Người ký: Ủy ban nhân dân tỉnh Tây Ninh
Cơ quan: Tỉnh Tây Ninh
Thời gian ký: 10.12.2019 08:48:42 +07:00

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH TÂY NINH	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Số: 2644 /QĐ-UBND	*Tây Ninh, ngày 06 tháng 12 năm 2019*

QUYẾT ĐỊNH
Về việc ban hành "Đề án Phát triển cụm ngành du lịch tỉnh Tây Ninh giai đoạn 2019-2021 và định hướng đến năm 2030"

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH TÂY NINH

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19/6/2015;

Căn cứ Luật Du lịch ngày 19/6/2017;

Căn cứ Chương trình hành động số 68-CTr/TU ngày 05/10/2017 của Tỉnh ủy Tây Ninh thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị (khoá XII) về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;

Căn cứ Quyết định số 3026/QĐ-UBND ngày 13/12/2017 của UBND tỉnh về ban hành kế hoạch thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ và Chương trình hành động số 68-CTr/TU ngày 05/10/2017 của Tỉnh ủy Tây Ninh thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị (khóa XII) về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Xét đề nghị của Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tại Tờ trình số 183/TTr-SVHTTDL ngày 30/9/2019,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Đề án Phát triển cụm ngành du lịch tỉnh Tây Ninh giai đoạn 2019-2021 và định hướng đến năm 2030.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 3. Chánh Văn phòng Đoàn ĐBQH, HĐND và UBND tỉnh; Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Thủ trưởng các sở, ngành tỉnh liên quan, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:
- Bộ VHTTDL;
- Thường trực Tỉnh ủy;
- Thường trực HĐND tỉnh;
- CT, các PCT UBND tỉnh;
- Như Điều 3;
- LĐVP, các phòng, ban, trung tâm;
- Lưu: VT, VP Đoàn ĐBQH, HĐND và UBND tỉnh. M.Nhật

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Nguyễn Thanh Ngọc

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH TÂY NINH

ĐỀ ÁN

PHÁT TRIỂN CỤM NGÀNH DU LỊCH TỈNH TÂY NINH, GIAI ĐOẠN 2019 – 2021 VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2030

CƠ QUAN THỰC HIỆN

SỞ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

CỐ VẤN THỰC HIỆN

Tiến sĩ Huỳnh Thế Du

Đỗ Thiên Anh Tuấn

Tây Ninh, tháng 12 năm 2019

MỤC LỤC

PHẦN I. GIỚI THIỆU 4
I. BỐI CẢNH 4
II. MỤC TIÊU 5
III. KHUÔN KHỔ PHÂN TÍCH 5
IV. CÁC NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN 7
1. Nghiên cứu quốc tế về phát triển cụm ngành du lịch 7
2. Nghiên cứu trong nước 8
3. Nghiên cứu về du lịch Tây Ninh 9
4. Cơ sở xây dựng 10
PHẦN II. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG CỤM NGÀNH DU LỊCH 11
I. PHÂN TÍCH SWOT NGÀNH DU LỊCH TÂY NINH 11
1. Điểm mạnh/Lợi thế (S) 11
2. Điểm yếu/Bất lợi (W) 11
3. Cơ hội (O) 12
4. Thách thức (T) 13
II. PHÂN TÍCH MÔ HÌNH KIM CƯƠNG PORTER 14
1. Các điều kiện nhân tố đầu vào 14
2. Các điều kiện cầu 15
3. Các ngành hỗ trợ và có liên quan 16
4. Chiến lược, cấu trúc, sự cạnh tranh và hợp tác 16
5. Vai trò của chính quyền Tây Ninh 17
III. ĐÁNH GIÁ YẾU TỐ CỐT LÕI CỦA CỤM NGÀNH DU LỊCH 18
1. Tài nguyên du lịch 18
2. Lưu trú du lịch 25
3. Khách du lịch 29

4. Ẩm thực cho du khách *32*
5. Đặc sản địa phương *33*
6. Các làng nghề truyền thống *37*
8. Cơ sở hạ tầng du lịch *39*
9. Các công ty lữ hành *44*
10. Nhân lực du lịch *45*
11. Đầu tư cho ngành du lịch *47*
12. Chiến lược quảng bá và truyền thông *49*
PHẦN III. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH **51**
I. TÓM TẮT CỤM NGÀNH DU LỊCH TÂY NINH 51
II. QUY TRÌNH CHẨN TRỊ CHO NGÀNH DU LỊCH TÂY NINH 55
III. CÁC KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH 57
IV. CÁC ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHỦ YẾU 74
V. CÁC ĐỀ XUẤT ĐẦU TƯ CHO NGÀNH DU LỊCH 77
VI. CÁC Ý TƯỞNG CÓ THỂ THỰC HIỆN NGAY 81
PHỤ LỤC **85**

PHẦN I. GIỚI THIỆU

I. BỐI CẢNH

Tây Ninh là tỉnh biên giới thuộc vùng Đông Nam Bộ (ĐNB), nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam (KTTĐPN), có diện tích tự nhiên 4.041,3 km^2, dân số 1.133.366 người (năm 2018), mật độ dân số bình quân 278,8 người/km^2 (năm 2018). Với điều kiện đặc thù về vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên phong phú và đa dạng, Tây Ninh được biết đến như một điểm đến du lịch hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước thiên về du lịch tâm linh. Khách tham quan các khu, điểm du lịch năm 2018 đạt 2,733 triệu lượt khách tăng 3,5% so với năm 2017. Tỷ trọng khách du lịch nội địa chiếm rất lớn trên 95%, trong khi khách du lịch quốc tế còn rất ít, chủ yếu các nước Singapore, Thái Lan, Indonesia, Campuchia,.... Một số rất ít khách quốc tế đến với Tây Ninh thông qua các đoàn du lịch từ thành phố Hồ Chí Minh hoặc từ các tỉnh lân cận. Mức chi tiêu bình quân đối với khách du lịch quốc tế từ 1.200.000 -1.500.000 đồng/ngày; đối với khách du lịch nội địa từ 300.000 – 465.000 đồng/ngày.

Tuy nhiên, nhìn một cách tổng thể và khách quan, so với nhiều địa phương khác trong khu vực, du lịch Tây Ninh vẫn mới chỉ ở giai đoạn đầu của sự phát triển. Các kết quả đạt được so với nhiều địa phương khác có thể mạnh về du lịch cũng như so với tiềm năng và yêu cầu vẫn còn rất khiêm tốn. Các nguyên nhân thường được đề cập đến chủ yếu do nguồn lực (vốn, nhân lực, cơ sở hạ tầng, đối tác có tiềm lực, v.v…) để giải phóng các tiềm năng du lịch Tây Ninh. Đây được xem là lý do vì sao ngành du lịch Tây Ninh vẫn được nhắc đến với điệp từ "phát triển chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có".

Vì vậy, làm sao để sớm đánh thức và khơi dậy được tiềm năng này là một đòi hỏi đặt ra cho tỉnh Tây Ninh cũng như ngành du lịch địa phương. Nghiên cứu này sẽ nhận diện thực trạng cụm ngành du lịch (tourism cluster) Tây Ninh dựa trên khuôn khổ lý thuyết cụm ngành, từ đó đề xuất một số hàm ý và khuyến nghị chính sách nhằm giúp cải thiện tình trạng, đồng thời thúc đẩy sự phát triển của ngành du lịch Tây Ninh sao cho tương xứng với tiềm năng và lợi thế sẵn có.

II. MỤC TIÊU

- Nghiên cứu nhằm nhận diện thực trạng, tiềm năng, lợi thế cũng như các cơ hội phát triển cụm ngành du lịch Tây Ninh.

- Đề xuất các giải pháp và sáng kiến nhằm thúc đẩy phát triển cụm ngành du lịch Tây Ninh trên cơ sở nâng cấp năng lực cạnh tranh và gia tăng sức hấp dẫn của cụm ngành.

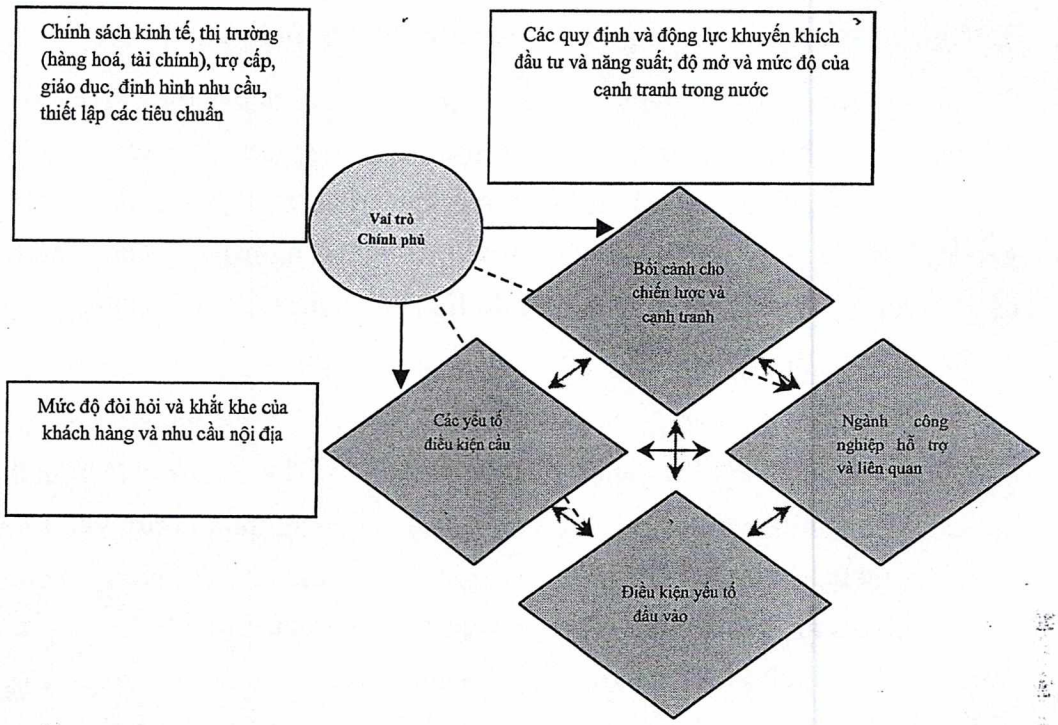
Từ mục tiêu trên, nghiên cứu này nhằm phấn đấu đưa ngành du lịch là một ngành kinh tế quan trọng, chuyển đổi một cách căn bản cơ cấu kinh tế của Tỉnh; hoạt động du lịch có tính chuyên nghiệp; hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh và hợp tác được với các tỉnh miền Đông Nam bộ, Tây Nam bộ, Tây Nguyên, Vương quốc Campuchia và một số nước trong khu vực ASEAN, đóng góp chung vào sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam.

Bên cạnh đó, phát triển du lịch gắn liền với công tác bảo vệ tài nguyên và môi trường, giữ gìn bản sắc truyền thống văn hoá; giải quyết tốt các vấn đề xã hội, đặc biệt chú ý đến giải quyết công ăn việc làm, nâng cao thu nhập và nâng cao trình độ dân trí cho người dân.

III. KHUÔN KHỔ PHÂN TÍCH

Để phát triển ngành du lịch Tây Ninh, cần thiết phải xây dựng một chiến lược phù hợp tập trung vào phát huy những lợi thế tiềm năng, những đặc thù vốn có ở địa phương theo hướng bền vững. Tuy nhiên, hiện nay các nghiên cứu về phát triển du lịch và các sản phẩm du lịch có rất nhiều cả ở trong nước lẫn quốc tế, các nghiên cứu về phát triển du lịch dựa trên cách tiếp cận cụm ngành thì chưa nhiều. Trong khuôn khổ Đề án này tập trung phân tích sâu thực trạng của cụm ngành Du lịch Tây Ninh, dựa trên khung phân tích cụm ngành của GS. Micheal Porter và các tác giả khác.

Hình 1: Mô hình Kim cương Porter



Nguồn: M. Porter (1990)

Theo đó, cụm ngành được hiểu "là sự tập trung về mặt địa lý của các doanh nghiệp, các nhà cung ứng và các doanh nghiệp có tính liên kết cũng như của các công ty trong các ngành có liên quan và các thể chế hỗ trợ (ví dụ như các trường đại học, cục tiêu chuẩn, hiệp hội thương mại,...) trong một số lĩnh vực đặc thù, vừa cạnh tranh vừa hợp tác với nhau". Mô hình cụm ngành sẽ được sử dụng làm khung phân tích chính của nghiên cứu này. Ngoài ra, dựa trên các yếu tố cần thiết của một cụm ngành, Porter đã phác thảo Mô hình Kim cương để từ đó đánh giá năng lực cạnh tranh của một cụm ngành. Các yếu tố này bao gồm: 1) Các điều kiện nhân tố đầu vào; 2) Điều kiện cầu; 3) Các ngành hỗ trợ liên quan; và 4) Bối cảnh cho chiến lược cạnh tranh. Bên cạnh đó, nghiên cứu này cũng kết hợp với phân tích một số mô hình SWOT (lợi thế, bất lợi, cơ hội, thánh thức), và mô hình 8 yếu tố PAACDUUN do nhóm nghiên cứu Fulbright đề xuất (Bao gồm: Giá cả phù hợp, tính độc đáo, tính bản địa, dễ tiếp cận, tính thuận tiện, tính hữu dụng, tính lâu bền và tính hấp dẫn),...để từ đó tìm ra hướng đi cho cụm ngành du lịch Tây Ninh.

IV. CÁC NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN

1. Nghiên cứu quốc tế về phát triển cụm ngành du lịch

Du lịch thế giới đang có điều kiện phát triển mạnh mẽ: Thế giới có nhiều biến đổi với những bước nhảy vọt về khoa học công nghệ; quá trình công nghiệp hóa, đô thị hóa diễn ra nhanh hơn ở các nước đang phát triển; xu thế hợp tác toàn cầu là tất yếu; nền kinh tế thế giới tiếp tục phát triển; đời sống của người dân không ngừng được nâng cao... Trong bối cảnh đó, nhu cầu đi du lịch của người dân trở thành nhu cầu cơ bản và có tốc độ tăng trưởng nhanh.

Vấn đề cụm ngành du lịch đã được nhiều tổ chức và các học giả trên thế giới nghiên cứu tạo nền tảng cho việc phân tích các yếu tố quan trọng để hình thành nên năng lực cạnh tranh của cụm ngành. Vấn đề nghiên cứu cụm ngành tùy vào lợi thế về du lịch và thị hiếu của du khách của mỗi quốc gia. Điển hình như ở Thái Lan có ngành du lịch chữa bệnh, cụm ngành rượu vang ở thung lũng Napa, tổ hợp cụm ngành ở Nam Phi, cụm ngành du lịch nhiệt đới ở miền bắc nước Úc.... Ngoài ra còn rất nhiều các nghiên cứu quốc tế sử dụng lý thuyết về cụm ngành và năng lực cạnh tranh để phân tích và đánh giá về ngành du lịch từ đó tìm ra những điểm mạnh và điểm yếu của cụm ngành để đi đến đề xuất các giải pháp khắc phục nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành.

Du lịch trên phạm vi toàn cầu đã phát triển nhanh và trở thành ngành kinh tế hàng đầu thế giới. Do lợi ích nhiều mặt mà du lịch mang lại nên nhiều nước đã tận dụng tiềm năng và lợi thế của mình để phát triển du lịch, tăng nguồn thu ngoại tệ, tạo việc làm, tạo thu nhập thúc đẩy sản xuất trong nước, đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội.

Nhìn chung, những nghiên cứu quốc tế trên đây về chủ đề phát triển ngành du lịch có ít nhiều liên quan đến vấn đề nghiên cứu của đề tài này, mặc dù các nghiên cứu này không cùng phạm vi, mục tiêu mà đề tài này xác định và hướng đến. Tuy vậy, các phương pháp mà những nghiên cứu này sử dụng và các kết quả đạt được sẽ làm cơ sở lý luận và thực tiễn cho các thảo luận trong nghiên cứu này.

2. Nghiên cứu trong nước

Trong những năm qua, du lịch Việt Nam đang trên đà phát triển, lượng khách quốc tế đến cũng như khách du lịch nội địa ngày càng tăng. Du lịch Việt Nam ngày càng được biết đến nhiều hơn trên thế giới, nhiều điểm đến trong nước được bình chọn là địa chỉ yêu thích của du khách quốc tế. Du lịch đang ngày càng nhận được sự quan tâm của toàn xã hội. Chất lượng và tính cạnh tranh của du lịch là những vấn đề nhận được nhiều sự chú ý và thảo luận rộng rãi. Một cách tiếp cận đa chiều về đánh giá chất lượng du lịch sẽ góp phần hình thành các giải pháp đúng đắn nâng cao chất lượng và tính cạnh tranh của du lịch Việt Nam.

Đối với các nghiên cứu trong nước về phát triển du lịch, cho đến nay đã có hàng trăm các nghiên cứu ở các dạng khác nhau từ các đề án quốc gia, đề án phát triển du lịch ở các tỉnh, liên tỉnh các công trình, đề tài nghiên cứu của Viện nghiên cứu phát triển Du lịch Việt Nam.

Điển hình như nghiên cứu phát triển CLUSTER (cụm) ngành du lịch: Huế- Đà Nẵng- Quảng Nam của tác giả Nguyễn Thanh Liêm và Nguyễn Văn Long Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng (đăng trên tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Đà Nẵng – số 5(40).2010. Nghiên cứu nhận định: Phát triển cluster du lịch không chỉ qui tụ các thành phần cốt lõi ngành (các công ty lưu trú, lữ hành, vận tải, điểm du lịch), mà phải có những sự hỗ trợ từ phía chính phủ, các trung tâm đào tạo nguồn nhân lực, cũng như của những ngành nghề liên quan để ngành du lịch có thể phát triển bền vững; phải nâng cao hơn nữa những sự liên kết hợp tác với nhau để tạo ra những sản phẩm, dịch vụ du lịch liên hoàn, chất lượng hơn nhằm nâng cao sự thoả mãn của khách hàng.

Đề tài: Nâng cao năng lực cạnh tranh của cụm ngành du lịch tỉnh Bình Định của tác giả Lê Thị Tuyết Nhung- Trường Đại học kinh tế Thành Phố Hồ Chí Minh (năm 2016). Nghiên cứu này là xác định năng lực cạnh tranh của cụm ngành du lịch Bình Định. Vận dụng mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh của Michael E. Porter để tìm ra những điểm mạnh, điểm yếu về năng lực cạnh tranh của cụm ngành du lịch Bình Định so với các địa phương lân cận.

Những nghiên cứu này tiếp cận ở phạm vi tổng thể nền kinh tế hoặc vùng, phương pháp nghiên cứu chủ yếu là phân tích, so sánh các số liệu thứ cấp để đánh giá

hiện trạng tình hình phát triển du lịch ở Việt Nam và một số vùng.

3. Nghiên cứu về du lịch Tây Ninh

Nghiên cứu của Hà Thị Thoa (2012, Đại học Cần Thơ) với đề tài "Phát triển du lịch núi Bà Đen Tây Ninh". Đề tài tập trung nghiên cứu về những tiềm năng sẵn có và thực trạng khai thác du lịch cùng những hoạt động du lịch tại Núi Bà Đen. Từ nghiên cứu tác giả đã tìm ra những hạn chế, bất cập còn gặp phải của Khu du lịch Núi Bà Đen đó là chưa có những chính sách đầu tư, quy hoạch xứng tầm với tiềm năng sẵn có.

Nghiên cứu của Hồ Tiểu Bảo (2017, Đại học Khoa học xã hội và nhân văn-Đại học Quốc gia Hà Nội) với đề tài "Nghiên cứu phát triển du lịch tâm linh ở tỉnh Tây Ninh". Tác giả đã kết luận: hiện nay du lịch tâm linh ở Tây Ninh vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng, nguồn lực sẵn có, thông qua phân tích và so sánh dữ liệu ngành du lịch Tây Ninh, nghiên cứu cho thấy rằng nguyên nhân dẫn đến du lịch của tỉnh Tây Ninh phát triển chưa xứng với tiềm năng là do các yếu tố như: điều kiện cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho du lịch chưa đáp ứng được yêu cầu và công tác quảng bá, giới thiệu và tiếp thị du lịch còn hạn chế.

Nghiên cứu của Trần Thế Hiển (2014, Đại học Sư phạm TP Hồ Chí Minh) đề tài "Tiềm năng và định hướng phát triển du lịch văn hóa ở Tây Ninh". Qua đó, tác giả đánh giá Du lịch văn hóa ở Tây Ninh chưa được đầu tư khai thác đúng mức, công tác quản lý còn tồn tại nhiều bất cập, sản phẩm du lịch còn đơn điệu, nguồn nhân lực du lịch thiếu và hạn chế về năng lực, cơ sở hạ tầng còn nghèo nàn, công tác quảng bá chưa hiệu quả... do đó, hoạt động du lịch văn hóa vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng và lợi thế to lớn của địa phương.

Nghiên cứu của Đỗ Minh Huy (2015, Trường Đại học Kinh tế- Đại học Quốc gia Hà Nội) với Đề tài "Phát triển du lịch tỉnh Tây Ninh trong bối cảnh Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế". Đề tài đã nêu: ngành du lịch Tây Ninh cứ ì ạch phát triển, chỉ khai thác và tận dụng những điều kiện đã sẵn có từ lâu nay như: Khu du lịch Núi Bà Đen, Tòa Thánh Cao Đài Tây Ninh, Di tích lịch sử Quốc gia đặc biệt Căn cứ Trung ương Cục Miền Nam,....Với cơ sở hạ tầng du lịch chậm phát triển và tự phát: hệ thống khách sạn cũ, số lượng ít; hệ thống giao thông phục vụ du lịch rất hạn chế, các tour tham quan du lịch trong tỉnh nghèo nàn, phát triển tự phát theo yêu cầu của khách du lịch…

Viện nghiên cứu phát triển du lịch- Tổng Cục Du lịch với Đề án "Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tây Ninh đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030". Các tác giả đã đánh giá: Tốc độ tăng trưởng về khách du lịch tương đối thấp; Số lượt khách có lưu trú thấp; Sản phẩm du lịch và công tác xúc tiến đơn điệu; Công tác đầu tư vẫn còn dàn trải, thiếu trọng tâm; nhân lực du lịch thiếu và yếu.

Như vậy, tất cả các nghiên cứu đều cho rằng du lịch Tây Ninh chưa phát triển tương xứng với tiềm năng sẵn có, và cũng chưa có nghiên cứu nào đề cập đến vấn đề Cụm, ngành và các mô hình như SWOT, Kim cương, PAACDUUN... Vì vậy, đề tài này sẽ vẽ ra một hướng mới trong nghiên cứu phát triển du lịch Tây Ninh, hoạch định đường hướng dựa trên nền tảng sẵn có và bao trùm để đưa du lịch trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương trong thời gian tới.

4. Cơ sở pháp lý cho việc xây dựng Đề án

- Luật Du lịch ngày 19 tháng 6 năm 2017;

- Nghị định số 168/2017/NĐ-CP ngày 31 tháng 12 năm 2017 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Du lịch;

- Thông tư số 06/2017/TT-BVHTTDL ngày 15 tháng 12 năm 2017 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định chi tiết một số điều của Luật Du lịch;

- Quyết định số 59/2013/QĐ-UBND ngày 19 tháng 12 năm 2013 của Ủy ban nhân dân tỉnh Tây Ninh về việc ban hành "Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tây Ninh đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030".

- Quyết định số 2383/QĐ-TTg ngày 29 tháng 12 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt "Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch Quốc gia núi Bà Đen, tỉnh Tây Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030".

- Quyết định số 1099/QĐ-TTg ngày 05 tháng 9 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt đồ án quy hoạch chung xây dựng Khu du lịch quốc gia núi Bà Đen, tỉnh Tây Ninh đến năm 2035.

- Chương trình hành động số 68-CTr/TU ngày 05 tháng 10 năm 2017 của Tỉnh ủy Tây Ninh thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị (khoá XII) về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;

- Quyết định số 3026/QĐ-UBND ngày 13 tháng 12 năm 2017 của UBND tỉnh về ban hành kế hoạch thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ và Chương trình hành động số 68-CTr/TU ngày 05/10/2017 của Tỉnh ủy Tây Ninh thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị (khóa XII) về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

PHẦN II. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG CỤM NGÀNH DU LỊCH TÂY NINH

I. PHÂN TÍCH SWOT NGÀNH DU LỊCH TÂY NINH

1. Điểm mạnh/Lợi thế (S)

- Tây Ninh có núi Bà Đen, có hồ Dầu Tiếng cảnh quan thiên nhiên hài hòa; có Tòa Thánh Cao Đài Tây Ninh *(là nơi khai sinh tôn giáo Cao Đài),* Di tích lịch sử quốc gia đặc biệt Căn cứ Trung ương Cục miền Nam (*là cơ quan đầu não lãnh đạo trực tiếp Cách mạng miền Nam từ những ngày đầu của cuộc kháng chiến chống Mỹ, cứu nước cho đến thắng lợi hoàn toàn, thống nhất đất nước)* và nhiều danh lam thắng cảnh; ẩm thực phong phú, đặc biệt là các món Chay của tôn giáo Cao Đài (*chế biến, trình bày đa dạng, công phu, đẹp mắt).* Đây là lợi thế để phát triển du lịch tâm linh, tín ngưỡng, du lịch về nguồn.

- Là địa phương có xuất phát điểm sau về phát triển du lịch nên đất đai và tài nguyên du lịch ít bị phân mảnh nên có thể dễ tập trung để đầu tư phát triển du lịch với quy mô lớn.

Điểm nút giao quan trọng	• Kết nối TP. Hồ Chí Minh (Việt Nam) với thủ đô Phnôm Pênh (Campuchia) và các nước Lào, Thái Lan thông qua đường Xuyên Á. • Hệ thống cửa khẩu: 16 cặp (02 cửa khẩu quốc tế).
Điểm du lịch	• Nhiều, được du khách đánh giá cao: Tòa thánh Cao Đài Tây Ninh, quần thể căn cứ Trung ương cục miền Nam, Vườn sinh thái Quốc gia Lò Gò – Xa Mát, hồ Dầu tiếng, Khu du lịch Bà Đen…
Hệ thống làng nghề truyền thống	• Phong phú, đa dạng, có tiếng vang: bánh tráng, bánh canh, muối ớt, nghề mộc, chằm nón lá, rèn, mây, tre, nứa…
Môi trường đầu tư	• Chỉ số năng lực cạnh tranh PCI: 14/63 (2018). • Dự án đầu tư phục vụ du lịch bài bản: hệ cáp treo, máng trượt…

2. Điểm yếu/Bất lợi (W)

- Sản phẩm du lịch còn hạn chế, chưa có sản phẩm nổi trội để có sức hấp dẫn khách du lịch. Giao thông, cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật du lịch chất lượng còn thấp, chưa có sản phẩm đạt tiêu chuẩn để đáp ứng nhu cầu khách quốc tế. Các dịch vụ cung

cấp cho ngành du lịch còn thiếu và chất lượng thấp; các điểm dịch vụ vui chơi giải trí không nhiều; thiếu các khách sạn đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên.

- Nguồn nhân lực ngành du lịch còn thiếu và yếu, trình độ ngoại ngữ, khả năng giao tiếp, kỹ năng thuyết minh còn hạn chế.

- Du khách đến Tây Ninh đa phần là du lịch tâm linh nên các chi phí du lịch tại Tây Ninh tương đối thấp, bao gồm chi phí lưu trú, ăn uống, tham quan.

- Là một trong những tỉnh nóng nhất của khu vực nên phần nào ảnh hưởng đến công tác tổ chức hoạt động của khách du lịch ngoài trời tại các điểm tham quan và khó khăn trong việc kéo dài thời gian tham quan của khách trên địa bàn do vấn đề sức khỏe của khách du lịch.

- Nguồn ngân sách từ Trung ương hỗ trợ cho phát triển du lịch còn hạn chế.

3. Cơ hội (O)

- Có cơ chế, chính sách phát triển ngành du lịch từ Trung ương đến địa phương tương đối đồng bộ, đầy đủ.

- Tỉnh Tây Ninh tiếp giáp với thành phố Hồ Chí Minh vừa là cơ hội đồng thời là thách thức nếu không có định hướng phát triển du lịch đúng, đầu tư xứng tầm, tạo sản phẩm du lịch đặc sắc, hấp dẫn, không có sự kết nối tốt, hiệu quả thì khó thu hút du khách, nhất là khó giữ chân du khách lưu trú dài ngày.

- Du khách bắt đầu nhàm chán ở những địa danh du lịch hiện có và muốn tìm đến các địa danh du lịch mới, tìm kiếm các giá trị có tính hoang sơ chưa hoặc ít được khám phá.

- Có đường biên giới tiếp giáp Vương quốc Campuchia dài 240km, có 2 cửa khẩu quốc tế thuận lợi cho các hoạt động giao thương và thu hút khách du lịch quốc tế.

- Đất đai, khí hậu thuận lợi cho phát triển nông nghiệp, nhất là các loại cây ăn trái, trang trại nông nghiệp công nghệ cao, là cơ hội phát triển các loại hình du lịch canh nông, du lịch sinh thái.

4. Thách thức (T)

- Khoảng cách địa lý giữa tỉnh Tây Ninh với thành phố Hồ Chí Minh đã ảnh hưởng không nhỏ đến việc giữ chân du khách nghỉ qua đêm và đầu tư các dịch vụ du lịch.

- Khả năng thu hút, mời gọi các nhà đầu tư đến với tỉnh Tây Ninh cũng bị cạnh tranh rất lớn từ chính sách thu hút đầu tư của các địa phương khác.

- Một số điểm có tiềm năng phát triển du lịch gần biên giới, ảnh hưởng tâm lý của du khách về an ninh, an toàn và thủ tục hành chính nhất là khách quốc tế.

Tóm tắt mô hình SWOT ngành du lịch tỉnh Tây Ninh

Lợi thế	**Thách thức**
- Phát triển du lịch tâm linh - Tài nguyên còn hoang sơ. - Dễ đầu tư phát triển với quy mô lớn - Nhiều địa danh du lịch nổi tiếng. - Vị trí, địa lý thuận lợi	- Tiếp giáp với thành phố Hồ Chí Minh, Khó giữ chân du khách khi dịch vụ chưa phát triển. - Bị cạnh tranh từ các địa phương khác - An ninh, an toàn cho du khách tại các điểm du lịch gần biên giời
Cơ hội	**Bất lợi**
- Có cơ chế, chính sách phát triển ngành du lịch từ Trung ương đến địa phương. - Tiếp giáp với thành phố Hồ Chí Minh - Ký kết phát triển với tỉnh/thành khác - Là địa phương phát triển muộn.	- Là địa phương phát triển muộn. - Sản phẩm du lịch còn hạn chế. - Nguồn nhân lực du lịch còn thiếu và yếu. - Khí hậu nóng nhất trong khu vực - Nguồn ngân sách từ Trung ương còn hạn chế.

Nguồn: Phân tích của nhóm nghiên cứu

II. PHÂN TÍCH MÔ HÌNH KIM CƯƠNG PORTER

1. Các điều kiện nhân tố đầu vào

- Các điều kiện nhân tố đầu vào của ngành du lịch Tây Ninh chủ yếu tập trung ở dạng tài nguyên du lịch tự nhiên, tôn giáo, lịch sử văn hóa, được đánh giá là có nhiều tiềm năng, có giá trị độc đáo và sự khác biệt nhưng chưa được khai thác và huy động hết tiềm năng và lợi thế để biến thành yếu tố "đầu vào" cho ngành du lịch. Nói một cách khác thì các tài nguyên đầu vào này cần được đầu tư ở mức tối thiểu thì mới có thể khai thác được trong việc thu hút du khách. Để làm được điều này đòi hỏi cần phải có một nguồn lực đầu tư lớn, trong khi đó nguồn lực đầu tư công của địa phương hiện tại là không thể. Để tối ưu hóa giá trị sử dụng và khai thác cũng như để có thể huy động được nguồn lực đầu tư tư nhân thì các tài nguyên này cần được phân loại, chọn lọc.

- Dịch vụ vui chơi giải trí của Tây Ninh còn rất thiếu chưa đủ để phục vụ khách du lịch về đêm, nên khách du lịch đã quay về thành phố Hồ Chí Minh, Tây Ninh không giữ chân được khách ở lại.

- Trong số các nhân tố đầu vào, thì nhân tố con người rất quan trọng. Chất lượng nhân lực du lịch của Tây Ninh thiếu và yếu trên nhiều phương diện, từ kiến thức chuyên môn, ngoại ngữ cho đến kỹ năng nghiệp vụ chưa đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch hiện nay. Ngoài đội ngũ nhân viên làm việc chính thức trong ngành du lịch thì người dân có điều kiện tiếp xúc với du khách thông qua các hoạt động mua bán hàng hóa, lưu trú, nhà hàng, hay đơn thuần chỉ là giao tiếp, tương tác xã hội cũng cần có những kỹ năng làm du lịch hoặc kỹ năng tiếp xúc du khách. Các kỹ năng về tiếp cận du khách, mời chào bán sản phẩm cho du khách là rất quan trọng. Đây là một điểm yếu mà ngành du lịch Tây Ninh cần có chiến lược cải thiện trong thời gian tới.

- Với vị trí địa lý tương đối thuận lợi, điều kiện giao thông kết nối với các trung tâm kinh tế lớn của vùng và cả nước tương đối thuận lợi bằng đường bộ. Tuy nhiên, để rút ngắn thời gian đến các tỉnh, thành, khu vực nhất là Trung tâm kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, Vương quốc Campuchia qua cửa khẩu quốc tế Mộc Bài, Xa Mát và thành phố Hồ Chí Minh cần đầu tư truyến đường cao tốc từ thành phố Hồ Chí Minh đến Tây Ninh.

2. Các điều kiện cầu

- Năm 2018 ngành du lịch Việt Nam đón 15,5 triệu lượt khách quốc tế tăng 19,9% so với năm 2017 và 80 triệu lượt khách nội địa là một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng du lịch nhanh nhất thế giới. Việt Nam được Tổ chức Du lịch thế giới xếp thứ 3/10 quốc gia tăng trưởng khách du lịch cao nhất, tăng 3 bậc so với năm 2017. Việt Nam cũng được ghi nhận là điểm đến hàng đầu khu vực châu Á trong lễ trao giải của World Travel Awards.

- Đối với Tây Ninh, với tư cách là một điểm đến có từ lâu trên bản đồ du lịch Việt Nam, nhất là du lịch lễ hội, trong dịp lễ Hội xuân núi Bà trong tháng Giêng hàng năm khách đến Tây Ninh hơn 1,5 triệu lượt khách, mức tăng trưởng không cao khoảng hơn 3,5% trên một năm. Tây Ninh là 01 điểm đến truyền thống về tâm linh, lễ hội vào dịp đầu năm. Tỉnh cũng đã mời gọi nhà đầu tư chiến lược vào Khu du lịch núi Bà Đen và mời gọi vào các khu du lịch trọng tâm khác của tỉnh để tăng thêm sản phẩm du lịch thu hút khách quốc tế và khách du lịch nội địa truyền thống.

- Trong số du khách có thể phân ra nhiều loại, có loại đã đi du lịch nhiều nên có sự đòi hỏi khắt khe hơn về chất lượng trải nghiệm nhưng cũng có du khách mới đi du lịch lần đầu nên yêu cầu không quá khắt khe. Tuy nhiên, để có thể thu hút du khách quay trở lại lần thứ hai hay nhiều lần sau nữa là điều không hề đơn giản, chỉ có riêng khu du lịch núi Bà Đen, khách hành hương tín ngưỡng quay trở lại nhiều lần vào dịp Hội Xuân núi Bà – Tháng Giêng Âm lịch, mang tính thời vụ và mức chi trả không cao. Đây cũng là thách thức chung của ngành du lịch Việt Nam nhưng đối với Tây Ninh thì càng đặc biệt thách thức. Tương tự, trong các nhóm loại du khách còn có thể phân ra nhóm du khách hạng sang/siêu sang, nhóm du khách khá và nhóm du khách bình dân. Đón được du khách hạng sang là mong muốn của tất cả các địa phương nhưng thực tế thì thường khác xa mong muốn. Đối với Tây Ninh, với các đặc điểm tài nguyên và mức độ đầu tư hiện có, du khách đến với Tây Ninh chủ yếu là khách nội địa, khách hành hương hạng bình dân hoặc có thể có du khách khá nhưng du khách hạng sang hoặc siêu sang thì chưa có lý do gì để họ ở lại Tây Ninh. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là Tây Ninh không có cơ hội thu hút loại du khách cao cấp này. Các nhà đầu tư vào ngành du lịch Tây Ninh sẽ quyết định là nên lựa chọn phân khúc nhu cầu du khách để đầu tư.

3. Các ngành hỗ trợ và có liên quan

Các ngành liên quan và hỗ trợ cho ngành du lịch Tây Ninh còn thiếu và yếu, tính chuyên nghiệp chưa cao. Chẳng hạn như Tây Ninh có rất nhiều sản phẩm địa phương mà du khách rất có nhu cầu mua sắm trong chuyến du lịch của họ, như bánh tráng phơi sương Trảng Bàng, muối ớt, muối tôm Tây Ninh, mật ong rừng vườn quốc gia Lò Gò - Xa Mát, mãng cầu Bà Đen, các loại trà thảo dược v.v… nhưng thực tế lượng chi tiêu của du khách lại rất hạn chế. Các dịch vụ nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, Spa làm đẹp, dịch vụ vui chơi giải trí, các làng nghề truyền thống, các trung tâm hội nghị, hội thảo, tổ chức sự kiện, v.v… ở Tây Ninh cũng rất đơn điệu và thiếu vắng. Nói chung, các ngành dịch vụ hỗ trợ và có liên quan đến ngành du lịch Tây Ninh đang là một khiếm khuyết rất lớn, khiến cho sức lan tỏa của ngành du lịch khá hạn chế và các giá trị cộng hưởng cũng như thu nhập mang lại cho người dân địa phương còn khiêm tốn.

4. Chiến lược, cấu trúc, sự cạnh tranh và hợp tác

- Hiện ngành du lịch Việt Nam đã có quy hoạch phát triển du lịch ở cấp độ quốc gia và vùng như Quyết định số 201/QĐ-TTg năm 2013 về Phê duyệt "Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030"; Quyết định số 2473/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030; Quyết định số 2351/QĐ-TTg 2014 Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Đông Nam Bộ 2020 tầm nhìn 2030; Nghị quyết số 103/NQ-CP năm 2017 về Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW năm 2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Quyết định số 1099/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Về việc phê duyệt đồ án quy hoạch chung xây dựng Khu du lịch quốc gia Núi Bà Đen, tỉnh Tây Ninh đến năm 2035, nhờ đó đã tạo cơ sở pháp lý cho các địa phương trong việc lập quy hoạch du lịch của địa phương. Năm 2017, Quốc hội đã ban hành Luật Du lịch năm 2017 và có hiệu lực ngày 01/01/2018.

- Đối với Tây Ninh, từ năm 2013, Ủy ban nhân tỉnh đã ban hành Quyết định 59/2013/QĐ-UBND về Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tây Ninh đến năm 2020, định hướng đến năm 2030. Tỉnh ủy ban hành Chương trình hành động số 68-CTr-TU, ngày 05/10/2017 và Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành Quyết định số 3026/QĐ-UBND

thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ và Chương trình hành động số 68-CTr/TU ngày 05/10/2017 của Tỉnh ủy thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị (khoá XII) về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Tỉnh Ủy Tây Ninh cũng có Quyết định số 1494-QĐ/TU ngày 07/02/2017 về thành lập Ban Chỉ đạo thực hiện những giải pháp mang tính đột phá để phát triển kinh tế xã hội tỉnh Tây Ninh giai đoạn 2017-2021; Quyết định của UBND tỉnh số 603/QĐ-UBND ngày 17/3/2017 về thành lập Nhóm công tác thực hiện những giải pháp mang tính đột phá để phát triển kinh tế xã hội tỉnh Tây Ninh giai đoạn 2017-2021 về phát triển du lịch. Những quy định này làm căn cứ quan trọng cho việc xây dựng chương trình hành động, thực hiện các giải pháp huy động và phân bổ nguồn lực cho việc thực hiện các mục tiêu phát triển của ngành du lịch Tây Ninh.

- Ở cấp độ doanh nghiệp, tính trạng cạnh tranh và hợp tác trong ngành du lịch Tây Ninh vẫn còn ở mức độ thấp, chưa có sự liên kết. Các doanh nghiệp hoạt động trong ngành đa số có quy mô nhỏ hoặc siêu nhỏ, cấu trúc tổ chức đơn giản, thiếu vắng các chiến lược kinh doanh dài hạn, mức độ cạnh tranh trong ngành chưa thực sự gay gắt. Ngược lại, nhu cầu hợp tác và liên kết là rất lớn và thực tế đang được đẩy mạnh. Tuy nhiên, do nguồn lực tài chính và năng lực quản trị còn hạn chế, cộng với chi phí kết nối cao khiến cho việc hợp tác trên thực tế cũng khá hời hợt và lỏng lẻo. Hiệp hội du lịch Tây Ninh tuy mới thành lập nhưng đóng vai trò rất quan trọng. Tổng số hội viên của Hiệp hội trên 60 hội viên, Hiệp hội trong giai đoạn mới tập trung hỗ trợ cho các doanh nghiệp, hội viên nâng cao kỹ năng nghiệp vụ, chất lượng dịch vụ, năng lực quản trị, đào tạo nguồn nhân lực, xây dựng chiến lược kinh doanh, marketing, quảng bá và thu hút du khách.

5. Vai trò của chính quyền Tây Ninh

- Trong bối cảnh những cải cách tổng thể đang diễn ra và ngày càng lan tỏa trong cả nước, sự năng động và tiên phong của các địa phương dẫn đầu, sự nổi lên của một số địa phương kém phát triển hơn đã đặt Tây Ninh trước sức ép cũng phải cải cách, phải nỗ lực để vượt lên chính mình, không chịu thua kém các địa phương khác. Đây là một tiền đề hết sức quan trọng cho cải cách. Khác với thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bà Rịa-Vũng Tàu, Đồng Nai, Bình Dương, Nha Trang, Đà Lạt, Bình Thuận và các tỉnh

miền Tây Nam Bộ... hay các địa phương phát triển vốn có nhiều lựa chọn hơn, Tây Ninh đứng trước nhiều khó khăn và ít có sự lựa chọn hơn rất nhiều. Tây Ninh, nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam thì các tỉnh đã tập trung vào phát triển công nghiệp. Trước đây, trong thời gian dài Tây Ninh cũng tập trung vào phát triển công nghiệp và dịch vụ, nhưng chưa thành công.

- Vì vậy, Tây Ninh quyết định chọn du lịch và nông nghiệp để phát triển kinh tế vì là ngành có nhiều tiềm năng hơn cả. Nhận thức của chính quyền về vai trò của ngành du lịch khá rõ và khá thống nhất. Đặc biệt, có một sự thôi thúc mạnh mẽ và năng động của lãnh đạo tỉnh về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Sự năng động và nhiệt tâm của một số lãnh đạo và nhiều cán bộ ở các sở, ngành tỉnh Tây Ninh là điều kiện hết sức quan trọng cho sự thành công. Điều này được thể hiện: Tỉnh ủy thành lập Ban Chỉ đạo thực hiện những giải pháp mang tính đột phá để phát triển kinh tế-xã hội tỉnh Tây Ninh giai đoạn 2017-2021, trong đó có nhóm đột phá về du lịch, với sự chỉ đạo quyết liệt, thường xuyên, liên tục và bằng những hành động thiết thực nhất của ban lãnh đạo tỉnh trong việc tổ chức hội thảo quốc tế về du lịch để tìm ra các, giải pháp, bước đi đúng trong phát triển du lịch; mời gọi, tìm nhà đầu tư chiến lược để đầu tư vào khu du lịch trọng điểm của tỉnh tạo điểm nhấn mời gọi tiếp các nhà đầu tư khác đầu tư vào các khu du lịch vệ tinh; tổ chức nhiều sự kiện gắn với du lịch tại địa phương, đồng thời tham gia các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch quốc tế và trong cả nước để giới thiệu du lịch Tây Ninh. Tuy nhiên, mặc dù có sự đồng thuận trên quan điểm chung nhưng một số vấn đề cụ thể vẫn chưa thống nhất. Các chồng chéo về chức năng, nhiệm vụ giữa một số sở, ngành đang làm cản trở quá trình triển khai các chính sách và thực thi các chương trình hành động.

Tuy nhiên, nhìn tổng thể thì chính sự quyết tâm và năng động cao của lãnh đạo tỉnh sẽ là chìa khóa then chốt để ngành du lịch Tây Ninh có những bứt phá trong những năm tới đây.

III. ĐÁNH GIÁ YẾU TỐ CỐT LÕI CỦA CỤM NGÀNH DU LỊCH TÂY NINH

1. Tài nguyên du lịch

- Về tài nguyên tự nhiên: Tây Ninh là tỉnh có tiềm năng tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú và còn hoang sơ, đặc biệt là tài nguyên rừng dày, bán ẩm, đa dạng sinh

học đặc trưng cho sự giao thoa chuyển tiếp giữa các vùng Tây Nguyên, Đông Nam Bộ và đồng bằng sông Cửu Long; cảnh quan thiên nhiên như tại: Khu di tích lịch sử, văn hóa và danh thắng núi Bà Đen, Vườn Quốc Gia Gò Lò - Xa Mát, hồ Dầu Tiếng, sông Vàm Cỏ Đông, sông Sài Gòn… là tài nguyên du lịch tự nhiên quan trọng để thu hút khách du lịch và tổ chức các loại hình du lịch.

- Về tài nguyên nhân văn:

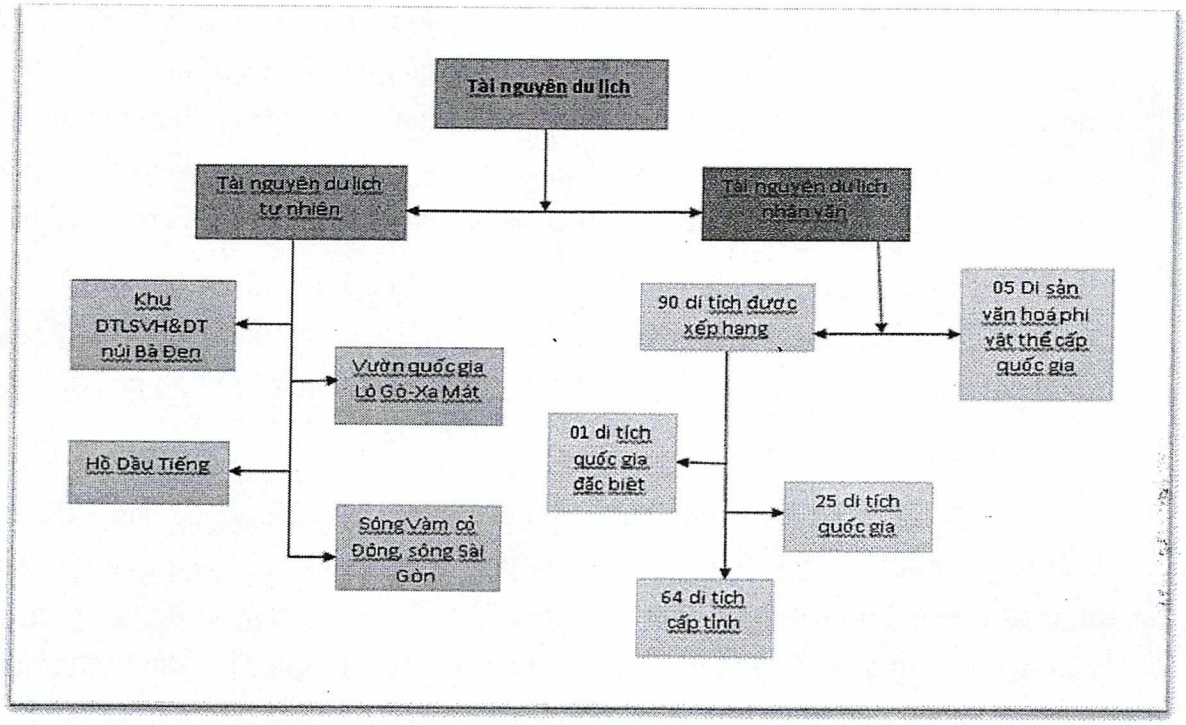
+ Tây Ninh có 90 di tích được xếp hạng, trong đó có 01 di tích quốc gia đặc biệt; 25 di tích quốc gia; 64 di tích cấp tỉnh. Tây Ninh có 06 di sản văn hoá phi vật thể được đưa vào danh mục di sản văn hoá phi vật thể của quốc gia: nghệ thuật đờn ca tài tử Nam Bộ (đã được UNESSCO công nhận là di sản văn hoá phi vật thể đại diện của nhân loại); Lễ kỳ yên đình Gia Lộc, nghệ thuật trình diễn múa trống Chhay-Dăm; nghề bánh tráng phơi sương Trảng Bàng; Lễ Vía Bà Linh Sơn Thánh Mẫu; Lễ hội Quan lớn Trà Vong, tỉnh Tây Ninh.

+ Tây Ninh được biết là vùng đất địa linh nhân kiệt, căn cứ địa cách mạng miền Nam trong các thời kỳ kháng chiến nên tại nhiều vùng, địa bàn còn lưu giữ nhiều di tích lịch sử cách mạng như: Di tích lịch sử quốc gia đặc biệt căn cứ Trung ương cục miền Nam là nơi làm việc của các cơ quan ban ngành trong thời kỳ kháng chiến chống Mỹ, địa đạo An Thới, căn cứ của Tỉnh ủy, Huyện ủy…

+ Tây Ninh được nhiều du khách biết đến với Tòa thánh Cao Đài Tây Ninh – một tôn giáo nội sinh của Việt Nam được khởi phát tại Tây Ninh – với quần thể kiến trúc là một công trình nghệ thuật hợp hoành tráng kết hợp hài hòa giữ kiến trúc dân tộc, kiến trúc tôn giáo phương Đông Trung Ấn với kiến trúc tôn giáo phương Tây, trong đó, mỹ thuật kiến trúc Việt Nam vẫn giữ vai trò chủ đạo. Hằng năm, đạo Cao Đài có 02 ngày lễ lớn đó là ngày vía Đức Chí Tôn (mùng 8 tháng giêng âm lịch) và lễ hội Yến Diêu trì cung (rằm tháng tám âm lịch)

+ Tây Ninh có Tháp Bình Thạnh và Tháp Chót Mạt là hai ngôi tháp cổ trên đất Tây Ninh còn lại tương đối nguyên vẹn. Đây là một di tích kiến trúc cổ quý giá, một công trình kiến trúc mỹ thuật đánh dấu một nên văn minh của loài người cách nay trên 1.000 năm thuộc nền văn hóa hậu Óc Eo.

Với những lợi thế về tài nguyên du lịch kể trên, Tây Ninh có triển vọng để trở thành một trong những cửa ngõ đón khách quốc tế, trung tâm du lịch độc đáo của vùng Đông Nam bộ theo hướng văn minh - bền vững thông qua du lịch truyền thống lịch sử, tâm linh tín ngưỡng, du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, du lịch cửa khẩu, mua sắm,...



Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

* Một số tài nguyên tự nhiên quan trọng có ý nghĩa đối với phát triển du lịch tỉnh Tây Ninh.

1.1. Khu du lịch Núi Bà Đen

Khu du lịch Núi Bà Đen nằm về phía Đông Bắc Thành phố Tây Ninh, cách trung tâm thành phố Tây Ninh khoảng 11 km. Trong tỉnh Tây Ninh, Núi Bà Đen nằm ở vị trí trung tâm của tất cả các tiềm năng du lịch quan trọng của tỉnh, đặc biệt là ở gần hồ Dầu Tiếng và Tòa thánh Tây Ninh. Được xem là điểm đến thu hút bậc nhất của tỉnh Tây Ninh đã góp phần vào nguồn thu về du lịch, phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

Hệ thống tài nguyên du lịch của Núi Bà Đen bao gồm các tài nguyên: Hệ thống chùa, am, miếu gồm: Linh Sơn Tiên Thạch Tự, tượng Phật Niết Bàn, điện Bà, chùa Hang,

chùa Hòa Đồng, động Huyền Môn, động Ba Cô, chùa Trung và Tịnh xá Ngọc Truyền gắn với lễ hội Núi Bà; hệ thống di tích lịch sử cách mạng; cảnh quan; địa hình (núi, suối, hang...), thảm thực vật, rừng.

Lễ hội Xuân Núi Bà là một hoạt động văn hóa - tâm linh quan trọng của Tây Ninh và cả nước. Lễ hội Xuân cũng là một tài nguyên du lịch đặc biệt quan trọng của Núi Bà Đen, hàng năm thu hút hơn 1,5 triệu lượt khách du lịch đến tham quan. Lễ hội diễn ra vào đầu năm và kéo dài suốt tháng Giêng. Đây cũng là một trong những lễ hội lớn nhất cả nước, cùng với lễ hội đền Hùng, lễ hội chùa Hương, lễ hội Yên Tử và Bà chúa Xứ. Nhưng về thời gian thì lễ hội Xuân Núi Bà là lễ hội có thời gian chính thức dài nhất.

Ngoài Lễ hội Xuân (Khai hội 04/1 Âm lịch) thì Lễ vía Bà Linh sơn Thánh mẫu được tổ chức vào mùng 3 đến mùng 5 tháng 5 (âm lịch) hàng năm, Tết Trung Thu (15/8 Âm lịch) cũng là các sự kiện thu hút được nhiều khách du lịch tâm linh tại Núi Bà Đen.

** Thuận lợi:*

- Đặc điểm tự nhiên của khu vực núi Bà Đen độc đáo và đa dạng, được mệnh danh là "Nóc nhà Đông Nam Bộ", nhiều hang động gắn với các sự tích lịch sử, hiện được sử dụng cho hoạt động tâm linh, một số hang khác được sử dụng trong thời kỳ chiến tranh và hiện là những di tích lịch sử cách mạng có giá trị… do đó thu hút được lượng khách du lịch lớn.

- Vị trí của Núi Bà Đen nằm sâu trong lục địa và không gần thượng lưu nên ít bị ảnh hưởng mưa bão, lũ lụt hay lốc xoáy.

- Lễ hội Xuân Núi Bà là một hoạt động văn hóa - tâm linh quan trọng của Tây Ninh và cả nước, là một tài nguyên du lịch đặc biệt quan trọng của Núi Bà Đen, hàng năm thu hút hơn 1,5 triệu lượt khách du lịch đến tham quan.

- Giao thông tiếp cận núi Bà Đen tương đối thuận lợi do nằm gần thành phố Tây Ninh và các tuyến đường từ trung tâm thành phố tới Núi Bà Đen đã được nâng cấp, mở rộng

** Hạn chế:*

- Mặc dù có nhiều tài nguyên, tiềm năng, nhưng sản phẩm du lịch núi Bà Đen còn hết sức đơn điệu, chủ yếu là du lịch tâm linh, vui chơi giải trí giản đơn; Các công trình kiến trúc cổ không còn nhiều nên giá trị về lịch sử tại khu vực không cao.

- Một số khu vực quanh núi bị tàn phá do sự thiếu kiểm soát trong việc khai thác đá, cây trồng phục hồi còn rất ít.

- Sản phẩm du lịch chủ yếu là hành hương, tín ngưỡng, hơn 96% là khách nội địa, chủ yếu tập trung vào tháng Giêng âm lịch – tháng diễn ra lễ Hội Xuân núi Bà.

- Khoảng cách đối với TP Hồ Chí Minh là một thuận lợi đồng thời cũng là một hạn chế lớn của du lịch núi Bà Đen. Nếu sản phẩm không đủ khả năng giữ chân khách, chất lượng dịch vụ không cao, các hoạt động du lịch không phong phú thì khách du lịch sẽ lựa chọn hành trình du lịch trong ngày.

- Việc liên kết khai thác du lịch giữa núi Bà Đen với các điểm du lịch khác của Tây Ninh còn rất hạn chế nên chưa tạo được sức hấp dẫn chung, chưa phát huy được hiệu quả từ khả năng thu hút khách du lịch của Núi Bà Đen đến các điểm, khu du lịch khác của tỉnh.

1.2. Hồ Dầu Tiếng

Hồ Dầu tiếng cách thành phố Tây Ninh 20 km về phía Đông Bắc và cách thành phố Hồ Chí Minh 100 km về phía Bắc. Là hồ nhân tạo lớn nhất khu vực Đông Nam Á với 27.000 ha mặt nước, dung tích 1,5 tỷ m^3 nước, mực nước dao động từ 17 - 24m.

Thuận lợi:

- Là điều kiện thuận lợi để phát triển loại hình safari, khu nghỉ dưỡng, giải trí, thể thao, câu cá, bãi tắm, du thuyền, các môn thể thao dưới nước….

- Trong lòng hồ có các đảo nổi có thể xây dựng các khu nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí cho khách du lịch. Bên cạnh đó, rừng lịch sử cạnh hồ là không gian hùng vĩ với rừng cây cao thích hợp cho du lịch dã ngoại tham quan. Hiện nay, có dự án điện năng lượng mặt trời cũng là 1 điểm tham quan cho khách du lịch.

Hạn chế:

Đây là hồ thủy lợi và cũng vừa là nơi cung cấp nước sinh hoạt cho nhiều tỉnh trong vùng nên việc tổ chức các dịch vụ tại hồ Dầu Tiếng cần phải phải đảm bảo tiêu chuẩn môi trường.

1.3. Vườn quốc gia Lò Gò - Xa Mát

Cách thành phố Tây Ninh khoảng 30 km về phía Tây Bắc, VQG Lò Gò - Xa Mát có với diện tích là 19.204ha. Nét đặc trưng độc đáo của VQG Lò Gò – Xa Mát với hệ sinh thái chuyển tiếp giữa Tây Nguyên, Đông Nam Bộ và đồng bằng sông Cửu Long, VQG Lò Gò - Xa Mát rất đa dạng về sinh cảnh: nơi đây có sinh cảnh rừng lá rộng thường xanh và nửa rụng lá với quần thể cây họ Dầu đặc trưng của miền Đông Nam Bộ, có sinh cảnh rừng khộp của Tây nguyên với ưu thế là cây dầu Trà beng và còn có sinh cảnh rừng tràm và đất ngập nước của đồng bằng sông Cửu Long. VQG Lò Gò - Xa Mát cũng là nơi chứa đựng nguồn tài nguyên đa dạng sinh học rất đa dạng và phong phú.

Về khu hệ thực vật, đến nay đã xác định khoảng 700 loài thuộc về 5 ngành thực vật, 60 bộ, 115 họ và 395 chi, trong đó, có 486 loài cây có khả năng làm thuốc hoặc đã được sử dụng làm thuốc nam truyền thống địa phương, đã xác định được 111 loài nấm lớn thuộc 66 chi, thuộc 13 bộ.

Hệ động vật đã xác định được 577 loài, trong đó có 42 loài thú của 7 bộ, trong đó có một số loài thú quan trọng có giá trị cao như Voọc Chà vá chân đen, Cu li nhỏ, Hoẵng (Mễn), Sếu đầu đỏ, Hạc cổ trắng, Già đẫy Java, Gà lôi hông tía, cá Cóc được ghi nhận là lần đầu tiên mô tả cho khu hệ cá nước ngọt Việt Nam, loài cá Hường đang là đối tượng có giá trị kinh tế cao được dùng làm cá cảnh và xuất khẩu đi nước ngoài, loài Hổ mang chúa ở mức cực kỳ nguy cấp, các loài đặc hữu: Ếch giun, nhái Bầu vẽ, Thằn lằn đuôi đỏ, Thạch sùng lá…

Hạ tầng phục vụ du lịch sinh thái đã được chú trọng đầu tư có trọng điểm và hiệu quả, Trung tâm du lịch sinh thái Đa Ha đã và đang hình thành với những hạng mục đầu tư khang trang, hiện đại, thân thiện với môi trường, nhà nghỉ tiện nghi trong rừng, Khu đón tiếp, nhà ăn, Trạm dừng chân, tuyến đường tham quan rừng bằng bê tông mẫu nhằm tạo sự thoải mái, thuận tiện cho nhiều nhóm đối tượng tham quan, thu hút khách du lịch sinh thái trong và ngoài nước đến tham quan, nghỉ dưỡng.

Hạn chế:

- Chưa có dịch vụ hỗ trợ dịch vụ hàng hóa lưu niệm, vui chơi giải trí.

- Cơ sở hạ tầng chưa được đầu tư chưa đồng bộ, liên kết đến các tuyến du lịch trong rừng chưa liên hoàn.

- Nguồn nhân lực cho phát triển du lịch chưa chuyên nghiệp; chưa được đào tạo chuyên ngành, sử dụng nguồn nhân lực chuyên ngành lâm nghiệp..

- Chưa kêu gọi được nhà đầu tư, chưa có kế hoạch trong hợp tác công tư để phát triển du lịch.

- Nguồn vốn đầu tư hạ tầng từ ngân sách nhà nước còn hạn chế.

1.4. Sông Vàm Cỏ Đông

Sông Vàm Cỏ Đông là một chi lưu của sông Vàm Cỏ, thuộc hệ thống sông Đồng Nai. Sông Vàm Cỏ Đông bắt nguồn từ vùng đồng bằng trũng thấp thuộc lãnh thổ Campuchia chảy vào Việt Nam tại xã Biên Giới, xã Thành Long, huyện Châu Thành, tỉnh Tây Ninh, rồi qua các huyện Bến Cầu, Hòa Thành, Gò Dầu, Trảng Bàng (đều thuộc tỉnh Tây Ninh) với thủy trình khoảng 98 km.

Cảnh quan thiên nhiên hai bên bờ sông Vàm Cỏ Đông đẹp, còn hoang sơ và bình yên với những cánh đồng lúa, các khu rừng nguyên sinh... thuận lợi để phát triển du lịch sinh thái, nông nghiệp.

Dòng sông có lợi thế vai trò và vị thế địa lý thuận lợi cho việc phát triển giao thương quốc tế và du lịch theo đường sông kết nội với Campuchia và các tỉnh trong khu vực miền tây Nam bộ. Dọc theo 2 bờ sông thuận lợi cho phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, hình thành nên các trang trại, vườn cây ăn trái là điều kiện cho phát triển sản phẩm du lịch miệt vườn, du lịch nông nghiệp; nhiều công trình, di tích mang ý nghĩa về giá trị văn hóa lịch sử gắn liền với truyền thống cánh mạng của dân tộc có thể đưa vào khai thác du lịch

Cùng với hệ thống kênh rạch liên thông với sông Vàm Cỏ Đông thuận lợi cho giao thông thủy, vận chuyển hành khách phục vụ ngành du lịch.

Hạn chế:

- Chưa có quy hoạch, đề án cụ thể định hướng sản phẩm cho tuyến sông Vàm Cỏ Đông.

- Tài nguyên du lịch sông nước Vàm Cỏ Đông còn hoang sơ chưa có khách du lịch đến tìm hiểu cũng như tham quan, sản phẩm có tính trùng với du lịch sông nước miền Tây Nam Bộ do đó chưa thật sự hấp dẫn nhà đầu tư.

2. Lưu trú du lịch

2.1. Hiện trạng cơ sở lưu trú

- Trên địa bàn tỉnh có 608 cơ sở/6.773 phòng; (Trong đó, khách sạn 5 sao (Vinpearl) được công nhận 2019; Khách sạn 03 sao: 01 cơ sở; Khách sạn 02 sao: 08 cơ sở; khách sạn 01 sao: 18 cơ sở). Số lượng cơ sở lưu trú và số lượng phòng tương đối nhiều nhưng số lượng cơ sở được phân loại chất lượng đạt thấp, chưa có nhiều cơ sở đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên; số lượng cơ sở lưu trú là nhà nghỉ, nhà trọ chiếm 93,5%/ tổng số cơ sở lưu trú trên địa bàn tỉnh. Các khách sạn lớn từ 1-3 sao chủ yếu tập trung tại Thành phố Tây Ninh, ngoài ra các loại hình cơ sở lưu trú khác được phân bổ rộng rãi, tương đối phổ biến trên địa bàn tỉnh.

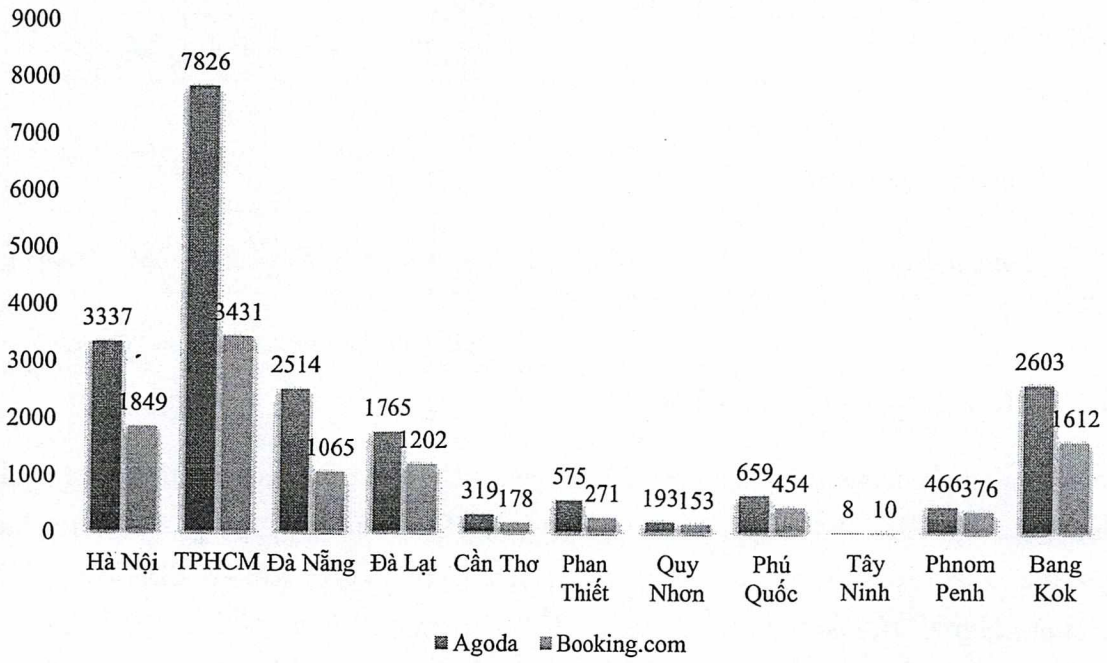
- Hiện trạng cho thấy số lượng cơ sở lưu trú trên địa bàn toàn tỉnh Tây Ninh tương đối lớn. Tuy nhiên thực tế chất lượng dịch vụ tại các cơ sở lưu trú tương đối thấp, điều này đã ảnh hưởng đến sản phẩm du lịch và mức độ thu hút khách. Ngoài ra chất lượng trang thiết bị còn hạn chế, chủ yếu đáp ứng nhu cầu ngủ, nghỉ ở mức tối thiểu; chưa có nhiều dịch vụ giá trị gia tăng cho du khách như quầy bar mini, phòng ăn buffet, phòng hội nghị, khu vực giải trí như bể bơi, phòng tập gym, phòng xông hơi, gian hàng lưu niệm, v.v…Trong khi đó cơ sở vật chất kỹ thuật tại các khách sạn 2 sao trở lên trên địa bàn tỉnh được đầu tư tương đối hoàn chỉnh và các dịch vụ bán kèm theo dịch vụ lưu trú cho khách được các khách sạn đầu tư, xây dựng rất tỷ mỷ.

- Hầu hết các cơ sở lưu trú có chất lượng tốt như: nhà nghỉ, khách sạn 1-3 sao đều tọa lạc tại các trục đường lớn, gần các khu, điểm du lịch nên khách du lịch khi đến tham quan, nghỉ dưỡng tại Tây Ninh sẽ dễ dàng tìm được và đến đặt phòng. Tuy nhiên một hạn chế khác cũng đã ảnh hưởng không nhỏ đến khả năng tiếp cận thông tin của khách du lịch đối với các cơ sở lưu trú tại Tây Ninh thông qua các trang mạng internet

còn khá hạn chế và chưa phổ biến, điều này cũng có thể được xem là một phần nguyên nhân gây trở ngại, tạo cảm giác không an tâm cho khách muốn đặt phòng tại nơi khách muốn ở.

- Hiện nay, UBND tỉnh đã có chủ trương khuyến khích, đầu tư, nâng cấp hệ thống cơ sở lưu trú du lịch hiện có theo tiêu chuẩn quốc gia; khuyến khích, ưu tiên phát triển cơ sở lưu trú có chất lượng, đạt tiêu chuẩn từ 03 sao trở lên; chú trọng nâng cao chất lượng buồng, đổi mới trang thiết bị cơ sở lưu trú; khuyến khích các cơ sở lưu trú bổ sung đa dạng hoá các loại dịch vụ, tiện ích lành mạnh phục vụ du khách.

Thống kê số cơ sở lưu trú khách du lịch có thể tìm thấy từ các trang đăng ký phòng trực tuyến Agoda và Booking.com



Hiện trạng cơ sở lưu trú

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	**Tổng số CSLT**	Cơ sở	580	634	574	621	603	608
	Tổng số phòng	Phòng	6.099	7.974	6.726	7.179	6.543	6.773
2	**Phân loại**							
2.1	*Đạt tiêu chuẩn 1sao*	Cơ sở	19	24	27	31	34	18
2.2	*Đạt tiêu chuẩn 2 sao*	Cơ sở	5	6	8	8	8	8
2.3	*Đạt tiêu chuẩn 3 sao*	Cơ sở						1
2.4	*Đạt chuẩn Nhà nghỉ*	Cơ sở	87	103	150	194	202	90
2.5	*Đạt chuẩn Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê*	Cơ sở	75	87	110	109	108	25
2.6	*Chưa phân loại*	Cơ sở	394	414	279	279	251	466

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

2.1. Vấn đề lưu trú của du khách

Khách du lịch đến Tây Ninh chủ yếu tham quan các địa điểm du lịch nổi tiếng của tỉnh như: Khu du lịch núi Bà Đen, Tòa thánh Cao Đài Tây Ninh, Di tích lịch sử quốc gia đặc biệt căn cứ Trung ương cục miền Nam, VQG Lò Gò-Xa Mát,. hồ Dầu Tiếng,...Ngoại trừ các thời điểm diễn ra lễ hội tại núi Bà Đen và Tòa thánh Cao Đài thì khách du lịch khi đến Tây Ninh không lưu trú quá lâu cũng như sử dụng các dịch vụ tại điểm đến. Một nguyên nhân khác cũng có thể khiến thời gian lưu trú của du khách ít lại là do thời gian di chuyển từ Tây Ninh đi Thành phố Hồ Chí Minh tương đối ngắn (khoảng 100km) nên khách du lịch có xu hướng khi đến Tây Ninh sẽ di chuyển đến Thành phố Hồ Chí Minh, nơi có nhiều các dịch vụ vui chơi, giải trí, ăn uống,...hấp dẫn hơn; ngoài ra các dịch vụ vui chơi, giải trí về đêm trên địa bàn tỉnh tương đối ít, chủ yếu

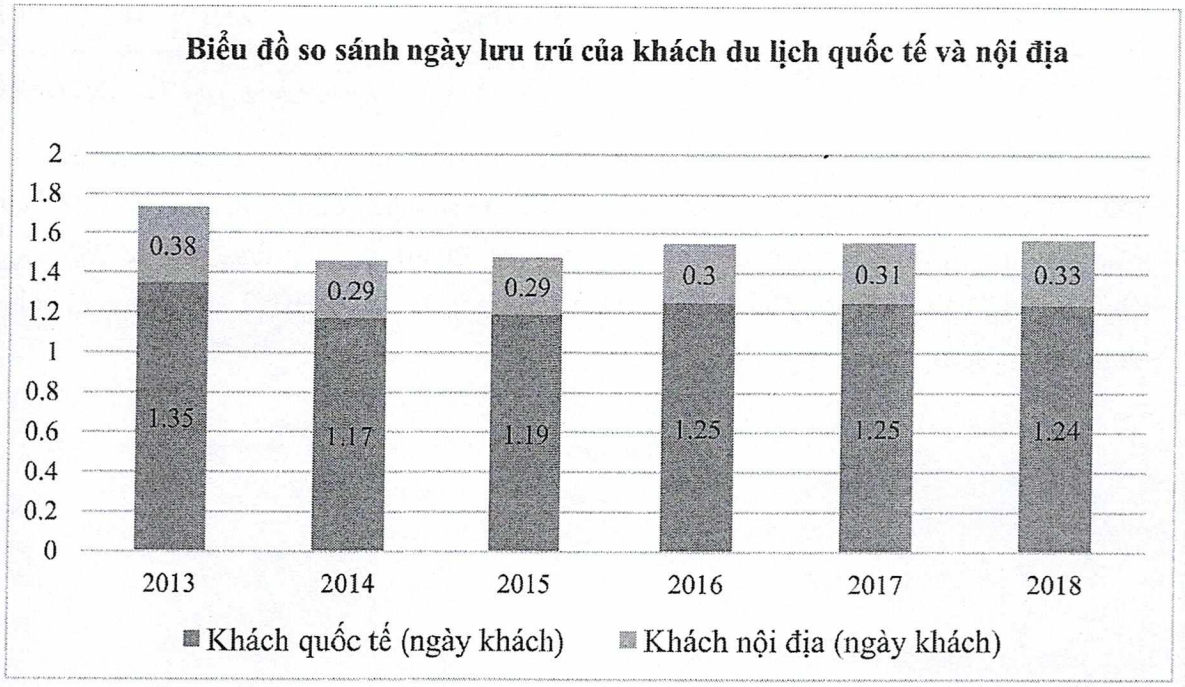
là các hàng quán ăn uống, quán cà phê, karaoke, chưa có sản phẩm du lịch, dịch vụ nào thực sự nổi trội để có thể níu giữ chân khách du lịch ở lại lưu trú dài ngày.

Hiện trạng khách có lưu trú trên địa bàn

Đơn vị tính: ngàn lượt

	Chỉ tiêu	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	**Tổng số khách**	1.712	2.243	2.428	2.564	2.606	2.695
	Khách quốc tế	*4,3*	*4,7*	*5,3*	*5,7*	*6*	*6,6*
	Khách nội địa	*1.708*	*2.239*	*2.422*	*2.558*	*2.600*	*2.638*
2	**Ngày Lưu trú trung bình**	*0,38*	*0,29*	*0,29*	*0,31*	*0,31*	0,33
	Khách quốc tế	*1,35*	*1,17*	*1,19*	*1,25*	*1,25*	1,24
	Khách nội địa	*0,38*	*0,29*	*0,29*	*0,3*	*0,31*	*0,33*

Nguồn:Cục Thống kê tỉnh, Sở VHTT&DL Tây Ninh.



3. Khách du lịch

3.1 Khách thăm quan tại các khu điểm du lịch

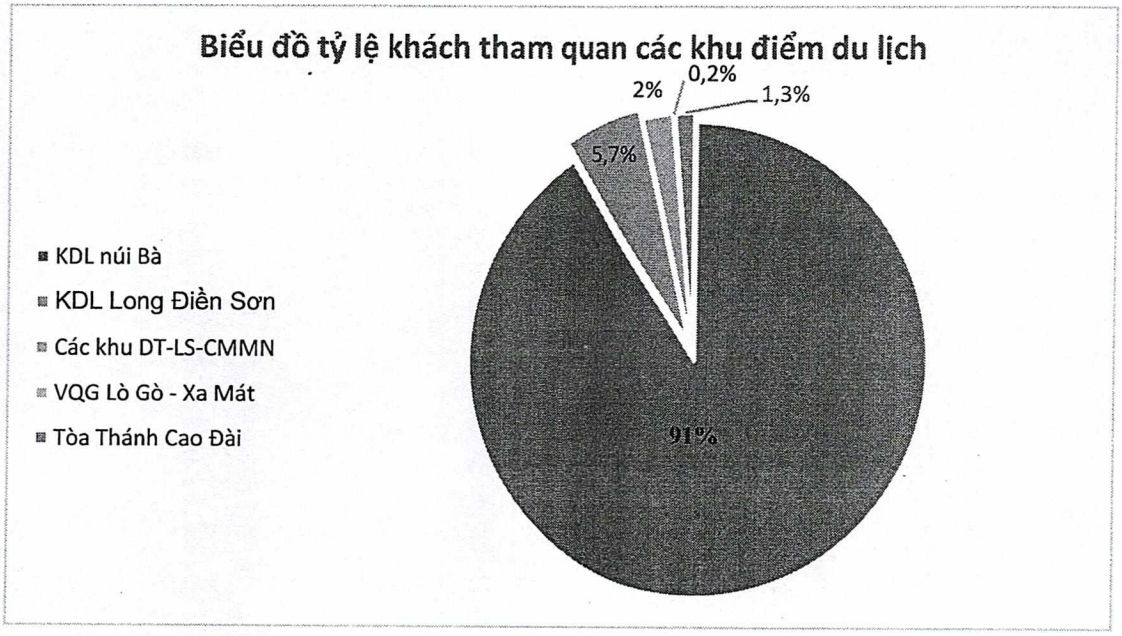
Hiện trạng khách tham qua tại các khu điểm du lịch

Đơn vị tính: ngàn lượt khách

	Diễn Giải	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Tỷ lệ %
1	Khu du lịch Núi Bà	2.090	2.135	2.234	2.340	2.520	2.576	90,8
2	Khu du lịch Long Điền Sơn	157	187	73	209	43	74	5,7
3	Các Khu DTLSCM MN	51	60	60	45	48	61	2
4	Vườn Quốc gia Lò Gò-Xa Mát	4,7	4,5	3,4	5,3	5,5	5,5	0,2
5	Tòa Thánh Cao Đài	48,5	38,7	20,7	27,2	23,3	18,3	1,3

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011-2018: khách tham quan tại các khu, điểm du lịch 3,2%/năm; khách lưu trú là 15%/năm; doanh thu du lịch 16%/năm. Một số khu du lịch đã được đầu tư nâng cấp, sản phẩm du lịch tăng lên về số lượng và chất lượng, các dịch vụ phục vụ khách ngày càng hoàn thiện và số lượng khách đến tham quan ngày càng tăng.



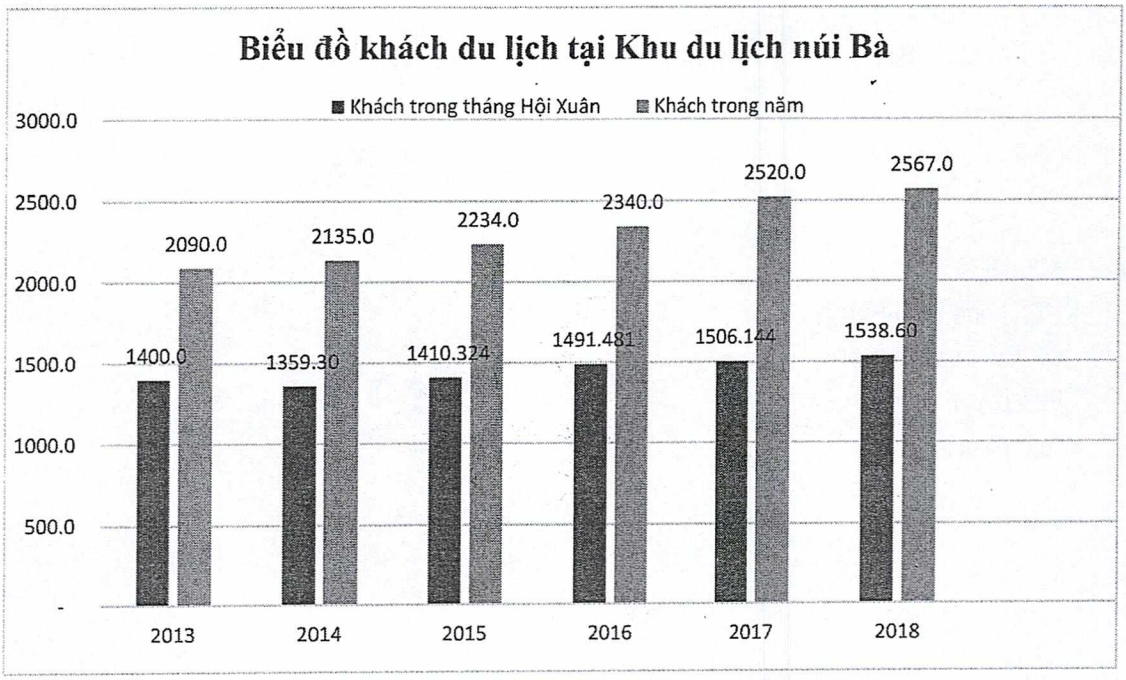
Khu Du lịch núi Bà Đen hàng năm nơi đây thu hút hơn 02 triệu lượt khách tham quan; khách tham quan Hội Xuân núi Bà 2018 đạt 1.539.000 lượt tăng 2,1% so cùng kỳ; đặc biệt trong ngày mùng 05 âm lịch năm 2018 có lượng khách cao nhất là 203.600 lượt tăng 22% so với cùng kỳ (mùng 5 năm 2017 là 167.300 lượt).

Hiện trạng khách du lịch tại Khu du lịch núi Bà

Đơn vị tính: ngàn lượt khách

	Diễn Giải	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Khách trong năm	2.090	2.135	2.234	2.340	2.520	2.567
2	Khách trong tháng Hội Xuân	1.400	1.359	1.410	1.491	1.506	1.539

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch



3.2. Khách qua cửa khẩu biên giới

Theo thống kê năm 2018, lượng khách du lịch xuất nhập cảnh là 3.977.739 lượt, trong đó nhập cảnh là 2.052.490 lượt, xuất cảnh là 1.925.249 lượt, trong đó phần lớn là người Campuchia sang Tây Ninh để mua bán, đi chữa bệnh, đi các tỉnh khác...một phần là người mang các quốc tịch khác (Anh, Pháp, Mỹ, Hàn Quốc,Trung Quốc,...) làm thủ tục xuất cảnh sang Campuchia hoặc nhập cảnh vào Việt Nam (không đến Tây Ninh).

Hiện trạng Khách xuất nhập cảnh qua cửa khẩu biên giới

Đơn vị tính : ngàn lượt

TT	Chỉ tiêu	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TTBQ %
1	Tổng số	3.157	2.468	2.374	2.783	3.208	3.978	6,0
1.1	Khách xuất cảnh	1.591	1.267	1.177	1.391	1.596	1.925	5,4
1.2	Khách nhập cảnh	1.566	1.201	1.198	1.392	1.612	2.052	6,6

Nguồn: Bộ chỉ huy bộ đội biên phòng tỉnh

Khách quốc tế đến Tây Ninh chủ yếu là các cựu chiến binh quay lại thăm chiến trường xưa (Khu du lịch núi Bà Đen, Di tích lịch sử quốc gia đặc biệt căn cứ Trung ương cục miền Nam,...) ngoài ra còn có khách đến tham quan, tìm hiểu về kiến trúc và tôn giáo đạo Cao Đài Tây Ninh, các khách này họ chỉ đi tham quan Tây Ninh và quay về Thành phố Hồ Chí Minh trong ngày, họ chỉ dùng bữa trưa tại nơi tham quan mà không lưu trú lại Tây Ninh. Ngoài ra Tây Ninh còn đón các chuyên gia là người nước ngoài (Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc,...) đến làm việc thời vụ tại các khu công nghiệp và khu chế xuất trên địa bàn tỉnh, họ đến lưu trú và sử dụng các dịch vụ tại địa phương.

4. Ẩm thực cho du khách

Cơ sở dịch vụ về ăn uống trên địa bàn tỉnh Tây Ninh bao gồm nhà hàng, quán ăn, các tiệm coffee-shop, bar... với chất lượng cũng rất khác nhau. Hiện nay, một số khách sạn trên địa bàn tỉnh vừa kinh doanh lưu trú vừa kinh doanh ăn uống, đặc điểm nhà hàng trong khách sạn kinh doanh ăn uống cho khách du lịch vừa mở ra nhiều dịch vụ kinh doanh khác như tổ chức đám cưới, hội họp, thuê phòng sinh nhật...vì vậy, doanh thu nhà hàng không đơn thuần kinh doanh dịch vụ ăn uống cho khách du lịch. Số lượng nhà hàng ăn uống độc lập, đủ tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch có khoảng 16 đơn vị, các nhà hàng này được các công ty lữ hành đặt cho khách du lịch ăn uống trong thời gian đến tham quan du lịch trên địa bàn Tây Ninh hoặc khách du lịch lẻ lựa chọn; đa số nhà hàng tập trung tại Thành phố Tây Ninh và một số thị trấn của các huyện, nhưng tập trung nhiều tại Trảng Bàng. Tuy nhiên, số lượng nhà hàng đạt tiêu chuẩn cao để phục vụ khách du lịch quốc tế không nhiều, nhà hàng có số lượng chỗ ngồi nhiều thì rất ít trên địa bàn Tây Ninh; số nhà hàng còn lại là bình dân chủ yếu là phục vụ khách nội địa và khách vãng lai.

Ngoài ra trên tuyến đường Xuyên Á kết nối từ Thành phố Hồ Chí Minh đi Tây Ninh và cửa khẩu quốc tế Mộc Bài tập trung khá lớn các nhà hàng bán đặc sản của bánh tráng phơi sương, bánh canh tại huyện Trảng Bàng. Đây được xem là 02 món ăn đặc sản và nổi trội của Tây Ninh, đủ sức hấp dẫn, mê hoặc và khiến cho khách du lịch phải tìm và ăn được 02 món ăn này khi đến với Tây Ninh và đặc biệt là phải ăn tại các nhà hàng tại huyện Trảng Bàng. Khách du lịch khi đến với Tây Ninh thông qua con đường

Xuyên Á hoặc khách du lịch trong và ngoài nước khi đi xuất, nhập cảnh thông qua cửa khẩu quốc tế Mộc Bài thì không khó để ghé các nhà hàng bán 02 món đặc sản này.

Đánh giá chung về sản phẩm dịch vụ ăn uống trên địa bàn nhìn chung đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, tuy nhiên còn mang tính bình dân, chất lượng sản phẩm chưa đáp ứng cơ bản nhu cầu của khách du lịch quốc tế, số lượng món ăn chưa đa dạng, chế biến còn đơn giản và ít được cải tiến về mẫu mã và hình thức trình bày chưa thực sự hấp dẫn thị yếu của khách; sản phẩm ăn uống chưa thực sự gắn kết tài nguyên sẵn có trên địa bàn hoặc khu, tuyến điểm du lịch.

Tiếp thị, quảng cáo sản phẩm dịch vụ ăn uống chưa thường xuyên và chưa ấn tượng nên mức độ thu hút khách du lịch hạn chế. Đội ngũ chuyên gia, nghệ nhân lành nghề về ẩm thực còn thiếu nên chưa tạo được nhiều sản phẩm mang thương hiệu riêng cho du lịch tỉnh Tây Ninh. Phong cách, nghiệp vụ phục vụ chưa đảm bảo tiêu chuẩn kỹ thuật của ngành du lịch quy định.

Về đánh giá hiệu quả kinh doanh dịch vụ nhà hàng ăn uống trên địa bàn tỉnh Tây Ninh chưa thường xuyên cập nhật, chưa phân loại dịch vụ nên việc phân tích hiệu quả hiện nay rất khó dẫn đến việc xác định hiệu quả cho từng sản phẩm và mức độ chi tiêu của khách du lịch cho dịch vụ này khó xác định cho nên trong báo cáo này chưa được đề cập cụ thể.

5. Đặc sản địa phương

Tây Ninh là tỉnh có sản lượng lương thực, hàng hóa nông- lâm -thổ sản phong phú với giá cả hợp lý, sản phẩm từ ngành nông nghiệp không chỉ cung cấp cho thị trường trong nước mà còn được xuất khẩu ra thị trường quốc tế, đây là những yếu tố quan trọng đảm bảo cho việc xây dựng sản phẩm du lịch cung cấp cho khách du lịch. Du khách thường có nhu cầu mua các sản phẩm của địa phương về làm quà tặng hay sử dụng. Yêu cầu các sản phẩm này phải là đặc sắc, riêng có của địa phương, khó tìm mua được ở nơi khác hay ngay tại quê nhà của du khách. Bên cạnh đó, việc sản xuất các sản phẩm cũng phải có tính đặc trưng, độc đáo riêng, hấp dẫn riêng của bản địa. Hơn nữa, do đặc điểm là sản phẩm du lịch nên được du khách mang theo trong chuyến hành trình của họ, dễ dàng vận chuyển hay có thể đem lên tàu xe, máy bay mà không bị hạn chế. Nếu thiếu một trong những đặc tính này thì sản phẩm rất khó được du khách lựa chọn.

Đặc sản Tây Ninh



Tây Ninh có rất nhiều sản vật/đặc sản địa phương rất hấp dẫn du khách ví dụ như bánh tráng phơi sương, muối ớt tôm, muối chay, Trà Hoàn Ngọc, Trà Tâm Lan, mãng cầu (quả na) Bà Đen, mật ong vườn quốc gia Lò Gò- Xa Mát, các loại bánh tráng trộn, rượu vang CY làm từ nho rừng … Tuy nhiên, thực tế quan sát cho thấy chỉ một phần nhỏ du khách mua các sản phẩm này trong chuyến du lịch của họ đến Tây Ninh. Có nhiều lý do giải thích cho vấn đề này, có hai lý do chính là một số sản phẩm có bán trong các siêu thị, cửa hàng (như Trà Hoàn Ngọc, Trà Tâm Lan, Mật ong, mãng cầu) và lý do thứ hai là các sản vật của Tây Ninh chưa đáp ứng tất cả các tiêu chí cơ bản đối với một sản phẩm bán cho du khách. Tám yếu tố cần có của một sản phẩm du lịch để được du khách chấp nhận (mô hình PAACDUUN): *Thứ nhất*, sản phẩm đó phải có giá cả phù hợp với khả năng chi trả của khách, không rẻ quá hay đắt quá mà nó tùy thuộc vào thu nhập và mức sẵn lòng chi trả của du khách. *Thứ hai*, sản phẩm đó phải hấp dẫn được du khách. Tính hấp dẫn của một sản phẩm thường được bộc lộ bằng hình thức, qua cách thiết kế, màu sắc, mẫu mã, trang trí, hoa văn, đường nét, v.v… *Thứ ba*, sản phẩm đó phải dễ tiếp cận với du khách, có nghĩa là du khách có thể tìm thấy và mua nó một cách

dễ dàng mà không phải gặp trở ngại nào. *Thứ tư*, sản phẩm phải mang lại sự thuận tiện cho du khách mang vác, đi lại trong chuyến du lịch của họ. *Thứ năm*, sản phẩm phải có tính lâu bền, khó hỏng hóc, dễ bảo quản, v.v... *Thứ sáu*, sản phẩm phải có tính độc đáo, khác lạ, không dễ tìm thấy ở chỗ khác, khó sao chép và làm nhái. *Thứ bảy*, sản phẩm phải có tính hữu dụng, tức dù là để trưng bày hay sử dụng thì thuộc tính hữu dụng không thể không có. *Thứ tám*, sản phẩm phải có tính bản địa, tức những dấu ấn hay đặc trưng gì đó ở nơi đến mà du khách muốn mang về và lưu lại ở nhà của họ. Những giá trị văn hóa, lịch sử, danh nhân, dân tộc... của nơi đến thường làm nên tính độc đáo và tính bản địa cho các sản phẩm du lịch của địa phương.

Tuy nhiên, thực tế quan sát cho thấy chỉ một phần nhỏ du khách mua các sản phẩm này trong chuyến du lịch của họ đến Tây Ninh. Có rất nhiều nguyên nhân, phần lớn các sản vật của Tây Ninh lại không thỏa mãn phần lớn các tiêu chí PAACDUUN. Điển hình như bao bì, mẫu mã, quy cách đóng gói còn chưa đẹp mắt, cảm giác chưa vệ sinh (bánh tráng); một số mặt hàng có thể mua tại nơi khác mà không nhất thiết phải mua từ Tây Ninh (Trà Hoàn Ngọc, Trà Tâm Lan, mãng Cầu, Mật ong)... Do vậy, cần thiết phải có một chương trình hành động để quy định rõ các tiêu chí cho các sản phẩm du lịch Tây Ninh. Ngoài ra cần có các chính sách hỗ trợ, tập huấn, tư vấn và cung cấp tài chính ban đầu cho người sản xuất các sản phẩm nhằm đáp ứng các tiêu chí trên. Để thực hiện vấn đề này cần phải có sự liên kết, hợp tác giữa rất nhiều ngành và nhiều cấp, sự hợp tác giữa nhà nước và tư nhân, cả các cơ quan/đơn vị trong và ngoài tỉnh Tây Ninh chứ không riêng gì ngành du lịch.

Phân tích mô hình PAACDUUN của các đặc sản: bánh canh, bánh tráng phơi sương Trảng Bàng, muối ớt tôm, Trà Hoàn Ngọc 7 Nga Tây Ninh, Trà Tâm Lan, mãng cầu (quả na) Bà Đen, mật ong vườn quốc gia Lò Gò-Xa Mát, các loại bánh tráng trộn, bò tơ Tây Ninh, dưa lưới…

Giá cả phù hợp

- Giá cả các loại đặc sản tương đối thấp, phù hợp túi tiền mọi du khách, ngay cả du khách có thu nhập thấp

Tính độc đáo

- Đặc sản lạ và mang tính độc đáo riêng, không giống và không lẫn với bất cứ đặc sản nào của nơi khác; hình thức, cách thiết kế, màu sắc, mẫu
- mã, trang trí, hoa văn, đường nét riêng

Tính bản địa

- Những sản vật là của con người vùng đất Tây Ninh sản xuất ra, mang đặc trưng riêng của con người và vùng đất Tây Ninh

Dễ tiếp cận

- Bất cứ du khách nào cũng có thể dễ dàng tìm mua được những loại đặc sản này khi đi du lịch đến Tây Ninh.

Tính thuận tiện

- Thuận tiện cho du khách mang vác, đi lại trong chuyến du lịch của họ

Tính hữu dụng

- Có thể sử dụng làm làm quà biếu hay sử dụng hàng ngày

Tính lâu bền

- Là những loại đặc sản khó hỏng hóc, dễ bảo quản.

Tính hấp dẫn

- Rất hấp dẫn du khách do đa số là những loại đặc sản lạ, kích thích tính tò mò của du khách

6. Các làng nghề truyền thống

Nhìn chung làng nghề tỉnh Tây Ninh cũng đa dạng và phong phú có một số làng nghề lâu đời như:nghề làm bánh tráng phơi sương Trảng Bàng, nghề rèn, nghề mộc, nghề mây tre đan lát, nghề làm nón lá…và một số nghề mới như: nghề làm gốm, nghề điêu khắc… Trong đó nghề làm bánh tráng phơi sương Trảng Bàng có những giá trị đặc sắc, riêng có của nó cũng như của người nghệ nhân tráng bánh, chính vì vậy ngày 13/10/2015 nghề làm bánh tráng phơi sương Trảng Bàng đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận là di sản văn hóa phi vật thể quốc gia tại Quyết định số 3465/QĐ-BVHTTDL

Ngoài ra, một số làng nghề thủ công, truyền thống lâu đời tại một số xã trên địa bàn, nhờ có chủ trương, định hướng của tỉnh nên một số làng nghề đang được khôi phục và hoạt động trở lại nên đã giải quyết được nhiều việc làm và thu nhập cho cộng đồng dân cư như: bánh tráng, bánh canh, làm nhang, đồ mộc, mây tre đan, nghề đúc gang, nghề rèn, …. Một vấn đề cần được quan tâm đó là tạo thu nhập ổn định cho các nghệ nhân cũng như người dân theo nghề truyền thống, bởi vì nếu sản phẩm của họ làm ra không bán được cũng như giá thành sản phẩm thấp thì nguy cơ nghề truyền thống bị mai một sẽ xảy ra rất cao.

Đặc điểm làng nghề tại Tây Ninh là làm bằng thủ công từ khâu chế biến nguyên liệu đến sản xuất thành phẩm nên có thể trở thành điểm tham quan của khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch quốc tế. Hiện nay, khai thác tiềm năng này vẫn chưa được cao, chưa có gắn kết trở thành sản phẩm của du lịch như mong muốn là do thiếu và yếu về cơ sở hạ tầng, chưa được tổ chức như một điểm tham quan du lịch nên chưa đảm bảo tiêu chuẩn cho khách đến tham quan, thiếu sự phối hợp giữa cơ sở sản xuất chế biến với các hãng lữ hành trong việc xây dựng chương trình du lịch, tổ chức các đoàn khách đến tham quan, công tác xúc tiến, quảng bá tiềm năng tài nguyên này chưa được nhiều vì vậy thu hút khách du lịch đến tham quan làng nghề còn rất ít.

Một số nghề có mai một đi theo thời gian và phát triển kinh tế thị trường nhưng vẫn còn một số nghề đã được khôi phục và phát triển như: Nghề làm bánh tráng phơi sương Trảng Bàng, nghề rèn, nghề làm nón lá… đã xây dựng thành thương hiệu, sản phẩm được khách hàng chấp nhận, trở thành đặc sản riêng có của Tây Ninh. Làng nghề

tại một số nơi đang mang lại hiệu quả không chỉ kinh tế - xã hội cho cộng đồng dân cư mà còn đang được các công ty du lịch, khách du lịch lựa chọn làm sản phẩm du lịch ưa chuộng, điểm tham quan du lịch. Hiện nay, tỉnh Tây Ninh đã có quy hoạch nghề và làng nghề, một số nghề đã và sẽ được đầu tư cải tạo, khôi phục có thể xây dựng thành sản phẩm du lịch để tổ chức cho các đoàn khách du lịch đến tham quan.

Để các làng nghề thực sự hoạt động có hiệu quả, giải quyết công ăn việc làm cho người dân địa phương, đem lại nguồn thu phát triển kinh tế đồng thời gắn với phát triển du lịch một cách bền vững tại Tây Ninh, cần thực hiện một số nội dung sau:

- Hỗ trợ các làng nghề xây dựng hệ thống thông tin nhằm giới thiệu, quảng bá sản phẩm làng nghề: Lễ hội Bánh tráng phơi sương Trảng Bàng hàng năm nhằm bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia Nghề làm bánh tráng phơi sương, tạo điều kiện cho du khách trải nghiệm văn hóa ẩm thực của Tây Ninh nói chung và món bánh tráng phơi sương nói riêng đồng thời giới thiệu đến du khách trong nước và nước ngoài đến dự lễ hội về văn hoá, hình ảnh, con người Tây Ninh; thúc đẩy ngành chế biến, sản xuất muối tôm Tây Ninh, bánh canh Trảng Bàng từng bước trở thành các thương hiệu ẩm thực là những đặc sản nổi tiếng, đa dạng của các vùng miền, thương hiệu quốc gia và đi đến thị trường ẩm thực quốc tế.

- Đầu tư, gầy dựng các loại giống cây nguyên liệu có chất lượng cao cung cấp cho các làng nghề, trong đó đặc biệt chú trọng áp dụng các biện pháp kỹ thuật tiên tiến để gieo trồng, chăm sóc, khai thác các loại nguyên liệu cho các nghề thủ công, đảm bảo an toàn vệ sinh, thân thiện với môi trường.

- Khuyến khích và hỗ trợ chi phí lớp học cho các cơ sở ngành nghề nông thôn, các lớp đào tạo thợ lành nghề, giáo viên dạy nghề và người thiết kế mẫu trong các làng nghề và hoạt động tư vấn phát triển sản phẩm.

- Có chính sách hỗ trợ đảm bảo đầu ra cho các mặt hàng thủ công mỹ nghệ, mây tre đan..., tạo sản phẩm đặc trưng làm quà lưu niệm tại mỗi điểm tham quan du lịch. Có cơ chế kiểm tra, giám sát các cơ sở sản xuất kinh doanh nhỏ lẻ nghiêm cấm việc làm hàng gian, hàng giả, chèn ép giá cạnh tranh không lành mạnh.

8. Cơ sở hạ tầng du lịch

8.1. Hạ tầng giao thông

Mạng lưới đường bộ trên địa bàn hiện có khoảng: **8.126**km, trong đó:

- Quốc lộ: có 03 tuyến, dài 132,21km[1], gồm: đường Xuyên Á (QL.22), QL.22B, QL.22B kéo dài; ngoài ra còn có tuyến đường Hồ Chí Minh đầu tư chưa hoàn chỉnh. Đây cũng là các trục giao thông chính kết nối Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam với Campuchia qua tỉnh Tây Ninh (cửa khẩu quốc tế Mộc Bài, cửa khẩu quốc tế Xa Mát, cửa khẩu chính Càng Riệc); cũng là các trục giao thông kết nối Tây Ninh với Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh trong Vùng, khu vực. Trong đó:

+ QL.22 tuyến bắt đầu từ ngã tư An Sương, kết thúc tại khẩu Quốc tế Mộc Bài, dài 59km, quy mô đoạn qua TPHCM dài 31km, đạt tiêu chuẩn đường cấp I-II, 4-6 làn xe; đoạn qua tỉnh Tây Ninh dài 28km, đạt tiêu chuẩn đường cấp II, 4 làn xe. Hiện nay tuyến không đáp ứng được nhu cầu vận tải vì lượng phương tiện lưu thông trên tuyến đường này rất lớn, nhất là vào các giờ cao điểm đoạn từ Củ Chi đến An Sương và một số đoạn qua Khu Công nghiệp Trảng Bàng, đô thị Trảng Bàng và đô thị Gò Dầu luôn bị ùn tắc giao thông, ảnh hưởng đến sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, của vùng.

+ QL.22B và QL.22B kéo dài bắt đầu từ thị trấn Gò Dầu (kết nối vào QL.22) đến cửa khẩu quốc tế Xa Mát, cửa khẩu chính Chàng Riệc, quy mô đạt tiêu chuẩn đường

---

[1]*Quốc lộ: 03 tuyến, dài 132,21km, gồm:*

- Đường Xuyên Á (QL.22): từ ngã tư An Sương đến cửa khẩu Quốc tế Mộc Bài, dài 59km, đoạn qua tỉnh Tây Ninh dài 28,05km với quy mô đường cấp II, mặt đường rộng từ 16m đến 18m. Quy hoạch: duy trì tiêu chuẩn đường cấp II đến cấp I, quy mô tối thiểu 4 -6 làn xe.

- QL.22B: từ Gò Dầu đến cửa khẩu Quốc tế Xa Mát dài 84,162km, quy mô đường cấp III; đoạn từ Gò dầu đến thành phố Tây Ninh dài 34km mặt đường BTN rộng từ 12m đến 16m; thành phố Tây Ninh đến cửa khẩu Quốc tế Xa Mát, dài 50,162km mặt đường BTN rộng 7m. Quy hoạch: duy trì đạt tiêu chuẩn đường cấp III, II

- QL.22B kéo dài: từ cửa khẩu Quốc tế Xa Mát đến cửa khẩu chính Chàng Riệc, dài 20km, quy mô đường cấp IV, mặt đường láng nhựa rộng từ 6m đến 7m (riêng đoạn 1km cuối tuyến mặt đường BTN). Quy hoạch đạt tiêu chuẩn đường cấp III.

cấp III, IV. Hiện Tổng cục Đường bộ Việt Nam đang thực hiện sửa chữa đảm bảo năng lực khai thác và ATGT trên tuyến QL.22B.

- Hệ thống đường địa phương với tổng chiều dài khoảng 7.994km[2]. Thực hiện mục tiêu Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh Tây Ninh lần thứ IX, X, thời gian qua tỉnh đã "***Tập trung đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội, nhất là hạ tầng giao thông phục vụ tốt nhu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa địa phương*** (đây cũng là 01 trong 04 khẩu đột phá của tỉnh, bên cạnh: phát triển nông nghiệp công nghệ cao, phát triển du lịch, phát triển nguồn nhân lực và công nghệ 4.0). Qua đó, nhiều tuyến đường của địa phương đã được đầu tư hoàn thành, như: đường ĐT.786, ĐT.788, đường Điện Biên Phủ, đường 30/4, đường và cầu Bến Đình; hoặc đang được đầu tư sẽ hoàn thành đưa vào khai thác sử dụng năm 2020, 2021 như: đường Lý Thường Kiệt, đường 790 nối dài, đường 781 đoạn từ ngã ba Bờ Hồ đến địa giới tỉnh Bình Dương (giai đoạn 2); ĐT.782 - ĐT.784; đường Đất Sét - Bến Củi, Cầu An Hoà; cầu bến cây Ổi; đường ĐT.792-ĐT.793... Các tuyến đường này sẽ đáp ứng cơ bản nhu cầu vận chuyển hàng hóa và đi lại của nhân dân, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, phát triển du

---

[2]- ***Đường tỉnh:*** *33 tuyến với tổng chiều dài 787km, trong đó: Có 780km đã được nhựa hóa, đạt 99,11%; còn lại 7km là đường cấp phối sỏi đỏ.*

- Đường huyện: *186 tuyến với tổng chiều dài 978km, trong đó: 557km đã được nhựa hóa hoặc bê tông hóa, đạt 57%; còn lại 421km là đường cấp phối sỏi đỏ và đất.*

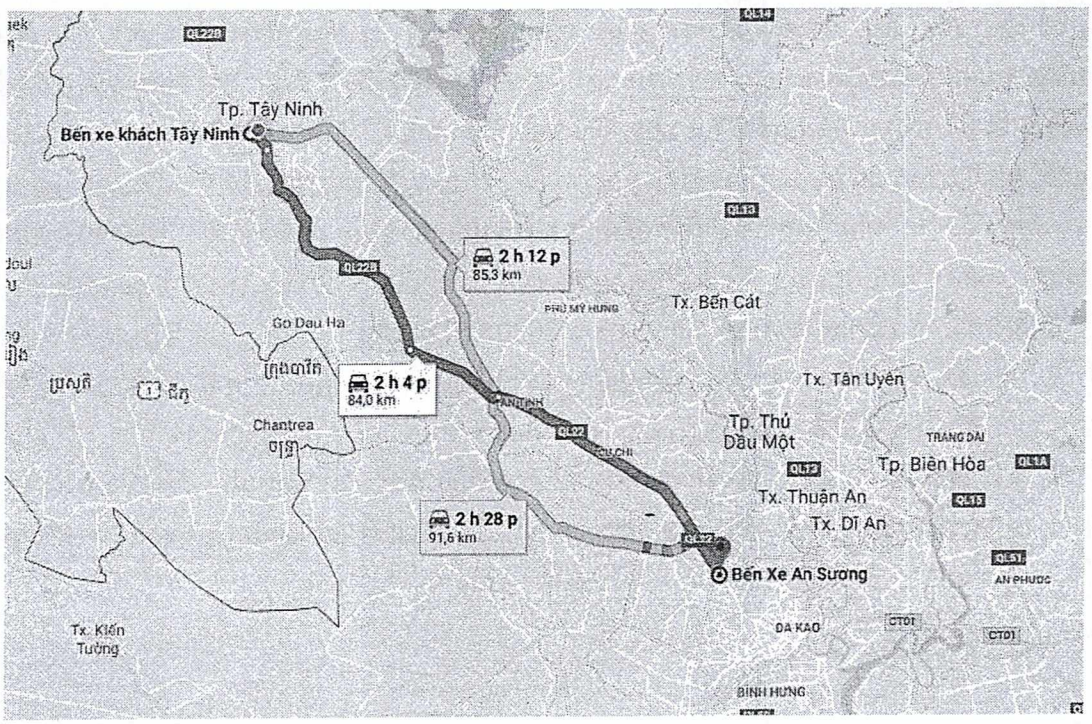
- Đường trục chính đô thị: *389 tuyến với tổng chiều dài 375km; trong đó 276km đã được nhựa hóa hoặc bê tông hóa, đạt 74%; còn lại 99km là đường cấp phối sỏi đỏ và đất.*

- Đường xã: *Tổng chiều dài 2.648km, trong đó có 406km đã được nhựa hóa hoặc bê tông hóa, đạt 15%; còn lại là đường cấp phối sỏi đỏ và đất.*

- Đường ấp, xóm, nội đồng: *Tổng chiều dài 3.386km, chủ yếu là đường đất, một số ít là đường sỏi đỏ.*

lịch, phát triển đô thị thành phố Tây Ninh, đảm bảo an ninh - quốc phòng và hạn chế tai nạn giao thông do kết cấu hạ tầng giao thông gây ra.

Bản đồ từ Tây Ninh đến bến thành phố Hồ Chí Minh



8.2. Hạ tầng điểm đến

a. Đối với khu du lịch núi Bà Đen

Giao thông đối ngoại của khu vực Núi Bà Đen hiện nay chủ yếu là giao thông đường bộ, kết nối với các trung tâm đô thị, các thị trường chính và các tuyến giao thông liên vùng - liên quốc gia chủ yếu.

Kết nối Núi Bà Đen với thành phố Tây Ninh là tuyến ĐT.785 và đường Bời Lời. Trong đó: Tuyến đường Bời Lời kết nối thành phố Tây Ninh với khu tiếp đón hiện nay của khu du lịch Núi Bà Đen và cũng là điểm đầu của các tuyến cáp treo, máng trượt. Tuyến ĐT.785 chạy kết nối phía Tây Bắc và Bắc của Núi Bà Đen. Tuyến đường này sẽ là tuyến tiếp cận các khu chức năng tại khu vực này của khu du lịch, đặc biệt là khu Ma

Thiên Lãnh. Đây cũng là hai tuyến giao thông kết nối Núi Bà Đen với các trục giao thông liên vùng, liên quốc gia như: ĐT.782 - Quốc lộ 22B - Quốc lộ 22 (đường Xuyên Á) tới cửa khẩu Mộc Bài, ĐT.798 - Quốc lộ 22B tới cửa khẩu Xa Mát. Ngoài ra, ĐT.784 tiếp giáp phía Đông Nam của Núi Bà Đen cũng kết nối trực tiếp khu du lịch với hai trục giao thông liên vùng mà không đi qua nội đô thành phố Tây Ninh.

Đường Bời Lời và ĐT.790 nối dài là trục giao thông quan trọng nhất, kết nối thành phố Tây Ninh - Núi Bà Đen thị trấn Dương Minh Châu và hồ Dầu Tiếng. Đây sẽ là trục giao thông quan trọng nhất kết nối núi - hồ.

Tuyến ĐT.785 chạy qua cạnh Bắc của khu du lịch và kết nối với thị trấn Tân Châu và các tiềm năng phát triển du lịch ở phía Bắc của tỉnh như căn cứ Trung ương Cục miền Nam, Vườn Quốc gia Lò Gò - Xa Mát...

Theo định hướng phát triển giao thông, sẽ có tuyến cao tốc Gò Dầu - Xa Mát kết nối thành phố Tây Ninh và Khu du lịch quốc gia núi Bà Đen (tuyến đang được Bộ Giao thông Vận tải bổ sung vào quy hoạch và đầu tư trong giai đoạn sau năm 2020)

Khoảng cách từ Núi Bà Đen đến:

+ Đường Xuyên Á : khoảng 45 km về phía Tây Nam.
+ Hồ Dầu Tiếng : khoảng 20 km về phía Đông.
+ Tòa thánh Tây Ninh : 9 km về phía Tây Nam.
+ Trung tâm thành phố Tây Ninh : 10 km về phía Tây Nam.
+ Khu di tích căn cứ TW Cục miền Nam : 42 km về phía Bắc.
+ Vườn quốc gia Là Gò – Xa Mát : 37 km về phía Tây Bắc.
+ Cửa khẩu Mộc Bài : 40 km về phía Nam.
+ Cửa khẩu Xa Mát : 37 km về phía Bắc.
+ Thành phố Hồ Chí Minh : 110 km về phía Đông Nam.

– Giao thông đối nội:
  + Đường Bời Lời kết nối Núi Bà Đen với thành phố Tây Ninh và thị trấn Dương Minh Châu.
  + Đường tỉnh 784: chạy qua cạnh Tây Nam của Núi Bà Đen tới Bàu Đồn thì gặp đường tỉnh 782 và theo đường tỉnh 782 có thể đi tới thị trấn Gò Dầu hoặc Trảng Bàng (gặp QL 22) hoặc đi về phía Bắc tới thị trấn Dầu Tiếng và tới Quốc lộ 13.

Cũng theo đường tỉnh 784 đi về phía Tây Bắc sẽ gặp đường tỉnh 793 để đi Quốc lộ 22B hoặc đi Tân Hưng, Tân Châu.

+ Đường tỉnh 785: chạy dọc cạnh Tây Bắc của Núi Bà Đen, là đoạn kéo dài của đường Trần Phú của thành phố Tây Ninh. Đường tỉnh này chạy về phía Bắc sẽ kết nối với Tân Châu, Căn cứ Trung ương cục miền Nam và các điểm du lịch ở phía Bắc hồ Dầu Tiếng.
+ Đường tỉnh Khe Dol - Suối Đá: chạy dọc phía cạnh Đông Bắc của khu du lịch Núi Bà Đen.
+ Có thể thấy bốn tuyến đường tỉnh này hình thành nên vành đai giao thông xung quanh khu du lịch, đồng thời cũng có thể được coi là bốn tuyến giao thông nội bộ của khu du lịch Núi Bà Đen.

– Hệ thống vận chuyển khách (thuộc Công ty CP Cáp treo Núi Bà Tây Ninh) gồm:
+ Hệ thống cáp treo cũ (hoạt động từ 3/1998): dài 1.225m, cao 225m với 16 trụ, 180 cabin hở (2 người lớn/cabin), công suất tối đa 500 khách/h, vận tốc trung bình 20 phút/lượt. Hiện hệ thống này chỉ hoạt động vào dịp Lễ hội khi nhu cầu tăng cao.
+ Hệ thống cáp treo mới (hoạt động từ 3/2013): dài 1.084m, cao độ giữa 2 nhà ga (214m) với 7 trụ, gồm 37 cabin đóng kín (8 người lớn/cabin), công suất tối đa 3.000 khách/h, vận tốc trung bình 5 phút/lượt.
+ Hệ thống máng trượt (hoạt động từ 4/2012): tuyến lên dài 1.190m, tuyến xuống dài 1.700m, công suất 500 khách/h, thời gian lên 15 phút, thời gian xuống 3-5 phút.

Mặc dù có quy mô lớn, nhưng vào dịp Lễ Hội thì các bãi đỗ này cũng rơi vào tình trạng quá tải. Đặc biệt công tác tổ chức giao thông, phân luồng, tuyến vào ra khu du lịch còn nhiều bất cập. Các công trình đầu mối hạ tầng giao thông hiện chỉ có ở khu vực trung tâm đón tiếp hiện nay của khu du lịch gồm các bãi đỗ xe hai bánh và xe hơi. Như vậy trong tương lai các công trình đầu mối và bãi đỗ xe cần được xây dựng tại từng khu chức năng nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

b. Đối với khu vực hồ Dầu Tiếng: du khách có thể đi theo nhiều hướng:

- Hướng từ Thành phố Hồ Chí Minh - Bến Dược (Củ Chi – TP.HCM) đi theo trục đường xuyên Á và đường ĐT.782 nối với ĐT.784 hoặc ĐT.789 (Tây Ninh) kết nối nối Tỉnh lộ 6 (Thành phố Hồ Chí Minh)

- Hướng từ Bình Dương đi theo đường nối với trung tâm huyện Dương Minh Châu và ven hồ theo hướng Đông-Tây hoặc lưu thông qua đường Đất Sét - Bến Củi (đang được tỉnh đầu tư nâng cấp)

- Hướng từ cửa khẩu Mộc Bài đi theo đường Quốc Lộ 22 - ĐT.786 - ĐT.781

- Hướng từ cửa khẩu Kà Tum đi theo đường ĐT.785 - ĐT.781B - ĐT.781

- Hướng từ Bình Phước đi theo đường ĐT.794.

- Hướng từ các huyện phía Nam đi theo các đường ĐT.781 và các đường Tỉnh lộ trong khu vực.

Ngoài ra còn có các trục giao thông chính đường ĐT.781, các trục đường liên xã đi qua Bến Củi, Lộc Ninh cùng huyện và đi qua tỉnh Bình Dương. Đây là một điều kiện thuận lợi trong việc giao lưu phát triển của các khu vực với các vùng lân cận. Tất cả các tuyến vào khu du lịch đều trải nhựa bê tông rất thuận lợi cho du khách đi tham quan vùng du lịch sinh thái hồ Dầu Tiếng. Nhìn chung, giao thông đến khu vực hồ Dầu Tiếng là khá thuận lợi.

9. Các công ty lữ hành

Kinh doanh lữ hành có kinh doanh lữ hành quốc tế và kinh doanh lữ hành nội địa. Công ty lữ hành trên địa bàn Tây Ninh chỉ có 01 đơn vị kinh doanh có giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế, hoạt động kinh doanh chủ yếu là đưa khách du lịch nội địa đi du lịch nước ngoài, cấp được 67 thẻ hướng dẫn viên du lịch (*trong đó 09 thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế).* Đa số các hướng dẫn viên được cấp thẻ hiện đang hoạt động và công tác cho các đơn vị lữ hành tại thành phố Hồ Chí Minh.

Trên địa bàn Tây Ninh có ít công ty, hãng lữ hành quốc tế, lại chưa có văn phòng đại diện của các công ty trong và ngoài nước nên ảnh hưởng đến thị trường khách du lịch. Năng lực chuyên môn thiếu, thị trường đón khách chưa hiệu quả; trình độ cán bộ yếu cả nghiệp vụ và trình độ ngoại ngữ, số lượng hướng dẫn viên du lịch quốc tế hoạt động trên địa bàn còn ít. Công tác xúc tiến tìm kiếm thị trường còn thụ động.

Hiện trạng cơ sở, nhân lực du lịch

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2013	2014	2015	2016	2017	2018
I	***Công ty lữ hành***	Cơ sở	**8**	**11**	**10**	**10**	**12**	**15**
	Trong đó: công ty lữ hành quốc tế		1	1	2	2	2	2
II	**Tổng số thẻ hướng dẫn viên đã cấp (lũy kế)**	Thẻ	**43**	**45**	**47**	**63**	**63**	**67**
	Thẻ nội địa		39	39	41	57	57	58
	Thẻ quốc tế		4	6	6	6	6	9

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Dịch vụ vận chuyển khách du lịch trên địa bàn tỉnh Tây Ninh chủ yếu là vận chuyển đường bộ, đây là phương tiện góp phần quan trọng đưa khách đến tham quan du lịch trên địa bàn tỉnh Tây Ninh, phương tiện chủ yếu là xe du lịch và xe taxi. Về khách từ địa phương khác đến Tây Ninh do các đơn vị gửi khách tổ chức dịch vụ vận chuyển. Du lịch bằng đường thủy còn hạn chế do chưa có phương tiện vận chuyển đảm bảo chất lượng, cơ sở hạ tầng, dịch vụ hai bên bờ sông chưa xây dựng và chưa có nên chưa khai thác vận chuyển khách đi bằng đường thủy qua hệ thống sông trên địa bàn. Nói chung, dịch vụ vận chuyển khách du lịch trên địa bàn còn thiếu cả về số lượng và chất lượng chưa đảm bảo, đội ngũ lái xe chưa chuyên nghiệp, chưa có trình độ ngoại ngữ; chưa có doanh nghiệp vận chuyển khách du lịch chuyên nghiệp mà chủ yếu doanh nghiệp nhỏ đầu tư manh mún.

10. Nhân lực du lịch

- Lao động trong ngành du lịch bao gồm lao động trực tiếp tại các cơ sở cung cấp dịch vụ, tham gia cung cấp các dịch vụ cho khách du lịch và lao động gián tiếp là lao động không trực tiếp cung cấp sản phẩm dịch vụ cho khách nhưng góp phần tạo nên sản phẩm du lịch như sản phẩm các ngành khác, cộng đồng dân cư..., tỷ lệ lao động trực

tiếp và gián tiếp là 01 lao động trực tiếp thì cần đến 02 lao động gián tiếp trở lên cho việc tạo ra sản phẩm; dịch vụ cho khách.

Phân tích hiện trạng lao động. Tốc độ tăng trưởng về lao động trong giai đoạn 2012 - 2018 là 11%, trong đó, tốc độ tăng trưởng lao động trực tiếp là 12,3%, lao động gián tiếp là 10,4%. Đến năm 2018, du lịch Tây Ninh có 2.850 người, trong đó lao động trực tiếp là 998 người và lao động gián tiếp là 1.853 người, lao động tại các cơ sở lưu trú chiếm năm 2018 là 1.758 người, chiếm 61,7%, doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có lao động thấp nhất, thiếu cả về số lượng và chất lượng đặc biệt là trình độ nghiệp vụ chuyên môn và ngoại ngữ của hướng dẫn viên. Về trình độ lao động từ trung cấp trở lên chiếm 35,5%, lao động chưa qua đào tạo chiếm 64,5%, thiếu đội ngũ lao động có tay nghề cao, thiếu lao động có trình độ ngoại ngữ.

- Đối với cán bộ, công chức quản lý về lĩnh vực du lịch: đội ngũ làm công tác dự báo, xây dựng quy hoạch, đề án cấp ngành, cấp Tỉnh còn yếu, thiếu; một số công chức tại các huyện, thành phố còn kiêm nhiệm nên thiếu kinh nghiệm trong quản lý và phát triển về lĩnh vực du lịch.

- Đối với lĩnh vực lưu trú: đa số các cơ sở còn quản lý theo kiểu gia đình, chưa được đào tạo nghiệp vụ về du lịch, do đó khó giữ chân được khách du lịch trong dài ngày cũng như đối với những khách du lịch khó tính.

- Đối với lĩnh vực lữ hành: đội ngũ hướng dẫn viên du lịch chuyên nghiệp còn chưa nhiều; hoạt động chưa hiệu quả do phải cạnh tranh với các công ty lữ hành tại Thành phố Hồ Chí Minh về tính chuyên nghiệp.

- Đối với các khu, điểm du lịch: còn thiếu tính đồng bộ, nghiệp vụ trong trong các khâu quản lý, trình độ nghiệp vụ chuyên môn trong phục vụ du khách, thiếu tầm nhìn chiến lược trong công tác: xây dựng sản phẩm, phát triển thương hiệu, chưa tổ chức được các sự kiện trong mùa thấp điểm khách du lịch và công tác quảng bá xúc tiến chưa được quan tâm đúng mức.

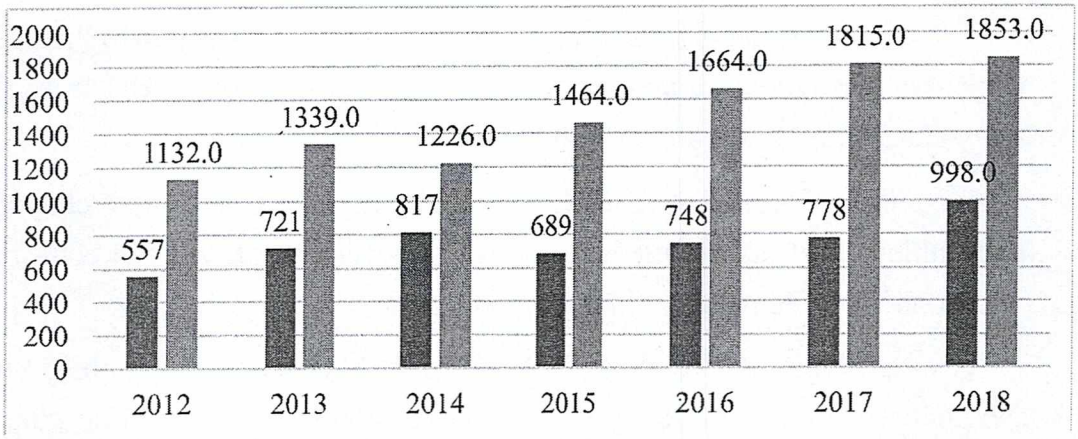
Hiện trạng về lao động trong ngành du lịch

Đơn vị tính: Người

TT	Chỉ tiêu	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TTBQ %
1	Tổng số lao động	**2.060**	**2.043**	**2.153**	**2.412**	**2.593**	**2.850**	11,0
1.1	Lao động trực tiếp	721	817	689	748	778	998	12,3
1.2	Lao động gián tiếp	1.339	1.226	1.464	1.664	1.815	1.853	10,4

Nguồn:Cục Thống kê tỉnh, Sở VHTTDL Tây Ninh

Biểu đồ- Hiện trạng về lao động ngành du lịch



11. Đầu tư cho ngành du lịch

11.1. Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng

Hệ thống giao thông, điện, cấp thoát nước, thông tin liên lạc trong toàn tỉnh nói chung và tại khu, điểm du lịch nói riêng cơ bản hoàn thành, đáp ứng nhu cầu khách du lịch.

Hệ thống giao thông quốc lộ, tỉnh lộ nối đến các khu du lịch trọng điểm như núi Bà Đen, Trung ương cục miền Nam; vườn quốc gia Lò Gò- Xa Mát; Tòa Thánh Cao Đài, Khu Du lịch Long Điền Sơn, đường nối từ cửa Hòa Viện -Tòa Thánh Cao Đài đến ngã 3 núi Bà nối với đường 790 rất thuận tiện. Cung cấp điện, nước cho các khu du lịch đang hoạt động được đảm bảo. Ngoài ra: Khu Ma Thiên Lãnh đã được đầu tư nguồn điện đến chân dự án bằng nguồn vốn chương trình mục tiêu quốc gia; đặc biệt, được sự quan tâm đề xuất của UBND tỉnh hàng năm đầu tư cho Khu Du lịch núi Bà Đen từ nguồn phí và lệ phí hơn 3 tỷ đồng cho đường nội bộ, bãi đỗ xe, điện, bờ kè, hỗ trợ của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, thông tin liên lạc vô tuyến, hữu tuyến đến các khu du lịch hiện nay được đảm bảo.

11.2. Xây dựng quy hoạch du lịch

Từ năm 2008 đến nay, căn cứ tình hình thực tiễn phát triển kinh tế xã hội nói chung và sự phát triển du lịch của tỉnh nói riêng, tỉnh đã 02 lần điều chỉnh và lập mới quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh.[3]

Tỉnh đã phê duyệt và trình cấp thẩm quyền phê duyệt các quy hoạch, dự án chi tiết phục vụ công tác quản lý, đầu tư và kêu gọi đầu tư, gồm:

- Quy hoạch tổng thể phát triển khu du lịch quốc gia núi Bà Đen, tỉnh Tây Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 [4]

- Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch sinh thái Vườn Quốc gia Lò Gò- Xa Mát [5]

- Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch sinh thái Hồ Dầu Tiếng [6]

---

[3] Điều chỉnh dự án quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Tây Ninh đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020 được Hội đồng nhân dân tỉnh phê duyệt và UBND tỉnh Tây Ninh ban hành tại Quyết định số 36/2009/QĐ-UBND ngày 07/7/2009; Lập mới Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Tây Ninh đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 được Hội đồng nhân dân tỉnh phê duyệt và UBND tỉnh Tây Ninh ban hành tại Quyết định số 59/2013/QĐ-UBND ngày 19/12/2013.

[4] Quyết định số 2383/QĐ-TTg ngày 29/12/2014; Quyết định số 125/QĐ-TTg ngày 25/01/2018; Quyết định 1099/QĐ-TTg ngày 05/9/2018 của Thủ tướng Chính phủ.

[5] Quyết định số 2674/QĐ-UBND ngày 14/11/2008 và Quyết định 1520/QĐ-UBND ngày 16/8/2010 về việc sửa đổi, bổ sung một số điều Quyết định số 2674/QĐ-UBND ngày 14/11/2008 của UBND tỉnh Tây Ninh về việc phê duyệt dự án quy hoạch tổng thể phát triển du lịch sinh thái Lò Gò- Xa Mát

[6] Quyết định số 2673/QĐ-UBND ngày 14/11/2008 của UBND tỉnh Tây Ninh.

11.3. Chính sách thu hút đầu tư

Tây Ninh thực hiện chính sách khuyến khích, ưu đãi đầu tư đúng với quy định của Chính phủ. Đồng thời, cam kết đảm bảo những lợi ích chính đáng của nhà đầu tư; luôn dành cho nhà đầu tư những ưu đãi cao nhất và chỉ yêu cầu nhà đầu tư thực hiện những nghĩa vụ thấp nhất trong khung quy định chung của Nhà nước.

Tỉnh ban hành Danh mục dự án du lịch mời gọi đầu tư tỉnh Tây Ninh giai đoạn 2016-2020, gồm 08 dự án[7]. Trong giai đoạn 2013-2016, tỉnh đã chấp thuận chủ trương đầu tư và cấp giấy phép cho 10 dự án với tổng vốn đăng ký hơn 2.000 tỷ đồng. Mời gọi được một số nhà đầu tư vào các dự án du lịch của tỉnh: Tập đoàn Vingroup đầu tư dự án Khách sạn 5 sao, Trung tâm Thương mại Vincom; Tổng công ty MBLand đầu tư Dự án Văn phòng, trung tâm thương mại và khách sạn dịch vụ; Công ty TNHH Xuân Cầu đầu tư dự án bảo vệ và phát triển rừng kết hợp phát triển du lịch sinh thái tại Đảo Nhím, hồ Dầu Tiếng.

Hiện nay, tỉnh chưa có quy định đặc thù về cơ chế ưu đãi đầu tư phát triển khu, tuyến, điểm du lịch; Chưa có nhiều cơ sở lưu trú đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên[8]; công suất sử dụng phòng thấp; Tổng mức đầu tư vào các khu vui chơi giải trí còn khiêm tốn nên các loại hình vui chơi giải trí, chưa phong phú, phần nào còn đơn điệu.

12. Chiến lược quảng bá và truyền thông

Hiện nay, tỉnh Tây Ninh có Trung tâm Thông tin xúc tiến du lịch làm nhiệm vụ xúc tiến quảng bá cho du lịch Tây Ninh. Tuy nhiên, nhiệm vụ xúc tiến cho du lịch đang còn chưa phát triển mạnh về chương trình, nội dung và hiệu quả của xúc tiến cho phát triển du lịch, đặc biệt là tìm kiếm thị trường khách du lịch quốc tế. Khách lưu trú quốc tế chiếm từ 0,2% - 0,25% trên tổng lượt khách lưu trú cả tỉnh.

---

(7) Dự án phát triển Khu du lịch quốc gia núi Bà Đen Tây Ninh, Dự án xây dựng Khu công viên du lịch sinh thái Bến Trường Đôi, Dự án Khu du lịch sinh thái Vườn Quốc Gia Lò Gò - Xa Mát, Dự án Khu du lịch đập Tha La, Dự án Khu du lịch truyền thống Dương Minh Châu, Dự án đầu tư, phát triển du lịch tại Khu vực Hồ Dầu Tiếng, Dự án Trung tâm tái hiện Di tích lịch sử cách mạng miền Nam tại Bời Lời, Dự án sân golf kết hợp khu nghỉ dưỡng hữu nghị giữa Việt Nam-Campuchia

[8] Năm 2018, tỉnh có 01 khách sạn Sunrise được công nhận hạng 3 sao

Đối với các doanh nghiệp, xúc tiến quảng bá chung về du lịch vẫn chưa gắn liền với phát triển kinh doanh và chưa mang lại lợi ích thiết thực cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch nên đóng góp và tham gia của các doanh nghiệp trên địa bàn còn hạn chế. Một trong những nguyên nhân do nội dung xúc tiến, quảng bá chưa bắt nhịp với lợi ích doanh nghiệp và yêu cầu phát triển kinh doanh; hiệu quả cụ thể của chương trình xúc tiến, chi phí đầu tư chưa rõ nét trong vấn đề tìm kiếm được thị trường khách, về số lượng khách, về thu hút nhà đầu tư cho du lịch... Vì vậy, cần phải đầu tư cho nguồn nhân lực lĩnh vực xúc tiến du lịch có đủ trình độ chuyên môn giỏi ngoại ngữ, am hiểu về nghiệp vụ du lịch, có trình độ chuyên môn về thị trường và nhạy bén về tìm kiếm nguồn thị trường du lịch cho các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn

Kinh phí hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch

Đơn vị tính: triệu đồng

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Kinh phí phê duyệt	537	1.165	493	368	3.513	821	5.119
Số hoạt động xúc tiến	5	8	4	7	10	8	10

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Tỉnh đã thành lập Hiệp hội Du lịch để cùng phối hợp và gắn kết, cùng chung tiếng nói và đẩy mạnh liên kết xúc tiến, quảng bá với các đơn vị khác và các thị trường khác nhau về du lịch Tây Ninh, đồng thời xã hội hóa hay khuyến khích các cách doanh nghiệp tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch chung và riêng cho doanh nghiệp.

Qua tra cứu trên các trang cung cấp các tour du lịch có uy tín thì từ khóa liên quan đến Tây Ninh gần như không có. Không có trang WEB quảng bá riêng cho lĩnh vực này. Không có những ứng dụng di động hỗ trợ người dân tra cứu. Một số điểm du lịch sóng di động yếu (chỉ có Viettel, còn Vinaphone, Mobiphone yếu). Trong thời gian diễn ra Hội Xuân núi Bà hằng năm khi lượng du khách tăng đột biến thì gần như tê liệt.

PHẦN III. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

I. TÓM TẮT CỤM NGÀNH DU LỊCH TÂY NINH

Tài nguyên du lịch tại Tây Ninh rất phong phú, độc đáo và còn một số điểm đến còn hoang sơ, trong khi đó các tài nguyên tự nhiên, nhân văn, văn hóa, lịch sử, tôn giáo vô cùng đặc sắc và mang tính bản địa cao. Núi Bà Đen được nhận diện như một tài nguyên du lịch độc đáo riêng có của Tây Ninh tại Việt Nam. Cùng với đó là các điểm nhấn tài nguyên du lịch khác như Tòa thánh Cao Đài, Trung ương cục miền Nam, Hồ Dầu Tiếng, VQG Lò Gò - Xa Mát, các tài nguyên lễ hội như Hội Xuân núi Bà, các lễ hội của tôn giáo Cao Đài, ẩm thực bánh tráng phơi sương Trảng Bàng, … Tuy nhiên mức độ đầu tư, "mài giũa" nhằm làm nổi bật và tăng giá trị các tài nguyên này đến nay vẫn còn khá hạn chế. Việc có quá nhiều tài nguyên cũng khiến cho việc lựa chọn và ra quyết định đầu tư vào tài nguyên nào cũng trở nên thách thức, dễ dẫn đến manh mún, dàn trải trong phân bổ nguồn lực.

Trong nhiều năm qua, du khách đã biết đến du lịch Tây Ninh với núi Bà Đen đặc biệt là lễ hội Xuân núi Bà vào tháng Giêng âm lịch, lễ hội Yến Diêu Trì Cung vào Rằm tháng Tám âm lịch của tôn giáo Cao Đài với thị trường truyền thống là khách du lịch nội địa và Tòa thánh Cao Đài với thị trường khách du lịch quốc tế và nội địa. Khách có những nhận biết về Tây Ninh với tư cách là một điểm đến hấp dẫn và khách du lịch quay lại Tây Ninh với 02 lễ hội trên. Tuy nhiên, số lượng khách đến với Hội Xuân núi Bà là khách hành hương, khách nội địa nên mức chi tiêu rất thấp, Khách đến Tòa thánh Cao Đài Tây Ninh là khách quốc tế nhưng không có dịch vụ vui chơi giải trí, ăn uống mua sắm nên khách chi tiêu rất ít, thậm chí không chi tiêu khi đi tour du lịch này.Vì thế, giá trị thu được từ du khách đến cũng không cao, đó cũng là điểm yếu của du lịch Tây Ninh, số lượng khách thì cao nhưng doanh thu rất thấp, nên khó có đóng góp quan trọng cho ngành du lịch Tây Ninh. Một trong những thách thức đặt ra đối với Tây Ninh. là đảm bảo tính bền vững của ngành du lịch một khi lượng du khách tăng nhanh. Trong bối cảnh đó, năng lực quản lý phải thích ứng với sự tăng trưởng của ngành.

Một trong những điểm yếu lớn nhất của du lịch Tây Ninh là tính mùa vụ. Mùa cao điểm du lịch của Tây Ninh chủ yếu tập trung vào một khoảng thời gian nhất định vào tháng Giêng âm lịch và Rằm tháng Tám âm lịch hàng năm, dẫn đến khó khăn trong

thu hút đầu tư và quản lý du lịch. Các sản phẩm và tài nguyên du lịch khác còn hoang sơ hoặc chưa đủ hấp dẫn để phá vỡ hạn chế từ tính mùa vụ. Kết quả là các điểm lưu trú thường không đủ đáp ứng vào những đợt cao điểm nhưng lại thừa công suất rất nhiều vào những mùa thấp điểm.

Chất lượng cơ sở lưu trú nhìn chung còn thấp, chỉ có một cơ sở lưu trú có chất lượng 3 sao và tập trung chủ yếu ở thành phố Tây Ninh, trong khi tại các điểm đến khác ngoài thành phố Tây Ninh thì rất hạn chế. Năng lực và chất lượng phục vụ của các cơ sở lưu trú cũng còn hạn chế, cả về cơ sở vật chất lẫn nhân lực. Các nhà hàng, quán ăn ở Tây Ninh cũng chỉ tập trung ở một số trung tâm thành phố Tây Ninh và khu đông dân cư. Việc tìm kiếm các quán ăn không phải lúc nào cũng thuận lợi và có thể tiếp cận. Trừ một số nhà hàng, quán ăn có số lượng và chất lượng lượng món ăn và năng lực phục vụ khá như các quán ăn đặc sản bánh tráng phơi sương, bánh canh Trảng Bàng phục vụ khách du lịch và một số quán ăn lớn ở thành phố Tây Ninh, phần lớn các quán ăn còn lại vẫn còn hạn chế, chủ yếu đáp ứng nhu cầu ăn uống của người dân địa phương chứ chưa thực sự hướng đến nhu cầu ẩm thực của du khách. Ngoài ra, vấn đề nguồn gốc và vệ sinh an toàn thực phẩm cũng được du khách quan tâm khi đến các quán ăn nhỏ ở địa phương.

Thời gian lưu trú trung bình của du khách đến Tây Ninh khá thấp. Việc lưu trú chủ yếu khách thương mại, khách hội nghị, khách thăm thân thì khách phải tạm lưu trú qua đêm ở Tây Ninh, không do nhu cầu ở lại để thưởng ngoạn và vui chơi, khám phá các tài nguyên du lịch. Số lượng lớn khách đến Tây Ninh và quay về trong ngày hoặc quay về thành phố Hồ Chí Minh để vui chơi giải trí về đêm, vì Tây Ninh thiếu vắng các dịch vụ vui chơi giải trí, đồng thời từ Tây Ninh về thành phố Hồ Chí Minh chỉ mất khoảng 02 giờ.

Doanh thu từ du lịch vẫn còn khá thấp so với yêu cầu. Mặc dù lượng du khách đến Tây Ninh hơn 2,6 triệu lượt, chủ yếu khách đến để hành hương và mang theo thức ăn, đồ uống, Tây Ninh lại thiếu vắng nhiều dịch vụ, sản phẩm để du khách có thể chi tiêu. Có nhiều nguyên nhân, một là từ phía du khách, tức đối tượng du khách có thu nhập và năng lực chi trả thấp, hai là từ phía địa phương, tức thiếu các dịch vụ và sản phẩm hấp dẫn du khách. Tây Ninh có nhiều sản vật phong phú, đa dạng nhưng tính

thương mại hóa khá thấp, hình thức và thiết kế sản phẩm chưa phù hợp với nhu cầu của du khách nên chưa kích thích nhu cầu chi tiêu của du khách.

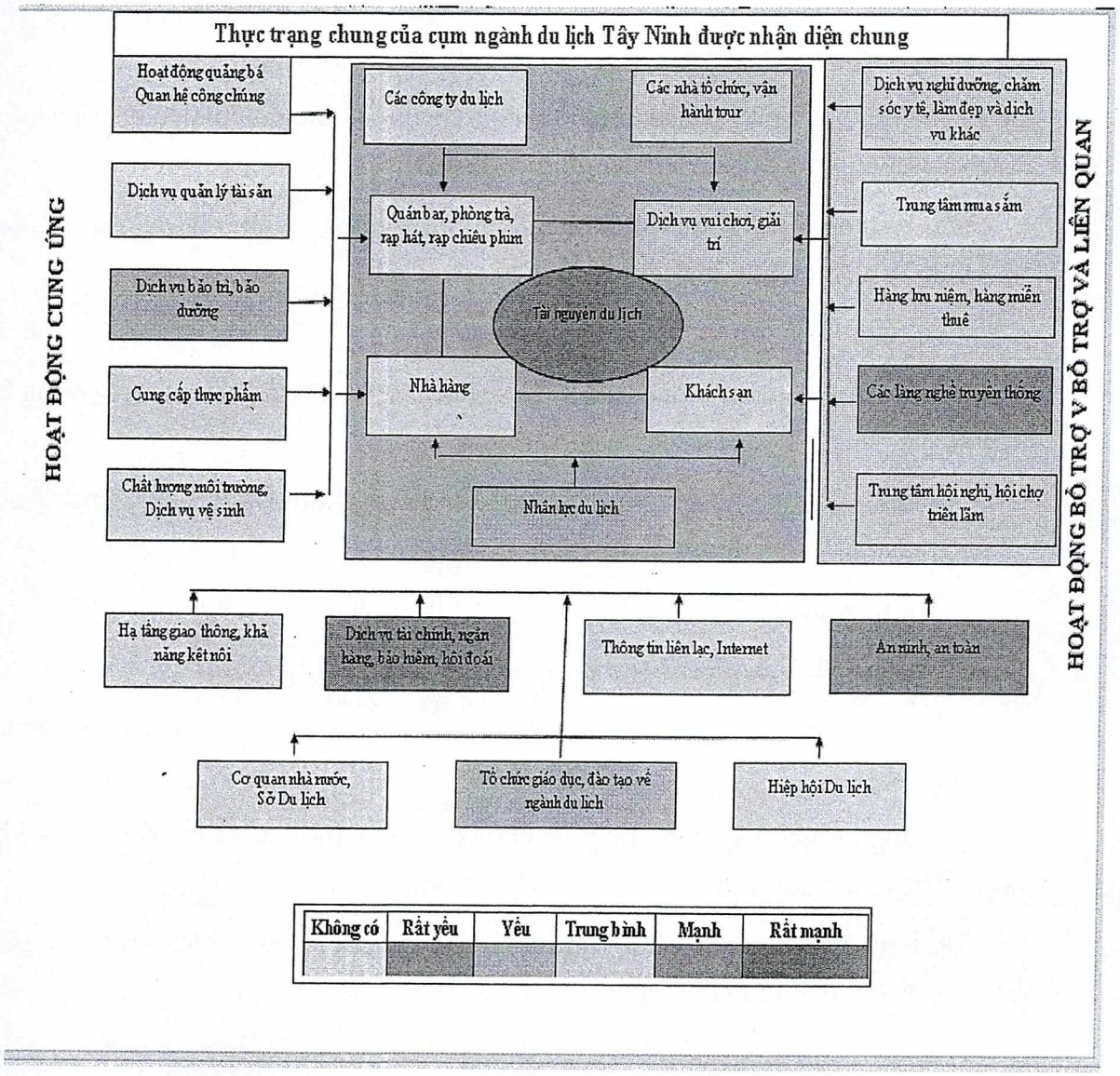
Nhân lực du lịch ở Tây Ninh còn thiếu và yếu về trình độ nghiệp vụ lẫn kỹ năng. Đặc biệt trình độ ngoại ngữ hạn chế. Trong tương lai du khách quốc tế tăng tại điểm tham quan Tòa thánh Cao Đài Tây Ninh, Núi Bà Đen và qua các cửa khẩu quốc tế, việc đội ngũ nhân lực thiếu kỹ năng ngoại ngữ sẽ là một điểm nghẽn lớn để thu hút du khách. Nâng cao kỹ năng nghiệp vụ đã khó, đào tạo ngoại ngữ cho nhân lực cũng không hề dễ dàng, đặc biệt là trong ngắn hạn. Du lịch có tính mùa vụ do vậy, việc làm thường không ổn định, thu nhập không cao dẫn đến việc tuyển dụng và giữ chân nhân viên trong ngành cũng gặp nhiều khó khăn. Thu nhập từ hoạt động du lịch cũng chưa cao và không ổn định, chưa tạo động lực cho học sinh lựa chọn theo học ngành du lịch và làm việc trong ngành du lịch.

Hoạt động quản lý phát triển ngành du lịch còn chồng chéo về chức năng, nhiệm vụ giữa các sở, ngành và chính quyền cấp huyện, thành phố; dẫn đến tình trạng thiếu thống nhất và không hiệu quả. Có quá nhiều đầu mối quản lý và chịu trách nhiệm phân bổ nguồn lực khiến cho trách nhiệm giải trình mờ nhạt, nguồn lực lãng phí, chưa hiệu quả.

Trong những năm qua, ngành du lịch Tây Ninh đã có nhiều hoạt động quảng bá cho ngành du lịch địa phương và bước đầu đã mang lại kết quả. Dần dần, hình ảnh Tây Ninh xuất hiện nhiều hơn trên bản đồ du lịch Việt Nam. Tuy nhiên, thách thức để thu hút du khách quay trở lại hay giá trị du lịch thực tế chưa có nhiều sản phẩm du lịch, không tương xứng với kỳ vọng của du khách có thể khiến cho hình ảnh du lịch của Tây Ninh vẫn là khách hành hương, hàng năm chỉ đến vào dịp hội xuân núi Bà và lễ hội tôn giáo Cao Đài.

Nguồn lực đầu tư của nhà nước cho ngành du lịch còn hạn chế do điều kiện ngân sách khó khăn, trong khi khả năng thu hút vốn đầu tư tư nhân cũng gặp rất nhiều trở ngại. Vị trí, điều kiện đi lại tương đối thuận lợi, nhiều tài nguyên còn hoang sơ. Đến nay, đã có nhà đầu tư chiến lược đến với Tây Ninh và đóng vai trò dẫn dắt các nhà đầu tư khác nhập đàn. Sự đầu tư của của nhà đầu tư chiến lược đến núi Bà Đen Tây Ninh, chắc chắn sẽ thu hút được khách quốc tế, khách hạng sang, bỏ tính mùa vụ, đồng thời

sẽ thu hút được nhà đầu tư khác trong phát triển sản phẩm du lịch khác của Tây Ninh.



II. QUY TRÌNH CHẨN TRỊ CHO NGÀNH DU LỊCH TÂY NINH

Quy trình chẩn trị cho ngành du lịch Tây Ninh

➡ **Đóng góp không cao vào phát triển kinh tế địa phương:**

- Chất lượng và dịch vụ hạ tầng du lịch trung bình, không hấp dẫn du khách tiềm năng, chưa làm hài lòng khách du lịch đã đến

- Dịch vụ và hạ tầng du lịch không đáp ứng yêu cầu, thậm chí nhiều chỗ đang xuống cấp chưa đầu tư đổi mới.

- Đầu tư của nhà nước và tư nhân không đủ

- Mức độ tập trung cao của ngành du lịch nhưng sự tham gia của cộng đồng hạn chế

- Quy mô và lượng khách tăng đều qua hàng năm nhưng chất lượng khách chưa cao chủ yếu là khách nội địa đi hành hương

- Ngân sách dành cho marketing và quảng bá du lịch còn thấp

➡ **Lĩnh vực du lịch phát triển chưa tương xứng với tiềm năng**

- Hạ tầng giao thông chưa thực sự thuận lợi, hạ tầng du lịch cũng chưa được đầu tư tương xứng.

- Hạ tầng du lịch vẫn còn nhiều hạn chế chưa tạo được nền tảng để làm nổi bật và phát huy các giá trị tài nguyên du lịch hiện có.

- Tài nguyên du lịch đã được định hình nhưng định hướng chiến lược không rõ ràng và cách làm không phù hợp.

- Tính chất đơn điệu của điểm đến, không có nhiều sản phẩm dịch vụ du lịch độc đáo, khác biệt với địa phương lân cận, để đáp ứng và hấp dẫn du khách.

> ***Thiếu vắng các nền tảng hỗ trợ cho ngành du lịch Tây Ninh***

- Môi trường hoạt động kinh doanh có trở ngại.

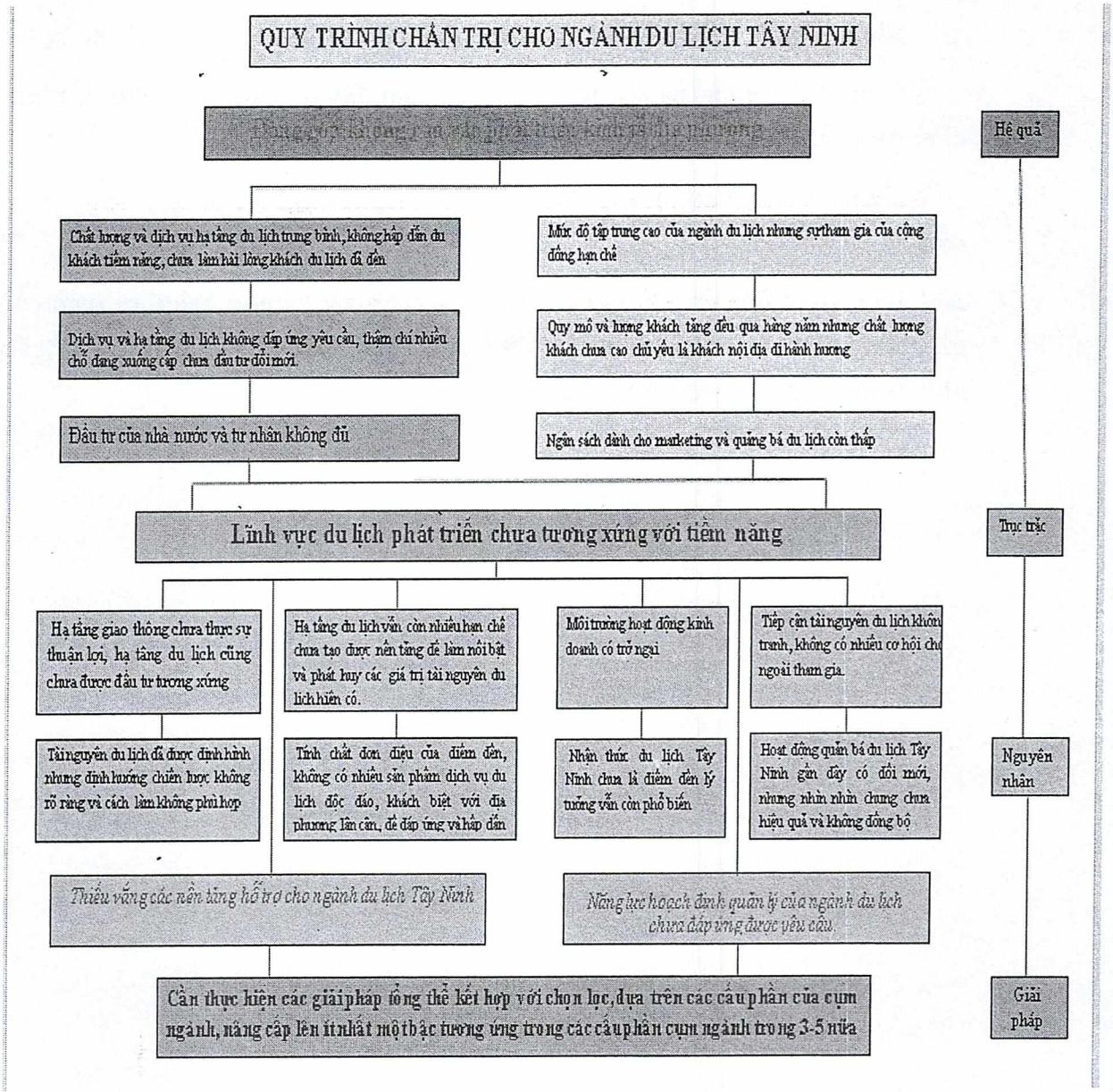
- Tiếp cận tài nguyên du lịch không cạnh tranh, không có nhiều cơ hội cho nước ngoài tham gia.

- Nhận thức du lịch Tây Ninh chưa là điểm đến lý tưởng vẫn còn phổ biến.

- Hoạt động quản bá du lịch Tây Ninh gần đây có đổi mới, nhưng nhìn nhìn chung chưa hiệu quả và không đồng bộ.

> Năng lực hoạch định quản lý của ngành du lịch chưa đáp ứng được yêu cầu.

➡Cần thực hiện các giải pháp tổng thể kết hợp với chọn lọc, dựa trên các cấu phần của cụm ngành, nâng cấp lên ít nhất một bậc tương ứng trong các cấu phần cụm ngành trong 3-5 nữa.


QUY TRÌNH CHẨN TRỊ CHO NGÀNH DU LỊCH TÂY NINH
Hệ quả
Chất lượng và dịch vụ hạ tầng du lịch trung bình, không hấp dẫn du khách tiềm năng, chưa làm hài lòng khách du lịch đã đến
Mức độ tập trung cao của ngành du lịch nhưng sự tham gia của cộng đồng hạn chế
Dịch vụ và hạ tầng du lịch không đáp ứng yêu cầu, thậm chí nhiều chỗ đang xuống cấp chưa đầu tư đổi mới.
Quy mô và lượng khách tăng đều qua hàng năm nhưng chất lượng khách chưa cao chủ yếu là khách nội địa đi hành hương
Đầu tư của nhà nước và tư nhân không đủ
Ngân sách dành cho marketing và quảng bá du lịch còn thấp
Lĩnh vực du lịch phát triển chưa tương xứng với tiềm năng
Trực trặc
Hạ tầng giao thông chưa thực sự thuận lợi, hạ tầng du lịch cũng chưa được đầu tư tương xứng
Hạ tầng du lịch vẫn còn nhiều hạn chế chưa tạo được nền tảng để làm nổi bật và phát huy các giá trị tài nguyên du lịch hiện có.
Môi trường hoạt động kinh doanh có trở ngại
Tiếp cận tài nguyên du lịch khôn tranh, không có nhiều cơ hội cho ngoài tham gia.
Tài nguyên du lịch đã được định hình nhưng định hướng chiến lược không rõ ràng và cách làm không phù hợp
Tính chất đơn điệu của điểm đến, không có nhiều sản phẩm dịch vụ du lịch độc đáo, khách biệt với địa phương lân cận, để đáp ứng và hấp dẫn
Nhận thức du lịch Tây Ninh chưa là điểm đến lý tưởng vẫn còn phổ biến
Hoạt động quản bá du lịch Tây Ninh gần đây có đổi mới, nhưng nhìn nhìn chung chưa hiệu quả và không đồng bộ
Nguyên nhân
Thiếu vắng các nền tảng hỗ trợ cho ngành du lịch Tây Ninh
Năng lực hoạch định quản lý của ngành du lịch chưa đáp ứng được yêu cầu
Cần thực hiện các giải pháp tổng thể kết hợp với chọn lọc, dựa trên các cấu phần của cụm ngành, nâng cấp lên ít nhất một bậc tương ứng trong các cấu phần cụm ngành trong 3-5 nữa
Giải pháp

III. CÁC KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

Dưới đây là một số hướng khuyến nghị chính cần được nghiên cứu chi tiết để triển khai thành chương trình hành động cụ thể:

1. Mục tiêu

1.1. Mục tiêu chung

- Nâng cao chuỗi giá trị, tăng tỷ trọng du lịch trong GRDP của tỉnh, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh; có tính chuyên nghiệp, có hệ thống có cơ sở kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, có sức cạnh tranh cao; đến năm 2025 du lịch trở thành ngành tế quan trọng và đến năm 2030 trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương.

- Đầu tư, phát triển Khu du lịch quốc gia núi Bà Đen thành khu du lịch đặc sắc, mang tầm cỡ quốc tế, giữ vai trò trung tâm, có sức lan tỏa lớn, dẫn dắt phát triển du lịch của tỉnh.

- Phát triển và kết nối đồng bộ Khu du lịch quốc gia núi Bà Đen, Tòa Thánh Cao Đài Tây Ninh, Hồ Dầu Tiếng và Di tích quốc gia đặc biệt Căn cứ Trung ương Cục miền Nam trở thành điểm đến, sản phẩm du lịch hấp dẫn, đặc sắc mang đậm nét đặc trưng riêng có của du lịch địa phương.

- Phát triển thành phố Tây Ninh thành đô thị du lịch xanh, sinh thái, là trung tâm vui chơi, giải trí, mua sắm cho khách du lịch.

- Xây dựng chiến lược marketing chuyên nghiệp, hiệu quả; kết nối đồng bộ các tuyến, tour du lịch trong và ngoài nước, đưa Tây Ninh trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn du khách trong và ngoài nước.

1.2. Các chỉ tiêu cơ bản

- Phấn đấu đến 2025: Tốc độ tăng trưởng doanh thu du lịch tăng bình quân hằng năm từ 17%/năm trở lên. Tổng doanh thu từ khách du lịch đạt từ 2.000 tỷ đồng. Thu nhập du lịch (GDP du lịch) đạt từ 1.500 tỷ đồng trở lên.

- Đến năm 2025, đón khoảng 4 triệu lượt khách tham quan.

- Khách lưu trú tăng bình quân từ 15 – 16% trở lên, trong đó khách quốc tế tăng 15%, khách nội địa tăng 16% và khách tham quan tăng 15%.

- Ngày lưu trú đối với khách du lịch quốc tế đạt bình quân 2,00 ngày/khách, khách du lịch nội địa là 1,60 ngày/khách.

- Đến năm 2025 phát triển trên 4 khách sạn đạt tiêu chuẩn từ 4-5 sao trở lên.

- Giải quyết khoảng 7.400 lao động làm việc có liên quan đến ngành du lịch trong đó lao động trực tiếp khoảng 2.500 người, lao động gián tiếp của xã hội khoảng 4.800 người.

- Phấn đấu đến năm 2035, du lịch Tây Ninh thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp trên 11% GRDP, thúc đẩy mạnh mẽ cho sự phát triển các ngành, lĩnh vực khác.

2. Nhiệm vụ giải pháp phát triển du lịch

1.1. Giải pháp về vốn đầu tư phát triển du lịch.

Giải pháp này tập trung vào giải quyết 02 vấn đề chính là vốn và nguồn vốn đầu tư. Về nguồn vốn có thể huy động từ nguồn ngân sách nhà nước của trung ương, địa phương và từ khu vực tư nhân

. Các giải pháp cụ thể sau:

- Tăng số lượng vốn và nguồn vốn từ ngân sách nhà nước cho phát triển du lịch Tây Ninh, cơ cấu vốn khoảng 10-12% trong tổng vốn đầu tư cho du lịch. Nguồn vốn từ ngân sách nhà nước đầu tư vào cơ sở hạ tầng để phát triển du lịch gồm nguồn vốn hỗ trợ từ Trung ương, nguồn vốn từ địa phương, nguồn phí, lệ phí.

- Giải pháp huy động các nguồn vốn đầu tư cho phát triển du lịch.

Thực hiện các chính sách ưu đãi hợp lý để huy động nguồn vốn đầu tư từ tư nhân, doanh nghiệp trong và ngoài nước để đảm bảo đủ nguồn vốn với cơ cấu 88-90% vốn đầu tư từ khu vực tư nhân.

+ Kết hợp nhiều chính sách ưu tiên đầu tư để huy động nguồn vốn từ xã hội cho du lịch thông qua xã hội hóa đầu tư trong du lịch.

+ Xây dựng chiến lược về đầu tư, đa dạng loại hình đầu tư và hình thức đầu tư để thu hút vốn đầu tư vào các khu du lịch, đặc biệt là đầu tư cho cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cho các khu, điểm du lịch quốc gia núi Bà Đen, Trung ương cục miền Nam. Xây dựng cơ chế huy động vốn đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng các khu, điểm du lịch theo hướng đấu giá quyền sử dụng đất; phát hành trái phiếu; hình thức BOT, PPP trong việc đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch gắn với các cơ sở dịch vụ kinh doanh du lịch; điều tiết các khoản thu ngân sách của địa phương trong việc đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch; cơ chế về việc sử dụng các ưu đãi đầu tư (tín dụng phát triển, thuế..) để phát triển các khu, điểm du lịch quốc gia; các khu, điểm du lịch thuộc địa bàn khó khăn...

+ Mời gọi các nhà đầu tư và nhà đầu tư lựa chọn đầu tư trọn gói hoặc từng phần trong các dự án cụ thể.

- Đẩy mạnh xúc tiến, thu hút và có cơ chế, chính sách ưu đãi để thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI).

- Xã hội hóa nguồn vốn đầu tư, đóng góp của nhân dân, cộng đồng của người Việt ở nước ngoài vào các hoạt động xúc tiến quảng bá hình ảnh Việt Nam.

- Ngành du lịch làm tham mưu cho tỉnh tranh thủ các nguồn vốn từ các tổ chức phi chính phủ (NGO) về phát triển cộng đồng, các tổ chức quốc tế như UNICEF, JICA, FAO, các ngân hàng quốc tế WB, ADB, UNCN… về các chương trình xóa đói giảm nghèo, giải quyết công ăn việc làm gắn liền với phát triển du lịch, chương trình du lịch cộng đồng, chương trình phát triển nông thôn các khu vực biên giới, chương trình nâng cao năng lực nghề và bảo vệ môi trường, chương trình bảo tồn giá trị di sản…

1.2. Giải pháp về cơ chế chính sách phát triển du lịch

Cơ chế, chính sách đầu tư phát triển du lịch

Tập trung đầu tư hạ tầng đến các khu, điểm du lịch quốc gia như khu du lịch quốc gia núi Bà Đen, điểm du lịch quốc gia đặc biệt Trung ương Cục, các khu du lịch có ý nghĩa đối với phát triển du lịch Tây Ninh VQG Gò Lò - Xa Mát…đầu tư hạ tầng giao thông liên kết giữa các khu, điểm du lịch, phát triển thêm các dịch vụ du lịch tại các khu, điểm này.

Đối với những khu vực đã xác định phát triển du lịch, chính quyền cần phải gấp rút thực hiện việc bồi thường, hỗ trợ, tái định cư và giải phóng mặt bằng theo tiến độ để các nhà đầu tư triển khai dự án và hỗ trợ thuê đất ổn định lâu dài đối với các khu, điểm du lịch quốc gia, sản phẩm du lịch tại các khu vực khu du lịch gắn liền với di tích lịch sử, khu du lịch sinh thái tại VQG Lò Gò - Xa Mát, Hồ Dầu Tiếng, ven sông Vàm Cỏ Đông, sông Sài Gòn...

Ưu tiên đầu tư xây dựng các khu, điểm du lịch cấp quốc gia núi Bà Đen, Trung ương cục miền Nam cần tính toán cân nhắc xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng cho từng khu vực với chất lượng cao và mang tính khác biệt với các các khu du lịch khác trên địa bàn cả về kiến trúc, mô hình và loại sản phẩm để cho các khu du lịch trở thành trụ cột cho việc phát triển du lịch và mang thương hiệu của du lịch tỉnh Tây Ninh.

Hỗ trợ nhà đầu tư phát triển khu du lịch quốc gia núi Bà Đen là thương hiệu cho sản phẩm về du lịch tín ngưỡng và tâm linh, nghỉ dưỡng và các dịch vụ vui chơi giải trí theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ;

Điểm du lịch quốc gia căn cứ Trung ương Cục là sản phẩm du lịch di tích lịch sử cách mạng, về nhu cầu đầu tư cho cơ sở hạ tầng có thể yêu cầu nguồn ngân sách của nhà nước ưu tiên kinh phí thông qua chương trình quốc gia về đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch. Vì vậy, đối với các khu du lịch cần gấp rút nghiên cứu, xây dựng quy hoạch phân khu và quy hoạch chi tiết để trình Chính phủ phê duyệt phục vụ cho công tác kêu gọi nguồn đầu tư vào khu vực này. VQG Lò Gò - Xa Mát là sản phẩm du lịch sinh thái.

Đầu tư xây dựng một số cơ sở lưu trú cao cấp. Hiện nay, cơ sở lưu trú có chất lượng cao trên địa bàn còn hạn chế, thiếu cơ sở lưu trú có chất lượng cao để cạnh tranh thị trường khách du lịch trong khu vực. Vì vậy, để phát triển du lịch Tây Ninh cần thiết ưu tiên kêu gọi các nhà đầu tư cho lĩnh vực sản phẩm cơ sở lưu trú tại Khu Du lịch quốc gia núi Bà Đen, Khu vực Hồ Dầu Tiếng, thành phố Tây Ninh, huyện Trảng Bàng, huyện Hòa Thành.

Đầu tư phát triển đồng bộ và có chất lượng đối với dịch vụ chơi giải trí để thu hút khách: Hiện nay, các hoạt động vui chơi giải trí, thể thao có chất lượng trên địa bàn còn hạn chế. Cần lựa chọn một số dịch vụ vui chơi giải trí bổ sung tại một số cụm du lịch để ưu tiên đầu tư xây dựng cho khách du lịch nội địa - thị trường khách có nhu cầu cao về

các dịch vụ vui chơi giải trí và thể thao cụ thể: Khu Du lịch núi Bà Đen, khu công viên du lịch sinh thái bến Trường Đổi, mở rộng các loại hình dịch vụ tại khu du lịch Long Điền Sơn, khu du lịch đảo tại hồ Dầu Tiếng...

Đầu tư xây dựng thương hiệu du lịch tỉnh Tây Ninh: Căn cứ vào mức độ thu hút khách hiện nay, du lịch Tây Ninh cần lựa chọn khu du lịch quốc gia núi Bà Đen là thương hiệu cho du lịch Tây Ninh để phục vụ cho công tác xúc tiến, quảng bá trong giai đoạn đến năm 2030, trở thành thương hiệu du lịch của tỉnh, Tây Ninh cần phải hỗ trợ nhà đầu tư, để đẩy nhanh tiến độ thực hiện các dự án tại Khu Du lịch núi Bà và đẩy mạnh công tác công tác quảng bá xúc tiến trong và ngoài nước.

Giai đoạn tiếp theo hoàn thiện di tích lịch sử căn cứ Trung ương Cục miền Nam xây dựng thương hiệu trở thành điểm du lịch quốc gia trong giai đoạn tiếp theo. Tuy nhiên trong giai đoạn 2025-2030, điểm du lịch này cần được quy hoạch chi tiết và tiến hành hoàn thiện cơ sở hạ tầng, các dịch vụ du lịch phục vụ khách du lịch. Lập Bảo tàng sáp cho Trung ương cục miền Nam tại thành phố Tây Ninh giới thiệu cho du khách trước khi đi Trung ương cục miền Nam. Tổ chức lại sinh hoạt, làm việc tại Trung ương cục miền Nam cho khách du lịch trải nghiệm, …

Hồ Dầu Tiếng, đã có chủ trương Bộ Nông Nghiệp Phát triển Nông thôn bổ sung chức năng du lịch, đồng thời bổ sung vào quy hoạch kinh tế xã hội của tỉnh về du lịch sinh thái Hồ Dầu Tiếng, kêu gọi các nhà đầu tư, đầu tư vào Khu Du lịch Hồ Dầu Tiếng.

Áp dụng các biện pháp ưu đãi về thuế, lệ phí, tiền sử dụng đất, cho vay vốn đối với các dự án trọng điểm đã được đề cập.

Cơ chế và chính sách về thuế.

Ưu tiên thuế nhập khẩu với thuế suất bằng thuế suất nhập tư liệu sản xuất đối với các trang thiết bị cơ sở kinh doanh lưu trú, cơ sở vui chơi giải trí và phương tiện vận chuyển khách du lịch, vật tư phục vụ du lịch tại các cơ sở vui chơi giải trí mà trong nước chưa sản xuất được; khuyến khích nhập khẩu dây chuyền công nghệ và các thiết bị sản xuất năng lượng thay thế; công nghệ tiết kiệm năng lượng, nước; tái sử dụng chất thải trong hoạt động du lịch để bảo vệ tài nguyên và môi trường.

Có chế độ hợp lý về thuế, đặc biệt đối với thuế thuê đất đối với những không gian cảnh quan mở rộng. Miễn giảm thuế đối với ngành sản xuất hàng lưu niệm cho khách

tại các làng nghề truyền thống và cho phép kinh doanh du lịch quốc tế được hưởng các chế độ ưu đãi, khuyến khích của các ngành hàng xuất khẩu.

Rà soát, điều chỉnh một số chính sách thuế và tính thuế ở mức thấp nhất đối với hoạt động đầu tư cho du lịch; rà soát các khoản phí, lệ phí, các khoản thu khác để đảm bảo không tăng giá dịch vụ đối với khách du lịch.

Về cơ chế, chính sách về khai thác thị trường du lịch.

Hỗ trợ từ ngân sách đối với các hoạt động nghiên cứu thị trường khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch quốc tế để có căn cứ cho hoạch định chính sách ngắn hạn và dài hạn.

Tăng cường hỗ trợ tài chính và xã hội hoá hoạt động xúc tiến quảng bá, đặc biệt chú trọng xây dựng thương hiệu du lịch Tây Ninh gắn liền với tiềm năng tài nguyên du lịch nổi trội trên địa bàn.

Hoàn thiện cơ chế, chính sách về dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ ngân hàng... tạo môi trường thuận lợi nhất đối với khách du lịch quốc tế do công ty lữ hành du lịch trên địa bàn khai thác.

Tỉnh làm việc với các ngành có liên quan, đặc biệt là ngành giao thông hàng không, tàu hỏa, tàu thủy… có chính sách giá ưu đãi cho các công ty du lịch lữ hành trên địa bàn Tây Ninh.

Chính sách xuất nhập cảnh, hải quan.

Tiếp tục cải tiến các thủ tục xuất nhập cảnh để tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho khách du lịch xuất nhập cảnh qua cửa khẩu quốc tế tại Mộc Bài, Xa Mát

Mở thêm các dịch vụ thuận tiện cho khách du lịch tại các cửa khẩu quốc tế như thu đổi ngoại tệ, cửa hàng miễn thuế, trung tâm hướng dẫn và cung cấp thông tin du lịch tại 02 cửa khẩu quốc tế...

Chính sách xã hội hóa du lịch.

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 và đào tạo nguồn nhân lực du lịch.

Xã hội hóa trong việc cung cấp sản phẩm du lịch có chất lượng cao hơn các công ty du lịch tại các khu du lịch.

Chính sách phát triển du lịch gắn với bảo tồn và phát triển bền vững

Tiến hành nghiên cứu và đề xuất với nhà nước đối với các dự án phát triển du lịch sinh thái, du lịch lịch sử cách mạng có chính sách ưu đãi ở mức cao nhất theo quy định của Nhà nước tại thời điểm thực hiện dự án về thuê đất, các loại thuế thu nhập doanh nghiệp…

Khuyến khích phát triển các loại hình du lịch cộng đồng tại các cụm du lịch Lò Gò - Xa Mát, trên hồ Dầu Tiếng, làng nghề truyền thống bánh canh, bánh tráng phơi sương Trảng Bàng, mây tre đan, nuôi trồng sinh vật cảnh, mãng cầu Bà Đen, hòa nhập với tín đồ tôn giáo Cao Đài, du lịch miệt vườn, phát triển loại hình lưu trú homestay,… với các nguồn tín dụng ưu đãi về lãi suất cho mục đích phát triển các dịch vụ du lịch; hỗ trợ đào tạo năng lực tổ chức và kinh doanh du lịch; hỗ trợ về hạ tầng du lịch ở các điểm du lịch cộng đồng.

Khuyến khích các nguồn thu từ các doanh nghiệp du lịch đóng góp một phần từ thu nhập du lịch cho hoạt động bảo tồn, tôn tạo các giá trị về sinh thái, văn hoá vật thể và phi vật thể và cải thiện điều kiện dân sinh.

Khuyến khích xã hội hóa trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch.

1.3. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực.

- Đối với cơ quan quản lý nhà nước: Để góp phần nâng cao năng lực quản lý du lịch trên địa bàn cần phải tiêu chuẩn hóa nhân sự gắn liền với công việc và nhiệm vụ thực hiện của từng chức danh cán bộ, cụ thể:

+ Xác định chức năng nhiệm vụ đơn vị quản lý, dự kiến nhân sự cho từng công việc. Lựa chọn trình độ chuyên môn phù hợp và tuyển chọn thi tuyển theo quy định.

+ Yêu cầu cán bộ quản lý có trình độ tối thiểu là đại học chuyên ngành theo lĩnh vực phân công.

+ Phối hợp với các đơn vị đào tạo và ngành du lịch tăng cường bồi dưỡng, tập huấn định kỳ để nâng cao trình độ chuyên ngành và ngoại ngữ.

- Đối với các đơn vị kinh doanh du lịch:

+ Đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực, chú trọng đến kỹ năng, thái độ và ngoại ngữ cho đội ngũ nhân viên phục vụ khách du lịch; (đội ngũ làm du lịch phải thật giỏi tiếng Anh, vì ngôn ngữ này đóng vai trò rất quan trọng trong ngành du lịch, cần có câu lạc bộ tiếng Anh tại Tây Ninh).

+ Nâng cao năng lực cho lao động các doanh nghiệp là yếu tố sống còn đối với chất lượng sản phẩm du lịch trong giai đoạn tới, định hướng phát triển nguồn nhân lực du lịch trong giai đoạn mới là:

+ Cơ quan quản lý phối hợp với doanh nghiệp lựa chọn một hoặc hai công ty kinh doanh du lịch lữ hành có điều kiện nhất trên địa bàn, có khả năng khai thác thị trường, thu hút khách du lịch để tập trung, trước mắt ưu tiên nhân sự, hỗ trợ vốn thông qua các chương trình xúc tiến để vực dậy hoạt động kinh doanh lữ hành thu hút khách du lịch để làm xương sống cho phát triển du lịch của tỉnh; thu hút lực lượng lao động có trình độ về làm công tác thị trường du lịch để xây dựng thị trường tiềm năng mang tính bền vững du lịch; đồng thời phối hợp với các cơ sở đào tạo lựa chọn nhân sự có trình độ chuyên môn, giỏi ngoại ngữ bổ sung nhân lực cho đơn vị lữ hành này.

- Đối với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch khác: Cần có chính sách thu hút lao động có trình độ tay nghề cao, nghệ nhân để tạo nên sản phẩm du lịch mang tính thương hiệu cho du lịch tỉnh Tây Ninh. Cơ quan quản lý tỉnh phối hợp với các doanh nghiệp đầu tư mở các lớp đào tạo nghề và nghiệp vụ nghề cho các doanh nghiệp để tạo ra mặt bằng chất lượng sản phẩm trên địa bàn. Đối với các đơn vị kinh doanh du lịch mới cần xây dựng tiêu chuẩn hóa nghiệp vụ kinh doanh cho các ngành nghề và thực hiện tiêu chuẩn hóa nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp mới.

- Đối với cộng đồng dân cư tại các vùng du lịch và khu du lịch: Nói chung, trình độ dân trí và nhận thức về du lịch, kinh doanh, tay nghề và kiến thức về bảo vệ tài nguyên, môi trường của cộng đồng dân cư tại các khu vực phát triển du lịch còn thấp. Vì vậy, yêu cầu bức thiết nâng cao trình độ dân trí và đào tạo kỹ năng nghề cho cộng đồng dân cư trên địa bàn. Để mang lại hiệu quả thiết thực cần phải phân loại năng lực của cộng đồng từng vùng, khu du lịch cụ thể, xem xét mục đích phát triển du lịch và các vấn đề xã hội khác để xây dựng phương án đào tạo. Các hình thức đào tạo nguồn nhân

lực cho cộng đồng phải uyển chuyển và linh hoạt tùy theo điều kiện về cuộc sống và sinh hoạt của người dân như tập trung hay không tập trung theo lớp, giáo trình hay là tài liệu truyền tay, ấn phẩm quảng cáo...Hằng năm tranh thủ từ nguồn vốn hỗ trợ có mục tiêu về đào tạo nghề cho lao động nông thôn, mở các lớp đào tạo nghề làm du lịch cho cộng đồng dân cư.

- Phối hợp, tạo điều kiện về cơ chế, chính sách hỗ trợ Nhà đầu tư tại Khu Du lịch Quốc gia Núi Bà Đen mở trường đào tạo nguồn nhân lực du lịch, tổ chức hợp tác liên kết đào tạo nguồn nhân lực tại Tây Ninh phù hợp với nhu cầu lao động phát triển du lịch, và cam kết sẽ tiếp nhận, tuyển dụng các ứng viên từ các nguồn đào tạo về du lịch đến để thực tập và làm việc tại các Khu nghỉ dưỡng; Khu vui chơi giải trí của Nhà Đầu tư từ các địa phương khác như Đà nẵng; Bà Nà hills; Sapa ; Hạ Long … Đặc biệt là Khu DL quốc gia Núi Bà Đen Tây Ninh.

1.4. Giải pháp về xúc tiến quảng bá du lịch.

Xây dựng nhân sự và nâng cao năng lực tổ chức bộ máy cho công tác xúc tiến du lịch.

Đẩy mạnh việc hợp tác với Việt Nam Airlines, Tổng Cục Du lịch, thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh trong công tác xúc tiến, quảng bá du lịch Tây Ninh.

Tích cực, chủ động phối hợp với các nhà đầu tư, các doanh nghiệp, đặc biệt là Nhà đầu tư tại Khu Du lịch Quốc gia Núi Bà Đen trong công tác xúc tiến quảng bá du lịch.

Sớm tổng kết, đánh giá hiệu quả xúc tiến du lịch trên địa bàn và huy động nguồn ngân sách cho công tác xúc tiến quảng bá du lịch, xây dựng hình ảnh du lịch Tây Ninh.

Liên kết xúc tiến, quảng bá với các đơn vị khác và các thị trường khác nhau về du lịch Tây Ninh, đồng thời xã hội hóa hay khuyến khích các cách doanh nghiệp tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch chung và riêng cho doanh nghiệp

Mục tiêu của giải pháp là tạo ra hình ảnh mới về tiềm năng du lịch, môi trường kinh doanh du lịch và sản phẩm du lịch có chất lượng đối với thị trường khách du lịch và các nhà đầu tư.

Xúc tiến, quảng bá đối với thị trường khách du lịch: Tây Ninh cần phải xác định thị trường khách du lịch quốc tế là quan tâm hàng đầu cần chú trọng cho công tác xúc tiến quảng bá; thị trường trọng điểm triển khai công tác xúc tiến để thu hút khách du lịch là thị trường du lịch Campuchia, các trung tâm du lịch lớn trong nước như TP.Hồ Chí Minh, Cần Thơ…và chú trọng số khách du lịch là chuyên gia, nhân viên sứ quán, văn phòng đại diện của các tổ chức quốc tế và từng bước thực hiện quảng bá ra thị trường quốc tế, khu vực nơi có tiềm năng khách du lịch như: các nước khu vực ASEAN như Campuchia, Thái Lan, Singapore, Indonesia, Lào, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hồng Kông... Đối với thị trường khách du lịch nội địa, trước mắt vẫn duy trì thị trường khu vực và vùng du lịch, hướng tới tham gia xúc tiến các thị trường khách du lịch nội địa có thu nhập cao, thị trường người dân có xu hướng du lịch tâm linh tín ngưỡng và du lịch cội nguồn như tại khu vực cộng đồng dân cư có thu nhập cao như TP. Hồ Chí Minh, Vũng Tàu, Khánh Hòa, Đà Nẵng, Huế...

Xúc tiến, quảng bá để thu hút nguồn vốn đầu tư đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Chú trọng thu hút các nhà đầu tư vào CSHT phục vụ phát triển du lịch tại các khu du lịch, các dịch vụ có chất lượng cao như khu du lịch cao cấp (Resort), các dịch vụ vui chơi giải trí...

Giải pháp xúc tiến, quảng bá du lịch rất đa dạng như: thông qua các diễn đàn, cuộc hội nghị, hội thảo, hội chợ, triển lãm… trong và ngoài nước. Khuyến khích các doanh nghiệp và cơ quan quản lý tham gia quảng bá sản phẩm du lịch. Thông qua các công ty lữ hành chuyên nghiệp, các doanh nghiệp trong và ngoài nước để giới thiệu, bán và kết nối các chương trình du lịch đến với các khu điểm tài nguyên du lịch trên địa bàn Tây Ninh. Khuyến khích các công ty lữ hành, doanh nghiệp lưu trú liên kết, đặt các văn phòng đại diện, chi nhánh của mình tại các trung tâm du lịch trong và ngoài nước theo quy định của Nhà nước. Đẩy nhanh tiến độ thực hiện Đề án Du lịch thông minh trong công tác quảng bá hình ảnh du lịch Tây Ninh trong và ngoài nước.

Tiến hành phát hành rộng rãi các ấn phẩm giới thiệu về con người, lịch sử văn hoá, cảnh quan và sản phẩm du lịch tỉnh Tây Ninh đối với các thị trường khách trong và ngoài nước. Xây dựng nội dung của trang web quảng bá về tiềm năng và lợi thế phát triển du lịch Tây Ninh. Thông qua phương tiện thông tin đại chúng trong và ngoài nước.

1.5. Tổ chức quản lý quy hoạch và quản lý kinh doanh du lịch.

Công tác quản lý quy hoạch du lịch.

Tổ chức thực hiện quy hoạch và kế hoạch phát triển du lịch ở cơ quan quản lý nhà nước.

Tập trung tổ chức thực hiện quy hoạch chung xây dựng Khu Du lịch quốc gia núi Bà Đen đã được thủ tướng Chính phủ phê duyệt, hỗ trợ nhà đầu tư đẩy nhanh tiến độ thực hiện các dự án chi tiết đã được phê duyệt, tạo ra sản phẩm đưa vào phục vụ khách du lịch. Quy hoạch tổng thể điểm Du lịch quốc gia Trung ương cục miền Nam.

Tổ chức phổ biến các quy hoạch du lịch, nâng cao năng lực cho bộ phận quản lý quy hoạch, tổ chức giám sát nội dung quy hoạch, Quản lý tổng hợp các dự án đầu tư của các ngành khác trong quy hoạch phát triển du lịch.

Quản lý kinh doanh

Đẩy mạnh công tác thanh tra kiểm tra chất lượng các doanh nghiệp cung cấp sản phẩm cho du lịch.

Thời gian qua cơ quan quản lý còn buông lỏng chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp cung cấp cho khách du lịch nên đã ảnh hưởng đến uy tín, mức độ hấp dẫn và thu hút khách du lịch trên địa bàn mà còn gây ra nhàm chán và đơn điệu. Vì vậy, cần quan tâm đến chất lượng tài nguyên du lịch nhằm thỏa mãn, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Nguyên nhân, các doanh nghiệp hoạt động trên lĩnh vực này chưa nhiều cả trong ngành và ngoài ngành du lịch, địa phương lại chưa định hướng phát triển rõ ràng, doanh nghiệp lại chưa chủ động nghiên cứu thị trường để sáng tạo ra sản phẩm.

Vì vậy, đẩy mạnh hoạt động doanh nghiệp lữ hành và doanh nghiệp cung cấp sản phẩm du lịch là cần thiết hơn bao giờ hết đối với du lịch Tây Ninh. Trước mắt, ưu tiên xây dựng, thành lập các doanh nghiệp lữ hành đủ mạnh cả vật chất và năng lực dưới hình thức nhà nước tạo cơ chế chính sách, doanh nghiệp đầu tư xây dựng; có thể liên kết hoặc chấp nhận các doanh nghiệp trong và ngoài nước hoạt động trên địa bàn với các ưu đãi đặc biệt để đảm bảo nguồn khách du lịch.

Nâng cao trình độ quản lý và chuyên môn cho đội ngũ cán bộ quản lý du lịch; đồng thời trang bị nghiệp vụ chuyên ngành và trình độ ngoại ngữ cho cán bộ hoạt động

kinh doanh dịch vụ phục vụ khách du lịch; tăng cường đào tạo nghiệp vụ du lịch, vệ sinh môi trường du lịch, bảo vệ tài nguyên môi trường và phong cách phục vụ cho cộng đồng dân cư nơi có thể phát triển du lịch thuộc đồng bào dân tộc dọc biên giới với Vương Quốc Campuchia.

- Xây dựng và hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu và công tác thống kê về du lịch trên địa bàn.

Do công tác thống kê và xây dựng các chỉ tiêu phát triển du lịch còn bất cập nên số liệu, tài liệu về du lịch giữa các ngành như du lịch với thống kê, du lịch với Tài nguyên và Môi trường, du lịch với các huyện, doanh nghiệp...trên địa bàn không chuẩn và không đầy đủ đã gây khó khăn cho công tác phân tích đánh giá hiện trạng phát triển du lịch và để làm căn cứ xây dựng định hướng. Vì vậy, cần ứng dụng khoa học kỹ thuật công nghệ vào phát triển du lịch, trước mắt cần phải :

- Phối hợp với các Vụ chức năng của Tổng cục Du lịch xây dựng, ban hành hệ thống chỉ tiêu, phương pháp thống kê và đánh giá chuyên ngành du lịch trên địa bàn, tập trung vào hệ thống tài nguyên du lịch, các chỉ tiêu phát triển du lịch.

- Tổ chức tập huấn trong ngành để chuẩn hóa hệ thống thống kê du lịch.

- Phối hợp với các ngành có liên quan như Cục Thống kê, các sở, ban, ngành thống nhất chuẩn hóa chỉ tiêu thống kê du lịch, từng bước hiện đại hóa và thống nhất công tác thống kê du lịch trên địa bàn. Phối hợp Cục Thống kê thực hiện có hiệu quả Đề án Thống kê Du lịch 2019-2021 và các năm tiếp theo đã được UBND tỉnh ban hành.

- Tiến hành đầu tư xây dựng cơ sở dữ liệu ngành du lịch trên địa bàn để phục vụ cho công tác nghiên cứu, hoạch định chính sách, kế hoạch và cho công tác xúc tiến, quảng bá thu hút khách du lịch và kêu gọi nhà đầu tư cho các dự án tại các khu du lịch.

1.6. Giải pháp ứng dụng khoa học công nghệ và hợp tác quốc tế về du lịch.

Xây dựng và tổ chức thực hiện Đề án Du lịch thông minh đạt hiệu quả.

Nâng cao chất lượng trang web của Trung tâm Thông tin, xúc tiến du lịch.

Đẩy mạnh công tác nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, kiến thức đối với các lĩnh vực du lịch, tập trung cho việc phân tích đánh giá tài nguyên, thị trường,

sản phẩm, hiệu quả, các vấn đề môi trường và biến đổi khí hậu có liên quan đến du lịch để làm cơ sở cho việc định hướng phát triển du lịch trong từng giai đoạn.

Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị và ứng dụng hiệu quả vào hoạt động kinh doanh du lịch, đặc biệt chú trọng trang thiết bị cho cơ sở lưu trú, nhà hàng, dịch vụ du lịch đảm bảo tiêu chuẩn và thân thiện với môi trường; trong lĩnh vực xúc tiến quảng bá, đào tạo nguồn nhân lực.

Đào tạo đội ngũ cán bộ, công nhân viên lao động trong du lịch trên địa bàn tỉnh Tây Ninh đảm bảo có năng lực ứng dụng khoa học công nghệ vào trong hoạt động quản lý và kinh doanh du lịch, chú trọng đội ngũ quản lý nhà nước và các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, phổ cập kiến thức chung cho cộng đồng dân cư tại các khu du lịch.

Hợp tác với các tổ chức, cơ quan khoa học trong và ngoài nước về chuyên gia trong một số lĩnh vực, giúp đỡ đào tạo nâng cao trình độ, hỗ trợ kỹ thuật và kinh nghiệm phát triển du lịch, có thể áp dụng hình thức thuê chuyên gia đối với nghiên cứu thị trường và thu hút khách du lịch quốc tế.

Hợp tác quốc tế về phát triển du lịch.

Mở rộng và đa dạng hóa loại hình hợp tác, lĩnh vực hợp tác. Đây là giải pháp tìm kiếm thị trường, tìm kiếm nguồn khách, tìm kiếm vốn đầu tư. Vì vậy, trong điều kiện hiện nay du lịch Tây Ninh cần phải mở rộng hợp tác với các vùng lãnh thổ, các quốc gia khác nhau, bằng dưới các hình thức khác nhau để xây dựng cơ sở điều kiện tốt nhất cho du lịch phát triển du lịch.

Có cơ chế chính sách khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi để có sự tham gia của các ngành khác nhau đối với các lĩnh vực phát triển du lịch như: vốn đầu tư, công tác thị trường, công nghệ, cung cấp lương thực, thực phẩm...

Trước mắt đẩy mạnh công tác lữ hành và thị trường du lịch quốc tế tại thị trường khách du lịch Campuchia thông qua hình thức hợp tác xúc tiến quảng bá trao đổi thông tin giữa 02 bên, phối hợp tổ chức các chương trình, sự kiện của Việt Nam, Tây Ninh trên thị trường du lịch nước bạn; hợp tác đưa đón khách du lịch bằng các hợp đồng kinh doanh du lịch. Hợp tác thông qua đổi mới các thủ tục xuất nhập cảnh, đầu tư, dịch vụ thuận lợi cho khách du lịch khi qua cửa khẩu quốc tế trên địa bàn.

Hợp tác về đầu tư vào sản phẩm du lịch chất lượng cao và chuyển giao công nghệ khoa học kỹ thuật phục vụ cho việc nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch.

Chủ động xây dựng và đề xuất các dự án tài trợ từ các nguồn vốn hợp tác quốc tế, từ các tổ chức quốc tế.

- Hợp tác liên kết vùng.

Hiện nay, nguồn khách du lịch cũng như các điều kiện về vốn, kinh nghiệm, chuyên gia... đối với du lịch Tây Ninh còn hạn chế, nên vấn đề hợp tác liên kết vùng có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển du lịch trên địa bàn trong giai đoạn phát triển mới. Cụ thể các nội dung liên kết và hình thức liên kết hợp tác vùng như sau :

Nội dung liên kết, hợp tác.

Đối với lĩnh vực đầu tư du lịch. Nội dung liên kết xung quanh vấn đề vốn đầu tư, cung cấp trang thiết bị khoa học công nghệ cho ngành du lịch.

Đối với lĩnh vực kinh doanh. Liên kết đón khách du lịch, cung cấp dịch vụ và trao đổi kinh nghiệm, chuyên gia về quản lý, kỹ thuật.

Đối với lĩnh vực xúc tiến quảng bá du lịch. Liên kết trao đổi thông tin và cung cấp thông tin, hỗ trợ xúc tiến quảng bá sản phẩm du lịch.

Đối với lĩnh vực đào tạo và nâng cao năng lực. Liên kết đào tạo chuyên gia và cán bộ công nhân viên

Hình thức liên kết.

Liên kết trong vùng du lịch Đông Nam bộ:

Tỉnh Tây Ninh có nhiều điều kiện thuận lợi cho liên kết phát triển du lịch. Nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, liền kề với TP.Hồ Chí Minh là trung tâm phát triển kinh tế - xã hội, trung tâm phát triển du lịch cả nước và chi phối nguồn khách du lịch đến một số tỉnh trong đó có Tây Ninh, nhiều nhà đầu tư có tầm cỡ và có kinh nghiệm phát triển sản phẩm du lịch trên địa bàn, họ có thể mở rộng thị trường kinh doanh ra các vùng lân cận khi có điều kiện. Tỉnh Tây Ninh cần có chính sách hợp lý nhằm khuyến khích mọi thành phần kinh tế của khu vực này tham gia phát triển du lịch Tây Ninh; trước mắt cần có sự liên kết với phối hợp, hỗ trợ từ cơ quan quản lý du lịch các các tỉnh

trong khu vực, đặc biệt là địa bàn TP.Hồ Chí Minh về quản lý, xúc tiến, đào tạo... Có chế độ chính sách hợp lý khuyến khích các nhà đầu tư liên kết xây dựng các khu du lịch, sản phẩm du lịch chất lượng cao, chú trọng đầu tư vào cơ sở lưu trú và vui chơi giải trí dưới hình thức chậm thu lợi ích cho tỉnh. Đối với các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực du lịch thực hiện liên kết giữa các công ty gửi khách thành phố với công ty lữ hành và các cơ sở kinh doanh lưu trú, nhà hàng, các khu du lịch tại Tây Ninh để tổ chức đưa đón khách; liên kết đầu tư xây dựng sản phẩm du lịch và xúc tiến du lịch như chương trình du lịch, liên kết xây dựng các khu du lịch, các dịch vụ vui chơi giải trí, điểm dừng chân cho khách, tổ chức dịch vụ nhà hàng, ăn uống,... Để thực hiện được vấn đề trên, tỉnh Tây Ninh cần phải tạo môi trường kinh doanh, lòng tin, trách nhiệm và chất lượng sản phẩm để đáp ứng không chỉ đối với khách du lịch và đối tác, khách hàng.

Liên kết với các trung tâm du lịch của cả nước:

Hiện nay, hình thức liên kết chủ yếu là đầu tư du lịch; liên kết công tác xúc tiến, quảng bá thông tin về tiềm năng tài nguyên và điều kiện đáp ứng của du lịch Tây Ninh; liên kết giữa các bên gửi khách và Tây Ninh là bên đón khách du lịch, cung cấp dịch vụ du lịch cho khách du lịch. Thị trường liên kết nhằm vào các trung tâm du lịch có nhiều nhà đầu tư có năng lực, nhiều công ty lữ hành quốc tế có thị trường khách tiềm năng.

Liên kết quốc tế:

Tây Ninh là tỉnh liền kề với Vương quốc Campuchia, có nhiều điều kiện thuận lợi để liên kết với các doanh nghiệp du lịch với các tỉnh liền kề với tỉnh Tây Ninh. Các nội dung liên kết tập trung liên kết đầu tư, xây dựng sản phẩm du lịch; liên kết đón khách du lịch thông qua các hợp đồng cung cấp dịch vụ đơn lẻ hoặc du lịch trọn gói cho các đoàn khách du lịch.

1.7. Định hướng và giải pháp tổ chức hoạt động kinh doanh.

Đối với kinh doanh lữ hành.

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch phối hợp với các đơn vị kinh doanh du lịch, các hãng lữ hành khu vực tổ chức xây dựng được các hãng, văn phòng đại diện lữ hành trên địa bàn. Đồng thời tham mưu, hướng dẫn các doanh nghiệp thành lập các văn phòng đại diện lữ hành của tỉnh tại các thị trường trọng điểm du lịch.

Phối hợp hoặc liên kết giữa cung cấp dịch vụ du lịch trên địa bàn với các hãng lữ hành, dịch vụ hàng không, các văn phòng đại diện của nước ngoài tại Việt Nam hoặc là đại diện của Việt Nam ở nước ngoài để đón khách du lịch đến Tây Ninh.

Đối với kinh doanh lưu trú.

Để có sản phẩm chất lượng cao, thu hút được khách du lịch, các cơ sở lưu trú trên địa bàn cần phải nâng cao chất lượng. Trước mắt, cải tạo, nâng cấp số lượng khách sạn hiện có đạt tiêu chuẩn, tiến hành xúc tiến kêu gọi nhà đầu tư xây dựng khách sạn đạt tiêu chuẩn cao từ 3 sao trở lên với các cơ chế, chính sách ưu tiên và ưu đãi.

Mở rộng các loại hình du lịch cộng đồng tại các khu du lịch sinh thái như tại núi Bà Đen, Tòa thánh Cao Đài, nghề làm bánh tráng phơi sương, VQG Lò Gò – Xa Mát, ven bờ sông Vàm Cỏ Đông, các khu du lịch miệt vườn…

Đa dạng sản phẩm dịch vụ trong các cơ sở lưu trú để phụ vụ khách du lịch như dịch vụ chăm sóc sức khỏe, dịch vụ nhà hàng, dịch vụ vui chơi giải trí, thể thao…

Liên kết cung cấp dịch vụ giữa các bên gửi khách và nhà cung cấp dịch vụ lưu trú bằng các hợp đồng ưu đãi, đảm bảo chất lượng.

Xây dựng chính sách giá hợp lý, theo thời vụ du lịch tạo đảm bảo lợi ích cho khách du lịch và các hãng lữ hành để nhằm thu hút khách du lịch.

Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ nhân viên trong kinh doanh lưu trú.

Đối với kinh doanh dịch vụ ăn uống, vận chuyển và vui chơi giải trí.

Nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch trong các dịch vụ này đảm bảo tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch.

Gắn liền sản phẩm du lịch với ẩm thực địa phương, chú trọng tại các khu du lịch gắn liền với cộng đồng, sinh thái.

Mở rộng nhiều loại hình vận chuyển nói chung và tại các khu, điểm du lịch quốc gia, khu du lịch sinh thái VQG Lò Gò – Xa Mát. Chú trọng nâng cao chất lượng vận chuyển từ phương tiện đến nhân viên phục vụ.

IV. CÁC ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHỦ YẾU

1. Định hướng phân vùng phát triển du lịch

1.1. Phát huy sự đa dạng về tài nguyên du lịch của Tỉnh (Hồ Dầu Tiếng, Núi Bà Đen, Trung ương cục miền Nam, Vườn quốc gia Lò Gò – Xa Mát, sông Vàm Cỏ Đông, sông Sài Gòn…) vào sự phát triển ngành du lịch, mang lại sản phẩm du lịch độc đáo, đặc sắc của tỉnh.

1.2. Xây dựng các khu du lịch nghỉ dưỡng chất lượng cao nâng cao sức hấp dẫn của khu du lịch bằng việc xây dựng các công trình giải trí. khách sạn. nhà hàng... thu hút 2 khu vực kinh tế phát triển là Thành phố Hồ Chí Minh và Cam-pu-chia… Đồng thời đầu tư hệ thống giao thông đường bộ, đường thủy, đường không nhằm nâng cao sự kết nối khu vực.

1.3. Hình thành các khu vực trọng điểm phát triển du lịch:

a) Khu vực Núi Bà Đen - Hồ Dầu Tiếng và phụ cận:

+ Là khu vực có tiềm năng du lịch lớn nhất của Tỉnh Tây Ninh do tập trung ba tiềm năng du lịch có giá trị nhất của Tỉnh là Khu di tích lịch sử, danh thắng núi Bà Đen,Toà Thánh Cao Đài và Hồ Dầu Tiếng.

+ Du lịch văn hoá: Với các sản phẩm du lịch chính như du lịch lễ hội, du lịch tín ngưỡng (hành hương).

+ Du lịch sinh thái: Du lịch sinh thái rừng khu vực núi Bà Đen, du lịch sinh thái hồ ở khu vực Hồ Dầu Tiếng, đảo Nhím và hệ thống đảo trong hồ.

+ Du lịch nghỉ dưỡng: Du lịch nghỉ dưỡng tại các đảo trên mặt hồ; du lịch nghỉ dưỡng ở khu vực Ma Thiên Lãnh; du lịch vui chơi giải trí. thể thao cao cấp (golf, du thuyền…) trên Hồ Dầu Tiếng, thể thao nước trên Hồ Dầu Tiếng, du lịch nghỉ cuối tuần ở khu vực núi Bà Đen.

b) Khu vực Vườn quốc gia Lò Gò - Xa Mát và phụ cận:

- Tiềm năng du lịch chính của khu vực là VQG Lò Gò - Xa Mát; cửa khẩu quốc tế Xa Mát; các di tích lịch sử Cách mạng miền Nam.

- Du lịch sinh thái: Tập trung phát triển ở khu vực VQG Lò Gò - Xa Mát với các sản phẩm chính như tham quan VQG Lò Gò - Xa Mát, cắm trại, nghiên cứu sinh thái học VQG Lò Gò - Xa Mát, giáo dục môi trường, đi bộ (trekking) khám phá VQG Lò Gò - Xa Mát.

+ Du lịch cửa khẩu: Tập trung phát triển ở khu vực cửa khẩu quốc tế với các sản phẩm chính; du lịch mua sắm tại các trung tâm thương mại biên giới, du lịch caravan.

+ Du lịch về nguồn: khai thác tiềm năng và giá trị của các điểm di tích lịch sử cách mạng ở khu vực phía bắc tỉnh như căn cứ Trung ương cục Miền nam; Căn cứ Mặt trận dân tộc giải phóng Miền nam Việt Nam, Ban An ninh Miền…

c) Thành phố Tây Ninh

Xây dựng thành phố Tây Ninh thành đô thị du lịch, sinh thái, là trung tâm vui chơi, giải trí, mua sắm cho khách du lịch.

1.4. Từ đó hình thành các tuyến du lịch:

a) Tuyến du lịch quốc tế:

Các tuyến du lịch quốc tế của Tây Ninh chủ yếu là các tuyến kết nối với các tuyến du lịch Xuyên Á từ thị trường Cam-pu-chia và xa hơn là thị trường Thái Lan. Các tuyến du lịch quốc tế của Tây Ninh gồm 2 tuyến du lịch qua cửa khẩu Mộc Bài theo Quốc lộ 22 (nằm trong tuyến đường Xuyên Á) và tuyến du lịch qua cửa khẩu Xa Mát theo Quốc lộ 22B, đường Tỉnh lộ 782-784, 793.

Khu du lịch Quốc gia Núi Bà Đen có vị trí thuận lợi trong việc tiếp cận tuyến du lịch quốc gia này thông qua tuyến đường tỉnh 790, kết nối với trung tâm thành phố Tây Ninh và tuyến quốc lộ 22 với khoảng cách khá gần (khoảng 12 km về phía Tây Nam), có tiềm năng phát triển thành "điểm dừng lý tưởng" cho các hoạt động du lịch trên tuyến du lịch này. Tuy nhiên cần tạo được những sản phẩm du lịch có chất lượng cao và đủ sức cạnh tranh mạnh mẽ với các hoạt động du lịch mang tính quốc tế.

b) Tuyến du lịch liên tỉnh:

Tuyến du lịch liên tỉnh quan trọng của Tây Ninh bao gồm:

+ Tuyến Tây Ninh - TP Hồ Chí Minh - Bà Rịa Vũng Tàu - Bình Thuận - Ninh Thuận: Đây là tuyến du lịch kết nối Tây Ninh với khu vực duyên hải Nam Trung bộ và miền Đông Nam bộ của Việt Nam;

+ Tuyến Tây Ninh – Đồng bằng sông Cửu Long.

+ Tuyến Tây Ninh – Tây Nguyên;

+ Tuyến Thành phố Hồ Chí Minh – Mộc Bài – Tây Ninh – Xa Mát.

2. Phát triển thị trường khách du lịch

- Tập trung khai thác thị trường khách du lịch tâm linh, lễ hội; mở rộng thị trường khách du lịch thể thao; vui chơi giải trí, tham quan, khám phá; du lịch sinh thái và du lịch nghỉ dưỡng.

- Chú trọng thu hút thị trường khách quốc tế đến từ Cam-pu-chia, Thái Lan và các nước Đông Nam Á khác đi đường bộ qua các cửa khẩu quốc tế của Tây Ninh; đẩy mạnh thu hút khách từ các nước Tây Âu và Bắc Mỹ, tập trung vào các phân khúc thị trường du lịch thể thao như leo núi, nhảy dù lượn, cáp trượt, golf và dịch vụ golf…. vui chơi giải trí; khám phá và tìm hiểu văn hóa dân tộc; tìm hiểu về hệ sinh thái tự nhiên; khám phá tài nguyên rừng núi, hệ sinh thái nông nghiệp trang trại….

3. Phát triển sản phẩm du lịch

- Căn cứ vào thực tế tài nguyên, tiềm năng, nguồn lực và nhu cầu thị trường, nhiệm vụ phát triển sản phẩm du lịch trong thời gian tới dựa trên một số định hướng chính như sau:

+ Duy trì phát triển sản phẩm du lịch gắn với nhu cầu du lịch tâm linh, cải thiện các dịch vụ, tiện nghi đáp ứng nhu cầu của khách.

+ Phát triển du lịch gắn với nông nghiệp, du lịch gắn với tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp, du lịch gắn với các hoạt động các làng nghề truyền thống.

+ Mở rộng phát triển các loại hình dịch vụ, hoạt động du lịch đa dạng trên cơ sở khai thác các tài nguyên khác trong du lịch Núi Bà Đen để đa dạng hóa sản phẩm và thu hút các thị trường khách tham gia nhiều hơn.

+ Liên kết với các điểm du lịch trong địa bàn tỉnh để có các sản phẩm du lịch tổng hợp phục vụ thị trường.

- Ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch chính. gồm:

+ Các lễ hội truyền thống đặc sắc như: Hội Xuân núi Bà Đen, Hội Yến Diêu Trì Cung, Vía Đức Chí Tôn, Vía Bà, Lễ hội Bánh tráng phơi sương Trảng Bàng, …

+ Phát triển và khai thác tiềm năng du lịch các làng nghề truyền thống (Nghề làm bánh tráng phơi sương, nghề rèn, nghề mây tre lá, nghề mộc,…).

+ Quy hoạch và phát triển du lịch miệt vườn, nông nghiệp công nghệ cao và mô hình du lịch cộng đồng, chú trọng phát triển loại hình du lịch "homestay" tìm hiểu những nét độc đáo của tôn giáo Cao Đài, các làng nghề truyền thống, khu nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao; "farmstay" gắn với miệt vườn, đồng lúa, sông nước.

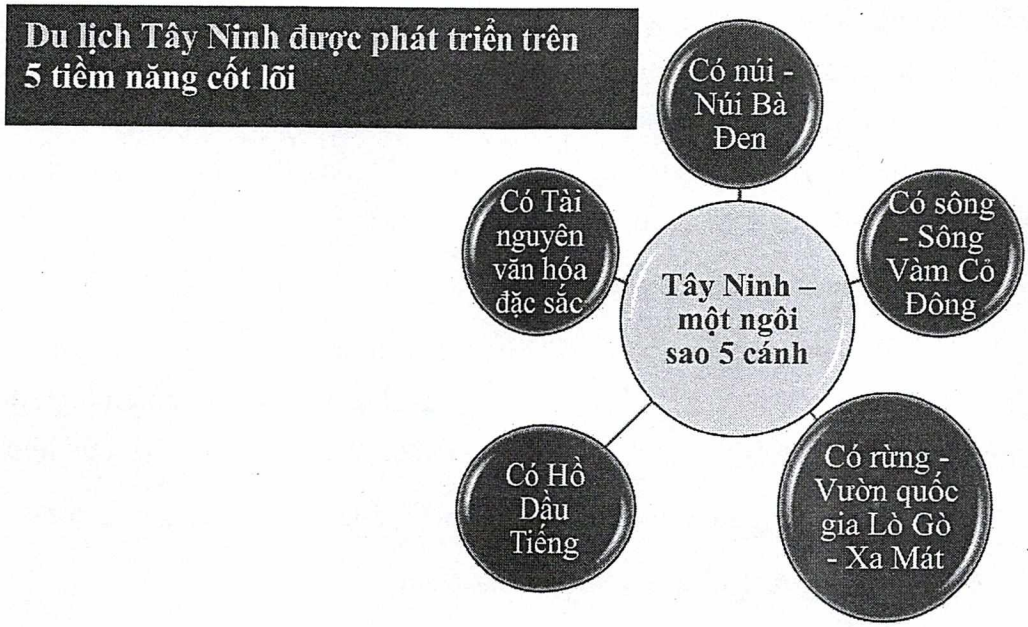
+ Xây dựng thương hiệu "Ngày (tuần) lễ văn hoá Tây Ninh" tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng hàng năm để giới thiệu, quảng bá và xúc tiến du lịch của địa phương.

+ Phát triển thành phố Tây Ninh thành đô thị du lịch, sinh thái, là trung tâm vui chơi, giải trí, mua sắm cho khách du lịch, trong đó tập trung phát triển các dịch vụ vui chơi giải trí về đêm; các trung tâm mua sắm, ẩm thực tập trung với quy mô lớn, chất lượng. Xây dựng cầu cảnh quan, cầu đi bộ khu vực rạch Tây Ninh.

V. CÁC ĐỀ XUẤT ĐẦU TƯ CHO NGÀNH DU LỊCH

1. Triển khai công tác lập quy hoạch xây dựng các khu du lịch:

Đây là cơ sở để tổ chức không gian kiến trúc cảnh quan, hệ thống công trình hạ tầng kỹ thuật trong khu du lịch; làm cơ sở triển khai lập quy hoạch phân khu (theo quy mô và yêu cầu) và các quy hoạch chi tiết xây dựng các khu vực đầu tư trong khu du lịch, dự kiến đầu tư hoàn thiện các khu du lịch trọng điểm trước năm 2025.



2. Đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng kỹ thuật ngoài khu du lịch:

Việc đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng kỹ thuật ngoài khu du lịch bằng nguồn vốn ngân sách nhà nước cho Hệ thống giao thông quốc lộ, tỉnh lộ, đường cao tốc nối đến các khu du lịch trọng điểm như Khu du lịch núi Bà Đen, Trung ương cục miền Nam, Vườn quốc gia Lò Gò- Xa Mát. Các hạ tầng ngoài rào bao gồm các hạng mục cụ thể là: cải tạo nâng cấp mở rộng các tuyến đường bao quanh khu du lịch, các tuyến đặc biệt quan trọng để tiếp cận các khu vực phát triển mới.

Hoàn chỉnh mạng cấp điện hạ thế, cấp nước, thông tin liên lạc tới các khu chức năng trong khu du lịch.

3. Đầu tư bảo tồn tôn tạo di tích văn hóa, lịch sử:

Sử dụng đa dạng nhiều nguồn vốn đầu tư cho công tác bảo tồn tôn tạo di tích lịch sử, văn hóa; vốn ngân sách tập trung cho việc tôn tạo các di tích lịch sử trong thời kỳ kháng chiến; vốn ngân sách kết hợp với vốn xã hội hóa cho các khu vực cộng đồng.

4. Đầu tư hạ tầng môi trường:

Từ nguồn vốn ngân sách và doanh nghiệp. Ngân sách đầu tư cho các công trình hạ tầng môi trường chung cho toàn khu vực còn vốn doanh nghiệp đầu tư cho hạ tầng môi trường trong phạm vi các dự án đầu tư cụ thể. Việc đầu tư cho hạ tầng môi trường bao gồm việc xây dựng hệ thống thoát nước; hệ thống thu gom và vận chuyển rác thải; các công trình kè chống sạt lở...

5. Đầu tư cho các dự án du lịch:

Nguồn vốn doanh nghiệp sẽ là nguồn vốn chính cho việc đầu tư xây dựng các công trình du lịch tại các khu du lịch. Việc lựa chọn nhà đầu tư chiến lược đúng đắn, có năng lực có ý nghĩa quyết định đối với thành công của sự phát triển của khu du lịch.

Kêu gọi các dự án xây dựng khu du lịch nông nghiệp công nghệ cao.

6. Chiến lược quảng bá và truyền thông

- Tổ chức các sự kiện xúc tiến Đầu tư – Thương mại – Du lịch ngoài nước.

- Tham gia các Hội chợ-Triển lãm trong và ngoài nước (HCTL Công Thương vùng Kinh tế trọng điểm phía Nam và khu vực miền Đông Nam Bộ; HCTL Nông nghiệp Công nghệ cao và Công nghiệp thực phẩm; HCTL Đặc sản vùng miền…)

- Nâng cấp, duy trì các website Sở, ngành liên quan về giới thiệu, quảng bá du lịch Tây Ninh; cập nhật kịp thời các thông tin về hoạt động của ngành du lịch trong và ngoài tỉnh; mở thêm nhiều đường kết nối đến website của các đơn vị kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh.

- Lập các trạm thông tin du lịch tại các trung tâm thành phố Tây Ninh, các khu, điểm du lịch trọng tâm, các cửa khẩu quốc tế, sân bay để quảng bá sản phẩm du lịch tỉnh Tây Ninh; Đồng thời nâng cấp hệ thống các bảng biểu chỉ dẫn du khách (giao thông, bảng biểu chỉ dẫn, hướng dẫn) đi đến các điểm du lịch tiềm năng; hợp tác để nâng cấp công cụ bộ dẫn đường của Google Map ở Tây Ninh.

- Cập nhật thông tin, biên soạn và tái bản ấn phẩm "Tây Ninh – Điểm đến đầu tư"; Thực hiện tuyên truyền. hướng dẫn và hỗ trợ các cơ sở lưu trú, ăn uống đăng ký

thông tin dịch vụ trên các trang cung cấp thông tin dịch vụ du lịch trực tuyến như Google Map, Agoda, Booking.com, foody.vn, hotdeal.vn, tripadvisor. v.v…

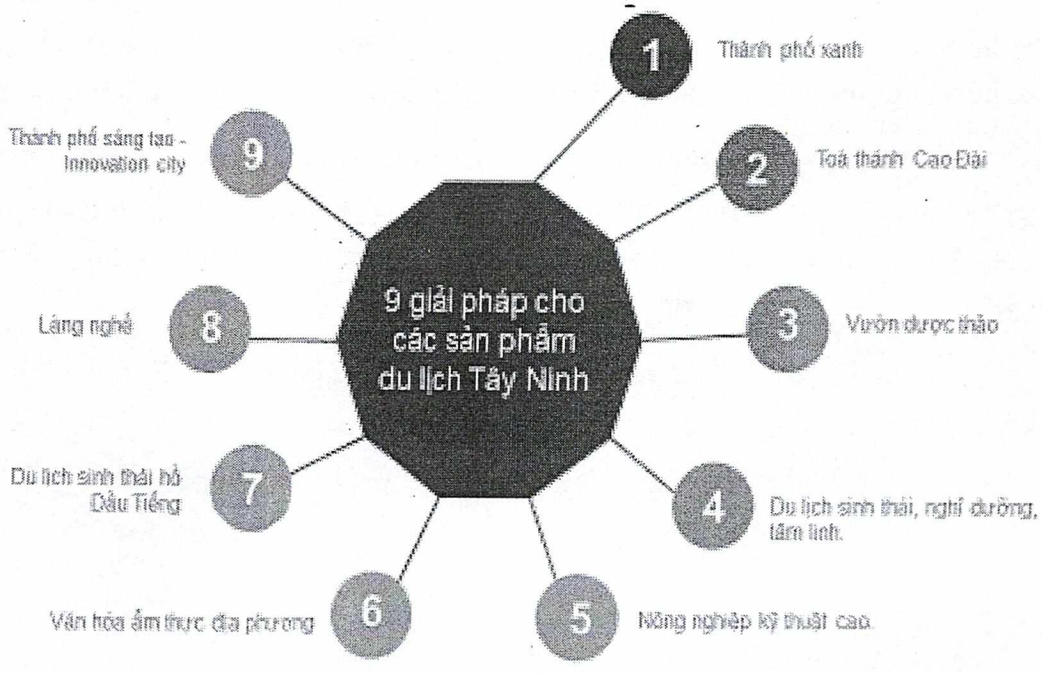
- Lựa chọn đại sứ du lịch.

- Tăng cường quảng bá du lịch thông qua mạng xã hội.

- Tăng cường sự hiện diện của lãnh đạo tỉnh trong các hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch.

7. Phát triển sản phẩm du lịch

Đề xuất 9 sản phẩm du lịch đặc thù cho Tây Ninh: Thành phố xanh, Toà thánh Cao Đài, vườn dược thảo, du lịch sinh thái nghỉ dưỡng tâm linh, nông nghiệp công nghệ cao, văn hoá ẩm thực địa phương, du lịch sinh thái hồ Dầu Tiếng, làng nghề và thành phố sáng tạo.



8. Đầu tư nguồn nhân lực

Trong số các yếu tố đầu tư để phát triển ngành du lịch thì nhân tố con người rất quan trọng. Hiện nay, chất lượng nhân lực du lịch của Tây Ninh thiếu và yếu trên nhiều phương diện, từ kiến thức chuyên môn cho đến kỹ năng nghiệp vụ tập trung đào tạo chú trọng đến kỹ năng, thái độ và ngoại ngữ cho đội ngũ nhân viên phục vụ khách du lịch; (đội ngũ làm du lịch phải thật giỏi tiếng Anh, vì ngôn ngữ này đóng vai trò rất quan trọng trong ngành du lịch, cần có câu lạc bộ tiếng Anh tại Tây Ninh) nhưng chưa đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch hiện nay. Do đó, cần phải đầu tư đào tạo và phát triển nguồn nhân lực như:

- Tập trung đào tạo ngoại ngữ cho nguồn nhân lực du lịch, đồng thời xúc tiến việc thành lập câu lại bộ ngoại ngữ để nang cao kỷ năng giao tiếp.

- Có chính sách thu hút lao động có trình độ tay nghề cao, nghệ nhân để tạo nên sản phẩm du lịch mang tính thương hiệu cho du lịch tỉnh Tây Ninh.

- Khuyến khích và hỗ trợ chi phí lớp học cho các cơ sở ngành nghề nông thôn. nghệ nhân trực tiếp mở lớp truyền nghề; các lớp đào tạo thợ lành nghề, giáo viên dạy nghề và người thiết kế mẫu trong các làng nghề và hoạt động tư vấn phát triển sản phẩm.

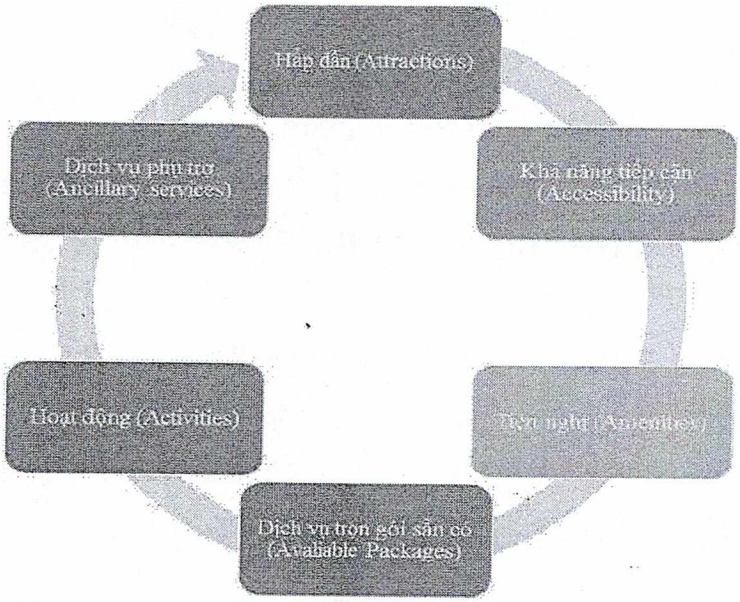
- Đầu tư cho nguồn nhân lực lĩnh vực xúc tiến du lịch có đủ trình độ chuyên môn, giỏi ngoại ngữ, am hiểu về nghiệp vụ du lịch; có trình độ chuyên môn về thị trường và nhạy bén về tìm kiếm nguồn thị trường du lịch cho các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn.

- Phối hợp Nhà đầu tư tại Khu Du lịch Quốc gia Núi Bà Đen tổ chức hợp tác liên kết đào tạo nguồn nhân lực tại Tây Ninh phù hợp với nhu cầu lao động phát triển du lịch và cam kết sẽ tiếp nhận, tuyển dụng các ứng viên từ các nguồn đào tạo về du lịch đến thực tập và làm việc.

VI. CÁC Ý TƯỞNG CÓ THỂ THỰC HIỆN NGAY

1. Xây dựng và áp dụng bộ tiêu chuẩn 6A cho ngành du lịch Tây Ninh;

Hình: Tiêu chuẩn 6A để phát triển du lịch Tây Ninh



2. Tiếp tục đẩy mạnh việc thực hiện Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch trên địa bàn tỉnh một cách có hiệu quả;

3. Nâng cấp giá trị của ít nhất 3-5 gói/tour sản phẩm du lịch theo các cấp tiêu chuẩn khác nhau (cao cấp, khá và phổ thông) và trải ra theo các mùa du lịch khác nhau;

4. Tổ chức triển khai và vận động các đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch công nhận cơ sở kinh doanh dịch vụ đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch.

5. Điều tra tài nguyên du lịch, thực hiện một chương trình nâng hạng và tăng cường sự nhận biết về các tài nguyên du lịch Tây Ninh;

6. Thực hiện tuyên truyền, hướng dẫn và hỗ trợ các cơ sở lưu trú, ăn uống đăng ký thông tin, dịch vụ trên các trang cung cấp thông tin dịch vụ du lịch trực tuyến như Google Map, Agoda, Booking.com, foody.vn, hotdeal.vn, tripadvisor, v.v…

7. Nâng cấp hệ thống các bảng biểu chỉ dẫn du khách (giao thông, bảng biểu chỉ dẫn; hướng dẫn) đi đến các điểm du lịch tiềm năng; hợp tác để nâng cấp công cụ bộ dẫn đường của google map ở Tây Ninh;

8. Hợp tác với Google xây dựng một bản đồ các điểm đến du lịch Tây Ninh;

9. Xây dựng và áp dụng bộ tiêu chuẩn PAACDUUN đối với các sản vật du lịch địa phương;

10. Lựa chọn đại sứ du lịch

11. Lập các trạm thông tin du lịch tại các trung tâm thành phố Tây Ninh, các khu, điểm du lịch trọng tâm, các cửa khẩu quốc tế, sân bay để quảng bá sản phẩm du lịch tỉnh Tây Ninh.

12. Tăng cường sự hiện diện của lãnh đạo tỉnh trong các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch.

13. Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu ngành du lịch Tây Ninh.

14. Thành lập Câu lạc bộ tiếng Anh tại Tây Ninh.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1 – Đánh giá hiện trạng tài nguyên du lịch 85
Phụ lục 2 – Đánh giá các hoạt động dịch vụ 86
Phụ lục 3 – Đánh giá hạ tầng du lịch 88
Phụ lục 4 – Đánh giá nguồn nhân lực du lịch 89
Phụ lục 5 - Mối quan hệ giữa hoạt động du lịch và các ngành nghề khác 90
Phụ lục 6 - Hành vi văn hóa có thể làm ảnh hưởng đến du lịch 92
Phụ lục 7 – Mức độ tham gia của người dân 93
Phụ lục 8 - Các hoạt động có thể tổ chức ngoài mùa cao điểm du lịch 95
Phụ lục 9 – Danh mục dự an dầu tư du lịch giai doạn 2013-2018 96
Phụ lục 10 – Dự an hạ tầng giao thông 99
Phụ lục 11 – Hiện trạng cơ sở, nhân lực du lịch 102
Phụ lục 12 - Hiện trạng khach du lịch giai đoạn 2013 - 2018 103
Phụ lục 13 – Hoạt động du lịch giai đoạn 2013 - 2018 104
Phụ lục 14 – Kịch bản về mức tăng trưởng 105
Phụ lục 15 – Kịch bản 1: mức đóng góp ngành du lịch 106
Phụ lục 16 – Kịch bản 2: mức đóng góp ngành du lịch 107
Phụ lục 17 – Đề xuất đầu tư cho ngành du lịch 108

Phụ lục 1 – Đánh giá hiện trạng tài nguyên du lịch

TT	Tài nguyên	Đặc điểm	Đánh giá
1	**Khí hậu**		**Khá**
	Nhiệt độ	Nóng	
	Độ ẩm	Trung bình	
	Sương mù	Thỉnh thoảng	
	Bức xạ	Cao	
	Lượng mưa	Trung bình	
	Bão	Ít	
	Không khí	Trong lành	
	Điều kiện khai thác du lịch	Thuận lợi	
2	**Địa lý**		**Khá**
	Thổ nhưỡng	Đất cát	
	Địa hình	Bằng phẳng	
	Sông suối	Hẹp, ít cảnh	
	Suối khoáng, khoáng ngầm	Có, ít	
	Chất lượng nước ngầm	Đảm bảo tiêu chuẩn	
	Thác nước	Không	
	Hang động	Có, ít	
	Bãi biển	Không	
	Di sản thiên nhiên	Không	
3	**Văn hóa – nhân văn**		**Khá**
	Di tích lịch sử văn hóa	Nhiều	
	Người dân tộc	Khmer, Chăm, Hoa, Tà Mun	
	Di sản văn hóa thế giới	Không	
	Di sản khảo cổ	Có	
	Công trình kiến trúc nghệ thuật	có	

TT	Tài nguyên	Đặc điểm	Đánh giá
	Danh lam thắng cảnh nổi tiếng	Ít	
	Các lễ hội tiêu biểu	Ít	
	Nghề thủ công truyền thống	Ít	
	Ẩm thực truyền thống đặc trưng	Ít	
	Trung tâm văn hóa nghệ thuật, thể thao	Có, ít	
5	**Cơ sở hạ tầng du lịch**		**Khá**
	Vị thế địa điểm	Thuận lợi	
	Đường giao thông	Tương đối thuận lợi	
	Nguồn vốn	Có hạn	
	Chủ trương, chính sách	Tạo điều kiện tốt	
	Sức hấp dẫn	Ít	
	Nguồn lực chuyên môn du lịch	Yếu	
	Hệ thống lưới điện	Tốt	
	Hệ thống cấp nước	Có nước sạch	
	Hệ thống xử lý chất thải	Có	

Mức đánh giá: Tốt – Khá – Trung bình – Yếu

Phụ lục 2 – Đánh giá các hoạt động dịch vụ

TT	Hoạt động	Đặc điểm	Đánh giá
1	Quảng bá, quan hệ công chúng	Chưa có công ty sự kiện lớn	Yếu
2	Quản lý tài sản	Chưa có công ty quản lý tài sản trên địa bàn tỉnh	Yếu
3	Cung ứng dịch vụ, bảo trí, bảo dưỡng	Cung ứng bảo dưỡng dịch vụ chuyên nghiệp có nhưng yếu	Yếu
4	Cung cấp thực phẩm	Đảm bảo cung cấp thực phẩm	Khá
5	Chất lượng môi trường, dịch vụ vệ sinh	Đảm bảo vệ sinh môi trường	Khá
6	Dịch vụ nghỉ dưỡng, chăm sóc y tế, làm đẹp và dịch vụ khách	Cơ sở y tế, cơ sở làm đẹp có nhưng ở quy mô nhỏ	Yếu
7	Hoạt động trung tâm mua sắm	Siêu thị co.oppmart, bách hóa Xanh, trung tâm thương mại Vincom, chợ Long Hoa	Khá
8	Hàng lưu niệm, hàng miễn thuế	Cửa hàng nhỏ, lẻ, ít sản phẩm, không đáp ứng số lượng lớn khách du lịch	Yếu
9	Trung tâm hội nghị, hội chợ, triển lãm	Tỉnh chưa có trung tâm, hội nghị, hội chợ triển lãm chuyên nghiệp, đa phần là vận dụng sảnh lớn, rộng để tận dụng cho từng mục đích riêng	Yếu

Mức đánh giá: Tốt – Khá – Trung bình – Yếu

Phụ lục 3 – Đánh giá hạ tầng du lịch

TT	Hoạt động	Đặc điểm	Đánh giá
1	Giao thông kết nối giữa Tây Ninh- TP HCM và các tỉnh lân cận	Chất lượng đường chưa tốt, nhiều đoạn xuống cấp, nhỏ hẹp, kẹt xe ở một số đoạn qua trung tâm đô thị, Khu công nghiệp vào giờ cao điểm	Trung bình
2	Giao thông kết nối giữa các điểm du lịch trên địa bàn tỉnh	Một số đoạn đường chất lượng xấu, có quy mô nhỏ, hẹp	Trung bình
3	Hạ tầng điểm đến	Vừa thiếu vừa yếu, chưa được đầu tư	Yếu
4	Hạ tầng lưu trú	Chỉ có 1 khách sạn 3*, khách sạn 2* và 1* ít, còn lại đa số nhà nghỉ, chưa sạch sẽ, chưa tiện nghi	Trung bình
5	Nhà hàng	Ẩm thực Tây Ninh rất phong phú nhưng số nhà hàng lớn rất ít	Yếu
6	Điểm vui chơi, giải trí	Có nhưng rất ít, chưa được đầu tư, chủ yếu ở Thành phố Tây Ninh	Yếu
7	Thông tin liên lạc	Mạng điện thoại chỉ có Viettel phủ sóng rộng khắp; các mạng còn lại như Vinafone, Mobifone, Vietnammobile chưa phủ sóng rộng; chưa có wifi miễn phí tại các khu, điểm du lịch và trung tâm thành phố Tây Ninh	Khá

Mức đánh giá: Tốt – Khá – Trung bình – Yếu

Phụ lục 4 – Đánh giá nguồn nhân lực du lịch

TT	Hoạt động	Đặc điểm	Đánh giá
1	Nguồn nhân lực chuyên môn trong cơ quan nhà nước	Một số công chức tại các huyện, thành phố còn kiêm nhiệm nên thiếu kinh nghiệm; đội ngũ làm công tác dự báo, xây dựng quy hoạch, đề án cấp ngành, cấp Tỉnh còn thiếu	Trung bình
2	Lĩnh vực lưu trú	Đa số các cơ sở còn quản lý theo kiểu gia đình, chưa được đào tạo nghiệp vụ về du lịch	Yếu
3	Lĩnh vực lữ hành	Đội ngũ hướng dẫn viên du lịch chuyên nghiệp còn chưa nhiều; công ty lữ hành hoạt động chưa hiệu quả do phải cạnh tranh với các công ty lữ hành tại Thành phố Hồ Chí Minh về tính chuyên nghiệp -	Yếu
4	Các khu, điểm du lịch	Còn thiếu tính đồng bộ, nghiệp vụ trong trong các khâu quản lý, trình độ nghiệp vụ chuyên môn	Yếu
5	Cơ sở dịch vụ ăn uống	Nhân viên chưa được đào tạo nghiệp vụ chuyên môn, chưa có cơ sở đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch	Yếu
6	Trình độ ngoại ngữ	thiếu đội ngũ lao động có tay nghề cao, thiếu lao động có trình độ ngoại ngữ thuyết minh tại điểm	Yếu
7	Đào tạo bồi dưỡng	Các cơ sở lưu trú du lịch cơ bản được bồi dưỡng nghiệp vụ lễ tân, buồng/phòng nhưng chưa đáp ứng với nhu cầu ngày càng cao của du khách	Yếu
8	Khác (người dân buôn bán tự do…)	Chưa có ý thức nhiều trong việc đảm bảo hình ảnh du lịch của tỉnh. Một số nơi còn chặt chém khách du lịch.	Yếu

Mức đánh giá: Tốt – Khá – Trung bình – Yếu

Phụ lục 5 - Mối quan hệ giữa hoạt động du lịch và các ngành nghề khác

TT	Ngành nghề	Hoạt động có liên quan	Đánh giá
1	Nông nghiệp	Du lịch nông nghiệp	Yếu
		Sản phẩm nông nghiệp phục vụ du lịch	Trung bình
		Cung cấp thực phẩm và hàng hóa	Trung bình
2	Xây dựng	Phát triển cơ sở hạ tầng du lịch	Trung bình
		Trình độ xây dựng	Tốt
		Giải quyết ô nhiễm	Tốt
3	Viễn thông – bưu chính	Cung cấp dịch vụ	Tốt
		Chất lượng dịch vụ	Khá
		Giá cả và chất lượng	Khá
4	Ngân hàng	Cung cấp vốn	Khá
		Tiện ích trong giao dịch	Trung bình
		Tỷ giá ngoại tệ	Khá
		Lãi suất ngân hàng	Khá
5	Lâm nghiệp	Đất đai trồng rừng và mặt bằng xây dựng	Khá
		Phòng chống cháy rừng	Khá
		Bảo vệ quần cư động vật, thực vật	Khá
		Cung cấp gỗ xây dựng	Khá
		Trồng rừng	Khá
6	Văn hóa – xã hội	Bảo tồn di tích; di sản văn hóa	Khá
		Giải quyết tệ nạn xã hội	Khá

TT	Ngành nghề	Hoạt động có liên quan	Đánh giá
7	Giáo dục nghề nghiệp	Cung cấp nguồn lực có trình độ chuyên môn	Yếu
		Giáo dục môi trường	Trung bình
		Giáo dục văn hóa cộng đồng	Trung bình
8	Thủ công nghiệp	Cung cấp sản phẩm	Yếu
9	An ninh	Quản lý an ninh trật tự	Khá
		Quản lý khách nước ngoài	Khá
		Giải quyết tệ nạn xã hội	Khá
10	Thủy hải sản	Cung cấp thực phẩm	Trung bình
11	Truyền thông – Thông tin	Cung cấp thông tin tương đối đầy đủ về các điểm tham quan	Trung bình
12	Thương mại	Đảm bảo hoạt động của các siêu thị, hàng hóa và chất lượng sản phẩm	Khá
13	Giao thông vận tải	Đường bộ: đảm bảo lưu thông	Khá
		Đường không: chưa phát triển	Yếu
		Đường thủy: có nhưng chưa phát triển du lịch	Yếu
14	Y tế	Đảm bảo phục vụ khách du lịch	Khá

Mức đánh giá: Tốt – Khá – Trung bình – Yếu

Phụ lục 6 - Hành vi văn hóa và mức độ phổ biến có thể làm ảnh hưởng đến du lịch

TT	Hành vi	Mức độ
1	Tranh giành, chèo kéo khách	+
2	Lừa khách trong dịch vụ, trong buôn bán	+
3	Đeo bám xin tiền	+
4	Đeo bám bán hàng, vé số	++
5	Lời nói, hành vi thiếu văn hóa	+
6	Xả rác nơi công cộng	+++
7	Ngủ trên hè, lề đường	+
8	Tụ tập băng nhóm trên đường, quán	+
9	Gây sự, kiếm chuyện, trêu ghẹo	+
10	Giật đồ khách	+
11	Trộm cắp	+
12	Cướp giật	+

Ghi chú: (+++) phổ biến; (++) thỉnh thoảng; (+) ít khi

Phụ lục 7 – Mức độ tham gia của người dân trong phát triển du lịch tại địa phương

TT	Nguồn	Loại hình hoạt động & sản phẩm
1	Nguồn vốn	
		Đầu tư tư nhân, công ty, doanh nghiệp
		Cổ phần hóa
		Huy động vốn nhàn rỗi
2	Nhân lực	
		Lao động thủ công và dịch vụ
		Chăm sóc vườn hoa, cây cảnh
		Dịch vụ bảo vệ
		Tham gia đào tạo nghiệp vụ chuyên môn
		Tham gia tổ chức lực lượng tình nguyện xanh
		Tham gia mô hình homestay
3	Vật lực	
		Góp quỹ đất
		Góp phương tiện
		Hiện vật văn hóa, lịch sử, di tích khảo cổ
		Xây dựng nhà vườn, vườn hoa
		Sản phẩm thủ công
		Cung cấp thực phẩm và hàng tiêu dùng
4	Tinh thần	

		Cung cấp loại hình du lịch gia đình
		Cung cấp các loại hình nghệ thuật dân gian, lễ hội.
		Tuyên truyền viên, thuyết minh viên
5	Khác	
		Chụp ảnh
		Thẩm mỹ
		Tiếp thị du lịch
		Dẫn đường

Phụ lục 8 - Các hoạt động có thể tổ chức ngoài mùa cao điểm du lịch

TT	Hoạt động	Thời gian
1	Liên hệ với các trường trong và ngoài nước cho sinh viên, học sinh thực tập, trải nghiệm thực tế	Quý 3,4
2	Tổ chức các giải thi đấu thể thao trong và ngoài nước	Quý 2,3,4
3	Tổ chức các cuộc triển lãm nghệ thuật, văn hóa	Quý 2,3,4
4	Phát triển các loại hình mang tính thường xuyên: thể dục, lớp võ thuật, năng khiếu	Quý 3,4
5	Sản xuất nông nghiệp, trồng rừng	Quý 2,3,4
6	Du lịch nông trại	Quý 3,4

Phụ lục 9 – Danh mục dự án đầu tư du lịch giai đoạn 2013-2018

TT	Tên doanh nghiệp	Tên dự án	Địa điểm dự án	Số CTĐT/GCNĐT	Cấp CTĐT	Ngày cấp GCNĐT	VĐK (tỷ đồng)	DT (ha)	Tình trạng	Năm
1	DNTN Trà Hoàn Ngọc	Đầu tư khu du lịch sinh thái và giới thiệu sản phẩm trà Hoàn Ngọc	Ninh Tân-Ninh Sơn-TPTN	627/UBND-KTTC	02/04/2013		4	0,946	Chưa triển khai	2013
2	Công ty Cổ phần Mía đường Thành Thành Công Tây Ninh	Trung tâm Thương mại và dịch vụ Tây Ninh	217-219 đường 30/4 KP3, P2, TXTN	45121000278		31/12/2013	280	1,47429	Đang hoạt động	2013
3	Công ty Cổ phần Vận tải Thủy bộ Kim Cương	Trung tâm thương mại Tây Ninh	135 CMT8 - thành phố Tây Ninh	1187/UBND-KTTC	05/04/2015		400	2	Chưa triển khai	2015
4	Công ty TNHH MTV Khách sạn Blue Star	Khách sạn Blue Star	Đường 22/12-KP Lộc Du-TT Trảng Bàng	2812/QĐ-UBND	12/02/2015		9,8	0,17066	Đang hoạt động	2015
5	Công ty Cổ phần Đầu tư Xuân Cầu	Bảo vệ phát triển rừng kết hợp phát triển du lịch sinh thái tại đảo Nhím-hồ Dầu Tiếng	Đảo Nhím hồ Dầu Tiếng, DMC	919/QĐ-UBND 1321/QĐ-UBND 3866550712	14/4/2016 27/5/2016	19/04/2016	290	285,896	Chưa triển khai	2016
6	Công ty Cổ phần Cáp treo Núi Bà Tây Ninh	Thay thế thiết bị, nâng cấp hệ thống máng trượt tại khu du lịch quốc gia Núi Bà Đen	Khu du lịch quốc gia núi Bà Đen	1109/QĐ-UBND	06/05/2016		89,916	0	Đang hoạt động	2016
7	Công ty TNHH MTV Tiến Ngọc Chương	Trạm dừng chân	KM40, Quốc lộ 22, Tổ 24, Lộc Trát, Gia Lộc, Trảng Bàng	1907/QĐ-UBND	21/7/2016		5	1	Đang triển khai	2016

TT	Tên doanh nghiệp	Tên dự án	Địa điểm dự án	Số CTĐT/GCNĐT	Cấp CTĐT	Ngày cấp GCNĐT	VĐK (tỷ đồng)	DT (ha)	Tình trạng	Năm
8	Tập đoàn Vingroup - Công ty CP	Tổ hợp trung tâm thương mại, khách sạn tiêu chuẩn 5 sao và nhà phố shophouse	đường 30/4, Phường 3, thành phố Tây Ninh	2455/UBND-KTTC	0/09/2016		905	2,1802	Đang hoạt động	2016
9	Công ty TNHH Phương Trinh Hiếu Toàn	Khu giải trí sinh thái Châu Thành	Khu phố 1, thị trấn Châu Thành, Châu Thành	3353/QĐ-UBND3068738677	29/12/2016	04/05/2018	28,80128	8,9685	Đang triển khai	2016
10	Công ty TNHH TM DV VT XNK Trần Quốc	Khu vui chơi giải trí Long Trung	Long Thành Trung- Hòa Thành - Tây Ninh	1578/QĐ-UBND	22/6/2016		50	3,742	Đang hoạt động	2016
11	Công ty TNHH Quyết Thắng	Xây dựng khu du lịch sinh thái kết hợp với câu cá giải trí	Thạnh Tân, TP Tây Ninh	1404/QĐ-UBND	27/06/2017		6	5,96956	Chưa triển khai	2017
12	Công ty TNHH Thiện Nga	Khu nuôi cá, chăn nuôi gia súc, gia cầm, trồng các loại cây ăn quả và xây dựng khách sạn	Ninh Hưng 2, Chà Là, Dương Minh Châu	1628/QĐ-UBND	17/07/2017		10	8,8182	Chưa triển khai	2017
13	Công ty TNHH Kim Đăng	Bảo vệ phát triển rừng kết hợp phát triển du lịch sinh thái tại Tiểu khu 63 và đất bán ngập xung quanh thuộc xã Suối Đá, Dương Minh Châu, Tây Ninh	Tiểu khu 63 và vùng đất bán ngập xung quanh thuộc xã Suối Đá, Dương Minh Châu	2476/QĐ-UBND 5848375007	24/10/2017	29/12/2017	180	650	Chưa triển khai	2017

TT	Tên doanh nghiệp	Tên dự án	Địa điểm dự án	Số CTĐT/GCNĐT	Cấp CTĐT	Ngày cấp GCNĐT	VĐK (tỷ đồng)	DT (ha)	Tình trạng	Năm
14	Công ty cổ phần Xây dựng Thương mại Thanh Điền	xây dựng Trung tâm Văn hoá, Giải trí và Ẩm thực vùng biên	Ấp Lưu Văn Vẳng, Hoà Hội, Châu Thành	2491/QĐ-UBND 7102353830	25/10/2017	04/05/2018	7	1,81506	Đang triển khai	2017
15	Ông Trần Minh Nhựt	Khu nuôi trồng thuỷ sản kết hợp với du lịch sinh thái	xã Bàu Năng, Dương Minh Châu	331/QĐ-UBND	02/02/2018		1,5	2,3236	Đang triển khai	2018
16	Trần Thị Tố Uyên	Khu vui chơi giải trí Tân Hưng	xã Tân Hưng, Tân Châu, tỉnh Tây Ninh	2911/QĐ-UBND	30/11/2018		1	1,08569	Chưa triển khai	2018
17	Nguyễn Thị Nhàn	Homestay Hoa Sứ	xã Phan, Dương Minh Châu	2985/QĐ-UBND	12/10/2018		2	0,18559	Chưa triển khai	2018
18	Công ty Cổ phần Mặt trời Tây Ninh	Dự án Tuyến cáp treo và các công trình phụ trợ	núi Bà Đen, TPTN	423/QĐ-UBND	18/02/2019		3840,478	41,9095	Đang triển khai	2019

Nguồn: Sở Kế hoạch và Đầu tư Tây Ninh

Phụ lục 10 – Dự án hạ tầng giao thông giao đoạn 2013-2018, kế hoạch 2019-2020

TT	Tên dự án	Tổng kinh phí (tỷ đồng)
I	**GIAI ĐOẠN 2013-2018**	**3.447,36**
A	**Dự án đã hoàn thành và đưa vào sử dụng**	
1	Cầu Quan thị xã	
2	Đường nối đường 790 với đường Khedol – Suối Đá	
3	Đường 786 đoạn từ ngã tư quốc tế đến BCH Quân sự huyện Bến Cầu	
4	Đường nối từ đường 785 đến đường vòng quanh KDL Núi Bà	
5	Đường 786 đoạn từ cầu Truông Dầu đến cầu Đường Xuồng	
6	Đường Thành Long – Biên Giới	
7	Đường 781 đoạn từ cầu K13 đến ngã ba Suối Đá	
8	Đường 782-784	
9	Đường và cầu Tân Nam	
10	Đường 782-đoạn từ ngã ba Cây Me đến ngã ba Bàu Đồn	
11	Nâng cấp đường gom vào khu công nghiệp Bourbon An Hòa (đường 787A đoạn từ Km0 đến Km5);	
12	Cầu Sài Gòn 1	
13	Nâng cấp, mở rộng đường 788 (từ ngã ba Vịnh đến ngã ba Lò Gò)	
14	Đường 794 từ ngã ba Kà Tum đến cầu Sài Gòn (giai đoạn 1)	
15	Đường và cầu Bến Đình	
16	Nâng cấp, mở rộng Đường Bình Dương (Điện Biên Phủ)	
17	Tiểu dự án Đường Kà Tum- Tân Hà	
18	Tiểu dự án đường Tà Nông	
19	Mở rộng đường Nguyễn Văn Linh	

TT	Tên dự án	Tổng kinh phí (tỷ đồng)
B	**Các dự án đang thi công**	
1	Nâng cấp, mở rộng đường Lý Thường Kiệt (đoạn từ CMT8 đến đường Châu Văn Liêm).	
2	Nâng cấp, cải tạo và ngầm hóa đường 30-4	
3	Đường 790 nối dài, đoạn từ Khedol - Suối Đá (ĐT.790B) đến Bờ Hồ - Bàu Vuông - Cống số 3 (ĐT.781B)	
4	Đường Phước Vinh - Sóc Thiết - Tà Xia	
5	Đường huyện 12, xã Biên Giới, huyện Châu Thành	
6	Đường Trưng Nữ Vương đoạn từ cầu Thái Hòa đến QL22B	
7	Đường 781 đoạn từ ngã ba Bờ Hồ đến địa giới tỉnh Bình Dương (giai đoạn 2)	
7	Nâng cấp, mở rộng ĐT 782 - ĐT 784	
9	Đường Đất Sét - Bến Củi	
II	**KẾ HOẠCH 2019**	**675,405**
1	Đầu tư hoàn thành, đưa vào sử dụng: 05 dự án, bao gồm: Nâng cấp, cải tạo và ngầm hóa đường 30-4; - Nâng cấp, mở rộng đường Lý Thường Kiệt (đoạn từ CMT8 đến đường Châu Văn Liêm; đường 790 nối dài, đoạn từ Khedol - Suối Đá (ĐT.790B) đến Bờ Hồ - Bàu Vuông - Cống số 3 (ĐT.781B); đường Phước Vinh - Sóc Thiết - Tà Xia; đường huyện 12, xã Biên Giới, huyện Châu Thành	
2	Tiếp tục thi công 04 dự án chuyển tiếp, gồm: đường Trưng Nữ Vương đoạn từ cầu Thái Hòa đến QL22B; đường 781 đoạn từ ngã ba Bờ Hồ đến địa giới tỉnh Bình Dương (giai đoạn 2); nâng cấp, mở rộng ĐT 782 - ĐT 784; đường Đất Sét - Bến Củi.	

TT	Tên dự án	Tổng kinh phí (tỷ đồng)
3	Khởi công xây dựng 06 dự án, gồm: Cầu An Hoà; cầu bến cây Ổi; đường từ ngã ba ĐT.781 - Bờ hồ Dầu Tiếng đến ĐT.785 (ngã tư Tân Hưng); đường ra biên giới thuộc xã Ninh Điền huyện Châu Thành; nâng cấp, mở rộng đường ĐT.792-ĐT.793; dự án nâng cấp đường Tuần tra biên giới đoạn từ cầu Sài Gòn 2 đến cửa khẩu Quốc tế Xa Mát	
III	**KẾ HOẠCH 2020 -2025**	
1	Đầu tư hoàn thành, đưa vào sử dụng các dự án chuyển tiếp của năm 2018, 2019, gồm: đường Trưng Nữ Vương đoạn từ cầu Thái Hòa đến QL22B; đường 781 đoạn từ ngã ba Bờ Hồ đến địa giới tỉnh Bình Dương (giai đoạn 2); nâng cấp, mở rộng ĐT 782 - ĐT 784; đường Đất Sét - Bến Củi; Cầu An Hoà; cầu bến cây Ổi; đường từ ngã ba ĐT.781 - Bờ hồ Dầu Tiếng đến ĐT.785 (ngã tư Tân Hưng); nâng cấp, mở rộng đường ĐT.792-ĐT.793; nâng cấp đường Tuần tra biên giới đoạn từ cầu Sài Gòn 2 đến cửa khẩu Quốc tế Xa Mát	
2	Thực hiện đầu tư các dự án cao tốc, quốc lộ kết nối Tây Ninh với các tỉnh trong Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, như: cao tốc Thành phố Hồ Chí Minh - Mộc Bài, cao tốc Gò Dầu - Xa Mát, đường Hồ Chí Minh đoạn Chơn Thành - Đức Hoà.	
3	Thực hiện đầu tư các dự án kết nối các điểm du lịch của tỉnh, các đô thị, như: đường Trần Phú (đoạn từ cửa số 7 nội ô Tòa Thánh đến QL.22B); đường 781 từ thị trấn Châu Thành đến cửa khẩu Phước Tân; đường 794 (giai đoạn 2); đường 787B đoạn từ ngã tư Hai Châu đến giao với đường ĐT.789); đường Hoàng Lê Kha (đoạn từ CMT8 đến đường Bời Lời), đường Khedol - Suối Đá, đường ĐT.789...	

Nguồn : Sở Giao thông vận tải Tây Ninh

Phụ lục 11 – Hiện trạng cơ sở, nhân lực du lịch

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TTBQ
I	**Cơ sở lưu trú**	**Cơ sở**	**580**	**634**	**574**	**621**	**603**	**608**	***1%***
	Tổng số phòng	Phòng	6.099	7.974	6.726	7.179	6.543	6.773	*2,1%*
	Phân loại	Cơ sở							
	Đạt tiêu chuẩn 1 sao		19	24	27	31	34	18	
	Đạt tiêu chuẩn 2 sao		5	6	8	8	8	8	
	Đạt tiêu chuẩn 3 sao							1	
	Đạt chuẩn Nhà nghỉ		87	103	150	194	202	90	
	Đạt chuẩn Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê		75	87	110	109	108	25	
	Chưa phân loại		394	414	279	279	251	466	
II	***Công ty lữ hành***	**Cơ sở**	**8**	**11**	**10**	**10**	**12**	**15**	**13,4**
	Trong đó: công ty lữ hành quốc tế		1	1	2	2	2	2	
III	**Lao động trong ngành du lịch**	**Người**	**2.060**	**2.043**	**2.153**	**2.412**	**2.593**	**2.850**	**6,7**
	Lao động trực tiếp		721	817	689	748	778	998	
	Lao động gián tiếp		1.339	1.226	1.464	1.664	1.815	1.853	

Nguồn: Sở VHTTDL, Cục Thống kê tỉnh

Phụ lục 12 - Hiện trạng khách du lịch giai đoạn 2013 - 2018

Đơn vị tính: ngàn lượt khách

	Diễn Giải	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TTBQ %
1	**Khách lưu trú**	**1.712**	**2.243**	**2.428**	**2.564**	**2.606**	**2.695**	**9,5**
1.1	*Khách quốc tế*	4,3	4,7	5,3	5,7	6	6,6	8,9
	Ngày lưu trú trung bình (ngày khách)	*1,35*	*1,17*	*1,19*	*1,25*	*1,25*	1,24	
1.2	*Khách nội địa*	1.708	2.239	2.422	2.558	2.600	2.638	9,1
	Ngày lưu trú trung bình (ngày khách)	*0,38*	*0,29*	*0,29*	*0,3*	*0,31*	*0,33*	
2	**Khách tham quan du lịch**	**2.352**	**2.425**	**2.391**	**2.626**	**2.640**	**2.733**	**3,1**
2.1	Khu du lịch Núi Bà	2.090	2.135	2.234	2.340	2.520	2.576	*4,3*
	Trong đó: Khách trong tháng Hội Xuân	*1.400*	*1.359*	*1.410*	*1.491*	*1.506*	*1.539*	*1,9*
2.2	KDLLong Điền Sơn	157	187	73	209	43	74	*-14%*
2.3	Các Khu Di tích, lịch sử cách mạng miền Nam	51	60	60	45	48	61	*3,3*
2.4	Vườn QG Lò Gò-Xa Mát	4,7	4,5	3,4	5,3	5,5	5,5	*3,5*
2.5	Tòa Thánh Cao Đài *(khách quốc tế)*	48,5	38,7	20,7	27,2	23,3	18,3	*-17,7*
3	**Khách xuất nhập cảnh**	**3.157**	**2.468**	**2.374**	**2.783**	**3.208**	**3.978**	*4,7*
3.1	*Khách xuất cảnh*	*1.591*	*1.267*	*1.177*	*1.391*	*1.596*	*1.925*	*3,9*
3.2	*Khách nhập cảnh*	*1.566*	*1.201*	*1.198*	*1.392*	*1.612*	*2.052*	*5,6*

Nguồn: Bộ chỉ huy bộ đội biên phòng tỉnh, Sở VHTTDL, Cục Thống kê tỉnh

Phụ lục 13 – Hoạt động du lịch 2013 – 2018

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TTBQ %
I	**Khách lưu trú**	*Lượt khách*	**1.712**	**2.243**	**2.428**	**2.564**	**2.606**	**2.695**	**9,5%**
	Tốc độ tăng	*%*		*31,0%*	*8,2%*	*5,6%*	*1,6%*	*3,4%*	
II	**Khách tham quan**	*Lượt khách*	**2.352**	**2.425**	**2.391**	**2.626**	**2.640**	**2.733**	**3,0%**
	Tốc độ tăng	*%*		*3,1%*	*-1,4%*	*9,8%*	*0,5%*	*3,5%*	
III	**Doanh thu du lịch theo giá cố định**	*Tỷ đồng*	**506**	**591**	**663**	**711**	**791**	**895**	**12%**
	Tốc độ tăng	*%*		*16,7%*	*10,7%*	*7,1%*	*11,4%*	*13,1%*	
IV	**GRDP tỉnh theo giá cố định**	*Tỷ đồng*	**38.024**	**42.155**	**39.159**	**44.082**	**47.568**	**51.374**	**6,8%**
	Tốc độ tăng	*%*	*8,6*	*10,9%*	*-7,1%*	*12,6%*	*7,9%*	*8%*	
V	***Chi tiêu bình quân khách du lịch***	Nghìn đồng	**231**	**248**	**278**	**277**	**312**	**341**	

Nguồn: Cục Thống kê tỉnh, Sở VHTTDL

Phụ lục 14 – Kịch bản về mức tăng trưởng

	Kịch bản	Đơn vị tính	2020	2030	2035
I	**GRDP tỉnh theo giá cố định**	Tỷ đồng			
	Lạc quan – tăng 14,4%/năm		67.203	257.425	503.827
	Bình thường – tăng 6,8%/năm		58.597	113.133	157.198
	Kém lạc quan- tăng 6%/năm		57.723	103.373	138.366
	Nghị quyết – tăng 8%/năm		**59.921**	**129.366**	**190.081**
II	**Doanh thu theo giá cố định**	Tỷ đồng			
	Lạc quan- tăng 22%/năm		**1.332**	**9.731**	**26.299**
	Bình thường- tăng 12%/năm		1.123	3.487	6.145
	Kém lạc quan-tăng 9,4%/năm		1.071	2.630	4.122
	Nghị quyết – tăng 17%/năm		1.225	5.889	12.912
III	**Khách tham quan du lịch**	Nghìn lượt			
	Lạc quan- tăng 10%/năm		3.297	8.418	13.452
	Bình thường – tăng 3%/năm		2.902	3.919	4.553
	Kém lạc quan- tăng 1%/năm		2.788	3.080	3.237
	Nghị quyết – tăng 5%/năm		**3.013**	**4.908**	**6.264**

Phụ lục 15 – Kịch bản 1: mức đóng góp ngành du lịch và chi tiêu khách du lịch

	Kịch bản	Đơn vị tính	2020	2030	2035
I	**GRDP tỉnh theo giá cố định**	Tỷ đồng			
	Tăng 8%/năm		59.921	**129.366**	190.081
II	**Doanh thu theo giá cố định**	Tỷ đồng			
	Tăng 22%/năm		1.332	**9.731**	26.299
III	**Khách tham quan du lịch**	Nghìn lượt			
	Tăng 5%/năm		3.013	**4.908**	6.264
IV	**Mức đóng góp du lịch thu/GRDP tỉnh**	%	2,22	**7,52**	13,84
V	**Chi tiêu bình quân khách du lịch**	Ngàn đồng	442	**1.983**	4.200

Phụ lục 16 – Kịch bản 2: mức đóng góp ngành du lịch và chi tiêu khách du lịch

	Kịch bản	Đơn vị tính	2020	2030	2035
I	**GRDP tỉnh theo giá cố định**	Tỷ đồng			
	Tăng ≥10%/năm		≥62.161	≥161.230	≥259.663
II	**Doanh thu theo giá cố định**	Tỷ đồng			
	Tăng 22%/năm		1.332	9.731	26.299
III	**Khách tham quan du lịch**	Nghìn lượt			
	Tăng 5%/năm		3.013	4.908	6.264
IV	**Mức đóng góp du lịch thu/GRDP tỉnh**	%	≤ 2,14	≤ 6,04	≤ 10,13
V	**Chi tiêu bình quân khách du lịch**	Ngàn đồng	442	1.983	4.200

Phụ lục 17 – Đề xuất đầu tư cho ngành du lịch

STT	Hạng mục	Giai đoạn I (2020-2025)	Giai đoạn II (2025-2030)
I	**Hạ tầng kỹ thuật ngoài rào**		
1	Nâng cấp giao thông quốc lộ. tỉnh lộ đến các khu du lịch trọng điểm	x	
2	Đầu tư xây dựng tuyến đường cao tốc		x
3	Hệ thống điện, cấp nước, thông tin liên lạc	x	
4	Hệ thống xử lý nước thải, chất thải rắn	x	
II	**Hạ tầng điểm đến**		
1	Khu du lịch Núi Bà Đen	x	x
2	Hồ Dầu Tiếng		x
3	Vườn quốc gia Lò Gò – Xa Mát	x	x
4	Căn cứ TW Cục Miền Nam		x
III	**Cơ sở lưu trú**		
1	Khu thương mại, dịch vụ, lưu trú nghỉ dưỡng cao cấp		x
2	Phát triển khách sạn đạt chuẩn 1-3 sao	x	
IV	**Dịch vụ nhà hàng, ăn uống, vui chơi giải trí**		
1	Nhà hàng đáp ứng số lượng khách đông. quốc tế	x	
2	Trung tâm mua sắm, đồ lưu niệm đặc trưng	x	
3	Trung tâm hội nghị, hội chợ, triển lãm		x
4	Khu thể dục thể thao, sân golf và các dịch vụ phụ trợ		x
5	Làng nghề truyền thống		x
V	**Các dịch vụ liên quan khác**		
1	Dịch vụ chăm sóc y tế, làm đẹp, spa		x
2	Dịch vụ tài chính, ngân hàng, bảo hiểm	x	

STT	Hạng mục	Giai đoạn I (2020-2025)	Giai đoạn II (2025-2030)
3	Dịch vụ lữ hành	x	
VI	**Quảng bá. truyền thông**		
1	Tham gia các sự kiện xúc tiến Đầu tư – Thương mại – Du lịch ngoài nước	x	x
2	Cập nhật thông tin giới thiệu, quảng bá du lịch Tây Ninh trên các phương tiện thông tin đại chúng	x	x
3	Lựa chọn đại sứ du lịch		x
VII	**Phát triển nguồn nhân lực**		
1	Thu hút nhân lực có trình độ cao và chuyên nghiệp. thực hiện thuê chuyên gia trong nước và quốc tế vào các vị trí then chốt.	x	x
2	Tăng cường đào tạo. bồi dưỡng. phát triển nhân lực, đặc biệt tập trung vào đội ngũ quản lý, lao động hiện tại.	x	x
3	Hỗ trợ đào tạo chuyển đổi từ lao động nông nghiệp sang làm dịch vụ du lịch.	x	x