expert interviews on the current status of tourism, the potential for tourism and the direction of tourism development from 2016-2020 with vision 2030. Therefore, The proposed method is qualitative, feel not enough scientific basis to travel Bac Lieu thoroughly implemented period 2016-2020, need further research.

CAM KẾT KẾT QUẢ

Xin cam kết luận văn này được hoàn thành về cơ bản dựa trên kế thừa các kết quả nghiên cứu trước về lý thuyết, về số liệu thứ cấp. Còn các số liệu sơ cấp, các bảng Ma trận, các chiến lược là kết quả dự sự nghiên cứu.

Cần Thơ, ngày 16 tháng 10 năm 2016

Người thực hiện

Trịnh Thị Mỹ Linh

MỤC LỤC

GIỚI THIỆU ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU.....	1
1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI.....	1
2. LƯỢC KHẢO MỘT SỐ TÀI LIỆU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI.....	1
3. MỤC TIÊU CỦA ĐỀ TÀI	3
3.1. Mục tiêu chung.....	3
3.2. Mục tiêu cụ thể	3
4. CÂU HỎI NGHIÊN CỨU	3
5. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU	4
5.1. Đối tượng nghiên cứu.....	4
5.2. Phạm vi nghiên cứu	4
6. PHƯƠNG PHÁP KHOA HỌC SỬ DỤNG ĐỀ NGHIÊN CỨU.....	4
6.1. Phương pháp phỏng vấn chuyên gia, nhà quản lý	4
6.2. Phương pháp thu thập và xử lý số liệu	4
6.3. Phương pháp thực địa.....	5
6.4. Phương pháp diễn dịch – qui nạp.....	5
6.5. Các phương pháp phân tích	5
6.5.1. Phương pháp thống kê mô tả	5
6.5.2. Phương pháp phân tích ma trận SWOT	5
7. ĐÓNG GÓP KHOA HỌC CỦA LUẬN VĂN.....	6
8. BỐ CỤC ĐỀ TÀI	6
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT CỦA ĐỀ TÀI.....	7
1.1.MỘT SỐ KHÁI NIỆM CHUNG VỀ CHIẾN LƯỢC.....	7
1.1.1.Khái niệm về chiến lược.....	7
1.1.2. Quản trị chiến lược	7
1.1.3. Vai trò của quản trị chiến lược.....	8
1.1.4. Phân loại, cấp độ chiến lược	8
1.1.5. Quá trình quản trị chiến lược	9
1.2. TỔNG QUAN VỀ DU LỊCH	9
1.2.1. Khái niệm về du lịch.....	9
1.2.2. Khái niệm về tài nguyên du lịch	10
1.2.3. Phân loại tài nguyên du lịch.....	10
1.2.4 Khái niệm du lịch bền vững	11

1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH	11
1.3.1. Dân cư và lao động.....	11
1.3.2. Sự phát triển của nền sản xuất xã hội và các ngành kinh tế.....	12
1.3.3. Nhu cầu nghỉ ngơi – du lịch.....	12
1.3.4. Điều kiện sống.....	13
1.3.5. Thời gian rỗi	13
1.3.6. Nhân tố chính trị	13
1.3.7. Chính sách phát triển du lịch	14
1.3.8. Sự sẵn sàng đón tiếp du khách.....	14
1.4. CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH	14
1.5. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DU LỊCH.....	15
1.5.1. Quy trình hoạch định chiến lược phát triển du lịch	15
1.5.2. Các công cụ xây dựng chiến lược và lựa chọn chiến lược	18
1.6. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỦA MỘT SỐ TỈNH TRONG KHU VỰC.....	22
1.6.1. Cà Mau.....	22
1.6.2. Sóc Trăng	22
1.6.3. Hậu Giang	24
TÓM TẮT CHƯƠNG 1.....	27
CHƯƠNG 2:PHÂN TÍCH, ĐÁNH GIÁ VÀ DỰ BÁO MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA NGÀNH DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU.....	28
2.1. PHÂN TÍCH TỔNG QUÁT VỀ HIỆN TRẠNG KINH DOANH CỦA NGÀNH DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU	28
2.1.1. Kết quả kinh doanh du lịch đạt được 09 tháng đầu năm 2016	28
2.1.2. Một số khó khăn, hạn chế	30
2.1.3. Nguyên nhân	30
2.2. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG BÊN TRONG TÁC ĐỘNG ĐẾN CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA NGÀNH DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU GIAI ĐOẠN 2016-2020 VÀ TẦM NHÌN 2030	31
2.2.1. Cơ sở lưu trú.....	31
2.2.2. Thực trạng phát triển lao động trong ngành du lịch của Bạc Liêu	32
2.2.3. Đầu tư phát triển du lịch	32
2.2.4. Phân tích các sản phẩm, các loại hình phát triển kinh doanh du lịch	33
2.2.5. Phân tích cơ cấu du khách đến Bạc Liêu	35
2.2.6. Doanh thu từ du lịch	39
2.2.7. Về quản lý kinh doanh du lịch	41

2.2.8. Phân tích các tiềm năng phát triển du lịch bạc Liêu	42
2.2.9. Ma trận đánh giá các yếu tố bên trong IFE.....	47
2.3. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG BÊN NGOÀI TÁC ĐỘNG ĐẾN CHIẾN LƯỢC.....	48
2.3.1. Tình hình chính trị	48
2.3.2. Tình hình phát triển kinh tế tỉnh Bạc Liêu	49
2.3.3. Các chính sách của nhà nước	50
2.3.4. Đặc điểm văn hóa – xã hội.....	50
2.3.5. Hệ thống kết cấu hạ tầng kỹ thuật.....	52
2.3.6. Hiện trạng phát triển đô thị, nông thôn	54
2.3.7. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.....	55
2.3.8.Thị trường khách du lịch đến Việt Nam	56
2.3.9. Thị trường khách du lịch đến Đồng bằng sông Cửu Long	57
2.3.10. Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài EFE	57
2.4. PHÂN TÍCH CẠNH TRANH.....	59
2.5. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ CƠ HỘI - THÁCH THỨC- MẠNH- YẾU	63
TÓM TẮT CHƯƠNG 2	65
CHƯƠNG 3: CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KINH DOANH NGÀNH DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU ĐẾN NĂM 2020	66
3.1. MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN VÀ CHƯƠNG TRÌNH HÀNH ĐỘNG DU LỊCH BẠC LIÊU GIAI ĐOẠN 2016-2020 VÀ TẦM NHÌN 2030	66
3.1.1. Mục tiêu	66
3.1.2. Chương trình hành động của ngành du lịch đến năm 2020 và tầm nhìn 2030	67
3.2. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KINH DOANH NGÀNH DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU GIAI ĐOẠN 2016-2020	74
3.2.1. Các phương án chiến lược kết hợp: S-O, W-O, S-T, W-T.	74
3.2.2. Lựa chọn chiến lược qua ma trận QSPM	74
3.2.3. Sử dụng ma trận QSPM để lựa chọn chiến lược.....	80
3.3. CÁC GIẢI PHÁP CHUNG CHO 4 CHIẾN LƯỢC LỰA CHỌN.....	81
3.3.1.Phát triển thị trường du lịch.....	81
3.3.2. Xây dựng các quy chế quản lý du lịch trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu	81
3.3.3. Mở rộng liên kết	82
3.3.4. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá về du lịch	82

3.4. NHÓM GIẢI PHÁP RIÊNG CHO TỪNG CHIẾN LƯỢC LỰA CHỌN.	83
3.4.1. Giải pháp thực hiện khác biệt hóa và đa dạng hoá sản phẩm du lịch	83
3.3.2. Giải pháp thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch.....	85
3.3.3. Giải pháp thực hiện chiến lược đầu tư phát triển sản phẩm và cơ sở hạ tầng du lịch.....	87
3.3.4. Nhóm giải pháp về quy hoạch phát triển sản phẩm và cơ sở hạ tầng du lịch	90
3.3.5. Phát triển du lịch xanh, bền vững	91
3.3.6. Xây dựng và hoàn thiện cơ chế chính sách liên quan đến phát triển kinh doanh du lịch	94
3.3.7. Nâng cao hiệu lực hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch.....	94
3.5. HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI	95
KẾT LUẬN	96
TÀI LIỆU THAM KHẢO	97
PHỤ LỤC 1: PHIẾU LẤY Ý KIẾN CHUYÊN GIA	99
PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH CÁC CHUYÊN GIA VÀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐƯỢC PHỎNG VẤN	103
PHỤ LỤC 3: BẢNG TỔNG HỢP PHIẾU ĐIỀU TRA TỪ CÁC CHUYÊN GIA.....	104

DANH SÁCH CÁC BẢNG

Bảng 1: MA TRẬN SWOT.....	6
Bảng 2.1: Số cơ sở lưu trú và xếp hạng cơ sở lưu trú giai đoạn 2011- 2015.....	31
Bảng 2.2. Lực lượng lao động trong ngành du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2011- 2015	32
Bảng 2.3. Số lượng khách du lịch giai đoạn 2011-2015	35
Bảng 2.4: Thị trường khách du lịch Bạc Liêu theo mục đích giai đoạn 2011-2015	37
Bảng 2.5: Cơ cấu thị trường khách quốc tế - phân theo vị trí địa lý.....	38
Bảng 2.6: Doanh thu từ du lịch và tỷ trọng trong GDP giai đoạn 2010-2015	39
Bảng 2.7: Ma trận đánh giá các yếu tố bên trong của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu.....	47
Bảng 2.8. Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu.....	58
Bảng 2.9: Ma trận hình ảnh cạnh tranh ngành du lịch Bạc Liêu	62
Bảng 3.1: Ma trận SWOT	63
Bảng 3.2: xây dựng định hướng chiến lược S-O, W-O, S-T, W-T	74
Bảng 3.3: Ma trận QSPM cho nhóm S-O	75
Bảng 3.4: Ma trận QSPM cho nhóm S-T.....	76
Bảng 3.5: Ma trận QSPM cho nhóm W-O.....	78
Bảng 3.6: Ma trận QSPM cho nhóm W-T	79

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Tên đầy đủ Tiếng Việt
BCH	Ban chấp hành
DLBV	Du lịch bền vững
DLST	Du lịch sinh thái
ĐBSCL	Đồng bằng sông Cửu Long
EFE	Đánh giá ma trận yếu tố bên ngoài
GDP	Tổng sản phẩm nội địa
IFE	Đánh giá ma trận yếu tố bên trong
NXB	Nhà xuất bản
QSPM	Ma trận hoạch định chiến lược có định lượng
SPACE	Đánh giá cạnh tranh và vị trí chiến lược
SWOT	Những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức
UBND	Ủy ban nhân dân

GIỚI THIỆU ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU

1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI

Trong những năm qua, được sự quan tâm của Đảng, Nhà nước, ngành du lịch Bạc Liêu đã có bước phát triển mạnh mẽ, đóng góp quan trọng vào mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội; góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế; thu hút đầu tư; tạo nhiều việc làm; xóa đói giảm nghèo; nâng cao dân trí; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa dân tộc; xây dựng và quảng bá hình ảnh đất, văn hóa, con người Bạc Liêu năng động, hiếu khách, thân thiện trọng nghĩa, trọng tình.

Tuy nhiên, một số chỉ tiêu như tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế đến Bạc Liêu, thu nhập xã hội từ du lịch, tỷ trọng đóng góp của ngành du lịch trong GDP của tỉnh và năng lực cạnh tranh của du lịch còn thấp so với các tỉnh trong khu vực. Bên cạnh đó nguồn lực đầu tư phát triển hạ tầng du lịch còn thấp. Mặt khác, nhận thức về phát triển du lịch ở một số nơi còn hạn chế; sự phối hợp liên ngành chưa hiệu quả; vai trò, trách nhiệm của các cấp, các ngành chưa phát huy đầy đủ; hiệu quả hoạt động xúc tiến quảng bá chưa cao, nguồn nhân lực du lịch và hạ tầng giao thông chưa đáp ứng yêu cầu phát triển; đầu tư cho du lịch chưa tương xứng; một số chính sách thúc đẩy phát triển du lịch còn bất cập, chưa tháo gỡ kịp thời; tình hình an ninh, an toàn, vệ sinh môi trường tại một số điểm đến chưa được duy trì thường xuyên có hiệu quả.

Để khai thác, phát huy hiệu quả các nguồn lực, tài nguyên du lịch của Bạc Liêu, tận dụng cơ hội thuận lợi trong nước, tạo bước phát triển đột phá cho ngành du lịch trong thời kỳ mới đưa ngành du lịch Bạc Liêu phát triển nhanh, hiệu quả trở thành ngành kinh tế mũi nhọn có tính chất động lực, thì có những đánh giá đầy đủ hơn về điểm mạnh- yếu, cơ hội – thách thức của du lịch Bạc Liêu, trên cơ sở đó đề xuất chiến lược phát triển kinh doanh đến năm 2020. Bởi vì trên thực tế, Ngành du lịch Bạc Liêu chỉ có qui hoạch và chương trình hành động đến 2020 và tầm nhìn đến năm 2030, chứ chưa có một chiến lược đầy đủ về phát triển kinh doanh. Để góp phần làm sáng tỏ cơ sở lý luận, thực tiễn về chiến lược phát triển kinh doanh ngành du lịch, tác giả đã chọn đề tài ***“Hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu đến năm 2020 tầm nhìn 2030”*** làm đề tài luận văn thạc sĩ quản trị kinh doanh.

2. LƯỢC KHẢO MỘT SỐ TÀI LIỆU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

Trong quá khứ, đã có nhiều đề tài nghiên cứu về phát triển du lịch tại các Tỉnh của Việt Nam. Qua quá trình tra cứu của các giả, đề tài mà các tác giả đã thực hiện đánh giá khá toàn diện về đặc thù điều kiện tự nhiên, thuận lợi, khó

khăn của du lịch từng địa phương, từ đó đưa ra các giải pháp phát triển du lịch như:

- Mai Thị Ánh Tuyết (2007), *Phát triển du lịch tỉnh An Giang đến năm 2020*, Luận án tiến sĩ Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp Phân tích thống kê, phỏng vấn chuyên gia, khảo sát nhu cầu và yêu cầu của du khách đã thu kết quả sau: Nghiên cứu và làm rõ cơ sở lý thuyết có liên quan về Du lịch, Phân tích những kết quả và hạn chế của phát triển du lịch An Giang và đề xuất các giải pháp chủ yếu bao gồm: Nhóm giải pháp về khác biệt hóa và đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên văn liên quan đến DLST; Nhóm giải pháp phát triển bền vững, giải pháp về qui hoạch, giải pháp về phát triển hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực..

- UBND tỉnh Bạc Liêu (2015), *Qui hoạch phát triển du lịch tỉnh Bạc Liêu đến năm 2020*.

Thông qua phương pháp dự báo, phân tích tiềm năng, cơ hội – thách thức, Mạnh –Yếu, Tỉnh đã đưa ra qui hoạch phát triển cơ sở hạ tầng, sản phẩm dịch vụ du lịch, dự báo số lượng khách, nguồn tài chính đầu tư và giải pháp phát triển nguồn nhân lực để thực hiện qui hoạch.

- Đinh Kiệm (2013), *Phát triển du lịch sinh thái các tỉnh vùng duyên hải cực nam trung bộ đến năm 2020*, Luận án tiến sĩ Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

Phương pháp định tính gồm: Phân tích thống kê và phỏng vấn chuyên gia và định lượng gồm Sử dụng mô hình phi tuyến dạng hàm mũ để thực hiện dự báo lượng du khách, phương pháp phân tích định lượng để khảo sát nhu cầu và yêu cầu của du khách đối với DLST ở vùng DHCNTB đã thu kết quả sau: Nghiên cứu và làm rõ cơ sở lý thuyết có liên quan về DLST, DLST bền vững, đặc biệt DLST bền vững đối với một vùng biển – hải đảo và DLST trên các vùng nhạy cảm về môi trường khác. Đề xuất các giải pháp chủ yếu bao gồm: Nhóm giải pháp bảo vệ môi trường sinh thái và tài nguyên văn liên quan đến DLST; Nhóm giải pháp tổng hợp phát triển DLST vùng . Đề xuất tổ chức phân vùng quy hoạch một cách có hệ thống và khoa học không gian DLST cho hai tỉnh vùng DHCNTB.

Tại Bạc Liêu, đã có một số công trình nghiên cứu ban đầu về du lịch như “Chiến lược phát triển du lịch Bạc Liêu, định hướng đến năm 2015 và tầm nhìn chiến lược đến năm 2020”, 2010, do Sở VH – TT – DL tỉnh Bạc Liêu chủ trì.

“Hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh ngành du lịch Tỉnh Bạc Liêu

2020, tầm nhìn 2030” là đề tài nghiên cứu tổng thể tiềm năng, thực trạng hoạt động du lịch của Bạc Liêu trong thời kì 2011 – 2015, từ đó đề xuất một số giải pháp chiến lược cũng như định hướng phát triển du lịch trong giai đoạn sắp tới. Kết quả nghiên cứu của đề tài sẽ góp phần hoàn thiện chiến lược phát triển du lịch tỉnh Bạc Liêu tạo nên bức tranh vừa tổng quan vừa chi tiết hoạt động du lịch Bạc Liêu cũng như lợi thế so sánh phát triển du lịch với các tỉnh trong cụm Cà Mau nói riêng và với Vùng Du lịch ĐBSCL nói chung.

☛ Điểm khác biệt của đề tài **“Hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu đến năm 2020 tầm nhìn 2030”** so với các đề tài đã tham khảo: Đề tài dựa trên nghiên cứu, phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu qua các năm đã thực hiện (2011-2015) để xác định được điểm mạnh - điểm yếu, cơ hội - thách thức trong phát triển kinh doanh của ngành du lịch từ đó đề xuất các giải pháp chiến lược phát triển kinh doanh ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu trong giai đoạn tiếp theo (2016-2020). Là đề tài khoa học đầu tiên nghiên cứu về vấn đề phát triển du lịch với những thông tin mới nhất do đó đề tài sẽ góp phần quan trọng trong việc xây dựng ngành du lịch Bạc Liêu trong thời gian tới.

3. MỤC TIÊU CỦA ĐỀ TÀI

3.1. Mục tiêu chung

Mục tiêu tổng quát của đề tài là **hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu đến năm 2020 tầm nhìn 2030.**

3.2. Mục tiêu cụ thể

- Xác lập cơ sở lý thuyết về hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh ngành du lịch của tỉnh.
- Phân tích, đánh giá những điểm mạnh - yếu, cũng như cơ hội thách thức đối với phát triển kinh doanh ngành du lịch giai đoạn từ năm 2011- 2015.
- Đưa ra chiến lược và giải pháp thực thi chiến lược phát triển kinh doanh của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu đến năm 2020, tầm nhìn 2030.

4. CÂU HỎI NGHIÊN CỨU

- (1) Cơ sở lý luận về phát triển du lịch nào sẽ là lý luận soi đường cho việc hoạch định chiến lược và những chính sách phát triển du lịch tỉnh.
- (2) Những điểm mạnh – yếu, cơ hội - thách thức trong kinh doanh ngành du lịch Bạc Liêu hiện nay là gì ?
- (3) Chiến lược nào để phát triển kinh doanh ngành du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2016-2020, tầm nhìn 2030?

(4) Giải pháp nào thực hiện chiến lược phát triển kinh doanh ngành du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2016-2020, tầm nhìn 2030?

5. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

5.1. Đối tượng nghiên cứu

Hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh của ngành du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2016-2020 tầm nhìn 2030 .

5.2. Phạm vi nghiên cứu

Về không gian: Đề tài luận văn được nghiên cứu tại tỉnh Bạc Liêu.

Về thời gian: Luận văn nghiên cứu quá trình phát triển du lịch Bạc Liêu từ năm 2011 đến năm 2015. Dự báo phát triển du lịch Bạc Liêu đến năm 2020 và tầm nhìn 2030.

6. PHƯƠNG PHÁP KHOA HỌC SỬ DỤNG ĐỀ NGHIÊN CỨU

6.1. Phương pháp phỏng vấn chuyên gia, nhà quản lý

Thu thập, xử lý nhanh những đánh giá của các chuyên gia về thực trạng phát triển kinh doanh của ngành du lịch tại tỉnh Bạc Liêu giai đoạn 2011-2015, đề xuất các chiến lược và giải pháp để thực thi chiến lược kinh doanh.

Việc lựa chọn chuyên gia thông qua phương pháp định mức (thỏa mãn các điều kiện về trình độ, kinh nghiệm công tác, cấp bằng, chuyên môn đào tạo). Các chuyên gia được phỏng vấn gồm: lãnh đạo cấp tỉnh, thị xã, những cán bộ quản lý Dự án về phát triển du lịch Tỉnh Bạc Liêu và các chuyên gia có trình độ chuyên sâu thuộc lĩnh vực quản trị chiến lược.

6.2. Phương pháp thu thập và xử lý số liệu

Phương pháp này thực hiện nhằm nghiên cứu, xử lý các tài liệu trong phòng, dựa trên cơ sở các số liệu, tài liệu từ các nguồn khác nhau và từ thực tế. Sau đó xử lý chúng để có được những kết luận cần thiết. Các tư liệu có thể là các công trình nghiên cứu trước đó, các bài viết, báo cáo kinh doanh, báo cáo tổng kết... Phương pháp này giúp tiết kiệm được thời gian, tiền bạc mà vẫn có được một tầm nhìn khái quát về vấn đề nghiên cứu.

Số liệu thống kê là một dạng tài liệu cần thiết trong quá trình thu thập tài liệu. Các bảng biểu với những số liệu tương đối cũng như tuyệt đối chính là nguồn tài liệu nói lên thực trạng hoạt động cũng như phát triển của đối tượng. Số liệu phục vụ cho nghiên cứu đề tài được lấy từ các nguồn: Cục thống kê Bạc Liêu, Sở VH – TT – DL Bạc Liêu, Cục thống kê tỉnh Bạc Liêu, Viện nghiên cứu phát triển Du lịch Việt Nam...

6.3. Phương pháp thực địa

Đây là phương pháp nghiên cứu nhằm góp phần làm cho kết quả mang tính xác thực, khắc phục hiệu quả những hạn chế của phương pháp thu thập, xử lý số liệu trong phòng. Các hoạt động chính khi tiến hành phương pháp này bao gồm: quan sát, mô tả, điều tra, ghi chép, chụp ảnh... tại các điểm nghiên cứu; gặp gỡ, trao đổi, với cơ quan quản lý tài nguyên, các cơ quan quản lý chuyên ngành của địa phương...

6.4. Phương pháp diễn dịch – qui nạp

Sử dụng phương pháp diễn dịch – qui nạp là đi từ khái quát lý thuyết chung về chiến lược phát triển du lịch đến trường hợp cụ thể tại tỉnh Bạc Liêu. Bên cạnh đó, sử dụng phương pháp này để đi từ phân tích hoạt động kinh doanh của ngành du lịch tại tỉnh Bạc Liêu từ năm 2011 đến 2015, từ đó khái quát được những kết quả đạt được và hạn chế. Nhờ sử dụng các phương pháp trên, nên sẽ thực hiện được các mục tiêu đưa ra trong nghiên cứu đề tài.

6.5. Các phương pháp phân tích

6.5.1. Phương pháp thống kê mô tả

Đề tài sử dụng phương pháp thống kê mô tả là chủ yếu, phân tích nhờ vào tổng hợp các nguồn số liệu qua khảo sát để mô tả thực trạng phát triển của ngành du lịch Bạc Liêu trong thời gian qua, từ đó tiến hành phân tích, đánh giá và nhận diện các vấn đề hạn chế còn tồn tại trong quá trình hoạt động kinh doanh và sau cùng đưa ra các giải pháp nhằm thực thi chiến lược phát triển kinh doanh ngành du lịch Bạc Liêu đến năm 2020.

6.5.2. Phương pháp phân tích ma trận SWOT

Phân tích SWOT là phân tích các yếu tố môi trường bên ngoài mà doanh nghiệp phải đối mặt (các cơ hội và nguy cơ) cũng như các yếu tố thuộc môi trường nội bộ doanh nghiệp (các mặt mạnh, mặt yếu). Đây là một việc làm khó đòi hỏi nhiều thời gian, công sức, chi phí, khả năng thu nhập, phân tích và xử lý thông tin sao cho hiệu quả nhất.

Sau đó các nhà phân tích chiến lược tiến hành so sánh một cách có hệ thống từng cặp tương ứng các yếu tố nói trên để tạo ra các cặp phối hợp logic. Quá trình này tạo ra 4 nhóm phối hợp cơ bản. Tương ứng với các nhóm này là các phương án chiến lược mà ta cần xem xét.

Bảng 1: MA TRẬN SWOT

SWOT	Các điểm mạnh (S) Liệt kê các điểm mạnh	Các điểm yếu (W) Liệt kê các điểm yếu
Các cơ hội (O) Liệt kê các cơ hội	<u>Các chiến lược SO</u> Kết hợp điểm mạnh và cơ hội Sử dụng điểm mạnh để tận dụng những cơ hội.	<u>Các chiến lược WO</u> Kết hợp điểm yếu và cơ hội. Vượt qua điểm yếu bằng cách tận dụng cơ hội.
Các đe dọa (T) Liệt kê các đe dọa	<u>Các chiến lược ST</u> Kết hợp điểm mạnh và các đe dọa. Sử dụng các điểm mạnh để tránh các đe dọa.	<u>Các chiến lược WT</u> Kết hợp các điểm yếu và các đe dọa. Tối thiểu hóa các điểm yếu và tránh các mối đe dọa.

7. ĐÓNG GÓP KHOA HỌC CỦA LUẬN VĂN

Đề tài sẽ góp phần luận giải được sự cần thiết phải hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh của ngành du lịch trong bối cảnh hiện nay. Từ thực trạng nêu lên những kết quả được, tồn tại, hạn chế và tìm ra nguyên nhân để đề xuất các giải pháp nhằm phát triển kinh doanh của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu trong thời gian tới.

8. BỐ CỤC ĐỀ TÀI

Luận văn gồm phần mở đầu, phần kết luận và kết cấu có 03 chương

Chương 1: Cơ sở lý thuyết của đề tài.

Chương 2: Phân tích, đánh giá và dự báo môi trường kinh doanh ngành du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2011-2015 và tầm nhìn 2030 .

Chương 3: Chiến lược và giải pháp phát triển kinh doanh của ngành du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2016-2020 và tầm nhìn 2030.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT CỦA ĐỀ TÀI

1.1.MỘT SỐ KHÁI NIỆM CHUNG VỀ CHIẾN LƯỢC

1.1.1.Khái niệm về chiến lược

Chiến lược là kế hoạch tổng thể, dài hạn trên phân tích dự báo môi trường phát hiện các cơ hội – nguy cơ, mạnh – yếu nhằm đạt được mục tiêu.

Chiến lược là bản đồ chỉ dẫn đường đi mà tổ chức phải đến, phải đạt được trong tương lai và đưa ra các luận cứ khoa học để đi đến đó.

Chiến lược được sử dụng đầu tiên trong lĩnh vực quân sự để chỉ các kế hoạch lớn, dài hạn được đưa ra trên cơ sở tin chắc được cái gì đối phương có thể làm và cái gì đối phương có thể không làm được. Chiến lược là khoa học và nghệ thuật chỉ huy quân sự, được ứng dụng để lập kế hoạch tổng thể và tiến hành những chiến dịch có qui mô lớn. Từ thập kỷ 60 của thế kỷ XX, chiến lược được ứng dụng vào lĩnh vực kinh doanh và thuật ngữ “*Chiến lược kinh doanh*” ra đời. Sau đây là một số định nghĩa về chiến lược.

Theo Fred David “Chiến lược là những phương tiện đạt tới mục tiêu dài hạn”.

Theo Alfred D.Chandler “Chiến lược là tiến trình xác định các mục tiêu cơ bản dài hạn của tổ chức, doanh nghiệp, lựa chọn cách thức và phương thức hành động và phân bổ nguồn tài nguyên thiết yếu để thực hiện các mục tiêu đó” (Alfred D.Chandler, “Strategy and structure chapter in the history of the American enterprise” Cambridge, Massachusettes, MIT Press, 1962).

Theo Michael E. Porter “Chiến lược là (1) sự sáng tạo ra vị thế có giá trị và độc đáo bao gồm các hoạt động khác biệt; (2) sự lựa chọn, đánh đổi trong cạnh tranh; (3) tạo ra sự phù hợp giữa tất cả các tổ chức, công ty” (Michael E. Porter, What is strategy, Harvard Business Review, 1996).

Như vậy, chiến lược có nhiều khái niệm khác nhau nhưng chung quy có 3 ý nghĩa phổ biến nhất là: Xác định các mục tiêu dài hạn cơ bản của tổ chức phải đạt được trong tương lai; Đưa ra các chương trình hành động tổng quát; Lựa chọn các phương án hành động, triển khai phân bổ nguồn tài nguyên để thực hiện mục tiêu đó.

1.1.2. Quản trị chiến lược

Hiện nay có nhiều định nghĩa khác nhau về quản trị chiến lược:

Theo Fred R.David (2007): “Quản trị chiến lược có thể được định nghĩa như là một nghệ thuật và khoa học thiết lập, thực hiện và đánh giá các quyết định liên

quan đến nhiều chức năng cho phép một tổ chức đạt được những mục tiêu đề ra”

Theo Michael E Porter (1997): “Phát triển chiến lược kinh doanh là phát triển vị thế cạnh tranh thông qua các lợi thế cạnh tranh”.

Tóm lại, chiến lược có thể tạm định nghĩa là “Một loạt các hành động phức hợp nhằm huy động toàn bộ nguồn lực của một tổ chức hay cá nhân có thể có nhằm đạt được một mục đích nhất định”.

1.1.3. Vai trò của quản trị chiến lược

Quản trị chiến lược không là sự đảm bảo cho thành công, nó có thể không phát huy tác dụng nếu được thực hiện một cách tình cờ. Tuy nhiên, rõ ràng không thể phủ nhận những đóng góp của quản trị chiến lược vào sự thành công của doanh nghiệp, sự gia tăng các lợi ích tài chính mà quản trị chiến lược mang lại thông qua việc khai thác cơ hội và giành ưu thế trong cạnh tranh.

Quản trị chiến lược có các vai trò như: hoạch định, dự báo và vai trò điều khiển.

1.1.4. Phân loại, cấp độ chiến lược

Có các cấp độ chiến lược như sau: Chiến lược cấp công ty, chiến lược cấp đơn vị kinh doanh (SBU), chiến lược cấp chức năng và chiến lược quốc tế.

Chiến lược cấp công ty:

Là những hành động cụ thể mà một công ty thực hiện để giành được lợi thế cạnh tranh bằng cách lựa chọn và quản lý một nhóm các hoạt động kinh doanh khác nhau và cạnh tranh ở một số ngành và thị trường sản phẩm nhất định. Nếu như công ty hoạt động đơn ngành thì chiến lược cấp công ty cũng có thể áp dụng cho cấp đơn vị kinh doanh và ngược lại chiến lược cấp đơn vị kinh doanh cũng có thể coi như là chiến lược cấp công ty.

Chiến lược cấp đơn vị kinh doanh (SBU):

Mỗi đơn vị kinh doanh trong một công ty lớn chọn một chiến lược cấp đơn vị kinh doanh như là một công cụ để cạnh tranh trong thị trường sản phẩm nhất định.

⇒ Chiến lược dẫn đầu nhờ chi phí thấp.

⇒ Chiến lược khác biệt hóa.

⇒ Chiến lược hỗn hợp: vừa dẫn đầu nhờ chi phí thấp lại vừa khác biệt hóa.

Chiến lược cấp chức năng:

Tập trung vào việc hỗ trợ chiến lược của công ty và tập trung vào các lĩnh vực tác nghiệp, những lĩnh vực kinh doanh. Để có thể tạo ra những sản phẩm

hoặc những dịch vụ có giá trị dành cho khách hàng, tất cả các đơn vị kinh doanh phụ thuộc vào việc thực hiện của các bộ phận chức năng tiêu biểu như: quản trị, sản xuất, tài chính, marketing, nghiên cứu và phát triển,... Các nhà quản trị cần biết rõ các chức năng liên quan với chiến lược cấp đơn vị kinh doanh và đề xuất các chiến lược chức năng thích hợp.

1.1.5. Quá trình quản trị chiến lược

Quá trình quản trị chiến lược gồm có ba giai đoạn: hình thành chiến lược, thực hiện chiến lược và đánh giá chiến lược.

Giai đoạn hình thành chiến lược gồm việc phát triển nhiệm vụ kinh doanh, xác định các cơ hội và nguy cơ đến với tổ chức từ bên ngoài, chỉ rõ các điểm mạnh và điểm yếu bên trong, thiết lập mục tiêu dài hạn, tạo ra các chiến lược thay thế và chọn ra những chiến lược đặc thù để theo đuổi.

Giai đoạn thực thi chiến lược đòi hỏi tổ chức phải thiết lập các mục tiêu hàng năm, đặt ra các chính sách, khuyến khích nhân viên và phân phối tài nguyên để các chiến lược lập ra có thể được thực hiện.

Giai đoạn đánh giá chiến lược sẽ giám sát các kết quả của các hoạt động thiết lập và thực thi chiến lược nguồn lực hiện có nhằm giúp doanh nghiệp có thể đạt được các mục tiêu dài hạn.

1.2. TỔNG QUAN VỀ DU LỊCH

1.2.1. Khái niệm về du lịch

- Định nghĩa du lịch

Theo I.I. Pirogionic, 1985 thì: “Du lịch là một dạng hoạt động của dân cư trong thời gian rỗi liên quan với sự di chuyển và lưu lại tạm thời bên ngoài nơi cư trú thường xuyên nhằm nghỉ ngơi, chữa bệnh, phát triển thể chất và tinh thần, nâng cao trình độ nhận thức văn hóa hoặc thể thao kèm theo việc tiêu thụ những giá trị về tự nhiên, kinh tế và văn hóa.” Đây là khái niệm được sử dụng phổ biến nhất ở Việt Nam.

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (*World Tourist Organization*), một tổ chức thuộc Liên Hiệp Quốc, Du lịch bao gồm tất cả mọi hoạt động của những người du hành, tạm trú, trong mục đích tham quan, khám phá và tìm hiểu, trải nghiệm hoặc trong mục đích nghỉ ngơi, giải trí, thư giãn; cũng như mục đích hành nghề và những mục đích khác nữa, trong thời gian liên tục nhưng không quá một năm, ở bên ngoài môi trường sống định cư; nhưng loại trừ các du hành mà có mục đích chính là kiếm tiền. Du lịch cũng là một dạng nghỉ ngơi năng động trong môi trường sống khác hẳn nơi định cư.

Ngoài ra, theo Luật Du lịch Việt Nam (2005), “ Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định.

1.2.2. Khái niệm về tài nguyên du lịch

** Tài nguyên du lịch:*

“Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên, di tích lịch sử văn hóa, công trình lao động sáng tạo của con người và các giá trị nhân văn khác có thể được sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch, là yếu tố cơ bản để hình thành các khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch.” (Luật du lịch Việt Nam – 2005).

Tài nguyên du lịch đối với mỗi loại hình du lịch có những đặc trưng riêng. Đối với du lịch chữa bệnh, người ta thường quan tâm tới các nguồn nước khoáng hoặc bùn chữa bệnh. Có ý nghĩa quan trọng đối với du lịch thể thao và du lịch theo lộ trình là đặc điểm của lãnh thổ như khả năng vượt và sự tồn tại các chướng ngại vật....

1.2.3. Phân loại tài nguyên du lịch

Tài nguyên du lịch được chia thành hai nhóm: tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn.

- Tài nguyên du lịch tự nhiên

Theo như Luật du lịch Việt Nam năm 2005 đã đưa ra thì “ Tài nguyên du lịch tự nhiên bao gồm các yếu tố địa chất, địa hình, địa mạo, khí hậu, thủy văn, hệ sinh thái, cảnh quan tự nhiên đang được khai thác hoặc có thể được sử dụng phục vụ cho mục đích du lịch.”

- Tài nguyên du lịch nhân văn

Nói một cách ngắn gọn, là các đối tượng hiện tượng do con người tạo ra trong suốt quá trình tồn tại và có giá trị phục vụ cho nhu cầu du lịch.

Nhóm tài nguyên này có những đặc trưng riêng. Tài nguyên du lịch nhân văn có giá trị nhận thức nhiều hơn giá trị giải trí, ít bị phụ thuộc vào các điều kiện tự nhiên, thường tập trung ở các khu vực quần cư và thu hút du khách có mức thu nhập, có trình độ văn hóa, cũng như yêu cầu nhận thức cao hơn so với các nhóm khác.

“ Tài nguyên du lịch nhân văn do con người tạo ra hay nó là đối tượng và hiện tượng được tạo ra một cách nhân tạo. Tài nguyên nhân văn có những đặc điểm khác biệt so với tài nguyên tự nhiên. Những đặc tính cơ bản của nó là:

mang tính phổ biến, mang tính tập trung dễ tiếp cận, có tính truyền đạt nhận thức nhiều hơn là hưởng thụ, giải trí...”

Tài nguyên du lịch nhân văn thường là các di tích lịch sử - văn hóa; các di tích tự nhiên – nhân văn; các lễ hội; các đối tượng du lịch gắn với dân tộc học; các đối tượng văn hóa – thể thao và hoạt động nhận thức khác.

1.2.4 Khái niệm du lịch bền vững

Khái niệm về du lịch bền vững (DLBV) mới xuất hiện trên cơ sở cải tiến và nâng cấp khái niệm về du lịch mềm của những năm 90 và thực sự gây được chú ý rộng rãi trong những năm gần đây. Theo Hội đồng Du lịch và Lữ hành quốc tế (WTTC), 1996 thì:

“Du lịch bền vững là việc đáp ứng các nhu cầu hiện tại của du khách và vùng du lịch mà vẫn đảm bảo những khả năng đáp ứng nhu cầu cho các thế hệ du lịch tương lai.”

Mục tiêu của DLBV là:

Phát triển, gia tăng sự đóng góp của du lịch vào kinh tế và môi trường.

Cải thiện tính công bằng xã hội trong phát triển.

Cải thiện chất lượng cuộc sống của cộng đồng bản địa.

Đáp ứng cao độ nhu cầu của du khách.

Duy trì chất lượng môi trường. (Inskoop, 1991).

Tóm lại, DLBV là một bộ phận của phát triển bền vững, xuất hiện như một cách thức kinh doanh mới của các doanh nghiệp du lịch, một cách ứng xử mới của du khách và một đòi hỏi mới đối với cộng đồng địa phương. DLBV nhằm đảm bảo đầu vào liên tục cho du lịch trên cơ sở bảo vệ môi trường (trong đó có tài nguyên du lịch) cũng như đóng góp vào nền kinh tế và phúc lợi địa phương.

Có thể dùng khả năng tải (sức chứa) làm tiêu chuẩn để đánh giá tính bền vững của du lịch, tuy nhiên sử dụng bộ chỉ thị môi trường là một công cụ hữu hiệu và rẻ tiền hơn. Sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương vào du lịch là một tiêu chí cơ bản phân biệt DLBV với các loại hình du lịch khác.

1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1.3.1. Dân cư và lao động

Dân cư là lực lượng sản xuất quan trọng của xã hội. Cùng với hoạt động lao động, họ còn có nhu cầu nghỉ ngơi – du lịch. Dân số càng đông, lực lượng tham gia vào các ngành sản xuất và dịch vụ ngày càng nhiều thì du lịch càng có

điều kiện phát triển nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, giải trí.

Việc nắm vững dân số, thành phần dân tộc, đặc điểm nhân khẩu, cấu trúc, sự phân bố và mật độ dân cư có ý nghĩa rất lớn đối với sự phát triển du lịch. Nhu cầu du lịch của con người tùy thuộc vào đặc điểm xã hội, nhân khẩu của dân cư.

1.3.2. Sự phát triển của nền sản xuất xã hội và các ngành kinh tế

Sự xuất hiện của nền sản xuất xã hội có tầm quan trọng hàng đầu, làm xuất hiện nhu cầu du lịch và biến nhu cầu của con người thành hiện thực. Không thể nói tới nhu cầu hoặc hoạt động du lịch của xã hội nếu như lực lượng sản xuất xã hội còn ở trong tình trạng thấp kém.

Vai trò to lớn của nhân tố này được thể hiện ở nhiều khía cạnh quan trọng. Sự phát triển của nền sản xuất xã hội đề ra nhu cầu nghỉ ngơi – du lịch. Các nhà nghiên cứu chỉ ra rằng sự xuất hiện và mở rộng những nhu cầu khác nhau (tất nhiên trong đó có nhu cầu nghỉ ngơi – du lịch) là kết quả của sự phát triển nền sản xuất. Các nhu cầu thường nảy sinh trực tiếp từ sản xuất. Nền sản xuất xã hội càng phát triển, nhu cầu của nhân dân càng lớn, yêu cầu chất lượng ngày càng cao.

Trong nền sản xuất xã hội nói chung, hoạt động của một số ngành như công nghiệp, nông nghiệp, giao thông vận tải... có ý nghĩa quan trọng để phát triển du lịch.

1.3.3. Nhu cầu nghỉ ngơi – du lịch

Nhu cầu nghỉ ngơi – du lịch và sự thay đổi của nó theo thời gian và không gian trở thành một trong những nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến quá trình ra đời và phát triển du lịch. Sự hoạt động mang tính chất xã hội của cá nhân trong thời gian rỗi được quyết định bởi nhu cầu và những định hướng có giá trị. Nhu cầu nghỉ ngơi và hình thức thể hiện và giải quyết mâu thuẫn giữa chủ thể với môi trường bên ngoài, giữa điều kiện sống hiện có với điều kiện sống cần có thông qua các dạng nghỉ ngơi khác nhau.

Nhu cầu nghỉ ngơi – du lịch mang tính chất kinh tế - xã hội là sản phẩm của sự phát triển xã hội. Nó được hình thành trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội dưới tác động của các yếu tố khách quan thuộc môi trường bên ngoài, và phụ thuộc trước hết vào phương thức sản xuất. Cụ thể hơn, đó là nhu cầu của con người về khôi phục sức khỏe, khả năng lao động, thể chất và tinh thần bị hao phí trong quá trình sinh sống và lao động.

Nhu cầu nghỉ ngơi – du lịch là một hệ thống và được thể hiện ở 3 mức độ: xã hội – nhóm người – cá nhân.

Nhu cầu của xã hội, nhóm người và cá nhân không tách rời nhau mà có

mối quan hệ qua lại biện chứng. Trong các mối liên hệ ấy, nhu cầu của cá nhân có tác động đến cơ cấu nhu cầu của nhóm người và xã hội. Thông qua việc thỏa mãn nhu cầu của nhóm người có nghĩa là nhu cầu của xã hội đã được thực hiện.

1.3.4. Điều kiện sống

Điều kiện sống của nhân dân là nhân tố quan trọng để phát triển du lịch. Nó được hình thành nhờ việc tăng thu nhập thực tế và cải thiện điều kiện sinh hoạt, nâng cao khẩu phần ăn uống, phát triển đầy đủ mạng lưới y tế, văn hóa, giáo dục.

Du lịch có thể phát triển khi mức sống (vật chất, tinh thần) của con người đạt đến trình độ nhất định. Một trong những nhân tố then chốt là mức thu nhập thực tế của mỗi người trong xã hội. Không có mức thu nhập (của cá nhân và xã hội) cao thì khó có thể nghĩ đến việc nghỉ ngơi – du lịch. Nhìn chung ở những nước kinh tế phát triển, có mức thu nhập tính bình quân theo đầu người cao thì nhu cầu và hoạt động du lịch phát triển mạnh mẽ.

1.3.5. Thời gian rỗi

Du lịch trong nước và quốc tế không thể phát triển được nếu con người thiếu thời gian rỗi. Nó thực sự trở thành một trong những nhân tố quan trọng thúc đẩy hoạt động du lịch.

Thời gian rỗi (tự do) là thời gian cần thiết cho con người để nâng cao học vấn, phát triển trí tuệ, hoàn thiện các chức năng xã hội, tiếp xúc với bạn bè, vui chơi giải trí...

Số thời gian rỗi nhiều hay ít phụ thuộc vào năng suất lao động, đặc điểm của quan hệ sản xuất và của dân cư. Việc nâng cao năng suất lao động xã hội, một mặt, phải cho phép có thêm thời gian rỗi, mặt khác, đòi hỏi phải tăng thời gian này như một điều kiện cần thiết cho tái sản xuất giản đơn và tái sản xuất mở rộng sức lực và tinh thần của con người.

1.3.6. Nhân tố chính trị

Hòa bình và sự ổn định về chính trị là điều kiện đặc biệt quan trọng có tác dụng thúc đẩy hoặc kìm hãm sự phát triển của du lịch trong nước và quốc tế. Không phải ngẫu nhiên mà năm 1967 được tuyên bố là “năm du lịch quốc tế” dưới khẩu hiệu “du lịch là giấy thông hành của hòa bình”

Du lịch chỉ có thể xuất hiện và phát triển trong điều kiện hòa bình và quan hệ hữu nghị giữa các dân tộc. Ngược lại, chiến tranh ngăn cản các hoạt động du lịch, tạo nên tình trạng mất an ninh, đi lại khó khăn, phá hoại các công trình du lịch, làm tổn hại đến cả môi trường tự nhiên. Hòa bình rõ ràng là đòn bẩy mạnh

hoạt động du lịch. Ngược lại du lịch có tác dụng trở lại đến việc cùng tồn tại hòa bình. Thông qua du lịch quốc tế con người thể hiện nguyện vọng nóng bỏng của mình là được sống, lao động trong hòa bình và hữu nghị.

1.3.7. Chính sách phát triển du lịch

Chiến lược và chính sách phát triển du lịch của một quốc gia, vùng có ý nghĩa cực kỳ quan trọng, nó tạo động lực thúc đẩy sự phát triển du lịch.

Chiến lược phát triển du lịch xác định những phương hướng phát triển du lịch dài hạn, đề cập đến những vấn đề tổng thể của phát triển du lịch như chiến lược sản phẩm du lịch, chiến lược nâng cao chất lượng các dịch vụ du lịch, chiến lược giữ gìn tôn tạo và phát triển tài nguyên du lịch, môi trường, chiến lược đầu tư du lịch, chiến lược giáo dục và đào tạo du lịch, chiến lược thị trường du lịch.

1.3.8. Sự sẵn sàng đón tiếp du khách

Sự sẵn sàng đón tiếp du khách gồm 3 yếu tố sau:

* Cơ sở vật chất – kỹ thuật và cơ sở hạ tầng – đảm bảo đáp ứng được nhu cầu đi lại, nghỉ ngơi, giải trí của du khách nhất là các dịch vụ công cộng, thương nghiệp, giao thông vận tải, cơ sở lưu trú...

* Điều kiện kinh tế - thể hiện qua việc cung ứng vật tư cho các tổ chức du lịch, thỏa mãn đầy đủ chủng loại hàng hóa với chất lượng cao, giá thành hợp lý cho du khách.

* Điều kiện về tổ chức – thể hiện sự có mặt của các tổ chức và cơ sở kinh doanh du lịch, để chăm lo cho việc đi lại và phục vụ nhu cầu lưu trú, ăn uống và vui chơi giải trí của du khách.

1.4. CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH

Hoạt động du lịch có thể được phân loại thành các nhóm khác nhau tùy thuộc vào tiêu chí đưa ra. Cho đến nay, chưa có bảng phân loại nào được xem là chuẩn mực, cơ bản để phân tích, tuy nhiên, theo các chuyên gia ngành về du lịch có thể phân chia các loại hình du lịch theo các tiêu chí cơ bản như: dựa trên môi trường tự nhiên, mục đích chuyến đi, lãnh thổ hoạt động, đặc điểm địa lý của điểm du lịch, phương tiện giao thông, loại hình lưu trú, lứa tuổi du khách, độ dài chuyến đi, hình thức tổ chức hoặc phương thức hợp đồng. Từ những nhận định trên, dựa trên tình hình thực tế tại Thành phố Cần Thơ có thể thấy một số loại hình du lịch cụ thể sau:

- *Du lịch sinh thái*: là hình thức du lịch thiên nhiên có mức độ giáo dục cao về sinh thái và môi trường có tác động tích cực đến việc bảo vệ môi trường và văn hóa, đảm bảo mang lại các lợi ích về tài chính cho cộng đồng địa phương và

có đóng góp cho các nỗ lực bảo tồn.

- *Du lịch văn hóa*: là hoạt động du lịch diễn ra chủ yếu trong môi trường nhân văn hoặc hoạt động du lịch đó tập trung khai thác tài nguyên du lịch nhân văn. Theo Luật du lịch Việt Nam, Du lịch văn hóa là hình thức du lịch dựa vào bản sắc văn hóa dân tộc với sự tham gia của cộng đồng nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống.

- *Du lịch MICE*:: là loại hình du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo, triển lãm, tổ chức sự kiện. Du lịch MICE thường là khách đoàn, nhu cầu ở mức cao hơn các tour khác. MICE là loại hình du lịch mang lại nguồn thu rất lớn cho ngành du lịch ở các nước.

- *Du lịch nghỉ dưỡng*: là loại hình du lịch nhằm thỏa mãn nhu cầu nghỉ ngơi, phục hồi sức khỏe của con người. Đây cũng là một loại hình du lịch đang được ưa chuộng. Ngày nay, nhu cầu về du lịch nghỉ dưỡng rất lớn, khi xã hội phát triển. Địa điểm hướng đến thường là những nơi có khí hậu mát mẻ, phong cảnh đẹp như: các bãi biển, các vùng núi, vùng nông thôn....

1.5. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1.5.1. Quy trình hoạch định chiến lược phát triển du lịch

Là nội dung quan trọng nhất xuyên suốt quá trình xây dựng chiến lược. Vì thực chất của xây dựng chiến lược là tổ chức triển khai qui trình hoạch định chiến lược. Cho đến nay, rất nhiều công trình khoa học đã nghiên cứu sâu vấn đề này, trong đó có mô hình của Fred R. David và mô hình của Thomas L. Wheelen-SD. Hunger.

1.5.1.1. Phân tích môi trường vĩ mô ảnh hưởng đến phát triển du lịch

Nhóm các yếu tố môi trường bên ngoài tổ chức gồm: Môi trường quốc tế, môi trường khu vực, môi trường quốc gia. Môi trường bên ngoài tác động trên bình diện rộng, gián tiếp, lâu dài và thường xuyên thay đổi, nhất là yếu tố kinh tế, chính trị và cạnh tranh. Sự tác động của chúng vào quản trị chiến lược này sinh các cơ hội và thách thức.

Các yếu tố của môi trường xã hội: Như dân số có ảnh hưởng đến cung ứng nguồn nhân lực, đến qui mô thị trường. Để quản trị chiến lược, công ty, tổ chức phải quan tâm cả hai yếu tố ảnh hưởng này. Nói một cách khác, dân số và mức gia tăng dân số ở mỗi thị trường, ở mỗi quốc gia luôn luôn là những lực lượng có ảnh hưởng rất lớn đến tất cả mọi hoạt động quản trị chiến lược.

Yếu tố văn hóa: cũng ảnh hưởng lớn đến quản trị chiến lược, vì chúng chi phối hành vi ứng xử của người tiêu dùng, chi phối hành vi mua sản phẩm, dịch

vụ của khách hàng từ đó chi phối chiến lược sản phẩm, dịch vụ. Tình cảm gia đình, dịch vụ, nghĩa là chi phối việc thiết lập chiến lược cụ thể.

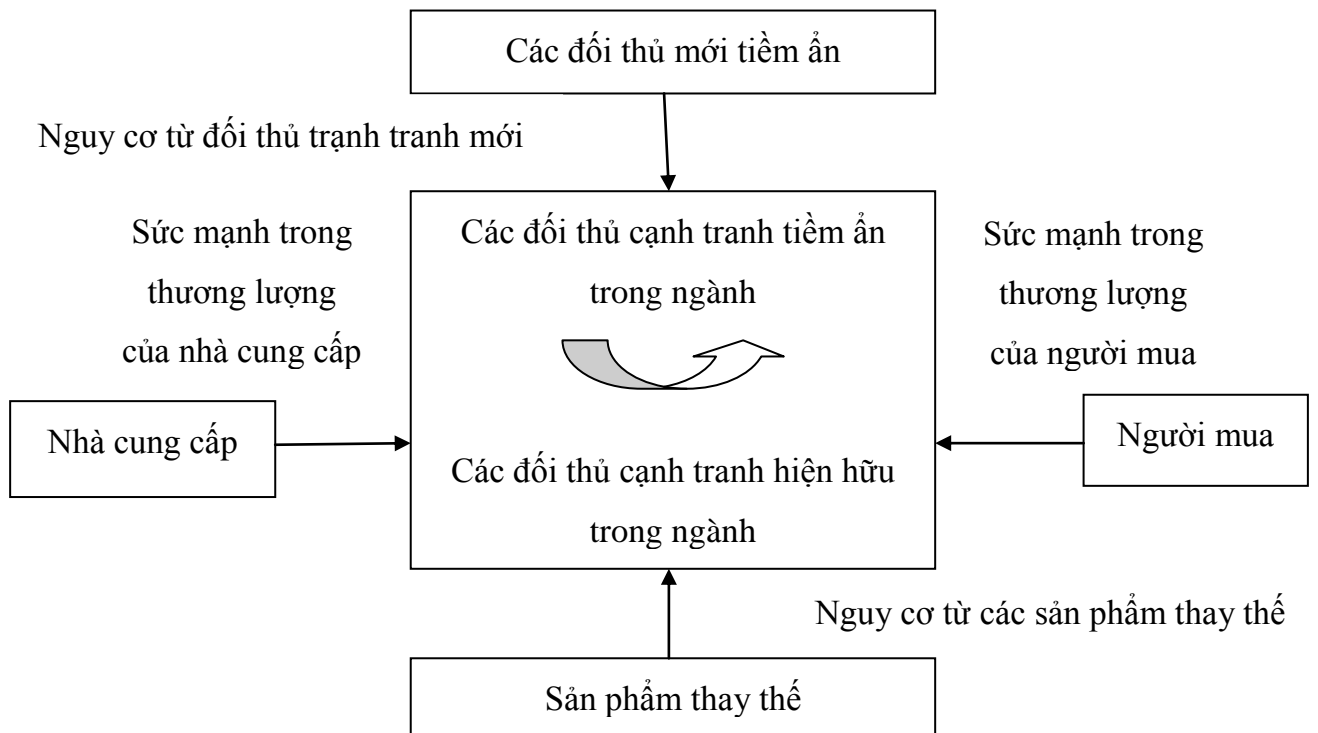
Hệ thống chính trị, pháp luật, chính sách: đóng vai trò khá quan trọng đối với các kinh doanh của các doanh nghiệp, vừa có thể thúc đẩy, vừa có thể hạn chế việc kinh doanh. Tất cả các luật, chính sách kinh tế mà chính phủ ban hành đều có ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Chính phủ có thể thúc đẩy bằng cách khuyến khích việc mở rộng và phát triển hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thông qua việc trợ cấp cho các ngành công nghiệp được lựa chọn, ưu tiên về thuế trong những hoàn cảnh nhất định, bảo vệ một vài ngành kinh doanh thông qua những biểu thuế suất đặc biệt, hay trợ giúp việc nghiên cứu và triển khai công nghệ mới.

Khoa học kỹ thuật : Thế giới ngày nay, các thành tựu khoa học công nghệ hiện đại đã mang lại cho con người nhiều thời gian nghỉ ngơi hơn, sự phát triển ồ ạt của quá trình đô thị hoá cũng như các quá trình di dân tự do đã góp phần làm cho con người ngày càng muốn tìm đến những miền đất lạ, những đất nước mà ở đó các giá trị sinh cảnh tự nhiên ban tặng như biển, hải đảo... và các giá trị văn hoá truyền thống còn được gìn giữ và bảo lưu nguyên vẹn. Chính thực tế ấy đã chỉ ra rằng du lịch biển đảo đang có sức hấp dẫn rất lớn đối với một bộ phận khá lớn du khách trên thế giới.

Điều kiện tự nhiên và môi trường: Thể hiện ở vị trí địa lý có những thuận lợi, khó khăn gì trong phát triển ngành du lịch.

1.5.1.2. Phân tích môi trường vì mô ảnh hưởng đến phát triển du lịch

Theo M.Porter, môi trường cạnh tranh ảnh hưởng trực tiếp đến quản trị chiến lược, vì vậy cần tích cực dự báo chính xác môi trường cạnh tranh. Môi trường tác động đến cạnh tranh gồm: nhà cung ứng đầu vào, sản phẩm thay thế, người mua, cạnh tranh giữa các công ty trong ngành.



Hình 1.5.1: Mô hình 5 áp lực cạnh tranh của Micheal E. Porter

(Nguồn: Fredr. David, *Khái luận về quản trị chiến lược*, Nhóm dịch Trương Công Minh-Trần Tuấn Thạc-Trần Thị tường Như, Nhà xuất bản lao động)

Các yếu tố môi trường vi mô tạo ra điểm mạnh - điểm yếu, đây là cơ sở để lựa chọn chiến lược. Các yếu tố môi trường vi mô bao gồm; nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng, tài nguyên thiên nhiên hiện có, Marketing, quản lý, hệ thống thông tin... và các yếu tố liên quan khác.

1.5.1.3. Xác định phương hướng và mục tiêu phát triển du lịch

Đây là một trong những nội dung quan trọng đầu tiên trong việc hoạch định chiến lược. Vì nó là cơ sở khoa học mang tính nền tảng cho quá trình hình thành và lựa chọn chiến lược phát triển du lịch. Trên nền tảng nghị quyết đại hội đảng bộ tỉnh Bạc Liêu giai đoạn 2016-2020 và tình hình thực tế phát triển của ngành du lịch những năm qua để hình thành lên phương hướng và mục tiêu.

1.5.1.4. Hình thành các phương án chiến lược

Bước 1: Tóm tắt các thông tin cơ bản cho việc hình thành các phương án chiến lược, đây thực chất là sử dụng ma trận EFE, IFE và ma trận hình ảnh cạnh tranh.

Bước 2: Kết nối các yếu tố quan trọng từ môi trường vĩ mô và môi trường vi mô để hình thành các chiến lược, bước này sử dụng công cụ SWOT để phân tích.

Bước 3: Là giai đoạn sơ tuyển các phương án chiến lược được hình thành từ bước 2, thông qua sự phân tích và trực giác của tác giả, sử dụng ma trận định lượng QSPM để xác định các chiến lược.

1.5.1.5. Lựa chọn chiến lược tối ưu

Căn cứ lựa chọn chiến lược: (1) dựa vào phương hướng và mục tiêu phát triển du lịch; (2) dựa vào tình hình thực hiện các phương hướng và mục tiêu mà ngành du lịch đang theo đuổi, nếu như chúng vẫn được xác định đúng hướng và hiệu quả; (3) dựa vào tiềm năng và nguồn lực hiện có và hiệu quả có thể đạt được.

Tiến trình lựa chọn chiến lược gồm 4 bước

Bước 1: Nhận diện và đánh giá các chiến lược phát triển ngành du lịch hiện tại, xác định mình đang ở đâu và đang theo đuổi chiến lược nào?

Bước 2: Sử dụng các công cụ EFE, IFE, ma trận hình ảnh cạnh tranh CPM, SWOT và ma trận định lượng QSPM để đánh giá các yếu tố môi trường vĩ mô, môi trường vi mô một cách toàn diện trong việc lựa chọn chiến lược.

Bước 3: Lựa chọn chiến lược dựa trên các căn cứ lựa chọn và kết quả thực hiện trong bước 1 và bước 2.

Bước 4: Đánh giá chiến lược được lựa chọn, bao gồm cả việc xem xét mức độ phù hợp giữa chiến lược đề ra với điều kiện môi trường, các nguồn lực và tiềm năng hiện có.

1.5.1.6. Đề xuất các giải pháp thực hiện chiến lược

Thực chất là lựa chọn các chiến lược bộ phận chức năng và một số hoạt động phụ trợ khác nhằm tạo ra và bảo đảm các điều kiện cần thiết để triển khai thực hiện thành công các chiến lược đã được lựa chọn. Vì vậy, đề xuất các giải pháp nào hoàn toàn phụ thuộc vào chiến lược được lựa chọn, kết quả phân tích môi trường vĩ mô, môi trường vi mô, kỹ năng và kinh nghiệm trực giác khi nghiên cứu.

1.5.2. Các công cụ xây dựng chiến lược và lựa chọn chiến lược

1.5.2.1. Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài EFE

Ma trận EFE tóm tắt và đánh giá các thông tin về các yếu tố chủ yếu liên quan đến môi trường bên ngoài, tổng hợp và tóm tắt những cơ hội và nguy cơ chủ yếu của môi trường bên ngoài ảnh hưởng tới quá trình hoạt động của doanh nghiệp (tổ chức). Qua đó giúp đánh giá được mức độ phản ứng của doanh nghiệp (tổ chức) với những cơ hội, nguy cơ và đưa ra những nhận định về các yếu tố tác động bên ngoài là thuận lợi hay khó khăn cho doanh nghiệp (tổ chức). Ma trận EFE được thực hiện theo các bước sau:

- Lập một danh sách các yếu tố cơ hội và nguy cơ có thể ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nghiệp (tổ chức) trong ngành/lĩnh vực kinh doanh.

- Phân loại tầm quan trọng theo thang điểm từ 0,0 (Không quan trọng) đến 1,0 (Rất quan trọng) cho từng yếu tố. Tổng điểm số tầm quan trọng của tất cả các yếu tố phải bằng 1,0.

- Xác định trọng số từ 1 đến 4 cho từng yếu tố, trọng số của mỗi yếu tố tùy thuộc vào mức độ phản ứng của mỗi công ty (tổ chức) với yếu tố, trong đó 4 là phản ứng tốt nhất, 3 là phản ứng trung bình khá, 2 là phản ứng trung bình, 1 là phản ứng yếu.

- Nhân tầm quan trọng của từng yếu tố với trọng số của nó để xác định điểm số của các yếu tố.

- Cộng điểm số của tất cả các yếu tố để xác định tổng điểm số của ma trận.

Tổng số điểm của ma trận không phụ thuộc vào số lượng các yếu tố có trong ma trận, cao nhất là điểm 4 và thấp nhất là điểm 1.

- Nếu tổng số điểm là 4 thì công ty (tổ chức) đang phản ứng tốt với những cơ hội và nguy cơ.

- Nếu tổng số điểm là 2,5 công ty (tổ chức) đang phản ứng trung bình những cơ hội và nguy cơ.

- Nếu tổng điểm là 1, công ty (tổ chức) đang phản ứng yếu kém với những cơ hội và nguy cơ.

1.5.2.2. Ma trận các yếu tố nội bộ IFE

Yếu tố nội bộ được xem là rất quan trọng của mỗi chiến lược và các mục tiêu mà doanh nghiệp (tổ chức) đề ra, sau khi xem xét tới các yếu tố nội bộ, nhà quản trị chiến lược cần lập ma trận các yếu tố này nhằm xem xét khả năng phản ứng và nhìn nhận những điểm mạnh, điểm yếu. Từ đó giúp tổ chức tận dụng tối đa điểm mạnh để khai thác và chuẩn bị nội lực đối đầu với những điểm yếu và tìm ra những phương thức cải tiến điểm yếu. Ma trận IEF được thực hiện theo các bước sau:

- Lập danh mục các yếu tố điểm mạnh, điểm yếu cơ bản có ảnh hưởng tới doanh nghiệp (tổ chức), tới những mục tiêu mà tổ chức đã đề ra.

- Phân loại tầm quan trọng từ 0,0 (không quan trọng) đến 1,0 (Rất quan trọng) cho từng yếu tố. Tầm quan trọng của những yếu tố này phụ thuộc vào mức độ ảnh hưởng của các yếu tố tới sự thành công của tổ chức trong ngành. Tổng số tầm quan trọng của tất cả các yếu tố phải bằng 1,0

- Xác định trọng số cho từng yếu tố theo thang điểm từ 1 đến 4, trong đó 4 điểm là rất mạnh, 3 điểm là khá mạnh, 2 điểm là khá yếu, 1 điểm là rất yếu.

- Nhân tầm quan trọng của từng yếu tố với trọng số của nó để xác định số điểm của các yếu tố.

- Cộng số điểm của tất cả các yếu tố, để xác định tổng điểm của ma trận.

Tổng số điểm của ma trận nằm trong khoảng từ 1 điểm đến 4 điểm, sẽ không phụ thuộc vào số lượng các yếu tố quan trọng trong ma trận. Nếu tổng điểm dưới 2,5 điểm, tổ chức yếu về các yếu tố nội bộ. Nếu tổng điểm trên 2,5 điểm, tổ chức mạnh về các yếu tố nội bộ

1.5.2.3. Ma trận SWOT

Ma trận SWOT (điểm mạnh-điểm yếu, cơ hội-nguy cơ) là công cụ kết hợp quan trọng có thể giúp cho nhà quản trị phát triển 4 loại chiến lược sau:

- Các chiến lược điểm mạnh-cơ hội (S.O): Sử dụng các điểm mạnh của tổ chức để tận dụng cơ hội từ bên ngoài.

- Các chiến lược điểm mạnh-nguy cơ (ST): Sử dụng các điểm mạnh của tổ chức để tránh, hạn chế tối đa nguy cơ từ bên ngoài.

- Các chiến lược điểm yếu-cơ hội (WO): Nhanh chóng khắc phục điểm yếu để tận dụng cơ hội từ bên ngoài.

- Các chiến lược điểm yếu-nguy cơ (WT): Nhanh chóng khắc phục điểm yếu để hạn chế tối đa nguy cơ từ bên ngoài đến tổ chức.

Ma trận SWOT được thực hiện 8 bước sau:

- Liệt kê các điểm mạnh chủ yếu bên trong doanh nghiệp (tổ chức).

- Liệt kê những điểm yếu bên trong.

- Liệt kê các cơ hội bên ngoài.

- Liệt kê các mối đe dọa bên ngoài.

- Kết hợp điểm mạnh bên trong với cơ hội bên ngoài thành chiến lược SO.

- Kết hợp điểm yếu bên trong với cơ hội bên ngoài thành chiến lược WO.

- Kết hợp điểm mạnh bên trong với nguy cơ bên ngoài thành chiến lược ST.

- Kết hợp điểm yếu bên trong với nguy cơ bên ngoài thành chiến lược WT.

	O: Những cơ hội	T: Những nguy cơ
	Liệt kê các cơ hội	Liệt kê các mối đe dọa
S: Những điểm mạnh	Các chiến lược SO	Các chiến lược ST
Liệt kê các điểm mạnh	Sử dụng các điểm mạnh của tổ chức để tận dụng cơ hội từ bên ngoài	Sử dụng các điểm mạnh của tổ chức để tránh, hạn chế tối đa nguy cơ từ bên ngoài
W: Những điểm yếu	Các chiến lược WO	Các chiến lược WT
Liệt kê những điểm yếu	Nhanh chóng khắc phục điểm yếu để tận dụng cơ hội từ bên ngoài	Nhanh chóng khắc phục điểm yếu để hạn chế tối đa nguy cơ từ bên ngoài đến tổ chức

Hình 1.5.2: Ma trận SWOT

(Đào Duy Huân (2016), *Lý thuyết và Mô hình quản trị chiến lược*, NXB Đại học Quốc Gia)

1.5.2.4. Ma trận định lượng QSPM

Sử dụng các yếu tố đầu vào nhờ những phân tích từ ma trận EFE và ma trận IFE và kết quả phân tích từ ma trận SWOT để quyết định khách quan trọng số các chiến lược có khả năng thay thế. Ma trận QSPM là công cụ cho phép các nhà chiến lược đánh giá khách quan các chiến lược có thể thay thế dựa trên các yếu tố thành công chủ yếu bên trong và bên ngoài doanh nghiệp (tổ chức) đã được xác định, giống như các công cụ phân tích việc hình thành chiến lược khác, ma trận QSPM đòi hỏi sự phán đoán tốt bằng trực giác. Các bước thực hiện ma trận QSPM như sau:

- Liệt kê các cơ hội, mối đe dọa bên ngoài và các điểm mạnh, điểm yếu quan trọng bên trong ở cột bên trái. Các thông tin này được lấy trực tiếp từ ma trận EFE và ma trận IFE, bao gồm tối thiểu 10 yếu tố quan trọng bên trong và 10 yếu tố quan trọng bên ngoài.

- Phân loại cho mỗi yếu tố thành công quan trọng bên trong và bên ngoài.

- Nghiên cứu kết quả ma trận SWOT và xác định các chiến lược có thể thay thế mà doanh nghiệp (tổ chức) nên xem xét thực hiện.

- Xác định số điểm hấp dẫn (AS), là giá trị bằng số biểu thị tính hấp dẫn tương đối mỗi chiến lược so với các chiến lược có thể thay thế khác. Số điểm hấp

dẫn được phân từ 1= không hấp dẫn, 2 = có hấp dẫn đôi chút, 3 = khá hấp dẫn, 4 = rất hấp dẫn.

- Tính tổng số điểm hấp dẫn (TAS) bằng cách nhân số điểm phân loại với số điểm hấp dẫn mỗi hàng. Tổng số điểm hấp dẫn càng cao thì chiến lược càng hấp dẫn.

- Tính tổng cộng các số điểm hấp dẫn, được tính bằng cách cộng tổng số điểm hấp dẫn trong cột chiến lược của ma trận QSPM, cộng tổng số điểm hấp dẫn biểu thị chiến lược nào là hấp dẫn nhất trong mỗi nhóm có khả năng thay thế. Số điểm hấp dẫn càng cao thì chiến lược càng hấp dẫn.

1.6. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỦA MỘT SỐ TỈNH TRONG KHU VỰC

1.6.1. Cà Mau

Cà Mau là nơi có điều kiện tự nhiên về địa hình, khí hậu, sinh vật, thủy văn,... rất thuận lợi là nguồn tài nguyên, là tiềm năng to lớn cho du lịch Cà Mau. Chúng góp phần quan trọng cho Cà Mau khai thác và phát triển nhiều loại hình du lịch như: tham quan, nghỉ dưỡng, nghiên cứu khoa học, du lịch sông nước, homestay,... Đặc biệt các nguồn tài nguyên đó tạo nên thế mạnh về du lịch sinh thái mang nét riêng của vùng đất Cà Mau mà không nơi nào có thể hòa lẫn được. Tất cả các nguồn tài nguyên đó đã được phối hợp với nhau để khai thác và phát triển du lịch, cụ thể như:

- Về rừng: rừng U Minh (thượng và hạ), Lâm Ngư Trường sông Trẹm, rừng đặc dụng Vồ Dơi,...

- Về sân chim: sân chim Ngọc Hiển, sân chim Đầm Dơi, vườn dơi Cái Keo,...

- Về vườn trái cây: vườn dâu Cái Tàu, vườn trái cây Tân Thành,...

- Các điểm du lịch: công viên du lịch mũi Cà Mau, làng du lịch Khai Long,...

- Các thắng cảnh thiên nhiên: đầm Thị Tường, hòn Đá Bạc, cụm đảo Hòn Khoai, cồn Ông Trang,...

1.6.2. Sóc Trăng

Sóc Trăng là vùng đất sông nước hữu tình, có nhiều chùa chiền, rất thuận lợi để phát triển du lịch biển, du lịch sinh thái, du lịch tâm linh gắn với bảo tồn và phát triển bản sắc văn hóa dân tộc. Thế mạnh của du lịch Sóc Trăng chính là du lịch tâm linh, văn hóa, lễ hội.

Vì vậy, cùng với tỉnh Kiên Giang, An Giang và Tiền Giang, Sóc Trăng là 1

trong 4 địa phương tạo ấn tượng về hoạt động du lịch với doanh thu từ du lịch đạt gần 200 tỷ đồng/năm. Theo ông Lâm Vĩnh Phương, Phó Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Sóc Trăng: Toàn tỉnh hiện có trên 200 điểm đình, chùa, miếu của 3 dân tộc Việt, Hoa, Khmer và nhiều điểm, địa danh du lịch được du khách trong và ngoài nước biết đến. Nhiều điểm chùa, du lịch về nguồn, văn hóa, lễ hội, du lịch sông nước, vườn cò, chợ nổi, bảo tàng đã được khai thác phục vụ du lịch, song vẫn còn nhiều điểm mới chỉ là tiềm năng. Ở Sóc Trăng cũng chưa có khu du lịch nào được công nhận đạt chuẩn theo quy định. Các dự án du lịch trọng điểm của tỉnh dù kêu gọi đầu tư đã nhiều năm, nhưng vẫn chưa thu hút được nhà đầu tư. Vì vậy, đến nay Sóc Trăng mới chỉ là điểm dừng chân của du khách, lượng du khách lưu trú chưa nhiều.

Để phát triển du lịch, Sóc Trăng đang đẩy mạnh khai thác tiềm năng thế mạnh, phát triển du lịch tâm linh, sinh thái gắn với bảo tồn, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Tỉnh tiếp tục phát huy thế mạnh du lịch tâm linh, văn hóa lễ hội, nâng cao tầm vóc của các lễ hội độc đáo của 3 dân tộc Kinh, Khmer, Hoa như các lễ hội: Sông nước miệt vườn, nghinh Ông, lễ Đấu đèn, lễ Cúng phước Biển. Đặc biệt, lễ hội Ooc-om-boc - Đua ghe ngo đã được nâng cấp thành lễ hội quốc gia, tổ chức 2 năm một lần và năm 2015 này là lần thứ hai tỉnh Sóc Trăng tổ chức lễ hội.

Ngoài ra, với thế mạnh của địa phương, Sóc Trăng còn nghiên cứu tổ chức Lễ hội bánh Pía, lễ hội Bún nước lèo... để có những bước đột phá mới thu hút du khách. Các lễ hội trong tỉnh cũng sẽ được tổ chức lồng ghép với một số hoạt động thường xuyên để giới thiệu đến du khách những nét nghệ thuật kiến trúc, những hoạt động văn hóa, thể thao, ca múa nhạc truyền thống độc đáo của đồng bào dân tộc Khmer, dân tộc Hoa. Đó là kiến trúc đình, chùa, nghệ thuật sân khấu rô băm, Dù kê, Múa trống sa dăm; lễ hội thả đèn nước, lễ cúng trăng, các làng nghề bánh pía, vẽ tranh trên kiếng, đan lát, dệt chiếu, cốm dẹp...

Nằm ở hạ nguồn sông Hậu, Sóc Trăng có trên 50km chiều dài sông Hậu, những cù lao xanh ngát giữa sông Hậu và 72 km bờ biển cùng với hệ thống sông rạch chằng chịt. Đây là tiền đề để tỉnh phát triển du lịch sinh thái, tổ chức các hoạt động du lịch sinh thái, nhất là du lịch cộng đồng, du lịch sông nước kết hợp du lịch biển. Những dự án du lịch như Cồn số 3 Song Phụng (huyện Long Phú), khu du lịch Hồ Bể (thị xã Vĩnh Châu), khu du lịch Mỏ Ó (huyện Trần Đề), khu du lịch rừng bần ngập mặn xã An Thạnh Nam (huyện Cù Lao Dung), tuyến tàu cao tốc du lịch Kinh Ba (Trần Đề) đi Côn Đảo, đang được tỉnh xúc tiến kêu gọi đầu tư. Sóc Trăng cũng tiếp tục mời gọi đầu tư cho khu du lịch cồn Mỹ Phước với những mô hình du lịch nông thôn sông nước hấp dẫn, không trùng lặp với các tỉnh bạn. Các ngành, địa phương tuyên truyền, vận động nâng cao nhận thức của

người dân, tạo điều kiện cho người dân tham gia mô hình du lịch cộng đồng, chủ yếu là mô hình homestay. Hiện nay ở Sóc Trăng còn có nhiều địa điểm thu hút du khách như cồn Mỹ Phước, chợ nổi Ngã Năm, vườn cò Tân Long, nhà ở của đồng bào dân tộc với kiến trúc độc đáo ở xã Phú Mỹ (Mỹ Tú). Mô hình này nếu được đầu tư sẽ nhanh chóng mang lại hiệu quả và tạo điều kiện để phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương, giải quyết việc làm, nâng cao thu nhập và nâng cao trình độ giao tiếp của người dân.

Đôi với du lịch về nguồn, tìm hiểu truyền thống lịch sử, Sóc Trăng cũng có nhiều điểm đến thú vị. Trên địa bàn tỉnh có nhiều di tích lịch sử cấp quốc gia như: Đền thờ Bác Hồ ở An Thạnh Đông (Cù Lao Dung); Khu căn cứ Tỉnh ủy ở rừng tràm Mỹ Phước (Mỹ Tú); Đình Hòa Tú - nơi diễn ra Khởi nghĩa Nam kỳ 1940; Miếu bà chúa Xứ Mỹ Đông (Mỹ Phước, Ngã Năm); khu di tích đón đoàn tù Chính trị Côn Đảo (ở thành phố Sóc Trăng); bia chiến thắng Chắc Túc - Bàu Cồn (Thạnh Trị); bia cắm thù ở Cái Cao (Kế Sách)...

Phát huy những tiềm năng, thế mạnh này, ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch Sóc Trăng đang tích cực tham mưu với Tỉnh ủy, UBND tỉnh để làm tốt công tác quy hoạch phát triển du lịch, kêu gọi đầu tư dự án du lịch; đào tạo nguồn nhân lực ngành du lịch; nâng cao chất lượng dịch vụ tại các điểm đến để mỗi du khách luôn xem Sóc Trăng là điểm đến không thể thiếu trong hành trình khám phá ĐBSCL.

Đánh giá tầm quan trọng của du lịch ở địa phương, Bí thư Tỉnh ủy Sóc Trăng Nguyễn Văn Thế đã nhấn mạnh: Sóc Trăng có hệ thống di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, chùa chiền có thể nói là có một không hai ở Đồng bằng sông Cửu Long. Tỉnh sẽ phát triển du lịch tâm linh - hướng phát triển du lịch mà nhiều địa phương, nhiều nước đã áp dụng. Mỗi di tích, mỗi công trình sẽ có điểm nhấn để tạo hứng thú cho du khách. Ngoài ra, Sóc Trăng có Cù Lao Dung, vùng sông nước có thể khai thác du lịch miệt vườn, du lịch sinh thái. Khi những tiềm năng du lịch của Sóc Trăng được khai thác, phát huy, chắc chắn sẽ tạo nhiều việc làm cho người dân địa phương, góp phần phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn.

1.6.3. Hậu Giang

Hậu Giang có nhiều tiềm năng du lịch tự nhiên mang tính đặc trưng riêng để xây dựng các sản phẩm du lịch nổi trội với hệ thống sông ngòi chằng chịt, có nhiều sản vật vùng quê như: khóm Cầu Đúc, bưởi Năm Roi Phú Hữu, quýt đường Long Trị... Đây cũng là vùng đất có sự giao thoa về văn hóa của 3 dân tộc Kinh, Khmer, Hoa nên có đời sống văn hóa tín ngưỡng phong phú. Hậu Giang còn nổi tiếng là vùng đất giàu truyền thống cách mạng với 9 điểm di tích lịch sử văn hóa cấp quốc gia như: Khu di tích Tỉnh ủy Hậu Giang; Di tích Nam kỳ khởi

nghĩa; Di tích chiến thắng Tâm Vu; Đền thờ Bác Hồ... Những điểm di tích này góp phần tạo nên sự đa dạng, giúp cho Hậu Giang trở thành một trong những điểm đến mới hấp dẫn du khách. Hậu Giang còn thu hút du khách với những vườn trái cây trĩu cành, Kênh xáng Xà No vừa nên thơ vừa mạnh mẽ mang phù sa bồi đắp cho hàng ngàn cánh đồng, đồng thời là tuyến giao thông đường thủy quan trọng của tỉnh Hậu Giang và Tp. Cần Thơ. Hậu Giang còn có KDL sinh thái rừng tràm chim Vịt Thủy, Khu bảo tồn thiên nhiên đất ngập nước Lung Ngọc Hoàng... thu hút sự quan tâm của các du khách muốn tìm về với thiên nhiên. Thêm điểm thuận lợi khi phát triển du lịch Hậu Giang là hệ thống giao thông của tỉnh nói riêng và việc kết nối Hậu Giang với các tỉnh, thành khác trong khu vực đã phát triển khá tốt. Hậu Giang không còn là điểm đến cuối cùng trong Tiểu vùng Tây Sông Hậu khi QL 1 được nâng cấp; đường nối Vị Thanh - Cần Thơ, Bốn Tổng - Một Ngàn hoàn thành; cầu Cái Tư, cầu Đoàn Kết nối liền với huyện Gò Quao và Giồng Riềng tỉnh Kiên Giang. Không chỉ riêng tôi mà hầu hết các chuyên gia cũng đều nhận định rằng rất nhiều nơi trên địa bàn tỉnh Hậu Giang vẫn còn giữ được cảnh quan thiên nhiên hoang sơ, là lợi thế ít địa phương nào trong vùng ĐBSCL có được. Nơi đây rất thích hợp cho loại hình du lịch được nhiều du khách nước ngoài quan tâm như du lịch sinh thái, sông nước miệt vườn phát triển; trong đó hai khu vực sẽ đi tiên phong là vùng Khóm Cầu Đúc ở Hòa Tiến (Tp. Vị Thanh) và Quýt đường Long Trị (huyện Long Mỹ). Du lịch sinh thái vốn là loại hình không mới nhưng rất thu hút du khách, nhất là du khách nước ngoài. Chính vì vậy chúng tôi rất tin tưởng Hậu Giang từ mô hình du lịch tiềm năng này sẽ có những sản phẩm du lịch ấn tượng dành cho du khách. Với việc tích cực khai thác tiềm năng sẵn có, du lịch Hậu Giang có sự "lột xác" đáng kể so với thời điểm mới thành lập tỉnh. Xin ông minh chứng cho thành công này bằng những số liệu cụ thể? Trên cơ sở khai thác những tiềm năng lợi thế sẵn có, sau hơn 10 năm chia tách, song hành cùng những thành tựu lớn trong phát triển KT - XH, ngành du lịch Hậu Giang cũng có nhiều khởi sắc thể hiện qua lượng du khách năm sau cao hơn năm trước, góp phần vào tăng trưởng kinh tế địa phương. Cụ thể nếu như thời điểm mới chia tách, lượng du khách đến tỉnh là 90.563 lượt, doanh thu khoảng 1,7 tỷ đồng thì đến năm 2014 con số này đã nâng lên 293.000 lượt khách, doanh thu khoảng 44 tỷ đồng. Có được thành công này trước hết phải kể đến sự tập trung chỉ đạo xuyên suốt, quan tâm sâu sắc của Tỉnh ủy, HĐND, UBND tỉnh; sự hỗ trợ từ Tổng Cục Du lịch; sự phối hợp đồng bộ giữa các Sở ngành địa phương cũng như sự chủ động trong quản lý điều hành của lãnh đạo ngành đã giúp cho du lịch Hậu Giang từng bước hoàn thiện và ngày càng hấp dẫn du khách. Khách quan mà nói, ngành du lịch Hậu Giang có xuất phát điểm thấp so với các tỉnh thành trong khu vực dẫn đến nhiều hạn chế về cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, đặc biệt là chưa hình thành những sản phẩm du lịch đặc trưng hấp dẫn

du khách. Vì lẽ đó lượng du khách đến Hậu Giang thời gian qua mặc dù có tăng theo từng năm nhưng nhìn chung vẫn chưa tương xứng với tiềm năng du lịch của tỉnh. Vấn đề khắc phục những khó khăn, đưa du lịch Hậu Giang ngày một phát triển xứng tầm với tiềm năng vốn có đã trở thành nỗi trăn trở không chỉ của riêng tôi mà còn của toàn thể cán bộ, công chức, viên chức ngành du lịch.

Tóm lại, nếu so với Cà Mau, Sóc Trăng và Hậu Giang ngành du lịch Bạc Liêu không tụt. Bạc Liêu tự hào với những sản phẩm du lịch không kém gì so với ba tỉnh nhà bạn và hơn thế nữa Bạc Liêu có sản phẩm đặc thù chín là thế mạnh của tỉnh để phát triển hoạt động kinh doanh du lịch trong tương lai. Chính vì vậy thời gian tới ngành du lịch sẽ tiếp tục phối hợp cùng các địa phương, các doanh nghiệp xây dựng những sản phẩm du lịch theo hướng: du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, tín ngưỡng. Ngành cũng tập trung xây dựng các dịch vụ phục vụ du lịch nhằm thu hút du khách; tăng cường đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng phục vụ cho phát triển du lịch. Đồng thời tích cực kêu gọi vốn đầu tư từ các thành phần kinh tế, tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước đầu tư vào các dự án du lịch và phát triển hạ tầng, dịch vụ du lịch...trên địa bàn.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Du lịch trở thành một nền kinh tế mũi nhọn của nhiều quốc gia và đã góp phần không nhỏ vào sự phát triển kinh tế thế giới. Sản phẩm du lịch có nhiều đặc tính đặc biệt đối với từng vùng, miền. Do đó, ngành Du lịch có sức cạnh tranh rất lớn, cạnh tranh giữa các đối thủ trong và ngoài nước. Để có một chiến lược phát triển Du lịch Bạc Liêu một cách toàn diện, tác giả chọn các công cụ chiến lược như: Ma trận SWOT, Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài EFE, Ma trận các yếu tố nội bộ IFE, Ma trận định lượng QSPM. Tất cả lý thuyết này là cơ sở để nghiên cứu chương 2 và 3.

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH, ĐÁNH GIÁ VÀ DỰ BÁO MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA NGÀNH DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU

2.1. PHÂN TÍCH TỔNG QUÁT VỀ HIỆN TRẠNG KINH DOANH CỦA NGÀNH DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU

2.1.1. Kết quả kinh doanh du lịch đạt được 09 tháng đầu năm 2016

Doanh thu du lịch - dịch vụ năm 2016, ước đạt 1000 tỷ đồng (*tăng 7,5%*); trong đó doanh thu nhà hàng- khách sạn ước đạt 400 tỷ đồng (*tăng 8,5%*). Đón tiếp khoảng 1.240.000 khách du lịch (*tăng 9%*), trong đó khách sử dụng dịch vụ lưu trú đạt khoảng 400.000 người (*tăng 9,3 %*), khách quốc tế đạt khoảng 38.000 lượt khách (*tăng 8,5%*)

Doanh thu du lịch - dịch vụ 9 tháng đầu năm 2016 khoảng 810 tỷ đồng đạt 81% kế hoạch năm và tăng 5,4% so với cùng kỳ năm 2015; Trong đó doanh thu khối nhà hàng khách sạn đạt khoảng 290 tỷ đồng; đón tiếp được khoảng 1.000.000 lượt khách đạt 71% kế hoạch cả năm, tăng 5% so với cùng kỳ năm 2015, trong đó có 300.000 lượt khách sử dụng dịch vụ lưu trú đạt 75% kế hoạch; có khoảng 26.000 lượt khách quốc tế đạt 68% kế hoạch.

Các doanh nghiệp đầu tư nâng cấp hệ thống khách sạn, nhà nghỉ phục vụ khách du lịch theo hướng nâng dần tỉ lệ các khách sạn đạt chuẩn 2 sao, 3 sao. Tổ chức thẩm định và ra quyết định xếp hạng cho cơ sở lưu trú du lịch Sơn Lâm đạt tiêu chuẩn 01 sao. Tổ chức kiểm tra, hướng dẫn các cơ sở thực hiện các thủ tục thẩm định xếp hạng đối với Khu Bungalow của Công ty ô tô Bảo Toàn, khách sạn Tô Loan, Khách sạn Đức Vương, khách sạn Thái Bình, khách sạn Thiên Nga..., góp phần tăng số lượng cơ sở lưu trú đạt chuẩn, đảm bảo đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách đến với Bạc Liêu.

- Tổ chức Hội nghị tổng kết Chương trình hành động du lịch giai đoạn 2012-2016; xây dựng và triển khai Chương trình hành động du lịch giai đoạn 2016-2020 và Kế hoạch thực hiện Chương trình hành động du lịch năm 2016. Chủ trì xây dựng kế hoạch và tổ chức Hội thi ẩm thực tỉnh Bạc Liêu 2016, thu hút 14 đội tham gia đến từ các huyện, thị xã, thành phố và các nhà hàng, quán ăn trên địa bàn tỉnh.

UBND tỉnh phê duyệt Quy hoạch phát triển du lịch Bạc Liêu đến năm 2020, tầm nhìn 2030; đẩy nhanh tiến độ thi công sớm hoàn thành dự án khu du lịch Quán Âm Phật Đài - hạng mục Núi Quan Âm; khu du lịch Sân chim Bạc Liêu; Khởi công xây dựng Trúc Lâm thiền viện...

- Các địa phương đã tổ chức tốt các lễ hội truyền thống như: lễ hội Đồng Nọc Nặng, Lễ hội Quán Âm Nam Hải, lễ hội Nghinh Ông Gành Hào,... thu hút đông đảo người dân và du khách đến tham dự; tổ chức thành công giải Bì sắt vô địch toàn quốc tại Bạc Liêu.

Duy trì và phát huy tốt các điểm du lịch đã được Hiệp hội Du lịch ĐBSCL công nhận để khai thác kết nối tour, tuyến du lịch với khu vực và cả nước. Cùng cố hệ thống giới thiệu các đặc sản, các sản phẩm lưu niệm của Bạc Liêu với khách du lịch.

Nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, nâng cao tính chuyên nghiệp trong phục vụ của các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch; phát huy khai thác các sản phẩm hiện có, xây dựng các sản phẩm mới theo hướng đa dạng hóa.

Đẩy mạnh công tác tuyên truyền sâu rộng đến cán bộ và nhân dân Chương trình hành động về du lịch của tỉnh Bạc Liêu giai đoạn 2016 – 2020; xây dựng chuyên mục quảng bá du lịch trên Báo Bạc Liêu và Đài PT-TH tỉnh, đồng thời, phối hợp thực hiện tốt việc giới thiệu các khu, điểm du lịch, tiềm năng du lịch của tỉnh trên các tạp chí của tỉnh và các tỉnh bạn, trên các báo, đài trung ương,...

Tổ chức tốt các hoạt động giao lưu và quảng bá du lịch của tỉnh nhà tại Ngày hội Du lịch thành phố Hồ Chí Minh năm 2016. Thường xuyên phối hợp chặt chẽ với Hiệp hội du lịch Đồng bằng sông Cửu Long thực hiện tốt công tác quảng bá và tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch Bạc Liêu phát triển. Tham gia đoàn khảo sát du lịch Campuchia và Thái Lan do Hiệp hội tổ chức để khai thác kết nối tour, tuyến du lịch với nước bạn.

Triển khai thực hiện tốt Kế hoạch «*Về tăng cường công tác quản lý môi trường du lịch, đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch*» theo Chỉ thị số 18/CT-TTg ngày 04/9/2013 của Thủ tướng Chính phủ nhằm quản lý tốt các khu điểm du lịch, chấn chỉnh tốt công tác vệ sinh môi trường, an ninh trật tự và an toàn cho khách du lịch; quan tâm đến lợi ích của các bên trong khai thác và phát triển các điểm du lịch của tỉnh để khắc phục tình trạng buôn bán mất trật tự, ăn xin, chèo kéo khách du lịch tại các khu, điểm du lịch, góp phần đảm bảo môi trường du lịch thân thiện, an toàn cho du khách, nhất là khu Quán âm Phật đài và Khu du lịch Nhà Mát.

UBND tỉnh ban hành quyết định công nhận 05 điểm tham quan du lịch là điểm du lịch địa phương, bao gồm: Khu Quán âm Phật đài, Khu du lịch sinh thái Hồ Nam, khu nhà Công tử Bạc Liêu, Quảng trường Hùng Vương, khu lưu niệm nghệ thuật ĐCTT Nam bộ và nhạc sỹ Cao Văn Lầu. Triển khai thực hiện bộ quy tắc ứng xử trong hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu;

Xây dựng Dự thảo đề án thành lập Trung tâm thông tin xúc tiến du lịch, để gửi xin ý kiến đóng góp, làm cơ sở trình UBND tỉnh phê duyệt. UBND tỉnh ban hành văn bản chỉ đạo về việc hỗ trợ phát triển doanh nghiệp ngành du lịch theo Nghị quyết số 35/NQ-CP của Chính phủ; chỉ đạo nâng cao hiệu quả thực hiện nhiệm vụ, giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh, góp phần thực hiện thắng lợi mục tiêu Nghị quyết số 02-NQ/TU ngày 24/6/2011 của BCH Đảng bộ tỉnh (khóa XIV) về đẩy mạnh phát triển du lịch và Nghị quyết BCH Đảng bộ tỉnh lần thứ XV.

Hoàn thành tốt việc triển khai thực hiện nhiệm vụ theo dõi, hỗ trợ, xử lý các khó khăn, vướng mắc trong quá trình quản lý, khai thác Khu du lịch Nhà Mát.

2.1.2. Một số khó khăn, hạn chế

Công tác quy hoạch, triển khai dự án du lịch thực hiện còn chậm. Trình độ đội ngũ cán bộ quản lý và đội ngũ lao động chuyên môn ngành du lịch còn hạn chế ảnh hưởng không nhỏ đến khả năng kinh doanh, phát triển dịch vụ du lịch cũng như hạn chế trong việc giao tiếp với khách du lịch.

Chương trình hành động du lịch năm 2016 triển khai chưa đạt yêu cầu; việc triển khai thực hiện các nhiệm vụ về phát triển du lịch của từng ngành, từng địa phương chưa đồng bộ, chưa thật sự có hiệu quả.

Việc nâng giá dịch vụ du lịch, chèo kéo khách vẫn còn xảy ra làm ảnh hưởng môi trường du lịch của tỉnh. Về vệ sinh môi trường ở một số khu điểm tham quan du lịch vẫn chưa đảm bảo tốt, trong đó điển hình Khu quán âm phật đài, khu du lịch Nhà Mát....

2.1.3. Nguyên nhân

Sự phối hợp giữa các ngành, các cấp, các địa phương trong phát triển du lịch chưa thực sự gắn kết có hiệu quả; việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch trên địa bàn còn hạn chế, chưa thật sự thu hút các doanh nghiệp vào đầu tư.

Kế hoạch thực hiện Chương trình hành động du lịch năm 2016 chậm được ban hành và kinh phí thực hiện cấp chưa kịp thời.

Các cấp, các ngành, nhất là thành viên Ban chỉ đạo phát triển du lịch của tỉnh chưa phát huy vai trò, trách nhiệm, chưa có sự gắn kết, phối hợp chặt chẽ, còn giao phó cho ngành văn hóa, thể thao và du lịch.

Năng lực của đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý, cán bộ chuyên môn cũng như trình độ của đội ngũ lao động ngành du lịch chưa đáp ứng yêu cầu.

Các doanh nghiệp du lịch chưa thực sự chú trọng đến việc xây dựng đa dạng hóa các sản phẩm du lịch và nâng cao trình độ cho người lao động.

2.2. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG BÊN TRONG TÁC ĐỘNG ĐẾN CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA NGÀNH DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU GIAI ĐOẠN 2016-2020 VÀ TẦM NHÌN 2030

2.2.1. Cơ sở lưu trú

Bảng 2.1: Số cơ sở lưu trú và xếp hạng cơ sở lưu trú giai đoạn 2011- 2015

Stt	Chỉ tiêu	ĐV tính	Năm				
			2011	2012	2013	2014	2015
1.	Cơ sở lưu trú						
1.1	Số cơ sở	Cơ sở	22	30	35	40	45
1.2	Số lượng phòng	Phòng	490	733	780	830	1015
	Trong đó						
	Số CS được xếp sao	Cơ sở	12	14	25	28	33
	Số lượng phòng	Phòng	240	445	650	750	815
1.3	Công suất phòng (tính TB cả năm)	%	55%	60%	62%	70%	70%

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bạc Liêu

Theo số liệu bảng số 2.2 cho thấy tốc độ tăng trưởng cơ sở lưu trú trung bình trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu giai đoạn 2011 – 2015 chỉ đạt thấp (19,95%) nhưng tăng đều trong 4 năm gần đây, 14,48%.

Về số lượng phòng: Tăng qua các năm và tăng mạnh trong 2 năm trở lại đây. Năm 2011 có 490 phòng nhưng đến năm 2015 có 1015 phòng (tăng 525 phòng) tương ứng tốc độ tăng trung bình giai đoạn này là 21,18% thấp, đặc biệt trong năm 2015 số lượng phòng tăng mạnh cụ thể tăng 185 phòng so với năm 2014.

Về phân loại chất lượng cơ sở lưu trú. Tốc độ tăng trưởng trung bình trong giai đoạn là 31,27%, cụ thể: Năm 2011, tổng số cơ sở được xếp hạng chất lượng là 12 cơ sở chiếm 54,55% số lượng khách sạn, nhưng đến năm 2015 có 33 cơ sở chiếm 73,33% so với số lượng khách sạn.

Về công suất sử dụng phòng. Tốc độ tăng trưởng công suất sử dụng phòng trung bình trong giai đoạn 2011-2015 là 6,33%, cụ thể: công suất sử dụng phòng năm 2011 chỉ đạt 55% nhưng tăng dần đều đến năm 2015 đạt 70%.

Từ phân tích trên cho thấy: Số lượng cơ sở lưu trú tăng chậm, nhưng chất

lượng hệ thống cơ sở lưu trú tăng nhanh hơn, cơ sở lưu trú đạt tiêu chuẩn chất lượng cao ngày càng được quan tâm đầu tư nhiều hơn.

2.2.2. Thực trạng phát triển lao động trong ngành du lịch của Bạc Liêu

Bảng 2.2. Lực lượng lao động trong ngành du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2011-2015

Stt	Các chỉ tiêu	Đv tính	2011	2012	2013	2014	2015	Tăng trưởng BQ (%)
1	Lao động ngành DL	Người	1900	1978	2020	2070	2150	3,14%
1.1	Đại học và trên ĐH	"	55	74	80	95	150	29,82%
1.2	Cao đẳng, trung cấp	"	150	221	255	280	305	20,36%
1.3	Đào tạo khác	"	700	750	800	850	900	6,48%
1.4	Chưa qua đào tạo	"	995	933	885	845	795	-5,45%

Nguồn: Cục thống kê tỉnh, niên giám thông kê 2011- 2015

Theo số liệu trong bảng 2.2 cho thấy lao động trong ngành du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2011-2015 tăng trưởng với tốc độ bình quân 3,14%/năm,. Tuy tốc độ tăng trưởng thấp nhưng lượng lao động trong ngành từ giai đoạn 2012-2015 liên tục tăng. Số lượng lao động năm 2011 mới có 1.900 người, đến năm 2015 là 2.150 người tăng 250 người (Trong đó lượng lao động có bằng đại học và trên đại học đạt tốc độ tăng trưởng cao nhất(29,82%). Do vậy, hoạt động đào tạo phát triển nguồn nhân lực cũng đạt được một số thành công nhất định.

Tóm lại: Chất lượng lao động trong ngành du lịch của Bạc Liêu còn thấp. Trong giai đoạn 2011-2015 đã có sự chuyển biến theo hướng tích cực ngày càng tăng về số lượng và chất lượng. Số lao động được đào tạo chiếm tỷ lệ tăng dần theo thời gian. Tuy nhiên, số lao động chưa qua đào tạo vẫn là bộ phận chiếm tỷ trọng lớn trong toàn lực lượng lao động của ngành du lịch (44,01%) nhưng có dấu hiệu giảm dần qua các năm với tốc độ trung bình giảm 5,45%/năm là dấu hiệu tốt cho ngành kinh doanh du lịch Bạc Liêu hiện nay.

2.2.3. Đầu tư phát triển du lịch

Trong giai đoạn 2011-2015, du lịch Bạc Liêu đã thu hút được nguồn vốn đầu tư khá lớn. Các dự án này tập trung đầu tư cho các khu du lịch, khu di tích lịch sử - văn hoá như: Đền thờ Bác Hồ, Khu lưu niệm nghệ thuật đờn ca tài tử và nhạc sĩ Cao Văn Lầu, Đồng Nọc Nặng, Nơi thành lập chi bộ Đảng cộng sản đầu tiên của tỉnh, Khu du lịch biển Nhà Mát, Khu nhà công tử Bạc Liêu, khu Quán âm phạt đài, khu du lịch sinh thái Hồ Nam, quảng trường Hùng Vương, khu Điện

gió ... với tổng mức vốn đăng ký trên 1.500 tỷ đồng. Bên cạnh đó, từ năm 2005 đến năm 2015 kinh phí ngân sách tỉnh cũng đã chi cho Chương trình hành động du lịch gần 10 tỷ đồng để phát triển du lịch của tỉnh.

Bạc Liêu bước đầu thu hút được một số nhà đầu tư đến đầu tư phát triển du lịch của tỉnh. Hiện nay đã có nhiều nhà đầu tư đăng ký đầu tư vào du lịch Bạc Liêu, như Công ty cổ phần ô tô Bảo Toàn; Công ty cổ phần du lịch sinh thái Hồ Nam., Công ty TNHH thương mại dịch vụ Cẩm Quyên, Công ty TNHH xây dựng – Thương mại Công Lý, doanh nghiệp Lý Toàn v.v.....

Nhìn chung, trong giai đoạn vừa qua việc triển khai hoạt động đầu tư và các dự án du lịch đã đạt được một số kết quả đáng khích lệ, mang lại những hiệu quả kinh tế xã hội cho tỉnh.

- Thông qua những nỗ lực đầu tư từ ngân sách nhà nước cho việc phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ du lịch, môi trường đầu tư du lịch của Bạc Liêu sẽ được cải thiện, tăng tính hấp dẫn... qua đó thu hút được nhiều nhà đầu tư đến với Bạc Liêu.

- Những dự án đầu tư này sẽ mang lại một diện mạo mới cho du lịch Bạc Liêu thông qua hệ thống cơ sở vật chất, cơ sở hạ tầng và các sản phẩm dịch vụ du lịch đa dạng hơn, có chất lượng cao hơn.

Tuy nhiên hoạt động đầu tư của Bạc Liêu cũng còn gặp nhiều khó khăn cả khách quan lẫn chủ quan.

- Tình hình kinh tế xã hội ảm đạm trong những năm gần đây (từ 2010 đến nay) ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động đầu tư. Một số dự án bị chậm tiến độ; sự nhiệt tình của các nhà đầu tư giảm sút...

- Do Bạc Liêu chưa phải là tỉnh trọng điểm du lịch của cả nước nên các nhà đầu tư còn tâm lý thận trọng, chủ yếu thăm dò thị trường.

- Một số nhà đầu tư đăng ký dự án không phù hợp với năng lực, không loại trừ tình trạng "xí chõ", "dành đất".

Mặc dù được sự hỗ trợ từ nhà nước đầu tư hạ tầng cho các dự án, tuy nhiên, do những khó khăn về nguồn vốn, về bối cảnh kinh tế xã hội nên các dự án này chưa phát huy hết hiệu quả để thu hút khách du lịch.

2.2.4. Phân tích các sản phẩm, các loại hình phát triển kinh doanh du lịch

Hiện tại du lịch Bạc Liêu tập trung phát triển các loại hình kinh doanh du lịch chính:

- *Du lịch sinh thái*: chủ yếu là du lịch tham quan vườn chim Bạc Liêu; du lịch cuối tuần ở Vườn Nhãn Bạc Liêu; du lịch sinh thái biển ở khu du lịch biển Nhà Mát....

- *Du lịch văn hóa*: mới khai thác một số điểm di tích lịch sử văn hóa như Nhà công tử Bạc Liêu; Khu lưu niệm nghệ thuật đờn ca tài tử Nam bộ và nhạc sỹ Cao Văn Lầu; Quảng trường Hùng Vương; một số khu, điểm di tích khác... Các di tích lịch sử này mới được khai thác dưới hình thức một điểm tham quan đơn lẻ, trong khi những giá trị văn hóa sâu hơn, những giá trị ăn theo... đều chưa được khai thác.

- *Du lịch lễ hội*: một số lễ hội được khai thác như lễ hội đấu ấn Đồng Nọc Nặng; Lễ hội Dạ cổ hoài lang; Lễ hội Nghinh ông; Lễ hội Quán âm Nam Hải và một số lễ tết của các dân tộc... bước đầu hình thành các sản phẩm du lịch thu hút khá đông khách du lịch.

- *Du lịch văn hóa tâm linh*: có những tiềm năng về du lịch văn hóa tâm linh như Quán âm Phật đài, Lăng và lễ hội cá ông; Nhà thờ Tắc Sậy, các chùa phật giáo... tuy nhiên các sản phẩm mới tập trung vào việc hình thành các sự kiện (chủ yếu là lễ hội) liên quan, các dịch vụ ăn theo, các sản phẩm hỗ trợ phát triển mạnh.

Nhìn chung, sản phẩm du lịch Bạc Liêu đã có bước cải thiện đáng kể về chất lượng trong thời gian qua. Tuy nhiên, các giá trị ăn theo, các giá trị hỗ trợ chưa được khai thác hiệu quả, do đó chưa thu hút được khách du lịch, khả năng cạnh tranh thấp, hiệu quả kinh tế không cao do các nguyên nhân chính và cũng là những hạn chế của quá trình khai thác tiềm năng du lịch phát triển sản phẩm du lịch của Bạc Liêu

- Tiềm năng mới khai thác ở dạng sẵn có, chưa có nhiều các giá trị gia tăng từ các giá trị tiềm năng. Chưa tạo thành chuỗi các sản phẩm du lịch có tính liên kết để khai thác được hết các lớp giá trị của tài nguyên du lịch.

- Chưa khai thác được các yếu tố, giá trị ăn theo từ các tiềm năng du lịch như *tiềm năng du lịch gắn với Công tử Bạc Liêu; tiềm năng du lịch gắn với Dạ cổ hoài lang...*

- Chưa phát triển hệ thống các sản phẩm du lịch hỗ trợ

- Các loại hình dịch vụ đơn điệu và tập trung chủ yếu ở khu vực TP Bạc Liêu; các loại hình vui chơi giải trí hầu như chưa được phát triển.

- Một số tiềm năng du lịch chưa được khai thác như *du lịch sông nước; tiềm năng du lịch sinh thái nông nghiệp, ngư nghiệp; tiềm năng du lịch làng nghề...*

- Chưa tạo ra những sản phẩm có tính kết nối vùng miền đặc biệt trong Vùng đồng bằng sông Cửu Long. Bạc Liêu chưa thực sự trở thành điểm đến hấp dẫn do đó các nhà đầu tư, kinh doanh du lịch ít có sự đầu tư cho các sản phẩm du

lịch chất lượng cao, sáng tạo dẫn đến việc sản phẩm đơn điệu, chất lượng thấp.

2.2.5. Phân tích cơ cấu du khách đến Bạc Liêu

2.2.5.1. Số lượng khách

Số lượng khách đến Bạc Liêu tăng đều theo các năm, tốc độ tăng trung bình giai đoạn 2011-2015 đạt 17,63%. Năm 2011 tổng số khách đến đạt 529.000 người, nhưng 5 năm sau số khách tăng lên 1.000.000 người, gần gấp 2 lần.

Bảng 2.3. Số lượng khách du lịch giai đoạn 2011-2015

Stt	Các chỉ tiêu	Đơn vị tính	2011	2012	2013	2014	2015	Tăng trưởng BQ(%) 2011-2015
1	Lượng khách du lịch	L/K	529.000	635.000	760.000	973.000	1.000.000	17,63
	Tốc độ tăng trưởng	%	-	20,03	19,69	28,03	2,77	
	Khách quốc tế	L/K	17.000	20.000	25.000	25.000	25.000	10,66
	Khách nội địa	"	512.000	615.000	735.000	948.000	975.000	17,86
	Tỷ trọng khách quốc tế	%	3,21	3,15	3,29	2,57	2,50	-5,51
	Tỷ trọng Khách nội địa	"	96,79	96,85	96,71	97,43	97,5	0,18
2	Trong đó Khách lưu trú	L/K	100.000	180.000	230.000	300.000	360.000	39,55
	Khách quốc tế	"	12.500	12.000	12.100	12.125	12.130	-0,73
	Khách nội địa	"	87.500	168.000	217.900	287.875	347.870	43,66
3	Tỷ lệ khách lưu trú trong tổng số khách	%	18,90	28,34	30,26	30,83	36,00	18,84
4	Ngày khách	Ngày	650.000	793.000	820.000	1.116.000	1.200.000	17,26
	Khách quốc tế	"	51.000	60.000	12.350	12.550	12.670	-14,80
	Khách nội địa	"	599.000	733.000	807.650	1.147.450	1.187.330	19,53
5	Ngày khách BQ	"	1,23	1,25	1,24	1,25	1,26	-0,26
	Khách quốc tế	"	3,00	3,00	2,94	3,00	2,93	-0,57
	Khách nội địa	"	1,17	1,20	1,19	1,20	1,22	1,21
6	Ngày khách lưu trú	"	122.000	225.000	287.000	378.000	457.200	41,16
	Khách quốc tế	"	12.500	13.000	12.000	13.365	13.949	3,01
	Khách nội địa	"	109.500	212.000	275.000	364.635	443.251	44,37
7	Ngày khách lưu trú BQ	"	1,22	1,25	1,25	1,26	1,27	1,01
	Khách quốc tế	"	1,00	1,10	1,00	1,10	1,15	3,84
	Khách nội địa	"	1,25	1,24	1,22	1,25	1,25	0,45

Nguồn: Niên giám thống kê 2011- 2015; cục Thống kê tỉnh Bạc Liêu

Qua bảng số liệu trên cho ta thấy lượng khách du lịch Bạc Liêu tăng dần qua các năm. Một trong những nguyên nhân chính dẫn đến sự tăng lượt khách du lịch đến với Bạc Liêu là do du lịch Bạc Liêu có chuyển biến tích cực, đặc biệt là các điểm du lịch Phật bà Nam Hải, vườn chim Bạc Liêu, vườn nhãn, nhà Công tử Bạc Liêu, khu lưu niệm nghệ thuật đờn ca tài tử Nam bộ và nhạc sĩ Cao Văn Lầu, Khu Biển nhân tạo, Quảng trường Hùng Vương... thu hút lượng khách đến tham quan khá nhiều so với những năm trước. Tuy nhiên, phần lớn là khách nội địa chiếm 96,76% trong khi lượng khách quốc tế chỉ đạt 3,24% so với tổng số khách du lịch (giai đoạn 2011-2015).

Lượng khách quốc tế tăng trưởng bình quân 10,66%/năm (giai đoạn 2011-2015) thấp hơn nhiều so với lượng khách nội địa (17,86%/năm).

Tỷ trọng khách quốc tế đến Bạc Liêu trong tổng số khách du lịch đến Bạc Liêu rất nhỏ (trung bình đạt 3,24%/năm), đồng thời trong giai đoạn từ sau năm 2012, tỷ trọng khách quốc tế có xu hướng giảm từ 3,29% (năm 2013) giảm xuống còn 2,50% (năm 2015) và lượng khách vẫn giữ yên mức 25.000 lượt kể từ năm 2013 đến năm 2015, tỷ trọng khách quốc tế trong tổng số khách du lịch Bạc Liêu mới đạt 2,5% (năm 2015) và có tốc độ mỗi năm cứ giảm dần (-5,51%/năm). Khách nội địa: Là bộ phận khách chính của Bạc Liêu đồng thời có xu hướng tăng trưởng khá ổn định, tốc độ tăng trưởng bình quân cao, đạt 17,86%/năm (giai đoạn 2011-2015).

Tỷ trọng khách du lịch trong giai đoạn 2011-2015, chiếm hơn 90% trong tổng số khách du lịch cả tỉnh, năm 2015, tỷ trọng này đạt 97,5%/năm.

Mặc dù với lượng khách du lịch đến ngày càng tăng về số lượng, song tỷ trọng so với tổng số khách ngày càng giảm. Năm 2011 lượng khách lưu trú đạt 100.000 lượt khách (chiếm 18,90% trong tổng số khách), đến năm 2015 lượng khách lưu trú đạt 1.000.000 lượt khách (chỉ chiếm 36% trong tổng số khách). Ngày lưu trú bình quân của khách du lịch thấp, hầu hết chỉ đến trong ngày. Năm 2015, ngày lưu trú bình quân mới đạt 1,27 ngày, trong đó khách quốc tế đạt 1,15 ngày và Khách nội địa đạt 1,25 ngày.

2.2.5.2. Đặc điểm chung của du khách đến Bạc Liêu

Phân theo mục đích du lịch, Khách du lịch đến Bạc Liêu có những đặc điểm cơ bản:

- Khách quốc tế: chủ yếu là Việt kiều đến Bạc Liêu với mục đích thăm thân, chiếm 51,5% (năm 2015), trong khi khách đến với mục đích du lịch thấp chỉ chiếm 21,5% (năm 2015).

- Khách nội địa: chủ yếu là đến với mục đích kết hợp công việc chiếm 47,5% (năm 2015) là bộ phận khách lớn nhất của Bạc Liêu, trong khi đó khách

đến vì mục đích du lịch chiếm tỷ lệ thấp, chỉ đạt 28% (năm 2015).

Bảng 2.4: Thị trường khách du lịch Bạc Liêu theo mục đích giai đoạn 2011-2015

	Các hạng mục	ĐV tính	Năm					Tăng trưởng BQ (%) 2011- 2015
			2011	2012	2013	2014	2015	
1	Tổng số Khách nội địa (theo mục đích)	L/K	512.000	615.000	735.000	948.000	975.000	23,67
	Du lịch nghỉ dưỡng	%	25	27	27,5	28	28	5,35
	Kết hợp công việc	%	50	49	48	47,5	47,5	-2,35
	Thăm thân	%	23	22	22,5	22,7	22,7	4,31
	Mục đích khác	%	2	2	2	1,8	1,8	7,025
2	Tổng số khách quốc tế theo mục đích)	L/K	17.000	20.000	25.000	25.000	25.000	16,20
	Du lịch nghỉ ngoi	%	25	28	21	22	21,5	7,73
	Kết hợp công việc	%	20	20	25	24,5	25,2	-8,77
	Thăm thân	%	53	50	52	52,5	51,5	2,48
	Mục đích khác	%	2	2	2	1	1,8	18,28

Nguồn: Sở Văn Hóa, Thể Thao và Du Lịch Bạc Liêu

Với hiện trạng thị trường được phân tích như trên, có thể nói, Bạc Liêu chưa thực sự là một điểm đến thu hút khách du lịch. Khách du lịch đến Bạc Liêu với mục đích du lịch thuần túy mới đạt trên 20% kém xa so với mức trung bình của Việt Nam (gần 60%).

Về nguồn cung cấp khách theo vị trí địa lý, đa số khách du lịch nội địa của Bạc Liêu đến từ TP Hồ Chí Minh và các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long. Nội dung như sau:

Bảng 2.5: Cơ cấu thị trường khách quốc tế - phân theo vị trí địa lý

Nội dung	2005	2006	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Tăng trưởng BQ (%)	
									2005-2011	2011-2015
Trung Quốc	2,00%	1,10%	8,00%	9,00%	9,2%	7,1%	7,5%	10%	16,12%	44,44%
Hàn Quốc	0,50%	0,50%	2,00%	3,00%	3%	3,5%	4,2%	4,5%		20,71%
Mỹ	3,80%	0,90%	7,00%	8,00%	9%	9,7%	9,9%	10%	11,04%	39,56%
Nhật Bản	1,00%		4,00%	5,00%	4,5%	5%	5,6%	6%	35,12%	16,68%
Đài Loan (TQ)	0,30%	1,10%	7,50%	9,00%	10%	9,5%	9,7%	10%	6,94%	50,05%
Úc	3,00%	2,70%	7,00%	7,50%	7%	7%	6,5%	6%	18,92%	22,78%
Thái Lan	0,80%	0,90%	3,00%	3,50%	4%	4,2%	4,8%	5%	41,42%	35,12%
Pháp	1,30%	0,20%	1,50%	2,00%	1,9%	2,1%	3%	3%	2,02%	34,00%
Malaysia	0,50%	0,20%	3,50%	3,50%	3,6%	3,2%	3,4%	3,5%	25,74%	70,99%
Singapore	1,20%		2,80%	3,00%	3,5%	3,7%	3,9%	4%	56,51%	17,04%
Các thị trường khác	85,60%	92,40%	53,70%	46,50%	44,3%	55%	41,5%	38%	-1,89%	-9,27%

Nguồn: Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Bạc Liêu

Qua bảng thông tin trên ta thấy thị trường khách quốc tế phân theo vị trí địa lý của Bạc Liêu có đặc điểm:

- Phạm vi thị trường rộng lớn bao gồm hầu hết các thị trường khách lớn nhất của du lịch Việt Nam

- Không có thị trường mang tính chiến lược cho du lịch Bạc Liêu. Trong giai đoạn 2011-2015, không có thị trường nào vượt quá 10% trong tổng số khách quốc tế đến Bạc Liêu. Điều này sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả các chiến lược marketing của du lịch Bạc Liêu.

- Tuy nhiên có một tín hiệu đáng mừng là bắt đầu có sự vươn lên của một nhóm các thị trường lớn của du lịch Việt Nam là thị trường Trung Quốc, Đài Loan, Mỹ và Úc (chiếm thị phần lớn nhất với lần lượt 10%, 10%, 10% và 6,5% trong số khách quốc tế đến Bạc Liêu năm 2015) vượt xa các thị trường khác. Hy vọng trong tương lai đây sẽ là những thị trường chiến lược cho du lịch Bạc Liêu.

2.2.6. Doanh thu từ du lịch

Bảng 2.6: Doanh thu từ du lịch và tỷ trọng trong GDP giai đoạn 2010-2015

Stt	Các chỉ tiêu	ĐV tính	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Doanh thu du lịch	Tỷ đồng	380.00	469.00	605.00	700.00	857.00	940.00
	Tăng trưởng BQ	%		23,42	29,00	15,70	22,43	9,68
1.1	Cơ cấu theo khách							
	Quốc tế	Tỷ đồng	65.00	80.00	82.00	81.95	82.10	82.00
	Tăng trưởng BQ	%		23,08	2,50	-0,06	0,18	-0,12
	Nội địa	Tỷ đồng	320.50	389.00	523.00	618.05	774.90	858.00
	Tăng trưởng BQ	%		21,37	34,45	18,17	25,38	10,12
1.2	Doanh thu theo dịch vụ							
	Lưu trú	Tỷ đồng	74.20	88.44	114.08	131.9	161.48	177.12
	Tăng trưởng BQ	%		19,19	28,99	15,62	22,43	9,69
	Ăn uống	Tỷ đồng	115.80	137.71	177.64	204.79	250.73	274.98
	Tăng trưởng BQ	%		18,92	29,00	15,28	22,43	9,67
	Vận chuyển	Tỷ đồng	28.70	34.06	44.63	51.60	63.17	69.28
	Tăng trưởng BQ	%		18,68	31,03	15,62	22,42	9,67
	Lữ hành	Tỷ đồng	25.00	30.63	39.51	45.70	55.94	61.35
	Tăng trưởng BQ	%		22,52	28,99	15,67	22,41	9,67
	Mua sắm	Tỷ đồng	127.60	154.62	199.45	230.24	281.58	308.76
	Tăng trưởng BQ	%		21,18	28,99	15,44	22,30	9,65
	Khác	Tỷ đồng	14.20	23.54	29.69	35.77	44.10	48.51
1.3	Cơ cấu Doanh thu							
	Lưu trú		19,53%	18,86%	18,86%	18,84%	18,84%	18,76%
	Ăn uống		30,47%	29,36%	29,36%	29,25%	29,25%	30,01%
	Vận chuyển		7,55%	7,26%	7,38%	7,37%	7,33%	7,52%

	Lữ hành		6,58%	6,53%	6,53%	6,52%	6,50%	6,75%
	Mua sắm		33,58%	32,97%	32,97%	32,85%	31,95%	32,00%
	Khác		3,74%	5,02%	4,91%	5,11%	6,13%	4,96%
2	GDP tỉnh Bạc Liêu (giá 1994)	Tỷ đồng	8.773,00	9.826,00	10.686,00	11.971	13.407	15.280
2.1	GDP du lịch (theo giá 1994)	Tỷ đồng	135.23	148.72	169.50	273.66	322.10	380.00
	Tăng trưởng BQ	%		8,98	13,97	61,45	17,70	17,98
2.2	Tỷ trọng Du lịch trong GDP tỉnh	%	1,54	1,51	1,58	2,28	2,40	2,48

Nguồn: Niên giám thống kê 2010- 2015; Cục Thống kê tỉnh Bạc Liêu

Qua số liệu trên chúng ta có thể thấy rằng doanh thu của ngành du lịch Bạc Liêu tăng nhưng tốc độ tăng giữa các năm không đều. Cụ thể doanh thu năm 2011 đạt 469 tỷ đồng nhưng đến năm 2015 đạt 940 tỷ đồng tương ứng với mức tăng là 471 tỷ đồng và tốc độ tăng bình quân cả giai đoạn 20,05%. Tuy doanh thu mỗi năm tăng nhưng tốc độ tăng doanh thu của ngành du lịch Bạc Liêu lại có xu hướng giảm dần và giảm mạnh vào năm 2015 giảm 12,75% so với năm 2014.

Doanh thu theo cơ cấu khách du lịch được thu từ khách nội địa chủ yếu, với tốc độ tăng doanh thu trung bình 22,02%/ năm và chiếm 88,57% tổng doanh thu từ du lịch. Trong khi đó lượng doanh thu từ khách quốc tế quá ít, tăng trưởng bình quân mỗi năm chỉ đạt 5,12% trong khi lượng khách quốc tế đến Việt Nam không nhỏ. Mặc dù Bạc Liêu có đủ các điều kiện và tiềm năng để phát triển du lịch nhưng thực tế này phản ánh rằng “ ngành du lịch Bạc Liêu vẫn chưa thu hút được khách du lịch”. Cần có chiến lược quảng bá, Marketing phù hợp để thu hút khách du lịch nước ngoài.

Doanh thu theo cơ cấu dịch vụ giai đoạn 2011-2015 tăng mạnh chủ yếu ở các loại hình kinh doanh dịch vụ chiếm tỷ trọng cao như: Lưu trú (18,58%), ăn uống (24,31%), mua sắm (32,89%). Trong khi đó doanh thu từ kinh doanh dịch vụ lữ hành chỉ chiếm 6,53% tổng doanh thu du lịch. Qua đó cho ta thấy vai trò của ngành du lịch trong khu vực lữ hành cũng rất thấp.

Trong tổng GDP của tỉnh, GDP của ngành du lịch giai đoạn 2011-2015 chỉ đóng góp đạt hơn 2%, năm cao nhất là năm 2015 đạt 2,48%. Vị trí, vai trò của du lịch trong đời sống kinh tế, xã hội của Bạc Liêu còn rất khiêm tốn. Theo nguồn tin chính được thu thập từ Sở VH-TT,_DL Bạc Liêu cho biết:

Doanh thu du lịch - dịch vụ 9 tháng đầu năm 2016 khoảng 810 tỷ đồng đạt 81% kế hoạch năm và tăng 5,4% so với cùng kỳ năm 2015; Trong đó doanh thu khối nhà hàng khách sạn đạt khoảng 290 tỷ đồng; đón tiếp được khoảng 1.000.000 lượt khách đạt 71% kế hoạch cả năm, tăng 5% so với cùng kỳ năm 2015, trong đó có 300.000 lượt khách sử dụng dịch vụ lưu trú đạt 75% kế hoạch; có khoảng 26.000 lượt khách quốc tế đạt 68% kế hoạch.

Doanh thu du lịch - dịch vụ năm 2017 ước đạt 1000 tỷ đồng (*tăng 7,5%*); trong đó doanh thu nhà hàng- khách sạn ước đạt 400 tỷ đồng (*tăng 8,5%*). Đón tiếp khoảng 1.240.000 khách du lịch (*tăng 9%*), trong đó khách sử dụng dịch vụ lưu trú đạt khoảng 400.000 người (*tăng 9,3 %*), khách quốc tế đạt khoảng 38.000 lượt khách (*tăng 8,5%*). Có thể nói đây là kết quả tốt cho sự phát triển của ngành du lịch tỉnh nhà và khả quan cho các doanh nghiệp kinh doanh hoặc đang có ý định kinh doanh dịch vụ du lịch trong tương lai gần.

2.2.7. Về quản lý kinh doanh du lịch

Tính đến cuối năm 2016, tổ chức thẩm định và ra quyết định xếp hạng cho khoảng 4 đến 5 cơ sở lưu trú du lịch, bao gồm: Khu Bungalaw của Công ty ô tô Bảo Toàn đạt tiêu chuẩn 2 sao, khách sạn Tô Loan đạt tiêu chuẩn 01 sao, Khách sạn Đức Vương đạt tiêu chuẩn 02 sao; hoàn thành thủ tục đề nghị Tổng cục Du lịch thẩm định xếp hạng khách sạn BLUE PALACE đạt tiêu chuẩn 05 sao, khách sạn Trần Vinh đạt tiêu chuẩn 03 sao; nâng cấp một số nhà nghỉ du lịch trở thành khách sạn 1 sao, một số nhà trọ đạt chuẩn lên nhà nghỉ du lịch v.v..., đảm bảo đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách đến với Bạc Liêu. Tính đến năm 2016, toàn tỉnh có ước có 50 cơ sở lưu trú du lịch, với 1.135 buồng, trong đó có 30 khách sạn được xếp hạng từ 1 sao trở lên.

Rà soát, đánh giá, tổng kết Đề án bảo tồn nhân cổ, đồng thời xây dựng cho giai đoạn tiếp theo, chú trọng gắn với phát động nhân dân khu du lịch vườn nhãn phát triển mạnh các dịch vụ nghỉ dưỡng dân dã (*Homestay*; xây dựng khu nghỉ dưỡng kết hợp với làng nghề trồng rẫy, lao động làm vườn phục vụ cho khách du lịch, nhất khách du lịch nước ngoài, góp phần xây dựng khu du lịch vườn nhãn trở thành điểm du lịch sinh thái vườn trọng điểm của tỉnh.

Xây dựng 02 điểm du lịch (*Vườn chim Bạc Liêu, Chùa Hưng Thiện...*) được Hiệp hội Du lịch công nhận là điểm du lịch tiêu biểu của Đồng bằng sông Cửu Long, đồng thời, duy trì và phát huy tốt 08 điểm du lịch đã được Hiệp hội Du lịch ĐBSCL công nhận để khai thác kết nối tour, tuyến du lịch với khu vực và cả nước.

- Mở 04 lớp đào tạo nghiệp vụ du lịch cho đội ngũ lao động trong các cơ sở kinh doanh du lịch, nhằm từng bước chuẩn hóa tiêu chuẩn cả về chuyên môn,

nghiệp vụ, ngoại ngữ, phong cách phục vụ, khả năng giao tiếp, sự hiếu khách của đội ngũ lao động ngành du lịch, góp phần nâng cao chất lượng phục vụ, thu hút đông đảo khách du lịch đến với Bạc Liêu. Đổi mới hình thức đào tạo phong phú, có chất lượng và phù hợp với tính chất kinh doanh của từng loại hình dịch vụ; mở rộng đối tượng đào tạo để tạo cơ hội tìm việc làm cho lực lượng lao động của tỉnh, đồng thời cũng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp du lịch chủ động trong tuyển dụng lao động có tay nghề

Hoàn thành Đề án và tổ chức thành lập Trung tâm Thông tin và Xúc tiến du lịch trực thuộc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để thực hiện chức năng thông tin và xúc tiến du lịch của tỉnh.

2.2.8. Phân tích các tiềm năng phát triển du lịch Bạc Liêu

2.2.8.1. Các yếu tố, điều kiện phát triển du lịch tỉnh Bạc Liêu

Vị trí địa lý: Bạc Liêu là tỉnh thuộc Vùng Đồng bằng sông Cửu Long, nằm ở vùng đất cực Nam của tổ quốc, có tọa độ từ 9⁰ 00'00" đến 9⁰ 37'30" vĩ độ bắc và từ 105⁰15'00" đến 105⁰52'30" kinh độ đông với diện tích 2.570 km², dân số 885.550 người (năm 2014). Bạc Liêu có vị trí cách thành phố Hồ Chí Minh 280 km, cách thành phố Cần Thơ 110 km, nằm trên các tuyến giao thông chính của Vùng đồng bằng sông Cửu Long như quốc lộ 1A - huyết mạch của Đồng bằng sông Cửu Long; quốc lộ 63; tuyến đường Quán Lộ - Phụng Hiệp... tạo điều kiện kết nối thuận lợi với các trung tâm văn hóa, kinh tế và du lịch của Vùng đồng bằng sông Cửu Long cũng như kết nối với thành phố Hồ Chí Minh.

Về khí hậu: Bạc Liêu nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới gió mùa, thời tiết chia thành hai mùa rõ rệt: mùa khô (mùa nắng) bắt đầu từ tháng 10-11 năm trước đến tháng 4-5 năm sau; mùa mưa bắt đầu từ tháng 4-5 đến tháng 10-11. Lượng mưa trung bình năm 2410mm. Mùa mưa chiếm hơn 95% tổng lượng mưa cả năm. Nhiệt độ trung bình năm 27,6⁰c, nhiệt độ thấp nhất trong năm là 25,8⁰c (mùa mưa), nhiệt độ cao nhất trong năm là 30,3⁰c (mùa nắng); số giờ nắng cả năm là 2657,5 giờ phân bố tương đối đều cho các tháng. Tuy nhiên chênh lệch giữa tháng cao nhất và tháng thấp nhất lên đến gần 200h. Độ ẩm không khí trung bình cả năm khá cao, đạt khoảng 82%. Tháng có độ ẩm thấp nhất là 76% rơi vào các tháng 3,4,5. Tháng có độ ẩm cao nhất là 88% rơi vào tháng 10,11. Như vậy 2 trong 4 chỉ tiêu của khí hậu Bạc Liêu được xếp vào hạng 1 và 2 có nghĩa là thích nghi và khá thích nghi. Tuy hai chỉ tiêu còn lại xếp hạng 3 nhưng cũng đạt tiêu chuẩn khí hậu thích hợp với sức khỏe của con người. Đây là vùng ven biển nên là điều kiện lí tưởng cho việc hình thành các điểm du lịch nghỉ mát, nghỉ dưỡng và một số loại hình khác sử dụng tài nguyên biển... tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch.

Về địa hình: Bạc Liêu nằm trong vùng đất mới của ĐBSCL, đó là vùng đồng bằng rìa châu thổ. Địa hình tương đối bằng phẳng, cao trung bình từ 0,3 - 0,5 m. Địa hình có xu hướng dốc từ bờ biển vào nội đồng, từ Đông Bắc xuống Tây Nam. Đây là môi trường thuận lợi để nuôi trồng các loài thủy sản có giá trị kinh tế cao như: nghêu, sò. Thêm lục địa của tỉnh có tiềm năng dầu và khí tự nhiên. Như vậy, xét trên góc độ tài nguyên du lịch, dạng địa hình của Bạc Liêu rất đơn điệu, nhưng lại có ưu thế cho việc khai thác phục vụ các hoạt động du lịch văn hóa, tâm linh.

Hệ sinh thái rừng: Rừng ở Bạc Liêu chủ yếu là rừng ngập mặn ven biển có giá trị phòng hộ và môi trường lớn. Diện tích rừng và đất rừng chiếm khoảng 2% diện tích tự nhiên. Các hệ sinh thái rừng ngập mặn và cửa sông Bạc Liêu tạo ra những giá trị khá độc đáo về cảnh quan, môi trường có khả năng tạo thành các sản phẩm du lịch. Các loài động vật hoang dã của Bạc Liêu dần mất đi cùng với sự khai hoang phá triển kinh tế. Hiện nay, ngoại trừ các loài động vật biển, động vật hoang dã ở Bạc Liêu chủ yếu là các loài chim ở một số sân chim ở Bạc Liêu, Đông Hải, Giá Rai... Các sân chim này đều có giá trị tham quan, nghiên cứu khoa học và hứa hẹn là những điểm đến hấp dẫn khách..

Biển: *Bờ biển* dài 56 km ,thấp và phẳng rất thích hợp để phát triển nghề làm muối, trồng trọt hoặc nuôi tôm, cá. Hàng năm, sự bồi lún biển ở Bạc Liêu ngày một tăng. Đây là điều kiện lý tưởng cho Bạc Liêu phát triển thêm quỹ đất, đồng thời là yếu tố quan trọng đưa kinh tế biển của Bạc Liêu phát triển. Nguồn nước phục vụ cho phát triển du lịch tỉnh rất phong phú, ít bị ô nhiễm. Ngoài việc khai thác cho sinh hoạt, sản xuất, các mặt hồ, sông còn được khai thác phục vụ hoạt động du lịch nhưng tỉ lệ còn quá ít so với tiềm năng. Tuy nhiên, trong quá trình khai thác cần quan tâm hơn nữa đến việc chống ô nhiễm nguồn nước để đảm bảo phát triển theo hướng bền vững.

Như vậy, tài nguyên du lịch tự nhiên của Bạc Liêu là tiền đề cho phát triển hoạt động du lịch với các loại hình du lịch tham quan, nghỉ dưỡng, du lịch nghiên cứu sinh thái... do đó, chúng ta cần thiết phải xây dựng các chương trình du lịch cụ thể để thu hút ngày càng nhiều hơn du khách đến với Bạc Liêu.

2.2.9. Các sản phẩm phát triển du lịch Bạc Liêu

Hệ thống các vườn chim tự nhiên:

Hệ thống vườn chim tự nhiên ở Bạc Liêu phân bố rải rác trên các huyện trong tỉnh với hàng trăm loài chim khác nhau, trong đó có nhiều loài quý hiếm là những điểm tài nguyên có khả năng khai thác phát triển thành các khu điểm du lịch sinh thái có khả năng thu hút khách du lịch.

Trong số 11 vườn chim hiện nay trên địa bản tỉnh, có 1 vườn chim do nhà nước quản lý là vườn chim thuộc Khu bảo tồn thiên nhiên vườn chim Bạc Liêu (vườn chim Bạc Liêu ở TP Bạc Liêu) còn lại các vườn chim tư nhân.

- Khu bảo tồn thiên nhiên vườn chim Bạc Liêu là một phần còn sót lại của thảm rừng ngập mặn ven biển, do sự bồi tụ tự nhiên đã ngày càng xa dần biển Đông. Trên diện tích được mở rộng đến 385 ha bao gồm 19 ha rừng nguyên sinh, nơi đây cư trú khoảng 46 loài chim, trong đó có những loài như giang sen, cốc đế nhỏ... được ghi vào sách đỏ, 150 loài động vật hợp cùng 109 loài thực vật tạo thành một quần thể động, thực vật phong phú thể hiện cao tính đa dạng sinh học. Vườn chim Bạc Liêu có cảnh quan thiên nhiên đẹp và đặc biệt có hệ thống cơ sở vật chất được đầu tư tương đối tốt... là những điểm tài nguyên có đủ điều kiện để khai thác phát triển thành các khu du lịch sinh thái hấp dẫn du khách với các hoạt động xem chim kết hợp nghỉ dưỡng, sinh thái, tham quan rừng ngập mặn...

- Ngoài ra còn có 9 vườn chim tự nhiên của tư nhân với tổng diện tích khoảng 23 ha và vườn cò thiên nhiên tại ấp Long Hòa, thị trấn Phước Long, có diện tích trên 3,9 ha) có thể khai thác phục vụ tham quan trên các tuyến du lịch của tỉnh.

Vườn nhãn (Giồng nhãn):

Vườn nhãn Bạc Liêu (Giồng nhãn Bạc Liêu) nằm cách trung tâm TP Bạc Liêu khoảng 6 km, trải dài gần 7 km theo tuyến đường ven biển từ phường Nhà Mát đến xã Vĩnh Trạch Đông với diện tích trên 50 ha. Điểm nổi bật ở nơi đây là những vườn nhãn với nhiều gốc nhãn cổ thụ, có cây lên đến hàng trăm năm tuổi. Thêm vào đó là một khung cảnh đồng quê đặc trưng cho nông thôn Vùng đồng bằng sông Cửu Long tạo thành một không gian sinh thái nông nghiệp hấp dẫn có thể tổ chức các hoạt động du lịch đa dạng như nghỉ cuối tuần, văn hóa, sinh thái, ẩm thực....

Hiện nay, khu vực giồng nhãn đã triển khai thực hiện Đề án bảo tồn nhãn cổ, được đầu tư hạ tầng để hình thành một khu du lịch sinh thái nông nghiệp hấp dẫn du khách. Đến tham quan khu du lịch vườn nhãn du khách sẽ được thưởng thức mùi vị quyến rũ của những chùm nhãn thơm ngon cùng với những món ăn dân dã từ đặc sản biển, được hưởng không khí trong lành từ gió biển và còn được thưởng thức Đờn ca tài tử Nam bộ.

Dải rừng ngập mặn và sinh thái nông ngư nghiệp:

Với 56 km bờ biển trải dài từ TP Bạc Liêu đến cửa Gành Hào là một hệ sinh thái rừng ngập mặn ven biển với diện tích hàng ngàn ha. Do đặc điểm tự nhiên, biển của Bạc Liêu không có các bãi tắm tự nhiên, song có những nét độc đáo của

hệ sinh thái ngập mặn như cảnh quan rừng ngập mặn với kênh rạch chằng chịt, các sản vật phong phú, có giá trị cao, hệ thống các trang trại, các khu nuôi trồng thủy sản... Những khu vực này có thể khai thác phát triển du lịch theo hình thức các khu du lịch nghỉ dưỡng, nghỉ cuối tuần... gắn với sinh thái nông nghiệp, du lịch đồng quê... Trong những kỳ nghỉ cuối tuần, nghỉ dưỡng bên cạnh việc thưởng thức các sản vật và bầu không khí trong lành, du khách có thể trực tiếp trải nghiệm văn hóa và cuộc sống của cư dân vùng ven biển như bơi xuồng len lách trong những cánh rừng phòng hộ, câu cá, đồ đó, bắt tôm... Những điểm tài nguyên có khả năng phát triển ở khu vực dọc theo bờ biển Bạc Liêu bao gồm :

- Khu du lịch biển Nhà Mát – TP Bạc Liêu;
- Cửa biển Gành Hào;
- Dải bờ biển dọc theo tuyến đê biển từ TP Bạc Liêu đến cửa biển Gành Hào.

Tài nguyên du lịch miệt vườn sông nước:

Giống các tỉnh trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long, Bạc Liêu có hệ thống sông ngòi chằng chịt cả tự nhiên và nhân tạo. Những tuyến kênh và sông ngòi của Bạc Liêu hầu hết đều có khả năng sử dụng cho vận tải hàng hóa và hành khách, trong đó có nhiều tuyến đã trở thành tuyến đường vận tải quan trọng trong vùng như tuyến Quản Lộ - Phụng Hiệp, tuyến Chủ Chí - Hộ Phòng, kinh xáng Cà Mau - Bạc Liêu, tuyến sông Cái Lớn – Hồng Dân...

Các tuyến sông nước này đều được hình thành từ quá trình hàng trăm năm khai hoang mở đất, đi qua những làng quê với những đặc trưng văn hóa nổi bật của Đồng bằng sông Cửu Long. Bên cạnh giá trị về vận tải và nông nghiệp còn có khả năng phát triển du lịch để hình thành những tuyến du lịch sông nước khai thác những giá trị lớn như về sinh thái, cảnh quan, cũng như về các giá trị văn hóa lịch sử.

Gắn với hệ thống sông rạch là các vườn cây ăn trái có thể tổ chức loại hình du lịch sinh thái miệt vườn sông nước có hiệu quả. Đặc biệt là tuyến du lịch sinh thái đường sông Bạc Liêu – Vàm Léo.

Tài nguyên du lịch nhân văn

Công tử Bạc Liêu là một nhân vật có thật trong lịch sử và những giai thoại về ông đến nay vẫn còn được truyền tụng và có sức cuốn hút mạnh mẽ du khách đến với Bạc Liêu. Hiện nay, các di tích gắn với các giai thoại của công tử Bạc Liêu vẫn còn lại tòa nhà của Công tử Bạc Liêu tại số 31, Điện Biên Phủ, phường 3, TP Bạc Liêu. Ngôi nhà được xây dựng vào thời Pháp thuộc đầu thế kỷ XX, theo lối kiến trúc phương Tây toàn bộ vật liệu đều đem từ Pháp về. Hiện nay đang được khai thác thành nhà hàng – khách sạn Công tử Bạc Liêu.

Dưới góc độ du lịch những giá trị gắn liền với các giai thoại về Công tử Bạc Liêu là những tiềm năng có thể khai thác phát triển các sản phẩm du lịch mang tính đặc thù cho Bạc Liêu như các tour du lịch theo phong cách tiêu khiển của Công tử Bạc Liêu, các sản phẩm lưu niệm gắn với giai thoại Công tử Bạc Liêu...

Các giá trị văn hóa lịch sử từ Dạ cổ hoài lang

Bản Dạ cổ hoài lang của nhạc sĩ Cao Văn Lầu được sáng tác năm 1919. Từ đó đến nay đã trở thành bản vọng cổ, là bài ca vua trong nghệ thuật sân khấu cải lương. Bản Dạ cổ hoài lang chính là sự kết tinh của những giá trị nhân văn, nghệ thuật và lịch sử. Bạc Liêu còn là cái nôi của nghệ thuật đờn ca tài tử Nam Bộ vừa được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại.

Hiện nay ở Bạc Liêu, Khu lưu niệm nghệ thuật đờn ca tài tử Nam Bộ và nhạc sĩ Cao Văn Lầu được xây dựng tại phường 2, TP Bạc Liêu, trên con đường mang tên Cao Văn Lầu, có thể nói đây là di tích về đờn ca tài tử độc đáo nhất hiện nay thu hút rất đông du khách đến tham quan, tìm hiểu về Dạ cổ hoài lang và nghệ thuật đờn ca tài tử. Hàng năm Lễ hội Dạ cổ hoài lang được tổ chức và là một trong những sự kiện văn hóa quan trọng của Bạc Liêu.

Dưới góc độ du lịch, cũng giống như thương hiệu “Công tử Bạc Liêu”, những giá trị gắn liền với “Dạ cổ hoài lang” và nhạc sĩ Cao Văn Lầu đều là những tiềm năng có giá trị để khai thác phát triển các sản phẩm du lịch mang tính đặc thù cho Bạc Liêu.

Văn hóa tâm linh như: *Quán âm Phật đài; Tục thờ cá Ông; Nhà thờ Tắc Sậy*

Bạc Liêu có 45 di tích lịch sử được xếp hạng trong đó có 10 di tích cấp quốc gia và 35 di tích cấp tỉnh với những di tích nổi bật: Đền thờ Bác Hồ; Khu căn cứ Tỉnh ủy; Di tích lịch sử quốc gia Đồng Nọc Nặng; Di tích kiến trúc nghệ thuật quốc gia Tháp cổ Vĩnh Hưng; Di tích lịch sử Chùa Kom Phi Sakor Prêkchou (chùa Xiêm Cán); Chùa Cù Lao; Di tích kiến trúc nghệ thuật Phước Đức cổ miếu (chùa Bang)...

Bạc Liêu cũng có những lễ hội lớn thu hút được rất đông khách du lịch đến tham dự. Các lễ hội nổi bật của Bạc Liêu bao gồm:

- Lễ hội Dạ cổ hoài lang diễn ra 3 ngày từ 13 -15/ 08 âm lịch.
- Lễ hội Quán Âm Nam Hải: diễn ra 3 ngày từ ngày 21 – 23/3 âm lịch.
- Lễ hội Nghinh Ông Gành Hào diễn ra ngày 10/3 Âm lịch.
- Lễ hội Dấu ấn đồng Nọc Nặng diễn ra từ ngày 16/2 dương lịch.
- Lễ hội Ok Om Bok diễn ra ngày 15/10 âm lịch của dân tộc Khmer.

Bạc Liêu, ngoài tiềm năng về du lịch, Bạc Liêu còn có nền văn hóa ẩm thực khá phong phú, với nhiều món ăn mang đậm bản sắc Bạc Liêu. Các món ăn của Bạc Liêu thể hiện rõ những ảnh hưởng từ điều kiện tự nhiên, văn hóa, phong tục của Bạc Liêu. Một số món ăn nổi tiếng bao gồm:

- Bánh tằm Ngan Dừa
- Bún bò cay
- Bún nước lèo
- Lẩu mắm
- Lẩu cá kèo
- Bánh củ cải.
- Bánh xèo

Các món ăn chế biến dân dã từ thủy hải sản và rau củ tự nhiên...

2.2.9. Ma trận đánh giá các yếu tố bên trong IFE

Bảng 2.7: Ma trận đánh giá các yếu tố bên trong của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu

STT	Nội dung	Mức quan trọng trung bình	Phân loại	Số điểm quan trọng
1	Có vị trí, địa lý thuận lợi do nằm trên các tuyến giao thông đường thủy và đường bộ chính của vùng ĐBSCL.	0,087	4	0,348
2	Đặc thù tài nguyên du lịch nhân văn, giá trị nghệ thuật đã tạo lợi thế phát triển du lịch Bạc Liêu.	0,090	4	0,360
3	Kinh tế tỉnh Bạc Liêu nhiều năm qua phát triển nhanh và bền vững, mức sống người dân không ngừng được nâng cao	0,068	2	0,136
4	Trình độ nguồn nhân lực phục vụ trong ngành du lịch còn nhiều bất cập	0,078	2	0,156
5	Duy trì, bảo tồn văn hóa bản địa của người dân tại Bạc Liêu	0,077	3	0,231
6	Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch đã và đang đầu tư nâng cấp phát triển	0,077	2	0,154
7	Người dân Bạc Liêu thân thiện, vui vẻ và mến khách	0,071	3	0,213

8	Uy tín thương hiệu được nhiều người biết đến qua giai thoại về công tử Bạc Liêu	0,066	3	0,198
9	Lượng khách đến còn nhỏ bé so tiềm năng đón tiếp	0,077	2	0,154
10	Tài nguyên du lịch Bạc Liêu tương đối đa dạng phong phú, có nhiều di tích lịch sử văn hóa, nhiều lễ hội mang đậm bản sắc dân tộc (kinh, hoa, khome)	0,070	4	0,280
11	Hoạt động Marketing, xúc tiến, quảng bá du lịch Bạc Liêu còn hạn chế	0,066	2	0,132
12	Chất lượng sản phẩm du lịch tại tỉnh còn kém	0,064	2	0,128
13	Qui hoạch phát triển ngành du lịch chưa hợp lý, còn chông chéo, các dự án đầu tư du lịch triển khai chậm	0,059	2	0,118
14	Thiếu các đầu mối giao thông quan trọng mang tính chất đối ngoại như cảng biển quốc tế, sân bay...	0,050	3	0,100
	Tổng cộng	1,000		2,708

Dựa trên cơ sở đánh giá của các chuyên gia về du lịch, qua ma trận đánh giá các yếu tố bên trong nhằm giúp ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu đánh giá lại các thông tin về các yếu tố chủ yếu liên quan đến môi trường nội bộ tác động và ảnh hưởng đến hoạt động của ngành du lịch. Với tổng điểm quan trọng là 2.708, cho thấy ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu tận dụng và khai thác trung bình các yếu tố từ môi trường nội bộ, hạn chế điểm yếu của mình trong việc phát triển ngành du lịch những năm qua đạt ở mức trung bình khá.

2.3. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG BÊN NGOÀI TÁC ĐỘNG ĐẾN CHIẾN LƯỢC

2.3.1. Tình hình chính trị

Nhìn tổng thể trên thế giới, hòa bình hợp tác và phát triển vẫn tiếp tục là xu thế chủ đạo. Tình hình xung đột vũ trang cục bộ, bất ổn chính trị, mâu thuẫn sắc tộc, tôn giáo, khủng bố, tranh chấp biên giới lãnh thổ, thiên tai,... diễn ra ở một số nơi. Chủ nghĩa ly khai đã và đang trở dậy tạo ra thách thức đối với các quốc gia, khu vực trên thế giới, ảnh hưởng lớn đến ngành du lịch toàn cầu. Trong bối cảnh đó, dòng khách du lịch thế giới đang hướng tới những khu du lịch có nền chính trị ổn định, kinh tế phát triển, đặc biệt khách du lịch thế giới đang có xu thế

chuyển dần sang khu vực Đông Á-Thái Bình Dương và Đông Nam Á, những nơi có nền kinh tế phát triển năng động và nền chính trị ổn định.

Tình hình chính trị - xã hội Việt Nam ổn định trong điều kiện thế giới có nhiều diễn biến phức tạp, làm cho Việt Nam được xem là điểm đến an toàn cho du khách quốc tế. Trên trường quốc tế vị thế của Việt Nam ngày càng được nâng cao, hình ảnh Việt Nam hòa bình, ổn định, an ninh trật tự được đảm bảo và mến khách được khẳng định, được nhiều tổ chức nghiên cứu du lịch bình chọn là điểm đến an toàn - thân thiện nhất khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, du khách quốc tế tìm đến nước ta ngày càng nhiều.

Ngoài ra, đường lối đối ngoại mở cửa đã tạo cơ hội và điều kiện thuận lợi to lớn cho ngành du lịch Việt Nam phát triển. Mặt khác, khối ASEAN đã trở thành cộng đồng chung năm 2015, việc bình thường hoá quan hệ với Mỹ, ký kết hiệp định khung với Liên minh Châu Âu, Việt Nam là thành viên tổ chức APEC, tổ chức thương mại thế giới WTO cũng góp phần rất lớn vào việc phát triển ngành du lịch. Đồng thời, cũng đặt ra những thách thức khi du lịch Việt Nam hội nhập bình đẳng với các nước trong khu vực và thế giới, đó là đổi mới công tác tổ chức, quản lý; đa dạng hoá và nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ du lịch, bảo vệ môi trường đảm bảo phát triển bền vững, đi đôi với việc giữ gìn bản sắc văn hoá dân tộc, tiếp thu có chọn lọc những giá trị tinh hoa văn hoá nhân loại, xây dựng một thế giới hoà bình - hợp tác và cùng phát triển.

2.3.2. Tình hình phát triển kinh tế tỉnh Bạc Liêu

Giai đoạn 2005-2015 là giai đoạn chuyển dịch cơ cấu sản xuất trong nông nghiệp theo Nghị quyết 09/NQ-CP của Chính phủ, chuyển diện tích trồng lúa kém hiệu quả sang nuôi trồng thủy sản ở vùng Nam Quốc Lộ 1A; do đó kinh tế của tỉnh tăng trưởng khá nhanh.¹

Giai đoạn 2005-2015, kinh tế Bạc Liêu có sự tăng trưởng ở mức cao và liên tục. GDP năm 2005 đạt 7.784 tỷ đồng (giá thực tế) đến năm 2010 GDP tăng 17.504 tỷ đồng (giá thực tế) và năm 2015 đạt 34.828 tỷ đồng (giá thực tế). Nếu tính theo giá so sánh 1994, GDP năm 2015 đã gấp hơn 2,5 lần so với năm 2005. Tăng trưởng bình quân giai đoạn 2005-2015 đạt 10,57%/năm (GDP giá so sánh 1994), cao hơn mức trung bình của cả nước. Năm 2015 GDP (giá so sánh 1994) đạt khoảng 13.407 tỷ đồng, tăng gấp hơn 2,5 lần so với năm 2005. GDP bình quân người đạt khoảng 44 tr.đồng/người (năm 2015).

Chuyển dịch kinh tế trong giai đoạn 2005-2015 theo xu hướng tích cực, khi công nghiệp và thương mại tăng tỷ trọng, nông nghiệp giảm tỷ trọng. Năm 2015,

¹ Quy hoạch tổng thể phát triển Kinh tế - xã hội tỉnh Bạc Liêu đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

cơ cấu kinh tế Nông nghiệp – Công nghiệp Xây dựng – Thương mại dịch vụ của Bạc Liêu đạt 49,69% - 24,7% - 25,61%, như vậy Nông nghiệp vẫn là ngành chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu kinh tế tỉnh. Chuyển dịch kinh tế trong giai đoạn vừa qua có xu hướng tích cực, công nghiệp và thương mại tăng tỷ trọng, nông nghiệp giảm tỷ trọng song tốc độ chuyển dịch chậm. Trong giai đoạn 2005-2015, nông nghiệp mới giảm được hơn 4% trong cơ cấu (từ 54,5% năm 2005 xuống 49,70% năm 2015); Thương mại dịch vụ tăng tỷ trọng trong GDP từ 21,8% (2005) lên 25,59% (2015); Công nghiệp và xây dựng chỉ tăng từ 23,7% (2005) lên 24,71% (2015) là phân ngành có sự chuyển dịch chậm nhất. Năm 2015, GDP tỉnh đạt 34.828 tỷ đồng (giá thực tế) và 13.407 tỷ đồng (giá so sánh 1994).

Tổng vốn đầu tư toàn xã hội tăng cao trong giai đoạn 2005-2015, tỷ trọng vốn đầu tư trong GDP đạt mức trên 25% GDP. Năm 2005 tổng mức đầu tư của xã hội đạt 2.339 tỷ đồng, đến năm 2015 đạt 9.120 tỷ đồng, tăng gần 4 lần so với năm 2005, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2005-2015 đạt 16,5%/năm.

Về cơ cấu vốn đầu tư phân theo khu vực đã có sự chuyển dịch. Khu vực kinh tế nhà nước từ chỗ chiếm tỷ trọng 40,27% (năm 2005) trong cơ cấu vốn đầu tư đã giảm xuống chỉ chiếm 24,63% (năm 2015). Khu vực kinh tế tư nhân trong nước vươn lên mạnh mẽ trong các năm gần đây chiếm 74,74% (năm 2014) trong vốn đầu tư xã hội, tăng 3,8 lần so với năm 2005. Tuy nhiên, khu vực đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) chiếm tỷ trọng quá nhỏ, trong các năm qua chưa đạt quá 8% tổng vốn đầu tư xã hội (năm cao nhất là 2006 với 7,15% và năm 2015 chỉ đạt 0,59% tổng vốn đầu tư xã hội). Bên cạnh những yếu tố khách quan như suy thoái kinh tế, khủng hoảng tài chính... xu hướng này cho thấy về mặt chủ quan, Bạc Liêu chưa trở thành điểm đến hấp dẫn các nhà đầu tư nước ngoài.

2.3.3. Các chính sách của nhà nước

Chính phủ đã ban hành chính sách miễn thị thực cho kiều bào định cư ở nước ngoài, đã thu hút kiều bào về quê du lịch và đóng góp phát triển đất nước, miễn thị thực cho khách các nước Asean và Nhật Bản đến Bạc Liêu trong thời gian tối đa 30 ngày,... chính sách được mua nhà ở cho kiều bào và người nước ngoài làm việc lâu dài tại Việt Nam, góp phần tác động rất lớn đến sự phát triển của ngành du lịch. Ngoài ra, Luật du lịch ra đời tạo cơ sở pháp lý quan trọng thúc đẩy ngành du lịch phát triển bền vững.

2.3.4. Đặc điểm văn hóa – xã hội

Năm 2015, tổng số dân khoảng 900.000 ngàn người, mật độ 350 người/km². Tốc độ gia tăng dân số trong giai đoạn 2011-2015 đạt 0,76 %/năm.

Trong các dân tộc sinh sống trên đất Bạc Liêu, người Kinh chiếm 89%, người Khmer chiếm 7,9%, người Hoa chiếm 3,1%, ngoài ra còn các dân tộc khác.

GDP bình quân năm 2015 đạt 44 tr./đồng/người, tăng 1,8 lần so với năm 2011 (GDP bình quân theo giá thực tế).

Y tế của Bạc Liêu trong những năm qua luôn được chú trọng và quan tâm đầu tư do đó đạt được những thành tựu nhất định. Hệ thống cơ sở vật chất, nhân lực được tăng cường cả về số lượng lẫn chất lượng. Tuy nhiên cơ sở vật chất, trang thiết bị, đội ngũ cán bộ y tế còn thiếu cả về chất và lượng, chưa đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe cho người dân.

Hệ thống giáo dục đào tạo của tỉnh đã được phát triển từ mầm non đến đào tạo chuyên nghiệp và dạy nghề.

Hệ thống giáo dục mầm non và giáo dục phổ thông được quan tâm đầu tư, từng bước tăng trưởng về số lượng, chất lượng. Tuy nhiên tỷ lệ trường đạt chuẩn quốc gia còn thấp so với các tỉnh trong Vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

Hệ thống đào tạo và giáo dục chuyên nghiệp khá phát triển so với các tỉnh trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Trường Đại học Bạc Liêu hiện nay đào tạo trình độ đại học và cao đẳng trong nhiều ngành, lĩnh vực. Ngoài ra, Bạc Liêu có 7 trường chuyên nghiệp đào tạo và dạy nghề, trong đó có 2 trường trung cấp chuyên nghiệp, 2 trường trung cấp nghề (1 trường Tư thực), 2 trường cao đẳng và 1 trường đại học; 63 trung tâm giáo dục cộng đồng, 07 trung tâm giáo dục thường xuyên; 07 cơ sở dạy nghề tư nhân và 40 cơ sở tư nhân học việc theo kiểu truyền nghề.

Lĩnh vực văn hóa thông tin và thể dục thể thao cũng được phát triển với nhiều hoạt động diễn ra sôi nổi, từng bước đáp ứng nhu cầu tinh thần của nhân dân, nâng cao chất lượng cuộc sống. Với việc vận dụng sáng tạo Nghị quyết Hội nghị Trung ương lần thứ 5, chương trình hành động của Tỉnh ủy và đề án “*Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hoá*” của UBND tỉnh và cùng với các cuộc vận động khác, phong trào xây dựng đời sống văn hoá cơ sở đã mang lại những kết quả đáng ghi nhận, thu hút được đông đảo các tầng lớp nhân dân, các ngành, các cấp tham gia. Phong trào “*Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hoá*” được triển khai và phát triển mạnh mẽ cả về số lượng và chất lượng, số hộ được công nhận gia đình văn hoá, ấp, khóm văn hoá hàng năm đều tăng. Công tác bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá vật thể và phi vật thể được quan tâm, nhiều lễ hội được tổ chức thu hút rất đông khách trong và ngoài tỉnh về tham dự. Các làng nghề truyền thống như nghề rèn, nghề làm muối, nghề đan đác, nghề kim hoàn, nghề dệt được quan tâm phát triển đã mang lại công ăn việc làm cho người dân

và tạo điều kiện phát triển du lịch, phát triển làng nghề truyền thống.

Các hoạt động TDTT được đẩy mạnh, rộng khắp trên phạm vi toàn tỉnh, đặc biệt phòng trào “*Toàn dân rèn luyện thân thể theo gương Bác Hồ vĩ đại*”. Tỉnh chú trọng đầu tư cơ sở vật chất, sân bãi tập luyện...; tăng cường công tác đào tạo, tổ chức huấn luyện lực lượng vận động viên; xây dựng các đội tuyển thể thao thành tích cao và đội năng khiếu.

Mạng lưới phát thanh truyền hình được nâng cấp chất lượng và thời lượng phát sóng, phạm vi phủ sóng đến 100% số xã phường thị trấn.

Nhìn chung, nguồn nhân lực của tỉnh dồi dào, nhưng trình độ kỹ thuật còn thấp. Lao động chưa có việc làm còn lớn. Cơ cấu lao động chuyển dịch chậm, Năng suất lao động của toàn nền kinh tế, nhất là trong ngành nông nghiệp còn thấp, một bộ phận có thu nhập rất thấp.

Nguồn nhân lực của Bạc Liêu chiếm tỷ trọng khá lớn trong dân số. Năm 2015, tổng lao động là 478.000 người, chiếm tỷ trọng 54% tổng dân số, tăng 17% so với năm 2005. Lao động phân bố chủ yếu trong ngành nông nghiệp chiếm 62,87%, công nghiệp và xây dựng chiếm 5,83%, ngành dịch vụ chiếm 25,8%, các khu vực khác chiếm 5,5%.

2.3.5. Hệ thống kết cấu hạ tầng kỹ thuật

Giao thông đường bộ

- Hệ thống quốc lộ chạy qua tỉnh Bạc Liêu với tổng chiều dài 129 km, gồm 3 tuyến. Trong đó tuyến quốc lộ 1A là tuyến đường quan trọng nhất của Vùng đồng bằng sông Cửu Long, mặt cắt trung bình 12 m. Tuyến Quốc Lộ - Phụng Hiệp và tuyến Nam sông Hậu đang thi công, mặt cắt trung bình 12 m.

- Hệ thống đường tỉnh gồm 10 tuyến với tổng chiều dài khoảng 296 km, gồm 175 km đường kiên cố, trong đó có 25 km đường BT nhựa, 74 km đường tráng nhựa, 77 km đường đá cấp phối còn lại 121 km đường đất đang tiếp tục được triển khai nâng cấp. Hệ thống đường tỉnh hiện tại có mặt cắt nhỏ, chỉ từ 5,5 đến 6,5 m do đó chưa đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội và du lịch.

- Hệ thống đường huyện với 41 tuyến, tổng chiều dài khoảng 587 km, trong đó gồm có 22 km đường BT nhựa, 14 km đường láng nhựa còn lại 551 km là đường đất. Các đường huyện có cấp hạng kỹ thuật là đường cấp V hoặc VI, chiều rộng mặt đường chỉ khoảng từ 2m đến 3,5m đủ cho 1 làn xe; cao độ mặt đường phần lớn thấp so với mực nước lũ nên thường bị ngập nước trong mùa mưa, vì vậy không khai thác ổn định được quanh năm; tải trọng các cầu trên các tuyến này không cao, thường chỉ khoảng 5 - 10T hoặc chỉ có bến đò nên chủ yếu dùng cho xe hai bánh và các xe tải nhỏ lưu thông.

- Giao thông nông thôn đến nay có 35/50 xã có đường ô tô về trung tâm xã (chiếm 70%). Đã xây dựng đường giao thông nông thôn tới 472/472 cấp (đạt 100%) cho xe mô tô 2 bánh đi lại cả mùa mưa và mùa nắng.

- Đường đô thị trong thành TP Bạc Liêu có 45 tuyến với tổng chiều dài khoảng 36 km. Các tuyến đường đô thị hầu hết được xây dựng kiên cố, kết cấu BT nhựa, chỉ còn hơn 0,5 km đường trải đá cấp phối.

Nhìn chung, giao thông đường bộ của Bạc Liêu tương đối phát triển, tuy nhiên nhiều vấn đề tồn tại cần khắc phục như việc lấn chiếm lòng, lề đường ảnh hưởng đến an toàn giao thông và mỹ quan; nguồn lực hạn chế trong khi nhu cầu phát triển giao thông lớn cũng ảnh hưởng không tốt đến việc đầu tư xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông của tỉnh.

Giao thông đường thủy

Mạng lưới sông - kênh - rạch ở Bạc Liêu khá phát triển. Toàn tỉnh có 26 tuyến sông với chiều dài khoảng 469,30 km, bao gồm

- Hệ thống các tuyến sông quốc gia có tổng chiều dài 112,5 km là các tuyến có vị trí và vai trò rất quan trọng đối với Đồng bằng sông Cửu Long đồng thời có khả năng khai thác phát triển du lịch. Các tuyến quan trọng đối với Bạc Liêu và Vùng đồng bằng sông Cửu Long là tuyến kênh Quản Lộ - Phụng Hiệp; Tuyến kênh Sóc Trăng - Bạc Liêu - Cà Mau; Tuyến sông Gành Hào; Tuyến sông Cái Lớn.

- Hệ thống các tuyến sông do tỉnh quản lý dài 356,8 km với 23 tuyến, trong đó có một số tuyến có khả năng khai thác phát triển du lịch như Tuyến Gành Hào - Hộ Phòng - Chủ Chí; Tuyến Cầu Sập Ngan Dừa

- Hệ thống bến cảng, bến tàu chính của Bạc Liêu bao gồm: bến tàu khách Hộ Phòng và 3 cửa sông lớn là cửa Gành Hào, cửa Cái Cùng và cửa Nhà Mát có khả năng xây dựng thương cảng và căn cứ hậu cần nghề cá, vận tải biển. Về tiềm năng phát triển, trong 3 cửa sông nêu trên, cửa Gành Hào và cửa Nhà Mát có điều kiện thuận lợi nhất để phát triển kinh tế biển kết hợp dịch vụ du lịch.

Nhìn chung, hệ thống giao thông đường thủy của Bạc Liêu chịu ảnh hưởng bởi chế độ bán nhật triều không đều của biển Đông. Điều này vừa là điều kiện thuận lợi (lợi dụng được con nước lớn khi triều lên) song cũng là bất lợi (khi triều xuống kênh rạch cạn nước, ảnh hưởng đến giao thông). Hiện nay, nhiều tuyến kênh rạch của Bạc Liêu bị bồi lấp, cạn kiệt, lâu năm chưa được nạo vét gây trở ngại lớn cho giao thông đường thủy, mặt khác việc dân cư phát triển dọc theo các tuyến kênh rạch lấn chiếm hành lang bảo vệ ảnh hưởng tiêu cực đến giao thông đường thủy cũng như du lịch đường sông.

Hệ thống giao thông công cộng

Từ Bạc Liêu đã có xe khách đường dài đi các tỉnh trong Đồng bằng sông Cửu Long như Cà Mau, TP Hồ Chí Minh... và các tỉnh xa hơn như khu vực Tây nguyên, khu vực Miền trung (Đà Nẵng)...

Hệ thống xe bus nội ô chưa phát triển trong TP Bạc Liêu, hệ thống xe bus đi các huyện đã phát triển 1 số tuyến từ TP Bạc Liêu đi các huyện thị. Tuy nhiên việc gắn kết các tuyến xe bus với các điểm du lịch chưa thực hiện được.

Giao thông đường không

Bạc Liêu không có sân bay, tuy nhiên vị trí của Bạc Liêu rất gần với các sân bay trong khu vực như sân bay quốc tế Cần Thơ (cách TP Bạc Liêu khoảng 120 km về phía bắc) và sân bay Cà Mau (cách TP Bạc Liêu khoảng 70 km về phía nam). Đây là những điều kiện tương đối thuận lợi cho Bạc Liêu trong việc tiếp cận các thị trường khách quốc tế.

Ngoài ra Bạc Liêu cách sân bay Tân Sơn Nhất khoảng 300 km tạo điều kiện thuận lợi cho Bạc Liêu trong việc thu hút khách du lịch quốc tế.

Bưu chính viễn thông

Bưu chính viễn thông phủ sóng khắp vùng, đảm bảo được nhu cầu trao đổi trong nước và ngoài nước với 1 bưu điện trung tâm, 6 bưu điện huyện và 126 bưu điện khu vực. Theo định hướng của QHTT phát triển kinh tế xã hội tỉnh Bạc Liêu, đến năm 2020 toàn tỉnh có 118 điểm phục vụ bưu chính.

Hạ tầng về môi trường

Hệ thống hạ tầng môi trường chưa được phát triển. Ngoại trừ TP Bạc Liêu đã hoàn thành xây dựng cơ bản, còn lại đang trong giai đoạn chuẩn bị đầu tư. Các dự án xử lý nước thải tập trung, các khu công nghiệp, xử lý rác thải đô thị, các lò hoả táng, các công trình ứng phó với nước biển dâng ... chưa có vốn đầu tư, đang đặt ra nhiệm vụ cho giai đoạn quy hoạch tới hết sức nặng nề.

2.3.6. Hiện trạng phát triển đô thị, nông thôn

Các đơn vị hành chính của tỉnh gồm TP Bạc Liêu, thị xã Giá Rai và 5 huyện: Hồng Dân, Phước Long, Hoà Bình, Vĩnh Lợi và Đông Hải. Hệ thống đô thị gồm 1 đô thị loại II (TP Bạc Liêu) và 7 đô thị loại V. Tỷ lệ đô thị hóa của Bạc Liêu cao hơn so với vùng Đồng bằng sông Cửu Long (năm 2015 tỷ lệ đô thị hóa khoảng 25% so với của vùng Đồng bằng sông Cửu Long).

Các đô thị phát triển khá nhanh, công nghiệp - xây dựng và dịch vụ chiếm tỷ trọng cao. Kết cấu hạ tầng đô thị tương đối phát triển song còn hạn chế, chưa đáp ứng nhu cầu phát triển. Khu vực nông thôn, dân cư nông thôn Bạc Liêu thường

được phân bố theo các tuyến và cụm dân cư trung tâm cụm xã, trung tâm xã.

2.3.7. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

Quan điểm của ngành là phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu GDP, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội; theo hướng chuyên nghiệp, có trọng tâm; phát triển song song du lịch nội địa và du lịch quốc tế, gắn chặt với việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc, đồng thời đẩy mạnh xã hội hóa, tập chung huy động mọi nguồn lực cả trong và ngoài nước cho sự phát triển du lịch.

Mục tiêu tổng quát của ngành du lịch là đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và thế giới. Phân đầu đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành du lịch phát triển.

Năm 2015, Việt Nam đặt ra mục tiêu đón 7 - 7,5 triệu lượt khách du lịch quốc tế và 36 - 37 triệu lượt khách du lịch nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt 10 - 11 tỷ USD, đóng góp 5,5 - 6% vào GDP cả nước; có tổng số 390.000 buồng lưu trú với 30 - 35% đạt chuẩn từ 3 đến 5 sao; tạo ra 2,2 triệu việc làm trong đó có 620.000 lao động trực tiếp du lịch.

Mục tiêu đến năm 2020, Việt Nam sẽ đón 10 - 10,5 triệu lượt khách du lịch quốc tế và 47 - 48 triệu lượt khách du lịch nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt 18 - 19 tỷ USD, đóng góp 6,5 - 7% GDP cả nước; có tổng số 580.000 buồng lưu trú với 35 - 40% đạt chuẩn từ 3 đến 5 sao; tạo ra 3 triệu việc làm trong đó có 870.000 lao động trực tiếp du lịch. Năm 2030, tổng thu từ khách du lịch tăng gấp 2 lần năm 2020.

Để đạt được những mục tiêu đề ra ngành du lịch phải có những giải pháp kịp thời như: Phát triển sản phẩm du lịch; đầu tư hệ thống hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch đi đôi với đào tạo và phát triển nguồn nhân lực; phát triển thị trường xúc tiến quảng bá thương hiệu, gắn liền với đầu tư và chính sách phát triển đồng thời tích cực triển khai thực hiện hợp tác quốc tế về du lịch, hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách và liên quan đến du lịch.

Chương trình hành động cụ thể là hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách và nâng cao năng lực quản lý nhà nước về du lịch; hoạch định chiến lược phát triển du lịch trên các lĩnh vực như chất lượng phát triển thương hiệu du lịch Việt Nam, Chiến lược marketing, chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch; thực hiện

quy hoạch và đầu tư phát triển gắn liền với triển khai thực hiện các chương trình, đề án phát triển du lịch.

2.3.8. Thị trường khách du lịch đến Việt Nam

Thị trường khách du lịch quốc tế đến Việt Nam những năm qua tăng trưởng liên tục và mở rộng nhiều thị trường mới. Các thị trường truyền thống của du lịch Việt Nam tăng trưởng ổn định. Các thị trường láng giềng có mức gia tăng nhanh chóng. Cụ thể:

- *Thị trường Đông Bắc Á*: Là thị trường chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong những năm qua trong đó đứng đầu là thị trường Trung Quốc (gần 19% năm 2015), tiếp đến là Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan. Khách từ khu vực Bắc Á chiếm tới hơn 40% tổng lượng khách. Mặc dù chiếm tỷ trọng lớn về lượng khách nhưng chi tiêu trung bình của khách du lịch Trung Quốc nhìn chung thấp so với các thị trường khác trong khu vực cũng như mặt bằng chung.

- *Thị trường khách du lịch từ Bắc Mỹ*: Đặc biệt là Mỹ có tốc độ tăng trưởng khá cao đặc biệt kể từ khi Việt Nam và Mỹ bình thường hoá quan hệ. Năm 2015, lượng khách từ thị trường Mỹ đến Việt Nam đạt gần 550.000 lượt, bằng 8,5% tổng lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam.

- *Thị trường Châu Âu*: Trong 2, 3 năm gần đây chỉ còn Pháp duy trì trong nhóm dẫn đầu các thị trường trọng điểm với mức độ tăng trưởng đều đặn và đạt gần 300.000 lượt khách năm 2015 (chiếm 3,9% tổng lượng khách quốc tế). Thị trường khách Anh, Đức giảm và đã không xếp vào 10 thị trường lớn nhất đến Việt Nam. Sự nổi lên của thị trường Nga và Ucraina với chi tiêu du lịch cao đến các khu du lịch biển của Việt Nam đang là những thị trường khách mới nổi rất đáng quan tâm.

- *Thị trường Úc*: Luôn duy trì tăng lượng khách đều đặn trong nhóm các thị trường trọng điểm và đạt 378.100 lượt khách năm 2015.

- *Thị trường các nước ASEAN*: Từ năm 2006 trở lại đây tăng mạnh, đặc biệt có sự tăng trưởng với tốc độ khá nhanh của thị trường khách các nước láng giềng và đã đóng góp 2 đến 3 đại diện trong bảng thứ tự các thị trường trọng điểm đó là Campuchia, Thái Lan, Malaysia, Singapore.

- Du lịch nội địa có xu hướng tăng mạnh: Khách du lịch nội địa ngày một tham gia nhiều hơn các hoạt động du lịch, mức chi tiêu du lịch và nhu cầu du lịch. Nếu phân theo thời gian và mục đích chính đi du lịch thì thị trường du lịch nội địa tập trung chính vào:

- *Khách đi nghỉ hè*: Nhiều thị trường khách khác nhau thực hiện các hoạt

động du lịch trong các tháng hè. Trong đó có du lịch nghỉ biển, du lịch tham quan tìm hiểu văn hóa lịch sử, khám phá, tìm hiểu thiên nhiên... Các thị phần khách đa dạng, theo mọi lứa tuổi.

- *Khách đi nghỉ Lễ, Tết:* Nhu cầu gia tăng, chính sách nới dài thời gian nghỉ lễ với nghỉ cuối tuần thường được áp dụng nên xu hướng du lịch nội địa trong các dịp nghỉ này gia tăng rất nhanh chóng. Các hoạt động du lịch nghỉ dưỡng, khám phá, tìm hiểu thiên nhiên, văn hóa lịch sử và đặc biệt là du lịch tâm linh được thực hiện nhiều.

- *Khách du lịch cuối tuần:* Đây cũng là thị trường quan trọng. Hiện nay nổi lên thị phần khách du lịch “Phượt” từ các đối tượng thanh niên, hiện nay đang kéo theo các đối tượng thị trường trung niên và trung lưu. Thị trường này thực hiện các chuyến du lịch ngắn, nhiều chuyến du lịch cuối tuần.

- *Khách du lịch công vụ:* Du lịch công vụ cũng gia tăng. Thị trường khách này giúp phát triển các hoạt động du lịch MICE, thị trường cũng tham gia một số hoạt động du lịch tại các điểm đến, chi tiêu nhiều và thường mua sắm các sản phẩm là sản vật của địa phương làm quà.

- *Khách du lịch thăm thân nhân:* Khách từ các địa phương tới các đô thị và ngược lại với mục đích thăm thân nhưng cũng sử dụng dịch vụ và tham gia một số hoạt động du lịch, mua sắm sản vật địa phương.

2.3.9. Thị trường khách du lịch đến Đồng bằng sông Cửu Long

- Khách du lịch quốc tế đến ĐBSCL chủ yếu tập trung ở các tỉnh Tiền Giang, Vĩnh Long, Bến Tre, Cần Thơ, Kiên Giang, An Giang chiếm trên 90% tổng lượng khách quốc tế đến cả vùng. Khách chủ yếu tới bằng đường bộ từ tp. Hồ Chí Minh và đường không ra đảo Phú Quốc. Hiện nay, lượng khách đường sông và đường biển có xu hướng gia tăng. Trong tổng lượng khách quốc tế đến vùng ĐBSCL thì tới 50% là từ Đông Bắc Á, 31% khách thị trường Tây Âu, 9% từ Bắc Mỹ và 4% từ Châu Úc và khoảng 2% từ các nước Đông Nam Á.

- Khách du lịch quốc tế đến vùng ĐBSCL chỉ lưu trú trung bình khoảng 1,8 ngày.

- Khách du lịch nội địa tới ĐBSCL có số lượng lớn, chiếm tới 14,7% tổng lượng khách du lịch nội địa đi lại trên toàn quốc. Luồng khách nội địa chính là từ tp. Hồ Chí Minh, chiếm tới 50% tổng lượng khách, từ các tỉnh Nam Bộ khác chiếm 27%, còn lại là từ các vùng miền khác. Thị trường khách du lịch tâm linh chiếm đông đảo và làm gia tăng tổng lượng khách du lịch nội địa đến toàn vùng, tập trung vào các lễ hội quan trọng như vía bà chúa Xứ. Lượng khách hầu như không sử dụng dịch vụ lưu trú.

2.3.10. Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài EFE

Bảng 2.8. Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu

STT	Các yếu tố	Mức quan trọng trung bình	Phân loại	Số điểm quan trọng
1	Nền kinh tế Việt Nam phát triển ổn định và bền vững	0,071	2	0,142
2	Tình hình an ninh, chính trị Việt Nam ổn định	0,087	3	0,261
3	Chính sách ưu đãi phát triển du lịch từ Trung ương và địa phương	0,077	2	0,154
4	Chính Phủ đặc biệt quan tâm đến đầu tư phát triển du lịch	0,077	4	0,308
5	Nhu cầu đi du lịch ngày càng tăng từ khách du lịch nội địa và nước ngoài	0,090	3	0,270
6	Sự cạnh tranh mạnh mẽ của các đối thủ trên thị trường ngành du lịch	0,059	2	0,118
7	Cơ hội học tập các mô hình du lịch trong và ngoài nước nhiều	0,077	2	0,154
8	Xu hướng phát triển du lịch của thế giới hiện nay theo hướng phát triển du lịch bền vững dựa vào tài nguyên thiên nhiên và văn hóa địa phương	0,078	2	0,156
9	Cơ hội hợp tác du lịch của Bạc Liêu ngày càng được mở rộng	0,070	2	0,140
10	Nhiều nhà đầu tư về du lịch trong và ngoài nước quan tâm	0,068	2	0,136
11	Vốn đầu tư của toàn xã hội cho phát triển ngành du lịch tăng mạnh	0,050	2	0,100
12	Thiên tai dịch bệnh xảy ra liên tiếp trong khu vực và trên thế giới	0,066	2	0,132
13	Sản phẩm, loại hình du lịch chưa phong phú, đa dạng mang nhiều nét tương đồng với các tỉnh ĐBSCL	0,064	2	0,128
14	Sự phát triển công nghệ, kỹ thuật hiện đại trong phục vụ du lịch, giải trí của các nước phát triển tạo sự thỏa mãn khách hàng càng cao	0,066	2	0,132
	Tổng cộng	1,000		2,331

Dựa trên cơ sở đánh giá của các chuyên gia về du lịch, qua ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài nhằm giúp ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu đánh giá lại các thông tin về các yếu tố chủ yếu liên quan đến môi trường bên ngoài tác động và ảnh hưởng đến hoạt động du lịch hiện nay.

Với tổng điểm quan trọng là 2.331, cho thấy ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu phản ứng trung bình với các yếu tố từ môi trường bên ngoài trong việc tận dụng các cơ hội và tránh những mối đe dọa từ bên ngoài.

2.4. PHÂN TÍCH CẠNH TRANH

- **Đối thủ cạnh tranh quốc tế:** So với các nước trong khu vực và trên thế giới, Việt Nam chỉ mới ở giai đoạn đầu của quá trình phát triển ngành du lịch. Tuy đạt được một số kết quả cơ bản, nhưng ngành du lịch Việt Nam nói chung và ngành du lịch Bạc Liêu nói riêng vẫn còn những hạn chế trong cạnh tranh du lịch với các nước trong khu vực và trên thế giới. Chất lượng sản phẩm du lịch chưa cao, loại hình du lịch chưa phong phú, độc đáo, chưa đậm đà bản sắc dân tộc Việt Nam, so với một số nước trong khu vực, thì vẫn chưa có lợi thế về phí vận chuyển hàng không. Sự đa dạng của sản phẩm du lịch, cách thức tổ chức sản phẩm du lịch trọn gói còn hạn chế, chưa có tính chuyên nghiệp. Tính đặc thù của sản phẩm ở từng doanh nghiệp chưa rõ nét, lợi thế của mỗi địa phương chưa được khai thác và phát huy triệt để, sản phẩm du lịch Bạc Liêu vì thế chưa thật đa dạng cả bề rộng lẫn chiều sâu. Nhiều khu du lịch, điểm du lịch khai thác ở dạng tự nhiên, chưa đáp ứng được nhu cầu của từng đối tượng du khách, của mỗi thị trường. Việc bảo tồn, nâng cấp các di tích lịch sử, văn hóa, nghệ thuật phục vụ cho hoạt động du lịch còn nhiều bất cập. Công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch ra bên ngoài tuy đã có bước phát triển nhất định nhưng chưa chuyên nghiệp, chưa đáp ứng được nhu cầu thông tin của du khách và các nhà đầu tư. Những hạn chế nêu trên đã đưa đến một thực tế là, trên cả tầm quốc gia và địa phương, sức cạnh tranh của du lịch Việt Nam nói chung, Cần Thơ nói riêng hiện nay còn yếu, chúng ta chưa phải là đối thủ cạnh tranh du lịch của các nước có nền kinh tế du lịch phát triển trong khu vực như Thailand, Malaysia, Singapore.

- **Đối thủ cạnh tranh trong nước:** Hoạt động du lịch mang tính chất liên ngành, liên vùng nên trong nhiều trường hợp, sự phát triển mang tính đặc thù của từng địa phương sẽ tạo ra khả năng hỗ trợ cho nhau để hình thành các tuyến du lịch phong phú và đa dạng. Tuy nhiên, do sự phát triển tương tự vì cùng dựa trên những tài nguyên du lịch giống nhau và trình độ quản lý tương đương nhau nên giữa các địa phương không tránh khỏi sự cạnh tranh trong việc thu hút khách, thu hút vốn đầu tư. Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) bao gồm TP. Cần Thơ và 12 tỉnh, chiếm trên 1/5 dân số, trên 1/8 diện tích tự nhiên của cả nước, nhưng mỗi

tỉnh đều có thể mạnh, tiềm năng riêng như: Tiền Giang, Vĩnh Long có thể mạnh vượt trội về du lịch vườn, sông nước; Kiên Giang, Cà Mau, Trà Vinh, Bến Tre có du lịch biển, rừng; An Giang có núi Sam, chùa Bà, văn hóa Chăm; Cần Thơ cũng có thể mạnh về du lịch vườn, sông nước và có vị trí trung tâm, có cơ sở hạ tầng du lịch khá nhất vùng có thể trở thành trung tâm hội nghị, hội thảo quốc gia và quốc tế...

Tuy nhiên, do giới hạn về thời gian và khả năng nên chỉ chọn phân tích ngành du lịch Cần Thơ, An Giang, Tiền Giang, là đối thủ cạnh tranh chính của du lịch Bạc Liêu và tác giả có thể thu thập tương đối đầy đủ thông tin về các đối thủ này.

+ **Ngành du lịch An Giang:** An Giang nằm ở đầu nguồn sông Cửu Long, là tỉnh đồng bằng có núi, là nơi có nhiều nguồn lực phát triển: nông nghiệp, thủy sản, công nghiệp, thương mại, dịch vụ và du lịch, có tài nguyên khoáng sản, sông rạch nước ngọt quanh năm, giao thông thủy bộ thuận tiện, danh lam thắng cảnh đẹp, nhiều di tích lịch sử lâu đời, lễ hội văn hóa dân tộc truyền thống, có các cửa khẩu quốc tế, quốc gia là lợi thế để An Giang phát triển mạnh du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn phát triển toàn diện và tương lai An Giang sẽ là tỉnh cầu nối đồng thời, là trung tâm để quan hệ với tiểu vùng sông Mêkông gồm: Việt Nam, Campuchia, Lào, Thái Lan và một số nước Đông Nam Á khác. So với các tỉnh Đồng Bằng Sông Cửu Long có thể nói An Giang đã và đang khai thác những tiềm năng sẵn có của địa phương với những loại hình du lịch hấp dẫn để thu hút nhiều du khách đến với tỉnh ngày càng đông. Riêng các tour, tuyến trên địa bàn đã được kết nối thành những tour, tuyến du lịch liên hoàn trong và ngoài tỉnh.

*** Điểm mạnh:**

- Thiên nhiên ưu đãi, cảnh quan đặc thù với núi rừng (An Giang có diện tích rừng khá lớn gần 12.000 ha, đặc biệt là rừng tự nhiên), sông nước.

- Có nhiều di tích văn hóa - lịch sử,

- Nhiều lễ hội văn hóa truyền thống cấp quốc gia.

- Là đầu mối giao thông quan trọng nhất của vùng ĐBSCL, có đường sông và ô tô đến thành phố Phnôm Pênh gần nhất.

- Các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn đã quan tâm đầu tư xây dựng nâng cấp mở rộng qui mô kinh doanh của đơn vị mình, khai thác tiềm năng đặc trưng của cảnh quan môi trường sinh thái cũng như sinh hoạt văn hóa, thể thao, lễ hội truyền thống, sự kiện chính trị lớn của tỉnh.

*** Điểm yếu:**

- Các sản phẩm du lịch, các dịch vụ phục vụ du lịch nói chung là phong phú và đa dạng nhưng còn bị trùng lặp và chưa được khai thác triệt để, các tuyến du lịch, các tour du lịch còn tương đối đơn điệu, không có sự mới lạ.

- Đội ngũ cán bộ quản lý, chuyên môn nghiệp vụ còn yếu và thiếu chưa theo kịp nhu cầu phát triển, bên cạnh các doanh nghiệp du lịch chưa quan tâm việc đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn cho nhân viên làm công tác phục vụ khách du lịch.

- Chưa thu hút được vốn đầu tư từ nước ngoài vào lĩnh vực du lịch do điều kiện về cơ sở hạ tầng, về cơ chế, về thủ tục hành chính, về vị trí địa lý của An Giang...

- Tại các khu, điểm tham quan du lịch còn xảy ra tình trạng cò môi, tranh giành khách, cảnh buôn bán vô tổ chức nơi tham quan, đã làm cho môi trường du lịch thiếu văn minh, lịch sự.

+ **Ngành du lịch Tiền Giang:** Tiền Giang với TP. Mỹ Tho là cửa ngõ của cả vùng ĐBSCL rộng lớn đi vào trung tâm kinh tế lớn nhất của cả nước là TP.HCM. Mỹ Tho chỉ cách TP.HCM hơn 70 km. Tiền Giang mang tất cả đặc trưng kinh tế ĐBSCL. Ruộng lúa trù phú cho lúa năng suất cao, vườn màu mỡ cho trái cây xum xuê, sông rạch...

*** Điểm mạnh:**

- Tài nguyên tự nhiên phong phú, ở Tiền Giang đã hình thành nên ba vùng sinh thái rất thuận lợi để đẩy mạnh phát triển du lịch, nhất là du lịch sinh thái sông nước, miệt vườn.

- Có nhiều di tích văn hóa lịch sử và sinh thái như: Gò Thành (thế kỷ 1 đến thế kỷ 6 sau Công nguyên); di tích lịch sử Rạch Gầm-Xoài Mút, di tích Ấp Bắc, lũy Pháo Đài; nhiều lăng mộ, đền chùa: lăng Trương Định, lăng Hoàng Gia, lăng Tứ Kiệt, chùa Vĩnh Tràng, chùa Bửu Lâm, chùa Sắc Tứ...

- Nhiều điểm du lịch sinh thái mới được tôn tạo như: vườn cây ăn quả ở cù lao Thới Sơn, Ngũ Hiệp, Trại rắn Đồng Tâm, khu sinh thái Đồng Tháp Mười, biển Gò Công.

*** Điểm yếu:**

- Các loại hình du lịch còn đơn điệu và còn nhiều yếu kém về cơ sở vật chất lẫn điều kiện và phương thức hoạt động.

- Đội ngũ lao động vẫn chưa đáp ứng kịp thời yêu cầu phục vụ khách, nhất là đối với khách du lịch quốc tế. Nghiệp vụ chuyên môn và trình độ ngoại ngữ

còn nhiều hạn chế. Trình độ cán bộ công nhân viên, người lao động trong ngành chưa đồng đều, nhất là ở khu vực tư nhân ít được đào tạo, bồi dưỡng để nâng cao trình độ chuyên môn.

- Cơ sở lưu trú chưa đảm bảo chất lượng để phục vụ khách du lịch.

- Công tác xúc tiến du lịch cũng chỉ dừng lại ở việc tham gia triển lãm liên hoan du lịch trong nước. Công tác quảng bá, tiếp thị ít được các doanh nghiệp quan tâm, ngại kinh phí. - Công tác đảm bảo vệ sinh môi trường, trật tự an toàn tại các khu du lịch còn nhiều bất cập. Đáng chú ý là hệ thống thu gom, chứa và xử lý sơ bộ chất thải tại các điểm du lịch còn chưa đảm bảo yêu cầu, nhiều nơi còn chưa có.

Bảng 2.9: Ma trận hình ảnh cạnh tranh ngành du lịch Bạc Liêu

Các yếu tố thành công	Mức độ quan trọng	Du lịch Cần Thơ		Du lịch An Giang		Du lịch Tiền Giang		Du lịch Bạc Liêu	
		Hạng	Điểm quan trọng	Hạng	Điểm quan trọng	Hạng	Điểm quan trọng	Hạng	Điểm quan trọng
Cơ sở hạ tầng	0,100	4	0,400	2	0,200	3	0,300	2	0,200
Vị trí địa lý	0,073	4	0,292	3	0,219	2	0,146	2	0,146
Tài nguyên thiên nhiên	0,090	2	0,180	2	0,180	2	0,180	3	0,270
Di tích lịch sử	0,109	2	0,218	3	0,327	2	0,218	2	0,218
Lễ hội truyền thống	0,097	2	0,194	4	0,388	2	0,194	2	0,194
Sản phẩm du lịch	0,125	3	0,375	3	0,375	3	0,375	2	0,250
Việc đầu tư mở rộng	0,087	4	0,348	3	0,261	3	0,261	2	0,174
Quảng bá hình ảnh	0,115	4	0,460	3	0,345	3	0,345	2	0,230
Các cơ sở lưu trú	0,106	4	0,424	2	0,212	2	0,212	2	0,212
Về nhân sự, quản lý	0,097	2	0,194	2	0,194	2	0,194	1	0,097
Tổng cộng	1,0		3,085		2,701		2,425		1,991

Nguồn: Tác giả tự điều tra nghiên cứu và ý kiến các chuyên gia

* Nhận xét: Từ ma trận hình ảnh cạnh tranh chúng ta có thể xếp hạng đối thủ cạnh tranh như sau: ngành du lịch Cần Thơ xếp thứ 1, đứng ở vị trí thứ hai là du lịch An Giang, sau đó là du lịch Tiền Giang, rồi mới đến du lịch Bạc Liêu. Có thể nói ngành kinh doanh du lịch của tỉnh Bạc Liêu đang chịu áp lực không nhỏ trước các đối thủ cạnh tranh trong giai đoạn hiện nay.

2.5. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ CƠ HỘI THÁCH THỨC- MẠNH- YẾU

Từ phân tích các yếu tố môi trường bên ngoài (EFE), môi trường bên trong (IFE) ảnh hưởng đến phát triển ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu (trong chương II), ta có thể nhận diện được điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong ma trận SWOT nhằm đưa ra các chiến lược cho ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu.

Bảng 3.1: Ma trận SWOT

S (Điểm mạnh)	W (Điểm yếu)
S1: Đặc thù tài nguyên du lịch nhân văn, giá trị nghệ thuật đã tạo lợi thế phát triển du lịch Bạc Liêu	W1: Quy hoạch phát triển ngành du lịch chưa hợp lý, còn chông chéo, các dự án đầu tư du lịch triển khai chậm
S2: Có vị trí, địa lý thuận lợi do nằm trên các tuyến giao thông đường thủy và đường bộ chính của vùng ĐBSCL	W2: Trình độ nguồn nhân lực phục vụ trong ngành du lịch còn nhiều bất cập.
S3: Tài nguyên du lịch Bạc Liêu tương đối đa dạng phong phú, có nhiều di tích lịch sử văn hóa, nhiều lễ hội mang đậm bản sắc dân tộc (kinh, hoa, khrome)	W3: Hoạt động Marketing, xúc tiến, quảng bá du lịch còn hạn chế.
S4: Duy trì, bảo tồn văn hóa bản địa của người dân tại Bạc Liêu	W4: Chất lượng sản phẩm du lịch tại tỉnh còn kém.
S5: Người dân Bạc Liêu thân thiện, vui vẻ và mến khách	W5: Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch đã và đang đầu tư nâng cấp phát triển
S6: Uy tín thương hiệu được nhiều người biết đến qua giai thoại về công tử Bạc Liêu	W6: Lượng khách đến còn nhỏ bé so tiềm năng đón tiếp
S7: Kinh tế tỉnh Bạc Liêu nhiều năm qua phát triển nhanh và bền vững, mức sống người dân không ngừng được nâng cao	W7: Thiếu các đầu mối giao thông quan trọng mang tính chất đối ngoại như cảng biển quốc tế, sân bay...

O (Cơ hội)	T (Thách thức)
<p>O1: Chính Phủ đặc biệt quan tâm đến đầu tư phát triển du lịch.</p> <p>O2: Nhu cầu đi du lịch ngày càng tăng từ khách du lịch nội địa và nước ngoài</p> <p>O3: Tình hình an ninh, chính trị Việt Nam ổn định</p> <p>O4: Xu hướng phát triển du lịch của thế giới hiện nay theo hướng phát triển du lịch bền vững dựa vào tài nguyên thiên nhiên và văn hóa địa phương</p> <p>O5: Chính sách ưu đãi phát triển du lịch từ Trung ương và địa phương</p> <p>O6: Cơ hội học tập các mô hình du lịch trong và ngoài nước nhiều</p> <p>O7: Nền kinh tế Việt Nam phát triển ổn định và bền vững</p> <p>O8: Cơ hội hợp tác du lịch của Bạc Liêu ngày càng được mở rộng</p> <p>O9: Nhiều nhà đầu tư về du lịch trong và ngoài nước quan tâm.</p>	<p>T1: Sản phẩm, loại hình du lịch chưa phong phú, đa dạng mang nhiều nét tương đồng với các tỉnh ĐBSCL.</p> <p>T2: Sự phát triển công nghệ, kỹ thuật hiện đại trong phục vụ du lịch, giải trí của các nước phát triển tạo sự thỏa mãn khách hàng càng cao.</p> <p>T3: Thiên tai dịch bệnh xảy ra liên tiếp trong khu vực và trên thế giới</p> <p>T4: Sự cạnh tranh mạnh mẽ của các đối thủ trên thị trường ngành du lịch.</p> <p>T5: Vốn đầu tư của toàn xã hội cho phát triển ngành du lịch tăng mạnh.</p>

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Nội dung chương trình bày khái quát những kết quả đạt được và hạn chế trong kinh doanh ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu. Chương 2 cũng tiến hành phân tích dự báo môi trường bên trong và bên ngoài nảy sinh điểm mạnh – yếu, cơ hội- thách thức tác động đến kinh doanh ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu. Trên cơ sở đó đưa ra các bảng ma trận về môi trường bên ngoài, bên trong, ma trận cạnh tranh và ma trận tổng hợp (SWOT). Đây là những cơ sở khoa học để đưa ra chiến lược kinh doanh cho ngành du lịch đến năm 2020 và tầm nhìn năm 2030.

CHƯƠNG 3: CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KINH DOANH NGÀNH DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU ĐẾN NĂM 2020 TẦM NHÌN 2030

3.1. MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN VÀ CHƯƠNG TRÌNH HÀNH ĐỘNG DU LỊCH BẠC LIÊU GIAI ĐOẠN 2016-2020 VÀ TẦM NHÌN 2030

3.1.1. Mục tiêu

Mục tiêu tổng quát

Tiếp tục đẩy nhanh tốc độ phát triển du lịch của tỉnh theo hướng phát triển bền vững, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh và trở thành trung tâm du lịch cấp vùng. Xây dựng hệ thống cơ sở vật chất, kỹ thuật tương xứng với tiềm năng, có những sản phẩm du lịch mang tính đặc trưng của tỉnh, mang bản sắc văn hóa địa phương và Bạc Liêu trở thành điểm đến hấp dẫn, thu hút du khách với nhiều loại hình phong phú hấp dẫn chất lượng cao. Đồng thời huy động toàn xã hội tham gia vào các hoạt động du lịch, phát huy nội lực tranh thủ ngoại lực phát triển du lịch làm khâu đột phá, tạo ra động lực thúc đẩy kinh tế - xã hội của tỉnh phát triển.

Mục tiêu cụ thể

- Khách du lịch: đến năm 2020 đón hơn 2.000.000 lượt, trong đó khách quốc tế 35.000 lượt, tăng hơn 2 lần so với năm 2015.

- Doanh thu từ du lịch: đến năm 2020 đạt hơn 2.000 tỷ đồng, tăng gấp 2 lần so với năm 2015.

- Tỷ trọng GRDP du lịch trong tổng GRDP của tỉnh đến năm 2020 chiếm khoảng 3,89%.

- Quy mô hệ thống cơ sở lưu trú du lịch đến năm 2020 đạt khoảng 3.000 phòng, trong đó có khoảng 8% cơ sở đạt chuẩn từ 3-5 sao.

- Quy mô lao động ngành du lịch đến năm 2020 tạo việc làm cho hơn 15.000 lao động (*trong đó, có 5.700 lao động trực tiếp*).

- Tiếp tục đầu tư cho các chương trình nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch mới, các sản phẩm du lịch chất lượng cao mang nét đặc trưng của Bạc Liêu có tính hấp dẫn, thu hút du khách.

- Tiếp tục đầu tư xây dựng một số khu du lịch trọng điểm của làm động lực thúc đẩy các hoạt động du lịch phát triển; đầu tư hệ thống hạ tầng du lịch, tập trung vào các khu du lịch trọng điểm như khu du lịch Nhà Mát, núi Quán âm (khu Quán Âm Phật Đài), chùa Hưng Thiện, tuyến du lịch sinh thái ven biển, du

lịch sinh thái gắn với điện gió...

3.1.2. Chương trình hành động của ngành du lịch đến năm 2020 và tầm nhìn 2030

Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch:

- Triển khai quy hoạch phát triển du lịch Bạc Liêu đến năm 2020, tầm nhìn năm 2030; xây dựng, điều chỉnh, bổ sung và triển khai các quy hoạch chi tiết phát triển du lịch như: điểm du lịch Sinh thái Vườn chim Lập Điền - huyện Đông Hải; điểm du lịch sinh thái Vườn Cò - huyện Phước Long; điểm dịch vụ du lịch khu nhà thờ Tắc Sậy, Vườn chim ấp 4 - xã Phong Thạnh Tây (*thị xã Giá Rai*); mở rộng khu di tích lịch sử Nọc Nặng; mở rộng di tích Trần Giồng Bóm đề nghị công nhận di tích cấp quốc gia... và một số quy hoạch chi tiết khác.

- Đẩy nhanh tiến độ triển khai các dự án du lịch như: Phối hợp và đôn đốc Tỉnh hội Phật giáo khẩn trương hoàn thành dự án khu du lịch Quán Âm Phật Đài nhất là hạng mục xây dựng Núi quán âm; Đánh giá hiệu quả việc triển khai Đề án bảo tồn nhân cổ để khai thác phục vụ du lịch. Nghiên cứu, đề xuất các biện pháp khả thi để xây dựng Khu du lịch Vườn nhãn trở thành khu du lịch sinh thái trọng điểm của tỉnh. Thu hút đầu tư khu du lịch sinh thái gắn với tham quan điện gió; khu cầu dẫn và vui chơi trên biển; hoàn thành dự án tuyến du lịch ven biển Nhà Mát- Cái Cù để kêu gọi đầu tư vào tuyến du lịch này; Tiếp tục trùng tu, tôn tạo các di tích lịch sử- văn hóa gắn với tổ chức các dịch vụ du lịch để thu hút khách du lịch .

Tiếp tục đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở lưu trú du lịch:

Hoàn thiện các tiêu chí để đề nghị công nhận khách sạn Trần Vinh, khu nghỉ dưỡng của Công ty ô tô Bảo Toàn tại Nhà Mát đạt tiêu chuẩn 3 sao, xây dựng khách sạn "*Cây đờn kìm*" tại khu du lịch Nhà Mát tiêu chuẩn 5 sao v.v... Khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư xây dựng các cơ sở lưu trú du lịch theo hướng nâng dần tỷ lệ khách sạn cao cấp từ 3 sao trở lên. Đến năm 2020 phấn đấu có khoảng 3.000 phòng nghỉ đạt chuẩn phục vụ khách du lịch, tăng gấp 2 lần so với năm 2015, đảm bảo đáp ứng được nhu cầu đa dạng của du khách đến Bạc Liêu.

Xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng của Bạc Liêu:

- củng cố, nâng cao chất lượng và phát huy hiệu quả của 8 sản phẩm du lịch đã được Hiệp hội du lịch Đồng bằng sông Cửu Long công nhận là Điểm du lịch tiêu biểu đưa vào kết nối tour tuyến du lịch với Vùng Đồng bằng sông Cửu Long và cả nước.

- Phát huy giá trị của nghệ thuật của Đờn ca tài tử với điểm du lịch cấp quốc

gia theo Chiến lược Quy hoạch phát triển du lịch là khu lưu niệm nghệ thuật Đờn ca tài tử và cổ nhạc sỹ Cao Văn Lầu.

- Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện các sản phẩm du lịch mới như du lịch sinh thái gắn với tham quan điện gió, du lịch vườn chim, vườn nhãn Bạc Liêu, tuyến du lịch ven biển Nhà Mát – Cái Cù; khách sạn "Cây đờn kìm" tại Nhà Mát, chùa Hưng Thiện... Phấn đấu đến năm 2020, có thêm 3 đến 5 sản phẩm du lịch được công nhận là Điểm du lịch tiêu biểu Đồng bằng sông Cửu Long.

- Hỗ trợ các làng nghề có đủ điều kiện phát triển thành điểm du lịch, tạo sản phẩm du lịch mới cho tỉnh. Tổ chức đào tạo nghề, hỗ trợ xúc tiến thương mại - du lịch cho các làng nghề (tham quan, học tập kinh nghiệm, học hỏi sản phẩm mới phục vụ du lịch).

- Hỗ trợ tạo điểm bán hàng, nơi tham quan tại các làng nghề và các khu điểm du lịch.

- Tổ chức cuộc thi sáng tác mẫu sản phẩm lưu niệm đặc trưng của Bạc Liêu để sản xuất và tiêu thụ làm quà lưu niệm cho du khách.

- Khai thác Trung tâm hội chợ triển lãm tỉnh trở thành nơi trưng bày, giới thiệu các sản phẩm lưu niệm, các đặc sản Bạc Liêu phục vụ khách du lịch; tạo các điểm dừng chân cho khách du lịch trên tuyến quốc lộ IA....

- Phát huy các giá trị văn hóa, lịch sử cũng như giai thoại về Công Tử Bạc Liêu tạo thành sản phẩm đặc thù thu hút du khách.

- Tổ chức cuộc thi làm sản phẩm lưu niệm và quà tặng du lịch.

Phát triển loại hình du lịch văn hóa, tín ngưỡng:

- Tiếp tục đầu tư trùng tu, tôn tạo các di tích lịch sử, văn hóa, nhất là các di tích đã được xếp hạng để đưa vào các tuyến điểm du lịch. Khuyến khích duy tu, sửa chữa đình, chùa, miếu... của các dân tộc Kinh, Hoa, Khmer như miếu Tiên sư, Miếu Quan đé, chùa Giác Hoa, chùa Hưng Thiện, Đình Tân Hưng, Lăng cá Ông Nam Hải, lăng cá Ông Duyên Hải v.v... để tạo thêm nhiều điểm tham quan cho khách du lịch.

- Xây dựng mới Bảo tàng tỉnh gắn với sưu tầm và trưng bày hình ảnh, hiện vật, cổ vật tiêu biểu giới thiệu văn hóa, lịch sử hình thành và phát triển của ba dân tộc Kinh - Hoa - Khmer trên vùng đất Bạc Liêu; hoàn thành và đưa vào khai thác Trung tâm triển lãm văn hóa nghệ thuật phục vụ khách tham quan du lịch.

- Khẩn trương hoàn thành dự án đầu tư Khu Quán âm Phật đài gắn với việc bảo đảm tiêu chí điểm du lịch tiêu biểu Đồng bằng sông Cửu Long đã được công nhận; triển khai dự án đầu tư điểm du lịch Giá Rai - Hộ Phòng (*khu vực nhà thờ*

Về ẩm thực :

- Tiếp tục khảo sát, nghiên cứu, đánh giá tiềm năng về ẩm thực Bạc Liêu, mức độ thu hút khách, phân loại ẩm thực theo thị trường, thị hiếu khách du lịch.

- Tuyên truyền, giới thiệu ẩm thực Bạc Liêu bằng nhiều hình thức như: giới thiệu trên các phương tiện thông tin, trong các hội chợ, liên hoan du lịch; tham gia liên hoan ẩm thực trong nước...để những món ăn đặc thù nổi tiếng của Bạc Liêu như: bún nước lèo, bánh tằm, bún bò cay, các loài thủy sản tươi sống...

- Khuyến khích, hỗ trợ các nhà hàng, khách sạn chuyên sâu ẩm thực truyền thống và chế tạo món ăn mới.

- Tổ chức các hội thi ẩm thực du lịch, lựa chọn món ăn mới bổ dưỡng, trưng bày hấp dẫn, đặc sắc.

- Tổ chức các khu ẩm thực tập trung ban đêm tại các huyện và sắp xếp, nâng cao chất lượng phục vụ của khu ẩm thực chợ đêm thành phố Bạc Liêu.

Nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch:

Tập trung vào việc nâng cao năng lực của ngành du lịch Bạc Liêu, nâng cao chất lượng phục vụ trong hệ thống khách sạn, nhà hàng, cơ sở lưu trú du lịch khác, trong hoạt động lữ hành, hướng dẫn, vận chuyển khách du lịch và các khâu đón tiếp, dịch vụ khác. Đa dạng hóa các dịch vụ lưu trú, các tours, tuyến, loại hình du lịch, hàng lưu niệm cung cấp cho khách du lịch, tăng cường khả năng hội nhập của du lịch Bạc Liêu với khu vực, trong nước và quốc tế.

- Khuyến khích các nhà đầu tư triển khai các dự án xây dựng các sản phẩm du lịch mang tính đặc trưng Bạc Liêu; các dự án du lịch có quy mô tầm cỡ tạo điểm nhấn .

- Hỗ trợ và tạo điều kiện cho việc chuyên nghiệp hóa công tác quản lý cơ sở lưu trú du lịch như: Chuẩn hóa các chức danh quản lý, tạo đội ngũ quản lý chuyên nghiệp; tổ chức tham quan học tập kinh nghiệm cho các giám đốc cơ sở, khuyến khích hình thức thuê giám đốc có trình độ cao, tổ chức bình chọn người quản lý giỏi... Gắn với việc xếp loại, hạng cơ sở lưu trú du lịch với hoàn thiện nâng cao chất lượng, kể cả chất lượng phục vụ. Khuyến khích, nghiên cứu áp dụng các biện pháp nâng cao hiệu quả và chất lượng kinh doanh cơ sở lưu trú; Hỗ trợ quảng bá ; tổ chức hội thi lễ tân khách sạn, hội thi phục vụ bàn .v.v...Khuyến khích đầu tư, nâng cấp các cơ sở lưu trú du lịch theo hướng đầu tư các cơ sở hạng cao cấp.

- Củng cố và đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên theo tiêu chuẩn quy định. Tham gia các hội thi hướng dẫn viên giỏi khu vực và toàn quốc, nâng cao trình

độ nghiệp vụ du lịch cho các lái xe du lịch, đảm bảo các phương tiện vận chuyển du lịch an toàn, có đủ điều kiện trang bị, đảm bảo lịch sự và làm hài lòng du khách đi đôi với xét cấp biển hiệu cho xe ô tô vận chuyển khách du lịch; Hỗ trợ các doanh nghiệp lữ hành tiếp cận với công nghệ hiện đại...

- Nâng cao tinh thần trách nhiệm của các cán bộ, nhân viên làm việc tại các cơ quan đại diện với nước ngoài, bộ phận xuất nhập cảnh, bộ đội biên phòng... Nâng cao văn hóa giao tiếp với khách du lịch của các cơ sở dịch vụ, các công ty kinh doanh du lịch, các khu, điểm du lịch.

Tuyên truyền, quảng bá du lịch:

- Xây dựng sản phẩm tuyên truyền và giới thiệu về du lịch Bạc Liêu:

+ Ấn phẩm giới thiệu về văn hóa, lịch sử để tuyên truyền rộng rãi trong nhân dân, khách du lịch.

+ Ấn phẩm giới thiệu các chương trình du lịch cho khách du lịch, giới thiệu tiềm năng du lịch của tỉnh, các chính sách thu hút đầu tư về du lịch. In các tờ gấp giới thiệu về ẩm thực, địa chỉ mua sắm, nơi nghỉ đêm, vui chơi giải trí, đường đến các điểm tham quan v.v... để hướng dẫn, giới thiệu với du khách.

+ Làm mới phim tư liệu về du lịch Bạc Liêu.

- Tuyên truyền, quảng bá về du lịch trên các phương tiện thông tin đại chúng:

+ Phối hợp với các phương tiện thông tin đại chúng để tuyên truyền các chủ trương, chính sách về du lịch của Đảng và Nhà nước; phổ biến chương trình hành động về du lịch của tỉnh Bạc Liêu 2016 - 2020; giới thiệu các khu, điểm, các tour, tuyến, các loại hình dịch vụ du lịch...

+ Tiếp tục xây dựng chuyên mục du lịch trên sóng phát thanh và truyền hình Bạc Liêu, mỗi tháng tối thiểu một chuyên mục, thực hiện cho cả giai đoạn 2016 - 2020.

+ Báo Bạc Liêu, các tạp chí của tỉnh thường xuyên mở chuyên mục du lịch nhằm tăng cường thông tin, tuyên truyền về chính sách, các sự kiện ngành du lịch...

+ Tăng cường quảng bá du lịch Bạc Liêu trên các Đài truyền hình khu vực và Đài Truyền hình Việt Nam, các báo, ấn phẩm trong nước.

+ Tổ chức các cuộc hội thảo, tọa đàm trên các phương tiện thông tin đại chúng về đề tài du lịch; tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về du lịch, sáng tác các ca khúc, tác phẩm về đề tài du lịch của tỉnh.

+ Thường xuyên tổ chức để báo chí, đài truyền hình quay phim, chụp ảnh, viết báo về du lịch Bạc Liêu.

- Tăng cường công tác thông tin cho các đối tượng khác:

+ Chỉnh sửa và làm mới biển quảng cáo tầm lớn giới thiệu về du lịch tỉnh Bạc Liêu tại nút giao thông quan trọng, vị trí cửa ngõ của tỉnh.

+ Xây dựng và củng cố các biển chỉ dẫn tại các điểm du lịch, trung tâm các thị xã, thị trấn.

+ Tổ chức hội thảo, hội nghị chuyên đề về du lịch của tỉnh và tham gia các hội nghị, hội thảo du lịch trong nước và quốc tế.

+ Tổ chức hội chợ thương mại - du lịch của tỉnh và tham gia các hội chợ du lịch trong nước, tiến tới tham gia hội chợ du lịch quốc tế và khu vực.

+ Thiết lập đường dây nóng để cung cấp thông tin và phản hồi thông tin của khách du lịch qua hệ thống Bưu điện.

Xúc tiến du lịch:

- Hàng năm tổ chức các đoàn xúc tiến du lịch với các địa phương trong nước, nhất là các địa phương có ngành du lịch phát triển mạnh, tiến tới xúc tiến du lịch ngoài nước khi có điều kiện.

- Tăng cường hợp tác, tham gia các hiệp hội, đặc biệt là hiệp hội du lịch đồng bằng sông Cửu Long và các tỉnh phía tây vùng Đồng bằng sông Cửu Long... để có điều kiện phối hợp và quảng bá cho du lịch Bạc Liêu.

- Tổ chức các chuyến khảo sát, tham quan cho các đoàn khách của các tỉnh, các đơn vị lữ hành trong nước, các cơ quan thông tấn báo chí trong nước tại các tuyến, điểm du lịch có tiềm năng du lịch của tỉnh để trao đổi kinh nghiệm về quản lý và xúc tiến du lịch.

- Tiến hành các hoạt động xúc tiến đầu tư nhằm thu hút vốn đầu tư cho du lịch:

+ Xây dựng chính sách khuyến khích, ưu đãi đầu tư lĩnh vực du lịch nhằm thu hút vốn đầu tư cho các dự án ngắn hạn, trung hạn và dài hạn.

+ Xây dựng các mô hình dự án và xuất bản các ấn phẩm để giới thiệu các dự án kêu gọi đầu tư phát triển du lịch.

+ Tổ chức các đợt tuyên truyền rộng rãi gắn với việc xây dựng các quy hoạch, dự án kêu gọi đầu tư nhằm khai thác nguồn vốn trong dân, trong các tầng lớp xã hội để đầu tư cho du lịch.

+ Tổ chức các đoàn xúc tiến đầu tư trong nước và ngoài nước; tổ chức cho

các đoàn khảo sát, nhà đầu tư trong và ngoài nước, các nhà báo chuyên nghiệp đến Bạc Liêu khảo sát và góp ý kiến cho sản phẩm du lịch của tỉnh.

+ Ngân sách hỗ trợ đầu tư cơ sở hạ tầng các khu, điểm du lịch chiến lược của tỉnh để làm cơ sở thu hút đầu tư cho du lịch của tỉnh.

Tăng cường hiệu quả quản lý Nhà nước, đẩy mạnh phối hợp liên ngành, hoàn thiện cơ chế, chính sách và phát triển nguồn nhân lực du lịch

Tăng cường hiệu quả quản lý nhà nước:

- Trong kiểm tra lĩnh vực du lịch, đảm bảo vừa tăng cường hiệu lực quản lý pháp luật, vừa tránh chồng chéo, ảnh hưởng đến môi trường kinh doanh du lịch.

- Nghiên cứu xây dựng chính sách thu hút, ưu đãi đầu tư vào lĩnh vực du lịch.

- Phối hợp chặt chẽ giữa du lịch, dịch vụ du lịch với các ngành dịch vụ liên quan như: tài chính, ngân hàng, bưu chính viễn thông...

- Xây dựng các quy chế quản lý du lịch trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu. Tiếp tục triển khai có hiệu quả Kế hoạch số 56/KH-UBND, ngày 11/11/2013 của UBND tỉnh "*Về tăng cường công tác quản lý môi trường du lịch, đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch*"; Kế hoạch số 04/KH-UBND, ngày 13/1/2015 của UBND tỉnh "*Triển khai thực hiện Nghị quyết của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch trong thời kỳ mới*" và Chỉ thị số 04/CT-UBND, ngày 11/9/2015 của UBND tỉnh "*Về tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch trên địa bàn*."

- Tăng cường năng lực quản lý du lịch của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Thành lập Trung tâm thông tin và xúc tiến du lịch thuộc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

- Hỗ trợ, tham gia và vận động thành lập Hiệp hội Du lịch của tỉnh và tổ chức đại hội đạt kết quả.

- Triển khai quy hoạch phát triển du lịch Bạc Liêu đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030 .

Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch:

- Xây dựng, quy hoạch cán bộ, phát triển nguồn nhân lực của tỉnh.

- Đổi mới, tăng cường hiệu lực, hiệu quả của công tác quản lý nguồn nhân lực và quản lý đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch.

- Tập trung đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức trong cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch, bồi dưỡng kiến thức về quản lý du lịch cho các cấp chính

quyền, cho đội ngũ cán bộ quản lý, quản trị và kinh doanh du lịch, các cơ sở kinh doanh du lịch.

- Tăng cường mở lớp đào tạo nghiệp vụ du lịch cho đội ngũ lao động trong các cơ sở kinh doanh du lịch để từng bước chuẩn hóa tiêu chuẩn cả về chuyên môn, nghiệp vụ, tin học, ngoại ngữ... theo từng loại hình du lịch ; đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên ngoài những tiêu chuẩn trên cần có kiến thức sâu sắc về giá trị của di sản Đền ca tài tử Nam Bộ.

3.2. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KINH DOANH NGÀNH DU LỊCH TỈNH BẠC LIÊU GIAI ĐOẠN 2016-2020

3.2.1. Các phương án chiến lược kết hợp: S-O, W-O, S-T, W-T.

Từ ma trận SWOT trên và phân tích phân tiềm năng và hiện trạng trong chương II, tác giả xây dựng định hướng chiến lược S-O, O-W, S-T, W-T.

Bảng 3.2: xây dựng định hướng chiến lược S-O, W-O, S-T, W-T

<p>Chiến lược S-O</p> <p>S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7 + O1, O4, O5, O6, O8, O9 → <i>Chiến lược trọng tâm đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch.</i></p> <p>S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7 + O2, O3, O7, O8, O9 → <i>Chiến lược phát triển thị trường trong và ngoài nước.</i></p>	<p>Chiến lược W-O</p> <p>W1, W2, W4, W5, W6, W7 + O1, O2, O4, O5, O6, O8 → <i>Chiến lược phát triển du lịch xanh, bền vững.</i></p> <p>W3, W4, W5, W6, W7 + O2, O3, O7, O8, O9 → <i>Chiến lược xúc tiến, quảng bá du lịch.</i></p>
<p>Chiến lược S-T</p> <p>S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7 + T1, T2, T4 → <i>Chiến lược khác biệt hóa kết hợp đa dạng hóa sản phẩm du lịch.</i></p> <p>S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7 + T2, T4, T5 → <i>Chiến lược thu hút vốn đầu tư.</i></p>	<p>Chiến lược W-T</p> <p>W1, W2, W3, W4, W5, W6, W7 + T1, T3, T5 → <i>Chiến lược phát triển các sản phẩm du lịch độc đáo mang đặc thù.</i></p> <p>W1, W2, W3, W4, W5, W6, W7 + T2, T4, T5 → <i>Chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch.</i></p>

3.2.2. Lựa chọn chiến lược qua ma trận QSPM

Bảng 3.3: Ma trận QSPM cho nhóm S-O

STT	Yếu tố quan trọng	Chiến lược có thể thay thế				
		Phân loại	Chiến lược trọng tâm đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch		Chiến lược phát triển thị trường trong và ngoài nước	
			AS	TAS	AS	TAS
1	Đặc thù tài nguyên du lịch nhân văn, giá trị nghệ thuật đã tạo lợi thế phát triển du lịch Bạc Liêu	4	4	16	4	16
2	Có vị trí, địa lý thuận lợi do nằm trên các tuyến giao thông đường thủy và đường bộ chính của vùng ĐBSCL	4	3	12	3	12
3	Tài nguyên du lịch Bạc Liêu tương đối đa dạng phong phú, có nhiều di tích lịch sử văn hóa, nhiều lễ hội mang đậm bản sắc dân tộc (kinh, hoa, khome)	4	3	12	2	8
4	Duy trì, bảo tồn văn hóa bản địa của người dân tại Bạc Liêu	3	4	12	2	6
5	Người dân Bạc Liêu thân thiện, vui vẻ và mến khách	3	4	12	2	6
6	Uy tín thương hiệu được nhiều người biết đến qua giai thoại về công tử Bạc Liêu	3	4	12	3	9
7	Kinh tế tỉnh Bạc Liêu nhiều năm qua phát triển nhanh và bền vững, mức sống người dân không ngừng được nâng cao	2	2	4	3	6
8	Chính Phủ đặc biệt quan tâm đến đầu tư phát triển du lịch	4	3	12	3	12
9	Nhu cầu đi du lịch ngày càng tăng từ khách du lịch nội địa và nước ngoài	3	4	12	3	9
10	Tình hình an ninh, chính trị Việt Nam ổn định	3	4	12	3	9

11	Xu hướng phát triển du lịch của thế giới hiện nay theo hướng phát triển du lịch bền vững dựa vào tài nguyên thiên nhiên và văn hóa địa phương	2	3	6	4	8
12	Chính sách ưu đãi phát triển du lịch từ Trung ương và địa phương	2	3	6	2	4
13	Cơ hội học tập các mô hình du lịch trong và ngoài nước nhiều	4	4	16	3	6
14	Nền kinh tế Việt Nam phát triển ổn định và bền vững	2	4	8	3	6
15	Cơ hội hợp tác du lịch của Bạc Liêu ngày càng được mở rộng	4	2	8	2	4
16	Nhiều nhà đầu tư về du lịch trong và ngoài nước quan tâm.	2	2	4	2	4
Tổng điểm				138		125

Bảng 3.4: Ma trận QSPM cho nhóm S-T

STT	Yếu tố quan trọng	Chiến lược có thể thay thế				
		Phân loại	Chiến lược thu hút vốn đầu tư		Chiến lược khác biệt hóa kết hợp đa dạng hóa sản phẩm du lịch	
			AS	TAS	AS	TAS
1	Đặc thù tài nguyên du lịch nhân văn, giá trị nghệ thuật đã tạo lợi thế phát triển du lịch Bạc Liêu	4	3	12	4	16
2	Có vị trí, địa lý thuận lợi do nằm trên các tuyến giao thông đường thủy và đường bộ chính của vùng ĐBSCL	4	2	8	3	12
3	Tài nguyên du lịch Bạc Liêu tương đối đa dạng phong phú, có nhiều di tích lịch sử văn hóa, nhiều lễ hội mang đậm bản sắc dân tộc (kinh, hoa, khome)	4	3	12	3	12

4	Duy trì, bảo tồn văn hóa bản địa của người dân tại Bạc Liêu	3	3	9	4	12
5	Người dân Bạc Liêu thân thiện, vui vẻ và mến khách	3	3	9	3	9
6	Uy tín thương hiệu được nhiều người biết đến qua giai thoại về công tử Bạc Liêu	3	2	6	4	12
7	Kinh tế tỉnh Bạc Liêu nhiều năm qua phát triển nhanh và bền vững, mức sống người dân không ngừng được nâng cao	2	2	4	3	6
8	Sản phẩm, loại hình du lịch chưa phong phú, đa dạng mang nhiều nét tương đồng với các tỉnh ĐBSCL.	2	3	6	4	8
9	Sự phát triển công nghệ, kỹ thuật hiện đại trong phục vụ du lịch, giải trí của các nước phát triển tạo sự thỏa mãn khách hàng càng cao.	2	2	4	3	6
10	Thiên tai dịch bệnh xảy ra liên tiếp trong khu vực và trên thế giới	2	2	4	2	4
11	Sự cạnh tranh mạnh mẽ của các đối thủ trên thị trường ngành du lịch.	2	2	4	3	6
12	Vốn đầu tư của toàn xã hội cho phát triển ngành du lịch tăng mạnh	2	2	4	3	6
Tổng điểm				84		107

Bảng 3.5: Ma trận QSPM cho nhóm W-O

STT	Yếu tố quan trọng	Chiến lược có thể thay thế				
		Phân loại	Chiến lược xúc tiến, quảng bá du lịch		Chiến lược phát triển du lịch xanh, bền vững.	
			AS	TAS	AS	TAS
1	Qui hoạch phát triển ngành du lịch chưa hợp lý, còn chông chéo, các dự án đầu tư du lịch triển khai chậm	2	2	4	4	8
2	Trình độ nguồn nhân lực phục vụ trong ngành du lịch còn nhiều bất cập.	2	2	4	4	8
3	Hoạt động Marketing, xúc tiến, quảng bá du lịch còn hạn chế.	2	4	8	3	6
4	Chất lượng sản phẩm du lịch tại tỉnh còn kém.	2	2	4	3	6
5	Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch đã và đang đầu tư nâng cấp phát triển	2	2	4	2	4
6	Lượng khách đến còn nhỏ bé so tiềm năng đón tiếp	2	2	4	3	6
7	Thiếu các đầu mối giao thông quan trọng mang tính chất đối ngoại như cảng biển quốc tế, sân bay...	3	3	9	3	9
8	Chính Phủ đặc biệt quan tâm đến đầu tư phát triển du lịch.	4	3	12	4	16
9	Nhu cầu đi du lịch ngày càng tăng từ khách du lịch nội địa và nước ngoài	3	3	9	4	16
10	Tình hình an ninh, chính trị Việt Nam ổn định	3	3	9	3	9
11	Xu hướng phát triển du lịch của thế giới hiện nay theo hướng phát triển du lịch bền vững dựa vào tài nguyên thiên nhiên và văn hóa địa phương	2	4	8	3	6
12	Chính sách ưu đãi phát triển du lịch	2	3	6	4	8

	từ Trung ương và địa phương					
13	Cơ hội học tập các mô hình du lịch trong và ngoài nước nhiều	2	3	6	3	6
14	Nền kinh tế Việt Nam phát triển ổn định và bền vững	2	3	6	4	8
15	Cơ hội hợp tác du lịch của Bạc Liêu ngày càng được mở rộng	2	2	4	2	4
16	Nhiều nhà đầu tư về du lịch trong và ngoài nước quan tâm.	2	2	4	2	4
Tổng điểm				101		116

Bảng 3.6: Ma trận QSPM cho nhóm W-T

STT	Yếu tố quan trọng	Chiến lược có thể thay thế				
		Phân loại	Chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch.		Chiến lược phát triển các sản phẩm du lịch độc đáo mang tính đặc thù.	
			AS	TAS	AS	TAS
1	Qui hoạch phát triển ngành du lịch chưa hợp lý, còn chông chéo, các dự án đầu tư du lịch triển khai chậm	2	3	6	2	4
2	Trình độ nguồn nhân lực phục vụ trong ngành du lịch còn nhiều bất cập.	2	4	8	2	4
3	Hoạt động Marketing, xúc tiến, quảng bá du lịch còn hạn chế	2	3	6	2	4
4	Chất lượng sản phẩm du lịch tại tỉnh còn kém.	2	4	8	2	4
5	Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch đã và đang đầu tư nâng cấp phát triển	2	3	6	2	4
6	Lượng khách đến còn nhỏ bé so tiềm năng đón tiếp	2	3	6	2	4
7	Thiếu các đầu mối giao thông quan trọng mang tính chất đối ngoại như	3	3	9	2	6

	cảng biển quốc tế, sân bay...					
8	Sản phẩm, loại hình du lịch chưa phong phú, đa dạng mang nhiều nét tương đồng với các tỉnh ĐBSCL.	2	4	8	2	4
9	Sự phát triển công nghệ, kỹ thuật hiện đại trong phục vụ du lịch, giải trí của các nước phát triển tạo sự thỏa mãn khách hàng càng cao	2	3	6	2	4
10	Thiên tai dịch bệnh xảy ra liên tiếp trong khu vực và trên thế giới	2	3	6	2	4
11	Sự cạnh tranh mạnh mẽ của các đối thủ trên thị trường ngành du lịch	2	4	8	3	6
12	Vốn đầu tư của toàn xã hội cho phát triển ngành du lịch tăng mạnh.	2	2	4	2	4
Tổng điểm				81		52

Việc đánh giá và lựa chọn chiến lược phù hợp, có hiệu quả để đưa ra quyết định trên cơ sở sử dụng ma trận hoạch định chiến lược định lượng QSPM. Cơ sở đánh giá mức độ quan trọng, phân loại trong ma trận để có thể kết hợp giữa lý luận, xu thế phát triển, cơ sở đánh giá, các kinh nghiệm của các chuyên gia trong lĩnh vực du lịch và việc phân tích tình hình thực tế hoạt động của ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu giai đoạn 20011-2015 để chọn lựa điểm số cho ma trận và lựa chọn chiến lược.

3.2.3. Sử dụng ma trận QSPM để lựa chọn chiến lược

Qua phân tích các ma trận QSPM từ các yếu tố bên trong và bên ngoài, có tổng số điểm các chiến lược có thể lựa chọn là:

TT	Chiến lược kết hợp	Tên chiến lược	Tổng số điểm theo phương pháp QSPM
1	Chiến lược S-O	Chiến lược trọng tâm phát triển cơ sở hạ tầng du lịch.	138
		Chiến lược phát triển thị trường trong và ngoài nước.	125
2	Chiến lược S-T	Chiến lược khác biệt hóa kết hợp đa dạng hóa sản phẩm du lịch.	107

		Chiến lược thu hút vốn đầu tư	84
3	Chiến lược W-O	Chiến lược xúc tiến, quảng bá du lịch	101
		Chiến lược phát triển du lịch xanh, bền vững.	116
4	Chiến lược W-T	Chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch.	81
		Chiến lược phát triển các sản phẩm du lịch độc đáo mang tính đặc thù.	52

Căn cứ các điểm số, người viết lựa chọn 4 chiến lược cho các nhóm chiến lược có điểm số hấp dẫn cao nhất được đánh giá tập trung nhiều nhất để phát triển ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu giai đoạn 2016-2020 đó là:

- Chiến lược S-O: Chiến lược đầu tư trọng tâm cho phát triển các sản phẩm và cơ sở hạ tầng du lịch.
- Chiến lược S-T: Chiến lược khác biệt hóa kết hợp đa dạng hóa sản phẩm du lịch.
- Chiến lược W-O: Chiến lược phát triển du lịch xanh, bền vững.
- Chiến lược W-T: Chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch.

3.3. CÁC GIẢI PHÁP CHUNG CHO 4 CHIẾN LƯỢC LỰA CHỌN

3.3.1. Phát triển thị trường du lịch

- Tổ chức chuyến xúc tiến du lịch tại các tỉnh phía Bắc, tập trung các tỉnh đã ký kết chương trình hợp tác phát triển du lịch với Bạc Liêu.
- Tăng cường hợp tác, tham gia các hiệp hội, đặc biệt là hiệp hội du lịch đồng bằng sông Cửu Long và các tỉnh phía tây vùng Đồng bằng sông Cửu Long... để có điều kiện phối hợp và quảng bá cho du lịch Bạc Liêu.
- Tổ chức các chuyến khảo sát, tham quan cho các đoàn khách của các tỉnh, các đơn vị lữ hành trong nước, các cơ quan thông tấn báo chí trong nước tại các tuyến, điểm du lịch có tiềm năng du lịch của tỉnh để trao đổi kinh nghiệm về quản lý và xúc tiến du lịch.

3.3.2. Xây dựng các quy chế quản lý du lịch trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu

Tiếp tục triển khai có hiệu quả Kế hoạch số 56/KH-UBND, ngày 11/11/2013 của UBND tỉnh "*Về tăng cường công tác quản lý môi trường du lịch, đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch*"; Kế hoạch số 04/KH-UBND, ngày 13/1/2015 của UBND tỉnh "*Triển khai thực hiện Nghị quyết của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch trong thời kỳ mới*" và Chỉ thị số

04/CT-UBND, ngày 11/9/2015 của UBND tỉnh *Về tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch trên địa bàn.*

Tăng cường năng lực quản lý du lịch của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Thành lập Trung tâm thông tin và xúc tiến du lịch thuộc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

3.3.3. Mở rộng liên kết

- Đặt trọng tâm liên kết khu vực ĐBSCL – TP.HCM – Hà Nội để đẩy mạnh khai thác outbound, inbound.

- Khuyến khích các du khách nước ngoài và người nước ngoài tham gia liên kết trong các hoạt động du lịch. Khuyến khích họ thành lập các công ty chuyên về tư vấn du lịch.

- Hợp tác quốc tế, đặc biệt là các nước trong khu vực để thực hiện các tour “trọn gói ASEAN”.

Sự phát triển của du lịch Bạc Liêu phải đặt trong mối quan hệ tương tác giữa TP. Cần Thơ – TP. Hồ Chí Minh – và các tỉnh ĐBSCL thì mới có thể phát triển tương xứng với vị trí trung tâm vùng. Mặc dù, tiềm năng du lịch hạn chế hơn so với các tỉnh, nhưng nếu có cơ sở hạ tầng du lịch tương đối đồng bộ và khá phát triển, lại ở vị trí trung tâm của vùng. Đây là điểm thuận lợi cơ bản để thiết lập mối quan hệ liên kết giữa du lịch Cần Thơ với TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh trong khu vực để phát huy thế mạnh thể hiện vai trò trung tâm của vùng.

Bước đầu, du lịch Bạc Liêu đã ký kết chương trình hợp tác toàn diện với du lịch TP. HCM và có kế hoạch hợp tác với các tỉnh An Giang và Kiên Giang, tiếp theo sẽ tiến hành hợp tác liên kết với các tỉnh còn lại. Ngay bây giờ cần đẩy nhanh tiến độ thành lập Hiệp hội Du lịch ĐBSCL, vận động thành lập công ty lữ hành du lịch Mekong (các tỉnh cùng nhau góp vốn, khai thác sản phẩm du lịch của các tỉnh đồng bằng, cùng phân chia lợi nhuận và chịu rủi ro), sự gắn kết này sẽ phát huy tối đa thế mạnh của từng tỉnh và như thế hoạt động khai thác du lịch cả vùng sẽ hiệu quả hơn.

Vận động và phối hợp các tỉnh trong vùng và TP. Hồ Chí Minh hưởng ứng tổ chức cho được một sự kiện hoặc một lễ hội du lịch tại địa phương mình, cùng với các hoạt động trọng tâm tổ chức tại TP. Cần Thơ để làm phong phú du lịch cả ĐBSCL.

3.3.4. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá về du lịch

Xây dựng chuyên mục du lịch trên sóng phát thanh và truyền hình Bạc Liêu, Báo Bạc Liêu, các tạp chí của tỉnh thường xuyên mở chuyên mục du lịch

nhằm tăng cường thông tin, tuyên truyền về chính sách, các sự kiện ngành du lịch... Tăng cường quảng bá du lịch Bạc Liêu trên các Đài truyền hình khu vực và Đài Truyền hình Việt Nam, các báo, ấn phẩm trong nước.

Chỉnh sửa và làm mới biển quảng cáo tầm lớn giới thiệu về du lịch tỉnh Bạc Liêu tại nút giao thông quan trọng, vị trí cửa ngõ của tỉnh; xây dựng và củng cố các biển chỉ dẫn tại các điểm du lịch, trung tâm các xã, thị trấn.

3.4. NHÓM GIẢI PHÁP RIÊNG CHO TỪNG CHIẾN LƯỢC LỰA CHỌN

3.4.1. Giải pháp thực hiện khác biệt hóa và đa dạng hoá sản phẩm du lịch

Mục tiêu của giải pháp là gia tăng số lượng khách đến Bạc Liêu bằng phương pháp phát triển những sản phẩm du lịch mới thông qua hình thức đa dạng hóa sản phẩm nhằm tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh.

Khai thác triệt để các giá trị văn hoá, lịch sử, truyền thuyết để xây dựng kịch bản cho các tour du lịch với các loại hình và thời gian khác nhau để phục vụ cho mọi đối tượng khách du lịch, làm phong phú đa dạng các sản phẩm du lịch .

Đầu tư hạ tầng và các cơ sở cung cấp dịch vụ du lịch, nhất là các khu, điểm du lịch, nhằm hoàn thiện các sản phẩm mũi nhọn như: du lịch tham quan, du lịch sinh thái, du lịch văn hoá, du lịch tâm linh - tín ngưỡng, hội nghị, hội thảo. Ngoài sản phẩm du lịch mũi nhọn, cần đầu tư phát triển các sản phẩm du lịch bổ trợ. Các sản phẩm bổ sung này vừa có tác dụng nâng cao sức cạnh tranh, sức hấp dẫn của sản phẩm chủ đạo còn có tác dụng thu hút thêm các thị trường khách mới, nhằm đa dạng hoá thị trường khách, đảm bảo tính bền vững, ổn định, tăng cường khả năng chống đỡ với các diễn biến phức tạp của thị trường du lịch (khủng hoảng kinh tế, thiên tai, dịch bệnh...).

- Củng cố, nâng cao chất lượng và phát huy hiệu quả của các điểm du lịch đã được Hiệp hội du lịch Đồng bằng sông Cửu Long công nhận là Điểm du lịch tiêu biểu đưa vào kết nối tour tuyến du lịch với Vùng Đồng bằng sông Cửu Long và cả nước.

- Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện các sản phẩm du lịch mới như du lịch sinh thái gắn với tham quan điện gió, du lịch vườn chim, vườn nhãn Bạc Liêu, tuyến du lịch ven biển Nhà Mát – Cái Cù, chùa Hưng Thiện... Phấn đấu trong năm 2020, có thêm từ 01 đến 02 sản phẩm du lịch được công nhận là Điểm du lịch tiêu biểu Đồng bằng sông Cửu Long.

- Tổ chức cuộc thi sáng tác mẫu sản phẩm lưu niệm đặc trưng của Bạc Liêu để sản xuất và tiêu thụ làm quà lưu niệm cho du khách.

- Tiếp tục đầu tư trùng tu, tôn tạo các di tích lịch sử, văn hóa, nhất là các di

tích đã được xếp hạng để đưa vào các tuyến điểm du lịch. Khuyến khích duy tu, sửa chữa đình, chùa, miếu... của các dân tộc Kinh, Hoa, Khmer để tạo thêm nhiều điểm tham quan cho khách du lịch.

- Tổ chức tốt các lễ hội truyền thống hàng năm như Dạ cổ hoài lang, Quán Âm Nam Hải, Nghinh Ông, Óc Om Bóc và các lễ hội tiêu biểu khác nhằm gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc gắn với các hoạt động văn hóa, vui chơi giải trí để quảng bá, thu hút khách du lịch. Thực hiện các thủ tục đăng ký với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đề xuất Lễ hội Dạ cổ hoài lang trở thành lễ hội cấp quốc gia.

- Tiếp tục củng cố và thành lập mới các câu lạc bộ đờn ca tài tử tại các khu điểm du lịch để phục vụ khách du lịch. Phát triển mạnh các loại hình nghệ thuật dân tộc như nói thơ Bạc Liêu, hát Dù - Kê, múa Rô - Văm, hát Tiều, hát Quảng.... phục vụ nhu cầu thưởng thức của du khách, phát huy, khuyến khích các nghệ nhân ĐCTT tiếp tục sáng tác và truyền dạy về loại hình văn hóa độc đáo này.

- Ưu tiên phát triển các sản phẩm đặc thù có thể mạnh của tỉnh:

+ Phát triển sản phẩm du lịch "Dạ cổ hoài lang" và đờn ca tài tử thành sản phẩm chiến lược đặc thù của du lịch Bạc Liêu: Tiếp tục đầu tư các dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn cho Khu lưu niệm nghệ thuật đờn ca tài tử Nam bộ và nhạc sỹ Cao Văn Lầu theo hướng trở thành trung tâm du lịch lớn mang tính động lực của tỉnh và Vùng đồng bằng sông Cửu Long. UBND tỉnh hỗ trợ kinh phí cho các chương trình quảng bá, tuyên truyền và xúc tiến thị trường chuyên nghiệp cho loại hình sản phẩm du lịch "Theo dòng Dạ cổ hoài lang", sản phẩm du lịch đờn ca tài tử như các hội thảo...; Hỗ trợ kinh phí nghiên cứu xây dựng các sản phẩm bổ trợ: hàng lưu niệm, các dịch vụ... gắn với giá trị văn hóa lịch sử của Dạ cổ hoài lang và nghệ thuật đờn ca tài tử.

+ Phát triển sản phẩm du lịch gắn với Công tử Bạc Liêu thành sản phẩm chiến lược đặc thù của du lịch Bạc Liêu: Đưa dự án "Khu phố đêm Công tử Bạc Liêu" vào danh mục ưu đãi và thu hút đầu tư của tỉnh; UBND tỉnh hỗ trợ đầu tư xây dựng hệ thống hạ tầng kỹ thuật của khu vực dọc 2 bên bờ sông Bạc Liêu từ cầu Kim Sơn đến cầu Bạc Liêu để thu hút đầu tư; UBND tỉnh hỗ trợ kinh phí cho các chương trình quảng bá, tuyên truyền và xúc tiến thị trường chuyên nghiệp cho loại hình sản phẩm du lịch "Công tử Bạc Liêu" như các hội thảo; Hỗ trợ kinh phí nghiên cứu xây dựng các sản phẩm bổ trợ: hàng lưu niệm, các dịch vụ... gắn với giá trị văn hóa lịch sử của giai thoại về Công tử Bạc Liêu.

- Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện các sản phẩm du lịch mới như du lịch sinh thái gắn với tham quan điện gió, du lịch vườn chim, vườn nhãn Bạc Liêu, tuyến

du lịch ven biển Nhà Mát – Cái Cùng; khách sạn "Cây đờn kìm" tại Nhà Mát, chùa Hưng Thiện... Phần đầu đến năm 2020, có thêm 3 đến 5 sản phẩm du lịch được công nhận là Điểm du lịch tiêu biểu Đồng bằng sông Cửu Long.

- Hỗ trợ các làng nghề có đủ điều kiện phát triển thành điểm du lịch, tạo sản phẩm du lịch mới cho tỉnh. Tổ chức đào tạo nghề, hỗ trợ xúc tiến thương mại - du lịch cho các làng nghề (tham quan, học tập kinh nghiệm, học hỏi sản phẩm mới phục vụ du lịch).

- Tổ chức cuộc thi sáng tác mẫu sản phẩm lưu niệm đặc trưng của Bạc Liêu để sản xuất và tiêu thụ làm quà lưu niệm cho du khách.

- Khai thác Trung tâm hội chợ triển lãm tỉnh trở thành nơi trưng bày, giới thiệu các sản phẩm lưu niệm, các đặc sản Bạc Liêu phục vụ khách du lịch; tạo các điểm dừng chân cho khách du lịch trên tuyến quốc lộ IA....

3.3.2. Giải pháp thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch

Nhân lực phục vụ du lịch là yếu tố hết sức quan trọng trong phát triển du lịch chất lượng cao và bền vững. Nghị quyết Đại hội lần thứ X của Đảng nhấn mạnh: *Đổi mới toàn diện hệ thống giáo dục và đào tạo, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng những đòi hỏi cấp thiết của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.*

** Về cơ chế chính sách phát triển nguồn nhân lực*

Du lịch Bạc Liêu cần thiết phải có chính sách ưu tiên phát triển nguồn nhân lực chuyên nghiệp, chất lượng cao như:

- Ưu tiên phát triển nguồn nhân lực du lịch mang tính chuyên nghiệp bằng các chế độ ưu đãi để thu hút nguồn nhân lực du lịch có trình độ cao về công tác tại địa phương. Bạc Liêu đang thiếu hụt cán bộ quản lý giỏi và lực lượng hướng dẫn viên chuyên nghiệp, vì vậy, trong thời gian trước mắt, cần có ngay chính sách thu hút lực lượng này.

- Thực hiện xã hội hóa công tác đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch để phát triển đủ đội ngũ lao động và từng bước nâng cao tỷ lệ lao động du lịch đã qua đào tạo của tỉnh

- Khuyến khích phát triển nguồn nhân lực tại chỗ. Tuy nhiên, cần hỗ trợ kinh phí đào tạo cho đội ngũ này (đào tạo tại chỗ theo hình thức ngắn hạn).

** Về đào tạo phát triển nguồn nhân lực*

Đây là vấn đề then chốt nhằm giải quyết vấn đề quan trọng nhất hiện nay của Bạc Liêu là nâng cao chất lượng sản phẩm. Căn cứ dự báo nhu cầu lao động du lịch, hiện trạng đội ngũ lao động du lịch, du lịch Bạc Liêu cần tiến hành các

hoạt động chủ yếu sau:

- Hướng nghiệp du lịch tại các trường phổ thông trung học, thậm chí từ năm cuối của cấp trung học cơ sở.

- Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch áp dụng tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch (VTOS) và tổ chức các khóa đào tạo nâng cao nghiệp vụ và ngoại ngữ tại chỗ cho lao động của doanh nghiệp mình và liên kết đào tạo với các đơn vị khác.

- Tranh thủ sự hỗ trợ của các dự án phát triển nguồn nhân lực du lịch ngành Du lịch và các dự án quốc tế.

- Sở VH, TT & DL Bạc Liêu: Phổ biến tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch (VTOS) cho các doanh nghiệp để hướng tới áp dụng rộng rãi trong tỉnh. Chủ động tổ chức các khóa đào tạo nâng cao nhận thức và trang bị các kỹ năng kinh doanh, giao tiếp du lịch cho cộng đồng người dân tại các khu vực trọng điểm phát triển du lịch. Tổ chức các khóa đào tạo nghiệp vụ du lịch trong tỉnh, tập trung trước mắt cho các cán bộ quản lý du lịch, song song với việc khuyến khích việc tham gia các chương trình đào tạo về du lịch ở các cơ sở đào tạo du lịch ở các địa phương khác.

- Yêu cầu chủ đầu tư các dự án du lịch lớn xây dựng kế hoạch tuyển dụng, đào tạo nguồn nhân lực ngay từ khi triển khai xây dựng.

- Hợp tác, trao đổi kinh nghiệm về phát triển nguồn nhân lực với các địa phương và các tổ chức quốc tế.

- Tập trung đào tạo và đào tạo lại đội ngũ lao động ngành du lịch kể cả quán bộ quản lý nhà nước về du lịch các cấp, đội ngũ cán bộ quản lý doanh nghiệp, đội ngũ lao động trực tiếp và gián tiếp trong doanh nghiệp du lịch theo hướng chuẩn hóa từng chức danh theo quy định, nâng cao cả về kỹ năng giao tiếp, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tin học, ngoại ngữ....

** Đối với nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao*

Cùng với việc phát triển đủ số lượng lao động, việc ưu tiên phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu "nóng" của các doanh nghiệp là một trong những biện pháp hữu hiệu trước mắt cũng như lâu dài.

Để thực hiện được mục tiêu phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, cần tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về du lịch, trong đó, ưu tiên đầu tư chuyên sâu nghề cho đội ngũ lao động bằng nhiều hình thức ở trong và ngoài nước; thu hút các nhà quản lý, các nhà khoa học có trình độ, các doanh nhân, nghệ nhân, chuyên gia, công nhân kỹ thuật tay nghề bậc cao tham gia đào tạo; tiếp tục đào tạo kỹ năng cho đội ngũ thẩm định viên, giám sát viên, đào tạo

viên và sử dụng hiệu quả đội ngũ này trong đào tạo du lịch.

Trong quá trình thực hiện công nghiệp hoá - hiện đại hoá, người lao động còn phải có năng lực xử lý mối quan hệ giữa truyền thống và hiện đại, giữa dân tộc và thời đại, phải là “những con người phát triển cả về trí lực và thể lực, cả về khả năng lao động, về tính tích cực chính trị – xã hội, về đạo đức, tình cảm trong sáng”.

Chính vì vậy, cần xây dựng tiêu chuẩn và thực hiện chuẩn hóa một bước nhân lực ngành Du lịch Bạc Liêu, phù hợp với các hệ thống tiêu chuẩn quốc tế để tạo điều kiện cho hội nhập quốc tế về lao động trong du lịch.

3.3.3. Giải pháp thực hiện chiến lược đầu tư phát triển sản phẩm và cơ sở hạ tầng du lịch

Kêu gọi đầu tư các dự án du lịch sinh thái như: Du lịch sinh thái gắn với tham quan điện gió; du lịch sinh thái vườn chim (Vườn chim Bạc Liêu; vườn chim Lập Điền; vườn cò Phước Long...); Khu cầu dẫn và dịch vụ trên biển; xây dựng Khu du lịch vườn nhãn trở thành khu du lịch trọng điểm của tỉnh với nhiều dịch vụ phong phú như: ăn uống, vui chơi giải trí; tham quan trải nghiệm; nghỉ dưỡng tại nhà dân (Homestay).v.v....

Hoàn thành dự án đầu tư tuyến du lịch ven biển Nhà Mát - Cái Cùm gắn với việc phát động nhân dân và nhà đầu tư triển khai các dự án, dịch vụ theo hướng kết hợp trồng rừng kết hợp nuôi sinh thái các loại thủy sản để khai thác du lịch.

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giới thiệu ẩm thực Bạc Liêu bằng nhiều hình thức như: giới thiệu trên các phương tiện thông tin, trong các hội chợ, liên hoan du lịch; tham gia liên hoan ẩm thực trong nước...

- Khuyến khích, hỗ trợ các nhà hàng, khách sạn chuyên sâu ẩm thực truyền thống và chế tạo món ăn mới.

- Tổ chức các khu ẩm thực tập trung ban đêm tại các huyện và sắp xếp, nâng cao chất lượng phục vụ của khu ẩm thực chợ đêm thành phố Bạc Liêu.

- Tập trung nâng cao chất lượng phục vụ trong hệ thống khách sạn, nhà hàng, cơ sở lưu trú du lịch, trong hoạt động lễ hành, hướng dẫn, vận chuyển khách du lịch và các khâu đón tiếp, dịch vụ khác. Đa dạng hóa các dịch vụ lưu trú, các tours, tuyến, loại hình du lịch, hàng lưu niệm cung cấp cho khách du lịch, tăng cường khả năng hội nhập của du lịch Bạc Liêu với khu vực, trong nước và quốc tế.

- Khuyến khích, nghiên cứu áp dụng các biện pháp nâng cao hiệu quả và

chất lượng kinh doanh cơ sở lưu trú; Hỗ trợ quảng bá; tổ chức hội thi lễ tân khách sạn, hội thi phục vụ bàn .v.v...Khuyến khích đầu tư, nâng cấp các cơ sở lưu trú du lịch theo hướng đầu tư các cơ sở hạng cao cấp.

- Xây dựng sản phẩm tuyên truyền và giới thiệu về du lịch Bạc Liêu: Ấn phẩm giới thiệu về văn hóa, lịch sử để tuyên truyền rộng rãi trong nhân dân, khách du lịch; Ấn phẩm giới thiệu các chương trình du lịch cho khách du lịch, giới thiệu tiềm năng du lịch của tỉnh, các chính sách thu hút đầu tư về du lịch. In các tờ gấp giới thiệu về ẩm thực, địa chỉ mua sắm, nơi nghỉ đêm, vui chơi giải trí, đường đến các điểm tham quan v.v... để hướng dẫn, giới thiệu với du khách.

Việc lựa chọn đối tượng và mức đầu tư đúng không chỉ phát huy được hiệu quả sử dụng vốn, khai thác được giá trị tài nguyên mà còn tạo điều kiện cho công tác xúc tiến, quảng bá sản phẩm du lịch trên địa bàn cho khách du lịch.

Về mục tiêu đầu tư

Đầu tư phát triển du lịch tỉnh Bạc Liêu đến năm 2030 cần đạt được những mục tiêu cơ bản sau:

- Đầu tư xây dựng một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch có chất lượng cao, đồng bộ (các cơ sở dịch vụ phục vụ hoạt động thương mại, kinh doanh, triển lãm, hội nghị hội thảo, cơ sở lưu trú, vui chơi giải trí - thể thao, phương tiện vận chuyển, các cơ sở dịch vụ du lịch khác) đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách du lịch.

- Đầu tư đa dạng hoá và nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch hiện có và phát triển các sản phẩm mới đa dạng, hấp dẫn có sức cạnh tranh cao. Đầu tư khai thác đi đôi với bảo vệ, tôn tạo và phát triển nguồn tài nguyên, cải thiện môi trường du lịch nhằm đảm bảo cho sự phát triển bền vững lâu dài.

Về các lĩnh vực cần ưu tiên đầu tư

Trước mắt cần ưu tiên đầu tư một số lĩnh vực sau:

- Phát triển cơ sở hạ tầng du lịch ở các khu du lịch trọng điểm. Có thể khai thác nguồn vốn này từ ngân sách địa phương thông qua chính chủ trương đổi đất lấy hạ tầng, ngân sách nhà nước.

- Đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch có chất lượng cao; bao gồm khách sạn, nhà hàng, các cơ sở vui chơi giải trí- thể thao, vận chuyển du lịch, các cơ sở dịch vụ du lịch khác.

- Đầu tư khôi phục và phát triển các lễ hội để thu hút và phục vụ phát triển du lịch; đặc biệt là phát triển du lịch văn hoá.

- Đầu tư quảng bá, xúc tiến phát triển du lịch; đào tạo nâng cao năng lực

trình độ quản lý và trình độ nghiệp vụ cho nguồn nhân lực du lịch.

Về các chương trình, dự án ưu tiên đầu tư: Trên cơ sở định hướng phát triển du lịch, các chương trình, dự án ưu tiên đầu tư phát triển du lịch gồm:

- DA Đường ven biển (Bạc Liêu - Gành Hào) - là tuyến giao thông quan trọng để khai thác DLST ven biển, DL gắn với tâm linh (quán âm Nam Hải, tục thờ Cá Ông...)

- DA hệ thống HTKT tuyến du lịch đường sông Bạc Liêu - Vàm Lèo (hệ thống bến tàu, kè sông, giao thông tiếp cận) - là tuyến giao thông thủy đồng thời là tour du lịch đặc thù gắn liền với sản phẩm du lịch "Công tử Bạc Liêu"

- DA tuyến bờ bao phân ranh vườn nhãn và khu vực nuôi trồng thủy sản để bảo vệ vườn nhãn - gắn liền với việc khai thác du lịch sinh thái khu vực Giồng Nhãn cổ.

- Triển khai các dự án mở rộng, nâng cấp các tuyến đường giao thông dẫn vào các khu du lịch và các di tích lịch sử - văn hóa như: Khu du lịch vườn chim Bạc Liêu, khu di tích lịch sử Đồng Nọc Nặng, di tích lịch sử Bia Chi bộ Đảng đầu tiên của tỉnh Bạc Liêu, v.v...

- Về vốn đầu tư

Bạc Liêu không có các khu du lịch trọng điểm quốc gia nên những năm qua, việc đầu tư vốn xây dựng hạ tầng du lịch của Trung ương cấp rất hạn chế, trong khi đó ngân sách tỉnh còn gặp nhiều khó khăn. Từ đó việc xây dựng hạ tầng du lịch của tỉnh trong thời gian qua chưa tương xứng với tiềm năng du lịch của tỉnh. Giải pháp về huy động vốn đầu tư phát triển du lịch hiện đang là bài toán khó. Tác giả xin đưa ra một vài giải pháp về huy động vốn đầu tư phát triển du lịch sau:

Xây dựng các cơ chế chính sách thông thoáng, tăng cường cải cách hành chính, đơn giản hóa và hợp lý hóa thủ tục đầu tư để thu hút và tạo ra các nguồn vốn đầu tư phát triển các hoạt động kinh doanh du lịch, huy động mọi nguồn vốn để giải quyết về nhu cầu đầu tư.

Tích cực thực hiện xã hội hóa trong công tác đầu tư phát triển du lịch, khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia hoạt động kinh doanh du lịch dưới các hình thức khác nhau, đặc biệt có cơ chế thích hợp để thu hút nguồn vốn trong dân để đầu tư phát triển du lịch như:

Huy động mọi nguồn vốn để giải quyết về nhu cầu đầu tư như vốn vay ngân hàng với tỷ lệ lãi suất vay ưu đãi dành riêng cho các dự án còn hoang sơ, cơ sở hạ tầng chưa phát triển.

Xây dựng kết hoạch ưu tiên đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch tập trung vào hệ thống giao thông, cấp điện. Nhất quán chính sách đầu tư hạ tầng đến tận ranh giới quy hoạch của các khu du lịch, các điểm du lịch quan trọng đặc biệt cần đẩy mạnh hỗ trợ đầu tư phát triển hạ tầng vừa phục vụ du lịch vừa phục vụ dân sinh xã hội đối với các điểm du lịch tiềm năng ở các vùng xa xôi hẻo lánh.

Xây dựng và ban hành các chính sách ưu đãi đầu tư và thu hút các nguồn lực xã hội thông qua việc ưu tiên hỗ trợ về giải phóng mặt bằng và hỗ trợ thuê đất ổn định lâu dài đối với các dự án đầu tư phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của tỉnh.

Xây dựng và triển khai chương trình khuyến khích thực hiện xã hội hóa đầu tư, bảo vệ, tôn tạo di tích, thắng cảnh; bảo tồn và phục dựng các lễ hội, hoạt động văn hóa dân gian, các làng nghề phục vụ phát triển du lịch

3.3.4. Nhóm giải pháp về quy hoạch phát triển sản phẩm và cơ sở hạ tầng du lịch

Công tác tổ chức phổ biến quy hoạch có ý nghĩa quan trọng đối với việc thực hiện các nội dung và tiến độ của quy hoạch sau khi được phê duyệt. Quy hoạch các ngành nói chung và du lịch nói riêng có liên quan đến nhiều ngành, nhiều cấp và cộng đồng dân cư, các vấn đề liên quan đó là trong cơ chế phối hợp, môi trường pháp lý, ứng xử và ủng hộ của mọi thành viên trong xã hội để tạo điều kiện cho du lịch phát triển. Vấn đề quan tâm hiện nay là trong quá trình tổ chức thực hiện quy hoạch là chậm tiến độ xác định vi phạm cho các dự án, khu du lịch, mất nhiều thời gian trong quá trình phê duyệt dự án hoặc bị rào cản về giải phóng mặt bằng dẫn đến các dự án triển khai chậm do không thu hồi hoặc không chấp nhận đền bù của cộng đồng. Nguyên nhân, do công tác phổ biến và tuyên truyền quy hoạch chưa được chú trọng, phạm vi và số lần phổ biến, tuyên truyền hạn chế, chưa cụ thể đến vùng dự án hay các khu vực bị tác động của quy hoạch nên một số bộ phận cộng đồng không nắm vững các nội dung có liên quan đến quy hoạch dẫn đến đồng thuận chưa cao. Cần có các hình thức đa dạng phổ biến và tăng số lần phổ biến nội dung quy hoạch sau khi được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

- Phạm vi phổ biến rộng rãi đến mọi tầng lớp xã hội, cộng đồng, tôn giáo, dân tộc nhưng trọng tâm vào các khu vực có các dự án đầu tư, liên quan đến xây dựng sản phẩm du lịch, các khu tuyến điểm du lịch một mặt để các thành viên xã hội chấp hành, mặt khác phải nhận được sự tham gia của xã hội tạo ra sản phẩm du lịch và bảo vệ môi trường.

- Để kế hoạch có giá trị thực tế cần triển khai trao đổi thông qua các cuộc

họp, hội thảo, tọa đàm ở các cấp, đặc biệt chú ý đến các cuộc trao đổi xin ý kiến của cộng đồng dân cư và huy động được cộng đồng dân cư tham gia vào việc thảo luận kế hoạch, triển khai thực hiện kế hoạch.

- Trên cơ sở các định hướng của quy hoạch phát triển du lịch, tiến hành triển khai lập các quy hoạch chi tiết các khu điểm du lịch, các dự án hỗ trợ đầu tư phát triển hạ tầng kỹ thuật...

- Tổ chức xây dựng hệ thống các chương trình kế hoạch phát triển du lịch trên cơ sở cụ thể hóa các định hướng phát triển du lịch của Quy hoạch phát triển du lịch Bạc Liêu.

- Ưu tiên bố trí nguồn vốn ngân sách kết hợp với các hình thức vận động khác để có nguồn lực thực hiện các dự án mang tính động lực có khả năng tạo bước phát triển mới cho du lịch Bạc Liêu trên cơ sở Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh như

- DA xây dựng khu phố đêm Công tử Bạc Liêu gắn khai thác cụm Nhà Công tử với quần thể nhà cổ...

Đây là nhóm giải pháp cần thiết để du lịch phát triển đúng hướng, khai thác có hiệu quả tiềm năng đồng thời gìn giữ và nuôi dưỡng tài nguyên du lịch phát triển bền vững; đảm bảo phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội chung của tỉnh, phù hợp với quy hoạch phát triển du lịch vùng, quốc gia.

Đối với các điểm du lịch phân tán và ở những vùng, điểm nhạy cảm: Đầu nguồn nước, rừng ngập mặn ven biển, khu dân cư tập trung,... khi lập các quy hoạch, kế hoạch cần phải có các giải pháp đồng bộ về kiến trúc, hạ tầng và báo cáo đánh giá tác động môi trường.

3.3.5. Phát triển du lịch xanh, bền vững

Du lịch Bạc Liêu xác định tầm quan trọng và ý nghĩa chiến lược phát triển du lịch theo hướng xanh. Đó là phát triển du lịch sinh thái dựa vào thiên nhiên, gắn với bản sắc văn hóa địa phương với sự tham gia của cộng đồng, nhằm hướng đến phát triển bền vững, góp phần bảo vệ môi trường.

Từ thực tiễn của khu vực ĐBSCL, và Bạc Liêu phát triển “Du lịch xanh” không chỉ là nhu cầu, mà còn là điều kiện cần để khai thác các tiềm năng, thế mạnh đặc thù của vùng, nhất là trong điều kiện vùng ĐBSCL chịu ảnh hưởng nhiều từ biến đổi khí hậu và nước biển dâng. Do vậy, phát triển nhanh nhưng phải gắn với bền vững đã trở thành vấn đề sống còn.

Đối với tỉnh Bạc Liêu, phát triển bền vững là một trong những mục tiêu được ưu tiên hàng đầu. Trong những năm qua, Bạc Liêu đã tập trung khai thác du

lịch theo hướng xanh gắn với phát huy bản sắc văn hóa đặc thù của địa phương. Điển hình như trong phát triển du lịch sinh thái, Bạc Liêu đã và đang thu hút đầu tư xây dựng nhiều khu du lịch như: khu vườn nhãn, vườn chim, tuyến sông Bạc Liêu - Vàm Lèo... Hay trong du lịch văn hóa, lễ hội có Cụm nhà Công tử Bạc Liêu, Khu lưu niệm ĐCTT và nhạc sĩ Cao Văn Lầu, Quán âm Phật đài, lễ hội Nghinh Ông Nam Hải ở huyện Hòa Bình, Đông Hải, lễ Kỳ yên của cộng đồng người Hoa, tết cổ truyền của người Khmer... Hoặc trong lĩnh vực dịch vụ - du lịch, vui chơi giải trí có Khu du lịch sinh thái Hồ Nam, Nhà hàng Diamond, biển nhân tạo Nhà Mát, Quảng trường Hùng Vương...

Trong phát triển du lịch, Bạc Liêu luôn ưu tiên cho những dự án phát triển thân thiện với môi trường. Cụ thể, dự án phát triển du lịch sinh thái của Công ty Công Lý gắn liền với Nhà máy điện gió với tổng vốn đầu tư hơn 500 tỷ đồng là sự gắn kết giữa phát triển dự án động lực với bảo vệ và khai thác có hiệu quả nguồn tài nguyên biển và rừng.

Có thể nói, tiềm năng, thế mạnh về phát triển du lịch của Bạc Liêu hiện còn rất nhiều. Với truyền thống hiếu khách, nghĩa tình, luôn đồng hành và tạo mọi điều kiện thuận lợi cho nhà đầu tư, Bạc Liêu mong muốn được hợp tác với các nhà đầu tư trong, ngoài nước phát triển về lĩnh vực này.

Để thúc đẩy hoạt động du lịch tiếp tục phát triển bền vững **phát triển bền vững**, ngành du lịch của tỉnh đã tập trung khai thác những giá trị độc đáo của các điểm du lịch trong tỉnh, tạo cho du lịch Bạc Liêu có những điểm nhấn để thu hút khách và phát triển bền vững.

Theo đó, Bạc Liêu tiếp tục đẩy mạnh công tác xúc tiến, quảng bá du lịch, xây dựng tour, tuyến hợp lý; đầu tư cơ sở hạ tầng cho các dự án khu, điểm du lịch trọng điểm để du lịch Bạc Liêu tạo đà bứt phá. Cụ thể tỉnh đã tập trung đầu tư xây dựng Khu du lịch Nhà Mát với quy mô gần 100ha. Ngoài ra còn có một số dự án phát triển du lịch sinh thái như dự án phát triển khu du lịch sinh thái ven biển có quy mô 80ha; khu du lịch vườn chim Bạc Liêu; khu du lịch Vườn Nhãn; dự án xây dựng khách sạn, nhà hàng...

Vốn được coi là chiếc nôi của du lịch văn hóa nên bên cạnh việc phát triển du lịch sinh thái thì việc phát triển du lịch văn hóa cũng được tỉnh Bạc Liêu chú trọng để khai thác. Bên cạnh việc tôn tạo các di tích lịch sử văn hóa, ngành du lịch tỉnh còn tập trung khai thác các điểm nhấn văn hóa mang sắc thái riêng của Bạc Liêu như: bản Dạ cổ hoài lang gắn với khu lưu niệm cố nhạc sĩ Cao Văn Lầu; các khu du lịch tâm linh gắn với chùa chiền; tháp cổ Vĩnh Hưng gắn với nền văn hóa Óc Eo; phát triển các câu lạc bộ đờn ca tài tử để phục vụ khách du lịch tại các khu di tích; tổ chức các lễ hội truyền thống địa phương.

Với những nỗ lực rất lớn của ngành du lịch Bạc Liêu, hy vọng du lịch Bạc Liêu ngày càng khởi sắc, thu hút khách du lịch đến với Bạc Liêu nhiều hơn góp phần thúc đẩy du lịch Bạc Liêu phát triển mạnh mẽ hơn, đóng góp vào thu nhập kinh tế-xã hội của tỉnh.

Nhiều năm qua, hoạt động du lịch của tỉnh cũng đã được các ngành, các cấp và người dân quan tâm và có sự đầu tư đáng kể. Một số dự án du lịch được xây dựng, các cơ sở du lịch không ngừng tăng thêm, du khách trong và ngoài tỉnh đến tham quan ngày càng nhiều và nguồn thu từ du lịch ngày càng chiếm tỷ trọng cao. Tuy nhiên, du lịch trên địa bàn tỉnh nhà vẫn còn chậm phát triển, thiếu sự đầu tư về cơ sở vật chất cũng như các hoạt động dịch vụ nên chưa có nhiều cơ sở đạt tiêu chuẩn để thu hút du khách; hoạt động du lịch lữ hành còn hạn chế, chưa tạo được tour, tuyến trong thị xã và các huyện trong tỉnh; sản phẩm quà lưu niệm phục vụ du lịch còn đơn điệu, đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên chưa mang tính chuyên nghiệp. Việc huy động các thành phần kinh tế, cán bộ và nhân dân trong công tác xã hội hoá để phát triển du lịch chưa được quan tâm đúng mức... Để thúc đẩy hoạt động du lịch tiếp tục phát triển bền vững - phát triển bền vững, ngành du lịch của tỉnh đã tập trung khai thác những giá trị độc đáo của các điểm du lịch trong tỉnh, tạo cho du lịch Bạc Liêu có những điểm nhấn để thu hút khách và phát triển bền vững.

Theo đó, Bạc Liêu tiếp tục đẩy mạnh công tác xúc tiến, quảng bá du lịch, xây dựng tour, tuyến hợp lý; đầu tư cơ sở hạ tầng cho các dự án khu, điểm du lịch trọng điểm để du lịch Bạc Liêu tạo đà bứt phá. Cụ thể tỉnh đã tập trung đầu tư xây dựng Khu du lịch Nhà Mát với quy mô gần 100ha. Ngoài ra còn có một số dự án phát triển du lịch sinh thái như dự án phát triển khu du lịch sinh thái ven biển có quy mô 80ha; khu du lịch vườn chim Bạc Liêu; khu du lịch Vườn Nhãn; dự án xây dựng khách sạn, nhà hàng...

Vốn được coi là chiếc nôi của du lịch văn hóa nên bên cạnh việc phát triển du lịch sinh thái thì việc phát triển du lịch văn hóa cũng được tỉnh Bạc Liêu chú trọng để khai thác. Bên cạnh việc tôn tạo các di tích lịch sử văn hóa, ngành du lịch tỉnh còn tập trung khai thác các điểm nhấn văn hóa mang sắc thái riêng của Bạc Liêu như: bản Dạ cổ hoài lang gắn với khu lưu niệm cố nhạc sỹ Cao Văn Lầu; các khu du lịch tâm linh gắn với chùa chiền; tháp cổ Vĩnh Hưng gắn với nền văn hóa Óc Eo; phát triển các câu lạc bộ đờn ca tài tử để phục vụ khách du lịch tại các khu di tích; tổ chức các lễ hội truyền thống địa phương.

3.3.6. Xây dựng và hoàn thiện cơ chế chính sách liên quan đến phát triển kinh doanh du lịch

Kinh nghiệm thực tế trong những năm qua cho thấy vai trò quan trọng của cơ chế chính sách đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước nói chung, của Bạc Liêu và từng ngành kinh tế nói riêng trong đó có du lịch. Điều này có ý nghĩa quan trọng trong điều kiện nền kinh tế thị trường, khi chúng ta đang hội nhập với trào lưu phát triển ở khu vực và trên thế giới.

Để đảm bảo các mục tiêu phát triển du lịch Bạc Liêu trong giai đoạn tới, cần xây dựng và hoàn thiện một số cơ chế chính sách cơ bản sau:

- Có chính sách về đầu tư và phát triển thị trường trọng điểm đã xác định, tạo điều kiện hỗ trợ cho sự phát triển các hoạt động du lịch tại các cụm và cần có những quy định cụ thể dành cho việc phục hồi và bảo vệ tài nguyên môi trường.
- Có chính sách phát triển và liên kết hỗ trợ giữa các ngành kinh tế, các cấp quản lý để thống nhất quản lý và kiểm soát môi trường sinh thái.
- Có chính sách ưu tiên miễn giảm hoặc không thu thuế trong thời gian nhất định với các hình thức đầu tư thuận tuý cho hoạt động bảo vệ môi trường của du lịch hoặc đầu tư trong các lĩnh vực khác với các công nghệ đồng bộ về bảo vệ môi trường.
- Chính sách khuyến khích và hỗ trợ phát triển các loại hình du lịch thân thiện với môi trường.
- Chính sách khuyến khích phát triển nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực bảo vệ môi trường; khai thác và sử dụng hợp lý các nguồn tài nguyên, đảm bảo phát triển du lịch bền vững. Khuyến khích nghiên cứu ứng dụng các công nghệ ít tiêu thụ năng lượng, nước sạch và tăng cường tái sử dụng chất thải trong các cơ sở dịch vụ du lịch.

3.3.7. Nâng cao hiệu lực hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch

- Xây dựng nội quy, quy chế cụ thể hợp lý giữa khai thác, kinh doanh du lịch với việc bảo vệ tài nguyên môi trường với việc tuyên truyền giáo dục, nâng cao dân trí, ý thức cho cộng đồng dân cư và khách du lịch.
- Xác định rõ vai trò và trách nhiệm cho các cấp, các ngành và nhân dân trong nhận thức xã hội về du lịch và phát triển du lịch.
- Thực hiện quản lý nhà nước ở tất cả các lĩnh vực theo pháp luật và quy chế nhằm tạo môi trường tự nhiên và nhân văn thuận lợi cho du lịch phát triển.
- Có hình thức thưởng, phạt nghiêm minh đối với những hành vi vi phạm

quy tắc bảo vệ môi trường.

- Tăng cường biện pháp quản lý trong xây dựng, phát triển và kinh doanh du lịch; chú trọng xử lý nước thải, chất thải ở các khách sạn, các điểm du lịch, khu du lịch và khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng các công nghệ thân thiện với môi trường. Áp dụng chế độ xử phạt rõ ràng đối với doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường.

- Tăng cường phối hợp với các ngành, các cấp và huy động sự tham gia đóng góp của cộng đồng dân cư trong một nỗ lực chung để đảm bảo môi trường cho phát triển du lịch.

3.4. HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI

Đề tài chủ yếu làm theo phương pháp định tính thông qua sử dụng phương pháp phỏng vấn chuyên gia về thực trạng du lịch, tiềm năng lợi thế du lịch và hướng phát triển du lịch từ 2016- 2020 tầm nhìn 2030. Vì vậy các giải pháp đề xuất còn mang tính định tính, cảm nhận chưa đủ cơ sở khoa học để du lịch Bạc Liêu thực hiện triệt để giai đoạn 2016-2020, cần có những nghiên cứu tiếp theo. Tác giả rất mong nhận được ý kiến đóng góp của hội đồng khoa học và thầy cô cùng bạn bè để luận văn được hoàn thiện hơn nhằm triển khai thật sự trong thời gian tới.

Hướng nghiên cứu tiếp theo:

Để kết quả nghiên cứu có tính tổng quát cao hơn và có thể có giá trị thực tiễn, cần thực hiện hướng nghiên cứu tiếp theo như sau:

- Có thể tham khảo thêm nhiều mô hình nghiên cứu, dùng phương pháp định lượng để đánh giá năng lực cạnh tranh của du lịch Bạc Liêu so với các địa phương khác .

- Thực hiện phân tích mối tương quan giữa môi trường và các chiến lược phát triển.

- Phạm vi nghiên cứu có thể hẹp lại.

KẾT LUẬN

Hoạch định *Chiến lược phát triển kinh doanh ngành du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2016-2020 và tầm nhìn 2030* với các nội dung chính sau:

Một, khái quát lý thuyết chiến lược với Mô hình 5 áp lực của Michael Porter; khái quát lý thuyết du lịch: Khái niệm về du lịch, các nhân tố ảnh hưởng du lịch, các loại hình du lịch; Quy trình hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh du lịch và Ma trận định lượng QSPM.

Hai, đánh giá tổng quan phát triển kinh doanh du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2011- 2015.

Ba, tiến hành phân tích các yếu tố môi trường ngoại vi ảnh hưởng đến du lịch bạc Liêu đến 2020 và tầm nhìn 2030: Tình hình chính trị, kinh tế, văn hóa-xã hội, các chính sách của nhà nước, thị trường khách du lịch đến Việt Nam, Đồng bằng sông Cửu Long, Bạc Liêu và đưa ra bảng ma trận các yếu tố ngoại vi EFE.

Bốn, phân tích các yếu tố môi trường nội vi ảnh hưởng đến kinh doanh du lịch Bạc Liêu: Khí hậu, địa hình, tài nguyên thiên nhiên, các sản phẩm phục vụ cho phát triển du lịch; Giới thiệu về tài nguyên văn hóa, lịch sử truyền thống thuận lợi cho phát triển ngành du lịch và đưa ra bảng ma trận các yếu tố nội vi IFE.

Năm, xây dựng ma trận SWOT, đưa ra bảng các phương án của chiến lược kết hợp : S-O, S-T, W-O, W-T, và lựa chọn chiến lược qua ma trận QSPM.

Sáu, đề xuất một số giải pháp để thực thi chiến lược: Quy hoạch phát triển du lịch, hoàn thiện chính sách và nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch; đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch; đa dạng hóa sản phẩm du lịch và phát triển các sản phẩm dịch vụ du lịch đặc trưng; đào tạo nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Phương Anh (2010), *Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Lâm Đồng đến năm 2020*, Luận văn thạc sĩ Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
2. Trần Xuân Ảnh (2006), *Thị trường du lịch ở tỉnh Quảng Ninh*, Luận văn thạc sĩ kinh tế chính trị, Học viện chính trị- Hành chính quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
4. Đảng cộng sản Việt Nam (2015), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Nhà xuất bản chính trị quốc gia, Hà Nội.
5. Đào Duy Huân (2016), *Quản trị chiến lược lý thuyết và mô hình*, Nhà xuất bản Đại Học Quốc Gia.
6. Huỳnh Đạt Hùng-. Nguyễn Khánh Bình-TS. Phạm Xuân Giang (2011), *Kinh tế lượng*, Nhà xuất bản Phương Đông.
7. Trần Tiến Khai (2014), *Phương pháp nghiên cứu kinh tế*, Khoa kinh tế phát triển-Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, Nhà xuất bản lao động.
8. Đinh Kiệt (2013), *Phát triển du lịch sinh thái các tỉnh vùng duyên hải cực nam trung bộ đến năm 2020*, Luận án tiến sĩ Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
9. Nguyễn Hữu Lam (2011), *Quản trị chiến lược phát triển vị thế cạnh tranh*, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Nhà xuất bản Lao động-Xã hội.
10. Võ Hồng Phụng, *Phát triển kinh tế du lịch thành phố Cần Thơ – tầm nhìn giai đoạn 2020*, Luận văn cao cấp chính trị Học viện Chính Trị khu vực IV.
11. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bạc Liêu (2011), *Quy hoạch phát triển Du lịch tỉnh Bạc Liêu đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Bạc Liêu.
12. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bạc Liêu, *Tổng kết chương trình hành động về du lịch Bạc Liêu giai đoạn 2012-2015*, Bạc Liêu.
13. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bạc Liêu, *Báo cáo tổng kết năm 2010*, Bạc Liêu.

14. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bạc Liêu, *Báo cáo tổng kết năm 2011, Bạc Liêu.*
15. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bạc Liêu, *Báo cáo tổng kết năm 2012, Bạc Liêu.*
16. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bạc Liêu, *Báo cáo tổng kết năm 2013, Bạc Liêu.*
17. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bạc Liêu, *Báo cáo tổng kết năm 2014, Bạc Liêu.*
18. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bạc Liêu, *Báo cáo tổng kết năm 2015, Bạc Liêu.*
19. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bạc Liêu, *Kết quả 09 tháng đầu năm, ước thực hiện cả năm 2016 và kế hoạch năm 2017.*
20. Trần Tuấn Thạc-Trần Thị trường Như, Nhà xuất bản lao động.Nguyễn Văn Dung (2009, *Chiến lược và chiến thuật quảng bá Marketing du lịch*, Nhà xuất bản giao thông vận tải.
21. Nguyễn Văn Thắng (2013), *Thực hành nghiên cứu trong kinh tế và quản trị kinh doanh*, Nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân.
22. Huỳnh Văn Thiệp (2012), *Du lịch ở huyện đảo Phú Quốc trong hội nhập quốc tế*, Luận văn thạc sĩ tại Học viện chính trị- Hành chính quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
23. Tổng cục du lịch (2008), *Đề án phát triển du lịch biển, đảo và vùng ven biển đến năm 2020.*
24. Lý Anh Tuấn (2011), *Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Bến Tre đến năm 2020*, Luận văn thạc sĩ Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
25. Mai Thị Ánh Tuyết (2007), *Phát triển du lịch tỉnh An Giang đến năm 2020*, Luận án tiến sĩ Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

PHỤ LỤC 1: PHIẾU LẤY Ý KIẾN CHUYÊN GIA

Kính thưa quý Ông/Bà.

Tôi là học viên lớp QTKD của Trường Đại học Tây Đô đang thực hiện nghiên cứu khoa học luận văn thạc sĩ với đề tài “**Hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh ngành du lịch tỉnh Bạc Liêu đến năm 2020 tầm nhìn 2030**”.

Kính mong quý Ông/Bà vui lòng cho biết ý kiến đánh giá của mình và đánh dấu (X) vào ô lựa chọn về *phản ứng của ngành du lịch*, tỉnh Bạc Liêu với các yếu tố sau:

Các yếu tố bên ngoài

- Mức quan trọng: Cho điểm từ 0,0 (không quan trọng) đến 1,0 (quan trọng nhất) cho mỗi yếu tố. Tổng số điểm tổng cộng của các yếu tố là 1.

- Phân loại: Từ 1 đến 4 cho mỗi yếu tố đại diện (1: Phản ứng yếu; 2: Phản ứng trung bình; 3: Phản ứng trung bình khá; 4: Phản ứng tốt nhất).

STT	Các yếu tố	Mức quan trọng trung bình	Phân loại	Số điểm quan trọng
1	Nền kinh tế Việt Nam phát triển ổn định và bền vững			
2	Tình hình an ninh, chính trị Việt Nam ổn định			
3	Chính sách ưu đãi phát triển du lịch từ Trung ương và địa phương			
4	Chính Phủ đặc biệt quan tâm đến đầu tư phát triển du lịch			
5	Nhu cầu đi du lịch ngày càng tăng từ khách du lịch nội địa và nước ngoài			
6	Sự cạnh tranh mạnh mẽ của các đối thủ trên thị trường ngành du lịch			
7	Cơ hội học tập các mô hình du lịch trong và ngoài nước nhiều			
8	Xu hướng phát triển du lịch của thế			

	giới hiện nay theo hướng phát triển du lịch bền vững dựa vào tài nguyên thiên nhiên và văn hóa địa phương			
9	Cơ hội hợp tác du lịch của Bạc Liêu ngày càng được mở rộng			
10	Nhiều nhà đầu tư về du lịch trong và ngoài nước quan tâm			
11	Vốn đầu tư của toàn xã hội cho phát triển ngành du lịch tăng mạnh			
12	Thiên tai dịch bệnh xảy ra liên tiếp trong khu vực và trên thế giới			
13	Sản phẩm, loại hình du lịch chưa phong phú, đa dạng mang nhiều nét tương đồng với các tỉnh ĐBSCL			
14	Sự phát triển công nghệ, kỹ thuật hiện đại trong phục vụ du lịch, giải trí của các nước phát triển tạo sự thỏa mãn khách hàng càng cao			
	Tổng cộng	1		

Các yếu tố bên trong

- Mức quan trọng: Cho điểm từ 0,0 (không quan trọng) đến 1,0 (quan trọng nhất) cho mỗi yếu tố. Tổng số điểm tổng cộng của các yếu tố là 1.

- Phân loại: Từ 1 đến 4 cho mỗi yếu tố đại diện (1: Rất yếu; 2: Khá yếu; 3: Khá mạnh; 4: Rất mạnh)

STT	Nội dung	Mức quan trọng trung bình	Phân loại	Số điểm quan trọng
1	Có vị trí, địa lý thuận lợi do nằm trên các tuyến giao thông đường thủy và đường bộ chính của vùng ĐBSCL.			
2	Đặc thù tài nguyên du lịch nhân văn, giá trị nghệ thuật đã tạo lợi thế phát triển du lịch Bạc Liêu.			
3	Kinh tế tỉnh Bạc Liêu nhiều năm qua phát triển nhanh và bền vững, mức sống người dân không ngừng được nâng cao			
4	Trình độ nguồn nhân lực phục vụ trong ngành du lịch còn nhiều bất cập			
5	Duy trì, bảo tồn văn hóa bản địa của người dân tại Bạc Liêu			
6	Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch đã và đang đầu tư nâng cấp phát triển			
7	Người dân Bạc Liêu thân thiện, vui vẻ và mến khách			
8	Uy tín thương hiệu được nhiều người biết đến qua giai thoại về công tử Bạc Liêu			
9	Lượng khách đến còn nhỏ bé so tiềm năng đón tiếp			
10	Tài nguyên du lịch Bạc Liêu tương đối đa dạng phong phú, có nhiều di tích lịch sử văn hóa, nhiều lễ hội mang đậm bản sắc dân tộc (kinh, hoa, khome)			

11	Hoạt động Marketing, xúc tiến, quảng bá du lịch Bạc Liêu còn hạn chế			
12	Chất lượng sản phẩm du lịch tại tỉnh còn kém			
13	Qui hoạch phát triển ngành du lịch chưa hợp lý, còn chồng chéo, các dự án đầu tư du lịch triển khai chậm			
14	Thiếu các đầu mối giao thông quan trọng mang tính chất đối ngoại như cảng biển quốc tế, sân bay...			
	Tổng cộng			

Xin Ông/Bà vui lòng cho biết:

1. Họ và tên:
2. Chức vụ:
3. Nơi công tác:.....

Xin chân thành cảm ơn những ý kiến đóng góp quý giá của Ông/Bà

**PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH CÁC CHUYÊN GIA VÀ QUẢN LÝ NHÀ
NƯỚC ĐƯỢC PHỎNG VẤN**

Danh sách chuyên gia bên trong:

STT	HỌ VÀ TÊN	CHỨC VỤ	NƠI CÔNG TÁC
01	Ông Võ Văn Dũng	Phó Trưởng Ban	Ban Nội Chính Trung Ương
02	Ông Ngô Công Hầu	Phó GD	Sở Nội Vụ Tỉnh Bạc Liêu
03	Ông Ngô Thanh Nhã	Trưởng Phòng Tài Chính	Công Ty Cổ Phần Du Lịch Bạc Liêu
04	Ông Phạm Văn Thiều	Trưởng Ban Tổ Chức Tỉnh Ủy	Tỉnh Ủy Bạc Liêu
05	Ông Vũ Đức Thọ	Trưởng Phòng Nghiệp vụ du lịch	Sở Văn Hóa, Thể Thao và Du Lịch Bạc Liêu

Danh sách chuyên gia bên ngoài:

01	TS. Trần Văn Chiêu	Hiệu trưởng	Trường Đại học Bạc Liêu
02	PGS.TS. Lưu Thanh Đức Hải	Phó Trưởng khoa Kinh tế	Trường Đại học Cần Thơ
03	TS. Võ Hoàng Khiêm	Phó hiệu trưởng	Trường Đại học Bạc Liêu
04	PGS.TS. Mai Văn Nam	Trưởng Khoa sau đại học	Trường Đại học Cần Thơ
05	PGS.TS. Đỗ Văn Xê	Phó hiệu trưởng	Trường Đại học Cần Thơ

PHỤ LỤC 3: BẢNG TỔNG HỢP PHIẾU ĐIỀU TRA TỪ CÁC CHUYÊN GIA

STT	Các yếu tố	Mức quan trọng trung bình	Phân loại			
			1	2	3	4
1	Nền kinh tế Việt Nam phát triển ổn định và bền vững	0,071	0,000	0,004	0,003	0,003
2	Tình hình an ninh, chính trị Việt Nam ổn định	0,087	0,000	0,004	0,005	0,001
3	Chính sách ưu đãi phát triển du lịch từ Trung ương và địa phương	0,077	0,000	0,006	0,002	0,002
4	Chính phủ đặc biệt quan tâm đến đầu tư phát triển du lịch.	0,077	0,000	0,006	0,003	0,001
5	Nhu cầu đi du lịch ngày càng tăng từ khách du lịch nội địa và nước ngoài	0,090	0,002	0,002	0,005	0,001
6	Sự cạnh tranh mạnh mẽ của các đối thủ trên thị trường ngành du lịch	0,059	0,002	0,003	0,004	0,001
7	Cơ hội học tập các mô hình du lịch trong và ngoài nước nhiều	0,077	0,003	0,004	0,002	0,001
8	Xu hướng phát triển du lịch của thế giới hiện nay theo hướng phát triển du lịch bền vững dựa vào tài nguyên thiên nhiên và văn hóa địa phương	0,078	0,003	0,003	0,001	0,002
9	Cơ hội hợp tác du lịch của Bạc Liêu ngày càng được mở rộng	0,070	0,002	0,002	0,001	0,005
10	Nhiều nhà đầu tư về du lịch trong và ngoài nước quan tâm	0,068	0,001	0,006	0,003	0,000
11	Vốn đầu tư của toàn xã hội cho	0,050	0,003	0,007	0,000	0,000

	phát triển ngành du lịch tăng mạnh					
12	Thiên tai, dịch bệnh xảy ra liên tiếp trong khu vực và giới.	0,066	0,001	0,005	0,002	0,002
13	Sản phẩm, loại hình du lịch chưa phong phú, đa dạng mang nhiều nét tương đồng với các tỉnh ĐBSCL.	0,064	0,000	0,008	0,001	0,001
14	Sự phát triển công nghệ, kỹ thuật hiện đại trong phục vụ du lịch, giải trí của các nước phát triển tạo sự thỏa mãn khách hàng càng cao	0,066	0,000	0,007	0,002	0,001
	Tổng cộng	1,000				

2. Các yếu tố bên trong

STT	Nội dung	Mức quan trọng trung bình	Phân loại			
			1	2	3	4
1	Có vị trí, địa lý thuận lợi do nằm trên các tuyến giao thông đường thủy và đường bộ chính của vùng ĐBSCL.	0,087	0,000	0,003	0,003	0,004
2	Đặc thù tài nguyên du lịch nhân văn, giá trị nghệ thuật đã tạo lợi thế phát triển du lịch Bạc Liêu.	0,073	0,001	0,002	0,002	0,005
3	Kinh tế tỉnh Bạc Liêu nhiều năm qua phát triển nhanh và bền vững, mức sống người dân không ngừng được nâng cao.	0,068	0,001	0,004	0,002	0,003
4	Trình độ nguồn nhân lực phục vụ trong ngành du lịch tỉnh còn nhiều bất cập	0,078	0,000	0,006	0,002	0,002
5	Duy trì, bảo tồn văn hóa bản địa	0,077	0,000	0,002	0,005	0,003

	của người dân tại Bạc Liêu.					
6	Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch đã và đang đầu tư nâng cấp phát triển.	0,077	0,001	0,006	0,002	0,001
7	Người dân Bạc Liêu thân thiện, vui vẻ và mến khách	0,071	0,002	0,001	0,005	0,002
8	Uy tín thương hiệu được nhiều người biết đến qua giai thoại về Công Tử Bạc Liêu.	0,066	0,001	0,002	0,004	0,003
9	Lượng khách đến còn nhỏ bé so tiềm năng đón tiếp	0,077	0,002	0,003 2	0,002	0,003
10	Tài nguyên du lịch Bạc Liêu tương đối đa dạng phong phú, có nhiều di tích lịch sử văn hóa, nhiều lễ hội mang đậm bản sắc dân tộc (Kinh, Hoa, Khmer).	0,070	0,001	0,001	0,002	0,006
11	Hoạt động Marketing, xúc tiến, quảng bá du lịch Bạc Liêu còn hạn chế	0,066	0,000	0,005	0,002	0,003
12	Chất lượng sản phẩm du lịch tỉnh còn kém	0,059	0,002	0,004	0,002	0,002
13	Qui hoạch phát triển ngành du lịch chưa hợp lý, còn chông chéo, các dự án đầu tư du lịch triển khai chậm.	0,050	0,002	0,005	0,000	0,003
14	Thiếu các đầu mối giao thông quan trọng mang tính chất đối ngoại như cảng biển quốc tế, sân bay...	0,050	0,000	0,003	0,004	0,003
	Tổng cộng	1,000				

Phụ lục 4: GDP và chuyển dịch cơ cấu kinh tế giai đoạn 2005-2015

Đv tính: tỷ đồng

Stt	Các chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Tăng trưởng BQ (%)		
													2005-2010	2010-2015	2005-2015
1	Tổng GDP (giá thực tế)	7.784	8.832	10.667	12.338	14.465	17.507	21.690	26.183	30.417	34.828	39.000	17,63	17,45	17,54
1.1	Nông, lâm, thủy sản	4.488	4.785	5.740	6.658	7.666	9.131	11.213	13.455	15.218	17.309	19.700	15,36	16,69	16,03
1.2	Công nghiệp	1.047	1.416	1.821	2.025	2.555	3.250	4.090	4.956	5.784	6.581	7.500	25,68	18,29	21,99
1.3	Xây dựng	674	752	814	857	867	972	1.230	1.479	1.749	2.023	2.300	7,68	18,88	13,28
1.4	Thương mại - dịch vụ	1.575	1.880	2.292	2.798	3.377	4.154	5.157	6.293	7.666	8.915	9.500	21,41	18,17	19,79
2	Cơ cấu GDP (giá thực tế)														
2.1	Nông, lâm, thủy sản	57,7%	54,2%	53,8%	54,0%	53,0%	52,2%	51,7%	51,39%	50,03%	49,69%	50,51%	-1,96	-0,65	-1,30
2.2	Công nghiệp	13,5%	16,0%	17,1%	16,4%	17,7%	18,6%	18,9%	18,9%	19,01%	18,89%	19,23	6,86	0,67	3,77
2.3	Xây dựng	8,7%	8,5%	7,6%	6,9%	6,0%	5,6%	5,7%	5,65%	5,75%	5,81%	5,89%	-8,36	1,02	-3,67
2.4	Thương mại - dịch vụ	20,2%	21,3%	21,5%	22,7%	23,3%	23,7%	23,8%	24,03%	25,21%	25,61%	24,37%	3,27	0,61	1,94
3	Tổng GDP (giá so sánh 1994)	5.076	5.655	6.328	7.046	7.805	8.773	9.826	10.686	11.971	13.407	15.280	11,57	11,75	11,66
3.1	Nông, lâm, thủy sản	2.733	2.914	3.170	3.485	3.825	4.106	4.418	4.832	5.224	5.678	6.470	8,49	9,54	9,02
3.2	Công nghiệp	761	815	985	1.106	1.162	1.370	1.631	2.489	2.183	2.483	2.830	12,64	15,83	14,24

Stt	Các chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Tăng trưởng BQ (%)		
													2005-2010	2010-2015	2005-2015
3.3	Xây dựng	410	530	548	558	658	792	882		682	783	690	14,56	-1,97	6,29
3.4	Thương mại - dịch vụ	1.172	1.396	1.625	1.897	2.160	2.505	2.895	3.363	3.882	4.463	4.507	16,42	12,62	14,52
4	Cơ cấu GDP (giá so sánh)														
4.1	Nông, lâm, thủy sản	54,5%	53,8%	51,5%	50,1%	49,5%	52,15%	51,78%	51,39%	50,03%	49,70%	50%	-0,82	-0,83	-0,83
4.2	Công nghiệp	15,6%	15,0%	14,4%	15,6%	15,7%	14,9%	15,6%	16,6%	18,23%	18,87%	19%	-0,79	5,03	2,12
4.3	Xây dựng	8,1%	8,1%	9,4%	8,7%	7,9%	9,22%	8,52%	7,98%	6,54%	5,84%	5%	3,22	-11,41	-4,09
4.4	Thương mại - dịch vụ	21,8%	23,1%	24,7%	25,7%	26,9%	23,73%	23,78%	24,03%	32,42%	25,59%	26%	1,96	3,34	2,65

Nguồn: Niên giám thống kê Bạc Liêu

Phụ lục 5: Dân số và lao động giai đoạn 2005-2015

Stt	Các chỉ tiêu	Đv tính	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Tăng trưởng BQ (%)		
														2005-2010	2010-2015	2005-2015
	Diện tích tự nhiên	km2	2.570	2.570	2.570	2.570	2.570	2.570	2.570	2.570	2.570	2.570	2.570	0,00	0,00	0,00
1	Dân số	1000 người	592,80	823,83	835,77	847,55	856,83	867,78	873,29	876,17	881,12	885,55	900,00	8,84	0,73	4,79
2	Mật độ dân số	người/km2	153	321	325	330	333	338	340	341	342	345	350	23,00	0,70	11,85
3	GDP bình quân (giá thực tế)	tr.đồng/người	19,82	10,72	12,76	14,56	16,88	20,17	24,84	29,88	34,52	39,33	44,00	4,53	16,96	10,74
2	Lực lượng lao động	1000 người	407,40	412,40	420,10	426,30	460,80	463,10	466,99	472,73	475,82	478,77	480,00	2,63	0,72	1,68
	Tỷ trọng lao động trong dân số	%	53,7%	50,1%	50,3%	50,3%	53,8%	53,4%	53,5%	53,9%	54%	54%	55%	-0,02	0,59	0,29
2.1	Số lượng lao động theo thành phần kinh tế															
2.1.1	Nhà nước	1000 người	21,70	21,80	23,80	25,30	26,00	26,00	26,20	26,46	26,46	26,66	26,00	3,74	0,01	1,87
2.1.2	FDI	1000 người	1,45	2,40	4,70	4,90	5,90	5,80	6,07	6,12	6,09	6,09	6,14	36,86	1,16	19,01
2.1.3	Tư nhân	1000 người	384,25	388,20	391,60	396,10	428,90	431,30	434,72	440,15	443,27	445,97	446,00	2,38	0,67	1,53
2.2	Số lượng lao động theo hoạt động kinh tế															
2.2.1	Nông - Lâm nghiệp	1000 người	102,51	102,58	105,90	106,80	114,40	115,00	115,90	116,10	115,76	114,32	115,90	2,36	0,16	1,26

2.2.2	Thủy hải sản	1000 người	177,30	174,10	172,00	172,50	185,04	185,96	187,49	188,50	185,76	186,22	185,92	1,01	0,00	0,50
2.2.3	Công nghiệp	1000 người	25,11	27,12	30,68	31,20	31,80	25,95	26,03	25,90	27,10	27,56	28,00	1,27	1,55	1,41
2.2.4	Dịch vụ	1000 người	98,60	101,93	104,51	107,74	120,28	120,93	121,70	122,40	122,94	123,70	124,00	4,24	0,50	2,37
2.2.5	Khác	1000 người	3,88	6,67	7,00	8,06	9,29	15,26	15,87	19,83	24,26	26,97	26,18	34,30	11,91	23,11
2.3	Trình độ lao động															
2.3.1	Tỷ lệ lao động có kỹ năng (đã qua đào tạo)	%	29,0%	31,0%	32,0%	33,0%	34,0%	35,0%	35,0%	39,1%	38,92%	39,1%	38,97%	3,84	2,28	3,06
2.3.2	Tỷ lệ lao động phổ thông (chưa qua đào tạo)	%	71,0%	69,0%	68,0%	67,0%	66,0%	65,0%	65,0%	60,9%	61,08%	60,09%	61,03%	-1,75	-1,21	-1,48
	Lao động trong khách sạn nhà hàng	1000 người	15,76	19,02	19,89	21,20	24,32	24,41	24,61	24,76	25,10	25,45	25,77	9,39	1,09	5,24

Nguồn: Niên giám thống kê Bạc Liêu