

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH TIỀN GIANG

Đỗ Văn Xê¹, Lê Hồng Ân²

ABSTRACT

The study focuses on analyzing of Tien Giang tourism and analyzing the following main aspects: the number of tourists and the tourist turnover from 2001 to 2006, with appreciation of the development potential of Tien Giang tourism. Analysis of the matrix SWOT can find comparison benefits of Tien Giang tourism compared with other provinces, since this analysis we can design suitable strategies for Tien Giang tourism development over the next few years. Results of the study show that tourists come to Tien Giang mainly at the weekend. Tourists tour the area and the time they stay is very short, averaging 1.53 days per person. This period is insufficient to promote good business prospects. Finally the study found that we must formulate quick and effective solutions if we are to exploit the tourism potential of Tien Giang tourism.

Keywords: *Tourist, Tien Giang Tourism, SWOT*

Tile: *The way to develop Tien Giang Tourism*

TÓM TẮT

Nghiên cứu tập trung phân tích ngành du lịch Tiền Giang trên các mặt chủ yếu sau: thực trạng số lượng du khách và doanh thu du lịch từ các năm 2001 đến năm 2006, đánh giá tiềm năng phát triển du lịch Tiền Giang. Thông qua phân tích ma trận SWOT có thể tìm ra những lợi thế so sánh của ngành du lịch Tiền Giang so với ngành du lịch của các địa phương khác, từ đó đề ra những chiến lược thích hợp cho kế hoạch phát triển ngành du lịch tỉnh nhà trong thời gian tới. Kết quả phân tích các số liệu sơ cấp cho thấy du khách đến Tiền Giang chủ yếu là du lịch cuối tuần, du lịch theo tour với thời gian lưu lại Tiền Giang rất ngắn, trung bình 1,53 ngày/người nên hiệu quả kinh doanh đạt được không cao. Từ những kết quả phân tích đó cho phép kết luận, ngành du lịch Tiền Giang sẽ mất lợi thế trong tương lai nếu không có những giải pháp nhanh, hiệu quả nhằm khai thác tốt những tiềm năng du lịch sẵn có.

Từ khóa: *du lịch, du lịch Tiền Giang*

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Tiền Giang nằm trong vùng ảnh hưởng của địa bàn trọng điểm phía Nam, giữa Thành phố Cần Thơ và Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm kinh tế của cả nước, đây là điểm tựa quan trọng cho việc phát triển du lịch Tiền Giang. Những năm qua, mô hình xã hội hóa trong hoạt động du lịch của Tiền Giang đã phát huy hiệu quả, việc huy động nhân dân cùng làm du lịch đã từng tạo được thế thượng phong so với các tỉnh Đồng bằng Sông Cửu Long nay đã không còn, bởi những bài bản này đã được các tỉnh bạn vận dụng, trở thành đối thủ cạnh tranh lợi hại của du lịch tỉnh nhà. Mà cụ thể là hai địa phương Đồng Tháp và Long An là hai địa phương giáp ranh với Tiền Giang, đều có những điều kiện tự nhiên để phát triển du lịch, tiềm năng là du lịch sinh thái. Các địa phương này sẽ là sự lựa chọn của du khách

¹ Trường Đại học Cần Thơ

² Trường Đại học Tiền Giang

khi họ quyết định đi du lịch do đó sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh du lịch của Tiền Giang. Do đó, làm thế nào để thu hút du khách đến Tiền Giang ngày càng nhiều và lôi cuốn họ lưu trú lại càng lâu là việc làm hết sức cần thiết của ngành du lịch Tiền Giang để khai thác tiềm năng du lịch của địa phương nhằm mang lại hiệu quả kinh tế xã hội cao. Việc nghiên cứu “**Giải pháp phát triển du lịch Tiền Giang**” là một yêu cầu cần thiết.

1.1 Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

Mục tiêu tổng quát của đề tài là phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh du lịch và dịch vụ du lịch của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh Tiền Giang trong thời gian qua. Qua đó đề xuất những giải pháp phát triển ngành du lịch Tiền Giang trong những năm tới.

Nhằm đạt được mục tiêu tổng quát, bài viết đi sâu phân tích các mục tiêu cụ thể sau:

- Đánh giá thực trạng kinh doanh du lịch từ năm 1997 đến năm 2006.
- Phân tích định tính số liệu điều tra du khách.
- Đề xuất các giải pháp phát triển du lịch Tiền Giang trong giai đoạn tới.

1.2 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh du lịch tại Tiền Giang, các cơ quan ban ngành, chính quyền địa phương có liên quan đến hoạt động kinh doanh du lịch. Phạm vi không gian của đề tài được giới hạn trên địa bàn tỉnh, có xem xét với các quan hệ sự phát triển của ngành trong phạm vi cả nước.

- *Dữ liệu thứ cấp*: được lấy từ các báo cáo của Sở Thương mại và Du lịch Tiền Giang, số liệu của Tổng cục Du lịch Việt Nam, số liệu từ các công ty du lịch trên địa bàn tỉnh Tiền Giang, số liệu của niên giám thống kê,...các bài viết của các tác giả tham khảo và các số liệu sơ cấp đã được tổng hợp phân tích trong luận văn.
- *Dữ liệu sơ cấp*: được thu thập từ điều tra mẫu du khách đến Tiền Giang. Dự kiến số lượng mẫu thu thập là 60 mẫu, phương pháp chọn mẫu là ngẫu nhiên xếp tầng. Phương pháp này phổ biến nhất vì tính chính xác và đại diện cao.

1.3 Phương pháp nghiên cứu

Để thấy rõ hiện trạng du lịch của Tiền Giang, bài viết đã sử dụng các phương pháp hệ thống hóa, thống kê, kết hợp với việc so sánh, tổng hợp, phân tích để đánh giá thực trạng kinh doanh du lịch và dịch vụ du lịch của tỉnh trong thời gian qua. Ngoài ra, phần mềm SPSS, phần mềm chuyên dụng phân tích định tính, được sử dụng để so sánh và đánh giá các mục tiêu. Số liệu thu thập sẽ được phân tích theo các dạng sau: phân tích thống kê mô tả (Descriptive Statistics), phân tích nhân tố (Factor Analyze) và phân tích bảng chéo (Crosstabulation Analyzing).

Nội dung bài viết có kết cấu các phần sau. Phần 1 tổng quan về vấn đề nghiên cứu. Phần 2 thể hiện thực trạng ngành du lịch tại Tiền Giang. Phần 3 nêu lên kết luận và các giải pháp phát triển ngành du lịch tại Tiền Giang trong thời gian tới.

2 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TIỀN GIANG

2.1 Phân tích thực trạng du lịch Tiền Giang

Bảng 1: Số lượng khách du lịch đến Tiền Giang giai đoạn 2002-2006

Chỉ tiêu	Đvt	Thực hiện						TĐTBQ (%)
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2002-2006
Tổng lượng khách	lượt	378.135	439.308	377.386	429.431	518.124	610.390	10,05
Quốc tế	"	191.359	258.773	203.482	240.713	318.522	388.946	15,24
Nội địa	"	186.766	180.535	173.904	188.718	199.602	221.444	3,46
1. Khách lữ hành	"	337.317	397.182	307.360	332.221	404.126	481.168	7,36
Quốc tế	"	186.920	252.539	186.445	206.554	167.781	345.798	13,09
Nội địa	"	150.397	144.643	120.915	125.667	136.345	135.370	-2,08
2. Khách lưu trú	"	40.818	42.126	53.823	67.024	67.451	92.028	17,66
Quốc tế	"	4.439	6.234	4.500	6.246	6.206	8.082	12,73
Nội địa	"	36.379	35.892	49.323	60.778	61.245	83.946	18,20
3. Khách vận chuyên	"			16.203	30.186	46.547	37.192	31,91

(Nguồn: Sở Thương mại Du lịch Tiền Giang, 2006)

2.1.1 Về cơ cấu nguồn khách

Khách du lịch quốc tế

Theo thống kê các năm từ 1996 đến 2005 thì các nước có lượng khách du lịch đến Tiền Giang chiếm tỷ trọng bình quân năm cao như sau: Nhật Bản là cao nhất với tỷ lệ là 34,84%; kế đến là Pháp với tỷ lệ là 29,31%; Hàn quốc đứng thứ 3 với tỷ lệ là 7,59%; các nước có lượng khách từ 1.000 người đến 4.000 người chiếm tỷ lệ 21,15% bao gồm Mỹ, Đức, Đài Loan, Anh, Hongkong và Australia; 7,11% còn lại là của các quốc gia khác.

Đến năm 2006 lượng khách quốc tế tăng đáng kể, tỷ lệ dẫn đầu vẫn là khách Nhật 140.954 lượt, chiếm tỷ lệ 36,24%; Hàn Quốc 44.534 lượt, chiếm tỷ lệ 11,45%; Pháp 39.322 lượt, chiếm tỷ lệ 10,11%; Anh 36.560 lượt, chiếm tỷ lệ 9,41%. Số còn lại chiếm từ 15.000 đến 20.000 lượt khách bao gồm các nước Đài Loan, Australia, Mỹ, Đức v.v...

Hiện nay, khách đến Tiền Giang với mục đích chính là tham quan và du lịch. Phần lớn lượng khách quốc tế đến Tiền Giang là do các công ty du lịch và các hãng lữ hành TP.HCM đưa đến theo chương trình đã hợp đồng. Do đó, khách đến Tiền Giang không có đủ thời gian để khám phá, mua sắm và lưu trú lại đêm tại Tiền Giang nên đã ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả kinh doanh của ngành du lịch Tiền Giang.

Khách du lịch trong nước

Giai đoạn 2002 – 2006 lượng khách nội địa có tăng nhưng tăng rất chậm, tốc độ tăng trung bình chỉ đạt 3,46% rất thấp so với giai đoạn 1997 – 2001. Thực tế trên cho thấy ngành du lịch Tiền Giang chưa có sự đầu tư đúng mức, công tác tổ chức quản lý và điều hành chưa hợp lý thiếu tính chiến lược, sản phẩm du lịch đơn điệu kém hấp dẫn, dịch vụ du lịch còn thiếu và yếu không đủ sức hấp dẫn để giữ chân được du khách.

2.1.2 Thời gian lưu trú của khách

Do chương trình tour chủ yếu theo chương trình sắp xếp của các đơn vị kinh doanh lữ hành Thành phố Hồ Chí Minh, thời gian tham quan ngắn nên thời gian lưu trú còn thấp, chủ yếu chỉ có khách đi lẻ và khách “ba lô” lưu trú. Giai đoạn 2002 – 2006 khách lưu trú có tăng lên, thời gian lưu trú bình quân của khách là 1,7 ngày/người đối với khách quốc tế và 1,5 ngày/người đối với khách nội địa, nhưng tỷ trọng cũng chỉ đạt 15% trên tổng lượt khách.

2.2 Doanh thu du lịch

Bảng 2: Doanh thu du lịch giai đoạn 2002 - 2006

Chỉ tiêu	Đvt	2001	2002	2003	2004	2005	2006	TĐTBQ (%)
Tổng doanh thu	Tr.đ	678.968	595.458	550.164	542.511	621.828	684.011	0,15
1. DN trực tiếp phục vụ DL	“	46.353	56.043	50.751	56.544	63.445	65.022	7,0
Thu quốc tế	“	15.117	20.055	31.539	26.949	31.220	36.127	19,03
Khách sạn	“	3.963	4.059	5.220	6.202	6.143	7.275	12,92
Lữ hành	“	14.102	18.271	13.974	15.657	17.282	16.666	3,40
Ăn uống	“	25.769	30.819	29.436	32.808	36.554	37.377	7,72
VC khách DL	“	858	886	254	164	241	321	-17,85
Thu khác	“	1.661	2.008	1.867	1.713	3.225	3.383	15,29
2. Các hộ cá thể kinh doanh DL	“	632.615	539.415	499.413	485.967	558.383	618.989	-0,43

(Nguồn: Sở thương mại – Du lịch Tiền Giang), (Ghi chú: Số liệu tính toán theo giá so sánh năm 1994)

Thời kỳ 2002 – 2006, thời kỳ này tốc độ tăng trưởng bình quân khách du lịch chỉ đạt 10,5% nhưng tốc độ tăng trưởng doanh thu giảm đột biến, tốc độ tăng trưởng cả giai đoạn chỉ đạt 0,15%.

Năm 2002 và liên tiếp các năm sau lượng khách du lịch đến Tiền Giang giảm xuống nhanh chóng. Nguyên nhân là do những du khách họ không tìm thấy gì hấp dẫn hơn về Tiền Giang. Một lý do nữa là do ảnh hưởng của dịch bệnh SARS và dịch cúm gia cầm bùng phát khắp nơi. Nhưng nguyên nhân chính là du khách họ cảm thấy thất vọng hơn là họ không có cơ hội để họ tiêu xài hết số tiền mà họ mang theo, đặc biệt đối với khách quốc tế và khách nội địa hạng sang.

Doanh thu từ khách du lịch quốc tế giai đoạn 2002 – 2006 đã tăng lên đạt 19,03%. Khách quốc tế hàng năm tăng mạnh nhưng doanh thu quốc tế chưa tăng mạnh, do khách chỉ tham quan trong ngày rồi về TP.HCM. Số lưu lại qua đêm cũng không tăng nhiều, vì ít có các dịch vụ bổ sung phục vụ khách, từ đó không kích thích chi tiêu của khách quốc tế.

Về cơ cấu chi tiêu của khách du lịch đến Tiền Giang giai đoạn 2002–2006 doanh thu tăng lên, nhưng cơ cấu chi tiêu cao nhất cho tham quan du lịch cũng chỉ đạt 28,27%, ăn uống 56,95% và lưu trú tăng lên 11,31%, còn lại là mua sắm và các dịch vụ khác 3,48%. Với cơ cấu này cho thấy du khách chủ yếu được đưa đến Tiền Giang qua các Công ty kinh doanh lữ hành ở TP.HCM với chương trình mua sắm và ăn uống được đặt trước, nên mức thu về tham quan và ăn uống có tỉ trọng cao. Các dịch vụ bổ sung và hàng lưu niệm cũng chưa kích thích mạnh nhu cầu chi tiêu của khách, đồng thời cơ sở lưu trú với chất lượng thấp không hấp dẫn cho khách lưu lại, nên tỉ trọng còn thấp.

2.3 Các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến hoạt động du lịch Tiền Giang

2.3.1 Các yếu tố về kinh tế

Sự gia nhập của Việt Nam vào nền kinh tế khu vực và trên thế giới sẽ góp phần thúc đẩy nền kinh tế phát triển hơn. Đây là cơ hội để giao lưu hợp tác về kinh tế, văn hóa, học tập kinh nghiệm tiến bộ của các quốc gia trên thế giới. Đồng thời sẽ là tiền đề quan trọng cho ngành du lịch có thể khai thác các tiềm năng về du lịch công việc, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch văn hóa lịch sử...

Năm du lịch quốc gia Cần Thơ – Mekong năm 2008 được tổ chức tại Cần Thơ với chủ đề “Miệt vườn sông nước Cửu Long”. Đây thật sự là cơ hội lớn cho các tỉnh miền Tây có thể giới thiệu đến du khách trong và ngoài nước những tiềm năng du lịch của địa phương.

2.3.2 Các yếu tố về chính trị - pháp luật

- Việt Nam đã ký 24 hiệp định hợp tác du lịch song phương cấp chính phủ với các nước trên thế giới, thiết lập quan hệ với 1.000 hãng du lịch của 50 quốc gia và vùng lãnh thổ. Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á là khu vực mà du lịch Việt Nam hợp tác sâu rộng, toàn diện và sớm nhất; ký hiệp định du lịch ASEAN vào tháng 11 năm 2002.
- Việt Nam là điểm đến an ninh và an toàn nhất. Triển vọng phát triển của ngành du lịch nước nhà trong giai đoạn tới là rất khả quan.
- Năm 2006, Việt Nam trở thành thành viên chính thức của tổ chức thương mại thế giới sẽ góp phần cải thiện và mở rộng mối quan hệ hợp tác song phương và đa phương với nhiều quốc gia, góp phần cải thiện môi trường đầu tư, môi trường kinh doanh cạnh tranh tự do và bình đẳng.
- Việt Nam đang tiến tới xoá bỏ visa nhập cảnh của công dân các nước trong khối ASEAN và một số nước khác ở Châu Á. Bộ Công an đã ban hành quy chế 849/2004/QĐ-BCA về việc tổ chức và quản lý công dân Trung Quốc sử dụng giấy phép xuất, nhập cảnh vào Việt Nam tham quan du lịch. Rõ ràng đây là những cơ hội lớn cho các địa phương trong cả nước tận dụng để khai thác phát triển du lịch.

2.3.3 Các yếu tố tự nhiên

Tiềm năng du lịch đa dạng và phong phú. Ngoài những di tích lịch sử - văn hóa cấp quốc gia nổi tiếng như di tích chiến thắng Ấp Bắc, di tích Rạch Gầm – Xoài Mút, chùa Vĩnh Tràng, đình Long Hưng, lăng Hoàng Gia,..., còn có các nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú mang đặc trưng của các vùng sinh thái nước ngọt; vùng sinh thái ngập phèn; vùng sinh thái ngập mặn.

Thời gian qua dịch bệnh liên tiếp xảy ra đã ảnh hưởng không nhỏ đến sự phát triển du lịch chung của khu vực châu Á, trong đó có Việt Nam. Dịch SARS xuất hiện năm 2003 và dịch cúm gia cầm xuất hiện liên tiếp vào các năm 2003, 2004 và 2005 đã đe dọa đến ngành du lịch của Việt Nam.

2.3.4 Áp lực từ các đối tác

Sự phụ thuộc khá lớn của ngành du lịch Tiền Giang vào các đơn vị du lịch Thành phố Hồ Chí Minh là một trở ngại không nhỏ cho sự phát triển của ngành du lịch của tỉnh. Đa số khách du lịch kể cả khách nội địa và khách quốc tế đều do những cơ sở này cung cấp. Các đơn vị này chỉ xem Tiền Giang là trạm dừng chân tạm thời cho nên thời gian lưu trú của du khách rất ngắn phần nào đã ảnh hưởng đến doanh thu của ngành du lịch của tỉnh.

2.3.5 Áp lực từ đối thủ cạnh tranh

Hiện nay, An Giang, Kiên Giang, Cần Thơ, Đồng Tháp và các tỉnh khác đã và đang đầu tư cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất cho ngành du lịch rất nhiều. Những khu du lịch sinh thái rất nổi tiếng và rất hấp dẫn du khách như là làng du lịch sinh thái Mỹ Khánh – Thành phố Cần Thơ, làng du lịch sinh thái nổi Tân lập – Long An, làng du lịch sinh thái Tràm Chim và Xẻo Mây - tỉnh Đồng Tháp, đặc biệt là hai tỉnh An Giang và Kiên Giang có nhiều lợi thế hơn về tiềm năng du lịch và được địa phương khai thác phục vụ rất tốt cho ngành du lịch.

2.4 Các yếu tố bên trong ảnh hưởng đến hoạt động du lịch Tiền Giang

Phân tích môi trường bên ngoài để tìm ra những cơ hội cũng như thấy được những đe dọa của ngành. Ngược lại phân tích những yếu tố bên trong cũng như thực trạng của ngành để tìm ra những điểm mạnh và điểm yếu của ngành.

2.4.1 Cơ sở hạ tầng

Hiện nay, Tiền Giang đã xây dựng được những điểm dừng chân khá lý tưởng cho du khách. Nhà hàng Trung Lương, nhà hàng Minh Phú và một resort là Mekong Resstop đảm bảo phục vụ tốt nhu cầu của khách nội địa và khách quốc tế. Điều quan trọng thì đây là những cơ sở hạ tầng phục vụ du khách trong chương trình phát triển du lịch các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long. Sắp tới, ngành du lịch Tiền Giang đang thực hiện dự án xây dựng bến tàu du lịch Thành phố Mỹ Tho làm điểm dừng chân đầu tiên cho các tàu du lịch quốc tế trên tuyến du lịch Mekong.

2.4.2 Cơ sở vật chất – kỹ thuật

Cơ sở lưu trú phục vụ khách du lịch có tăng đáng kể trong thời gian qua nhưng chưa đáp ứng yêu cầu phục vụ du khách, đáng chú ý là nhu cầu của du khách hạng sang và du khách quốc tế.

Chưa có nhà hàng đặc sản chế biến những món ăn truyền thống dân gian Nam bộ và Mỹ Tho. Tay nghề đầu bếp chưa phát huy và chưa khai thác tốt trong chế biến các món ăn dân dã vùng Nam bộ và miền Tây. Thiếu những sự kiện như hội chợ ẩm thực để tìm kiếm và giới thiệu món ăn truyền thống Tiền Giang đến thực khách.

2.4.3 Nguồn nhân lực phục vụ du lịch

Đội ngũ lao động trong ngành du lịch chưa đáp ứng được yêu cầu đổi mới của ngành du lịch, chưa có tính chuyên nghiệp và không đồng đều ở các khu vực kinh tế. Hiện nay trình độ chuyên môn và khả năng ngoại ngữ của đội ngũ lao động du lịch còn yếu, không được đào tạo chuyên nghiệp về nghiệp vụ trong các lĩnh vực của ngành, vốn ngoại ngữ và kiến thức lịch sử chưa đáp ứng được đòi hỏi của ngành và khả năng phục vụ khách quốc tế.

2.4.4 Vốn đầu tư

Tiền Giang có rất nhiều dự án lớn về quy hoạch và phát triển du lịch nhưng cho đến nay các dự án đó chưa hoàn thành mà vẫn ỉ ạch ở khâu quy hoạch. Nguyên nhân là vốn đầu tư cho du lịch của địa phương ít và không đủ, khả năng tổ chức và quản lý các dự án còn thiếu kinh nghiệm, đồng thời cũng chưa có những giải pháp hữu hiệu nhằm thu hút vốn đầu tư từ mọi thành phần kinh tế vào các dự án này.

2.5 Đánh giá tổng quát hiện trạng

2.5.1 Thực trạng

Thành tựu của ngành du lịch tỉnh nhà đạt được trong những năm qua xuất phát từ những nhân tố chủ quan và khách quan sau:

- Được sự quan tâm, chỉ đạo của Tỉnh uỷ, UBND tỉnh và Tổng cục Du lịch. Sở Thương mại và Du lịch đã triển khai thực hiện quy hoạch tổng thể phát triển du lịch thời kỳ 1995 – 2010.
- Quá trình giao lưu, học tập kinh nghiệm phát triển du lịch của các tỉnh khác, các đơn vị lữ hành quốc tế ở TP.HCM, đã tạo thế ổn định và tăng trưởng kinh tế du lịch của tỉnh.
- Tăng cường công tác quảng bá, quảng cáo bằng nhiều hình thức về hình ảnh, sản phẩm du lịch Tiền Giang đến du khách trong và ngoài nước, ...đã duy trì và phát triển tăng trưởng du lịch.
- Phối hợp giữa các ngành, các cấp trong công tác quản lý và phát triển ngành du lịch. Nhờ chính sách đổi mới, thông thoáng đã tạo điều kiện cho mọi thành phần kinh tế tham gia vào các dự án phát triển du lịch, từng bước đẩy mạnh xã hội hoá du lịch, nâng cao trách nhiệm của cộng đồng và du khách trong quản lý, khai thác các tài nguyên du lịch.
- Sự nỗ lực phấn đấu của lực lượng lao động trong toàn ngành đã nâng dần chất lượng phục vụ, nghiệp vụ chuyên môn nên đã tác động tích cực đến quá trình phát triển.

2.5.2 Nguyên nhân tồn tại

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đạt được còn có không ít những tồn tại mà ngành du lịch cần phải cố gắng khắc phục như sau:

- Sản phẩm du lịch còn mang tính đơn điệu, trùng lặp với khu vực miền Tây, xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch chưa khai thác được và chưa tương xứng với những tiềm năng du lịch của địa phương.
- Hoạt động của ngành du lịch thiếu chuyên nghiệp và chưa đồng nhất. Đội ngũ lao động phục vụ cho ngành du lịch là rất lớn những đa số chưa được qua đào tạo chuyên môn nên không đáp ứng được nhu cầu phát triển của ngành. Trình độ chuyên môn nghiệp vụ và ngoại ngữ còn thấp nên chất lượng phục vụ khách nội địa hạ tầng sang và khách quốc tế chưa đạt yêu cầu, không tạo được ấn tượng đối với du khách..
- Hiện tại, vốn đầu tư cho ngành du lịch của địa phương còn thiếu rất nhiều, trong khi đó tỉnh cũng như ngành chưa tìm ra được những giải pháp hữu hiệu để thu hút vốn từ mọi thành phần kinh tế đầu tư vào các dự án du lịch của tỉnh.
- Tiền Giang chưa khai thác được lợi thế vị trí “*cửa ngõ miền Tây*” và ngành du lịch còn phụ thuộc quá lớn vào các tổ chức du lịch lữ hành Thành phố Hồ Chí Minh.
- Hoạt động xúc tiến chỉ dừng lại ở việc tham gia triển lãm liên hoan du lịch trong nước. Chưa tổ chức được những sự kiện du lịch có tính chất như các Festival về du lịch ở các tỉnh có thể mạnh về du lịch đã làm.
- Cơ sở lưu trú phục vụ du khách chưa đáp ứng được yêu cầu của ngành du lịch. Số lượng các khách sạn xây dựng mới có tăng lên trong thời gian qua nhưng đa số không đáp ứng được nhu cầu cho khách quốc tế.

Nguyên nhân của những tồn tại trên là do:

- Vốn đầu tư của địa phương còn thiếu và yếu, trong khi đó chưa có những giải pháp hữu hiệu để kêu gọi đầu tư từ mọi thành phần kinh tế tham gia vào ngành du lịch. Công tác quy hoạch và phát triển chưa khai thác tốt tiềm năng du lịch khá đa dạng và phong phú sẵn có.
- Chưa khai thác được vị trí “*cửa ngõ miền Tây*” rất thuận lợi cho sự phát triển du lịch. Chất lượng sản phẩm du lịch không cao, sản phẩm du lịch còn mang tính trùng lặp, không tạo được những sản phẩm mang tính đặc trưng riêng, thị trường còn hạn hẹp.
- Trình độ nghiệp vụ chuyên môn và khả năng ngoại ngữ của đội ngũ lao động trong ngành chưa đáp ứng yêu cầu mới của ngành du lịch trong xu thế hội nhập và cạnh tranh. Năng lực của cán bộ quản lý và điều hành tour còn hạn chế nên việc tổ chức các tour dài ngày trong tỉnh chưa thực hiện được.
- Quá trình xã hội hóa du lịch đạt hiệu quả chưa cao. Những định hướng quy hoạch phát triển du lịch chưa được phổ biến rộng rãi đến các cá nhân và mọi thành phần kinh tế để họ tham gia đầu tư vào các hoạt động kinh doanh du lịch.
- Thiếu sự đầu tư vào thương hiệu ngành du lịch của tỉnh, hoạt động tìm kiếm và khai thác thị trường chưa tốt. Công tác xúc tiến và quảng bá hình ảnh du lịch Tiền Giang chưa nhằm đến mục tiêu chất lượng và thị trường tiềm năng. Hoạt động hỗ trợ và liên kết của các công ty du lịch lữ hành trong tỉnh còn thiếu và yếu nên khả năng khai thác trực tiếp kinh doanh lữ hành quốc tế đạt hiệu quả thấp.

- Sự phối hợp liên ngành các ngành có liên quan, các cấp chính quyền chưa được thường xuyên trong việc quản lý an ninh trật tự các hoạt động xung quanh và trong các khu, điểm tham quan du lịch nên nhiều hoạt động dịch vụ tự phát gây mất trật tự, mỹ quan tự nhiên thay đổi, không phù hợp với quy hoạch phát triển du lịch của ngành.

3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH TIỀN GIANG

3.1 Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch và dịch vụ du lịch

Phát triển sản phẩm du lịch cuối tuần; Nhân rộng loại hình du lịch homestay ở nhiều khu, điểm du lịch trong tỉnh; Thiết kế chương trình tour du lịch sinh thái gắn liền với các di tích lịch sử - văn hóa và các làng nghề truyền thống, xây dựng chương trình tour du lịch văn hóa - lịch sử trên tuyến sông Mekong; Phát triển nhiều dịch vụ vui chơi giải trí phục vụ cho ngành du lịch.

3.2 Xây dựng thương hiệu và tạo sản phẩm đặc trưng kết hợp với việc liên kết vùng

- Xây dựng thương hiệu cho ngành du lịch Tiền Giang;
- Tạo sự khác biệt hóa về sản phẩm;
- Phối hợp liên ngành và liên kết vùng

3.3 Tăng cường hoạt động đầu tư từ mọi thành phần kinh tế vào du lịch

- Đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch
- Đầu tư phát triển phương tiện phục vụ du lịch: đầu tư các loại đồ máy, đồ chèo là cần thiết nhưng về lâu dài và theo xu hướng phát triển ngành du lịch Tiền Giang.

3.4 Đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch

Đầu tư, qui hoạch đội ngũ cán bộ quản lý kinh doanh giỏi; Đào tạo nâng cao và bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn và ngoại ngữ cho nhân viên phục vụ; Liên kết các cơ sở đào tạo để đào tạo và đào tạo lại đội ngũ hướng dẫn viên; Tập huấn, bồi dưỡng kỹ năng nghề nghiệp cho cộng đồng địa phương

3.5 Những giải pháp mang tính bền vững

- Tăng cường công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh du lịch
- Tăng cường công tác đảm bảo an ninh và an toàn trong du lịch
- Phát triển du lịch gắn liền với quy hoạch cơ sở hạ tầng
- Có kế hoạch khai thác và sử dụng hợp lý các nguồn tài nguyên du lịch
- Tăng cường xúc tiến, quảng bá du lịch
- Chiến lược và kế hoạch thu hút vốn đầu tư cho ngành du lịch

4 KẾT LUẬN

Qua phân tích thực trạng ngành du lịch Tiền Giang thời gian qua cùng với những kết quả thảo luận thực tế từ du khách cho phép kết luận ngành du lịch Tiền Giang thời gian qua đã có sự tăng trưởng đáng kể và có nhiều đóng góp nhiều giá trị về

kinh tế, giải quyết nhiều công ăn việc làm cho địa phương. Ngành du lịch Tiền Giang cần khai thác tiềm năng nguồn tài nguyên phát triển du lịch của địa phương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Lê Huy Bá, (2005), *Du lịch sinh thái*, Nhà Xuất bản Đại học Quốc gia, TPHCM.
- McIntosh, Robert W, Goeldner, Charles R et al., (2000), *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*, NXB John Wiley, New York.
- Phạm Trung Lương, Đặng Duy Lợi, Vũ Tuấn Cảnh, Nguyễn Văn Bình, Nguyễn Ngọc Khánh, (2000), *Tài Nguyên và Môi Trường Du Lịch Việt Nam*, NXB Giáo Dục, Hà Nội.
- Bộ Văn hóa, Thể thao, Du lịch (2007), *Chương trình hành động của ngành du lịch sau khi Việt Nam gia nhập WTO*, Hà Nội.
- Robert Lanquar (1993), *Kinh tế du lịch (bản dịch)*, NXB Thế giới, Hà Nội.
- Sở Thương mại và Du lịch (2006), *Báo cáo Hiện trạng phát triển du lịch năm 2006*.
- Sở Thương mại và Du lịch (2004), *Bảng Thống kê các Tài nguyên Du lịch đến năm 2004*.
- Sở Thương mại và Du lịch Tiền Giang (2006), *Quy hoạch phát triển du lịch 2006 – 2020*.
- Sở Văn hóa Thông tin Tiền Giang, *Các khu di tích lịch sử văn hoá cấp quốc gia tỉnh Tiền Giang*.