

MỤC LỤC.

Trang

Lời mở đầu.

1. Đặt vấn đề
2. Khung nghiên cứu
3. Mục tiêu nghiên cứu
4. Phạm vi nghiên cứu
5. Phương pháp nghiên cứu
6. Kết cấu đề tài

Chương 1: PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH ĐÁNH GIÁ VỀ ĐẦU TƯ DU LỊCH ĐƯỢC VẬN DỤNG CHO TỈNH BÀ RỊA – VŨNG TÀU..... 1

- 1.1. Cơ sở lý thuyết đánh giá hiệu quả đầu tư..... 1
 - 1.1.1. Chỉ số ICOR (Incremental capital - output ratio): 1
 - 1.1.2. So sánh lượng đầu tư ròng và thu nhập về vốn 2
 - 1.1.3. Tổng năng suất các nhân tố sản xuất TFP (Total factor productivity): 3
 - 1.1.4. Hệ số lợi tức trên vốn: 3
 - 1.1.5. Mối liên kết đa ngành: 4
- 1.2. Du lịch và khách du lịch 5
 - 1.2.1. Du lịch 5
 - 1.2.2. Khách du lịch 5
 - 1.2.3. Loại hình du lịch 6
 - 1.2.4. Sản phẩm du lịch 7
 - 1.2.5. Sản phẩm du lịch cụ thể 9
 - 1.2.6. Vòng đời của điểm du lịch 10
- 1.3. Lý Thuyết về đánh giá hiệu quả đầu tư cho ngành du lịch..... 13

Chương 2: XÂY DỰNG TSA, TFP VÀ ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH BÀ RỊA – VŨNG TÀU..... 33

- 2.1. Đánh giá hiện trạng ngành du lịch tỉnh BR - VT 33
 - 2.1.1. Giới thiệu 33
 - 2.1.2. Hiện trạng ngành du lịch tỉnh BR – VT 34
 - 2.1.3. Đánh giá hiện trạng cơ sở vật chất ngành du lịch tỉnh BR - VT 48
 - 2.1.4. Số lượng doanh nghiệp hoạt động kinh doanh du lịch 48
 - 2.1.5. Đánh giá nguồn nhân lực phục vụ ngành du lịch 50
 - 2.1.6. Đánh giá môi trường phục vụ du lịch 53
 - 2.1.7. Đánh giá hiện trạng cơ chế quản lý ngành du lịch tỉnh BR - VT 57
 - 2.1.8. Đóng góp của ngành du lịch vào kinh tế tỉnh BR - VT 60
 - 2.1.9. Đánh giá hiệu quả đầu tư ngành du lịch tỉnh BR-VT 65
 - 2.1.10. Định hướng đầu tư vào ngành du lịch tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu 74
- 2.2. Phân tích hành vi khách du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu 2004 80
 - 2.2.1. Hành vi khách du lịch 80
 - 2.2.2. Phân tích SWOT 86
- 2.3. Đánh giá tổng quát hiện trạng ngành du lịch tỉnh BR - VT 91
- 2.4. Xây dựng TSA, TFP và đánh giá hiệu quả đầu tư phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu..... 93
 - 2.4.1. Nội dung xây dựng bảng cân đối liên ngành tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu 93
 - 2.4.2. Xác định số ngành trong ma trận chi phí trung gian 94
 - 2.4.3. Phương pháp xây dựng bảng I-O 95
 - 2.4.4. Phân tích/đánh giá hiệu quả 102
 - 2.4.4.1. Ngành có giá trị sản xuất cao 102
 - 2.4.4.2. Cơ cấu GDP 103
 - 2.4.4.3. Tỷ suất lợi nhuận 105
 - 2.4.4.4. Mức thâm dụng lao động 106
 - 2.4.4.5. Mức đóng góp ngân sách 107
 - 2.4.4.6. Hiệu quả đầu tư (ICOR) 108
 - 2.4.4.7. Mối nối phía sau 109

2.4.4.8. Mối nối phía trước.....	111
2.4.4.9. Tổng hợp các chỉ tiêu.....	112
2.4.5. Xây dựng hàm cầu và đánh giá giá trị du lịch Tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.....	117
2.5.5.4. Tóm tắt.....	138
2.4.6. Dự báo doanh thu du lịch và lượng khách du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu.....	139
Dự báo Doanh thu du lịch (DVDL).....	140
Chương 3: CÁC GIẢI PHÁP CHIẾN LƯỢC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH BÀ RIJA – VŨNG TÀU.....	157
3.1. Định hướng chiến lược Marketing du lịch tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.....	157
3.1.1. Mở đầu.....	157
3.1.2. Mục tiêu.....	157
3.1.3. Mô hình chiến lược Marketing Du lịch tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.....	159
3.2. Ma trận SWOT.....	169
3.3. Một số giải pháp chiến lược phát triển du lịch bền vững tỉnh BR – VT.....	169
A. GIAI ĐOẠN 2005-2007.....	169
3.3.1. Quản lý kinh doanh du lịch có hiệu quả.....	169
3.3.2. Các giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh du lịch tỉnh BR - VT.....	173
3.3.3. Giải pháp mở rộng thị trường du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu.....	175
3.3.4. Mở rộng hợp tác liên kết liên doanh kinh doanh du lịch trong nước và ngoài nước.....	177
3.3.5. Các giải pháp cải thiện các địa điểm du lịch tỉnh BR - VT.....	177
3.3.6. Các giải pháp bảo tồn cảnh quan và môi trường du lịch tỉnh BR - VT.....	179
3.3.7. Phát triển nguồn nhân lực cho tỉnh.....	180
3.3.8. Các giải pháp tuyên truyền quảng bá, xúc tiến du lịch tỉnh BR - VT.....	181
B. GIAI ĐOẠN 2007-2010.....	183
3.3.9. Chiến lược đầu tư phát triển tổng thể du lịch.....	183
3.3.10. Một số giải pháp nhằm thu hút du khách du lịch tới BR - VT.....	183
KIẾN NGHỊ.....	184
KẾT LUẬN.....	190

DANH MỤC BẢNG BIỂU.

	Trang
Bảng 1: Lượng khách du lịch đến tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu	34
Bảng 2: Tốc độ tăng (giảm) bình quân một năm của các giai đoạn	34
Bảng 3: Số lượng du khách đến tỉnh BR - VT theo các hình thức	35
Bảng 4: Tỷ trọng KQT đến BR - VT so với cả nước	36
Bảng 5: Lượng KNĐ đến tỉnh BR – VT (1995 – 2003).....	40
Bảng 6: Ngày khách du lịch tới tỉnh BR – VT	42
Bảng 7: Lượt khách và ngày khách trung bình một năm	43
Bảng 8: Doanh thu ngành du lịch tỉnh BR - VT.....	44
Bảng 9: Doanh thu dịch vụ du lịch (DVDL) của Vũng Tàu và một số tỉnh.....	45
Bảng 10: Ước tính Doanh thu DVDL của BR-VT, Bình Thuận, Đà Nẵng, Bình Dương đến 2010 (đvt: tỷ đồng)	45
Bảng 11: Tình hình lợi nhuận của ngành du lịch của tỉnh BR – VT	46
Bảng 12: Lợi nhuận/doanh thu, và chỉ tiêu Δ Lợi nhuận/đầu tư của BR-VT	47
Bảng 13: Số khách sạn, nhà hàng.....	48
Bảng 14: Số lượng doanh nghiệp có chức năng du lịch.....	48
Bảng 15: Lao động ngành du lịch BR-VT phân theo trình độ chuyên môn.....	51
Bảng 16: Kết quả điều tra KNĐ về các dịch vụ và các tiện ích của BR – VT so với các tỉnh khác.....	56
Bảng 17: Kết quả điều tra KQT về các dịch vụ và các tiện ích của BR – VT so với các tỉnh khác.	56
Bảng 18: GDP ngành du lịch tỉnh BR – VT theo giá cố định (<i>kể cả dầu khi</i>).....	61
Bảng 19: GDP ngành du lịch tỉnh BR - VT theo giá cố định (<i>không tính dầu khi</i>).....	61
Bảng 20: Quy mô đầu tư và nguồn vốn đầu tư	65
Bảng 21: Tỷ lệ đầu tư /VA ngành du lịch tỉnh BR-VT	66
Bảng 22: VA du lịch BR-VT theo giá hiện hành	67
Bảng 23: Hệ số ICOR trong ngành du lịch BR-VT	69
Bảng 24 Hệ số ICOR của một số ngành ở BR-VT	69
Bảng 25. Đóng góp của tăng trưởng TFP ngành du lịch tỉnh BR-VT.....	70
Bảng 26. Tỷ trọng đóng góp của tăng trưởng Vốn, Lao động, TFP.....	71
Bảng 27: Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của ngành du lịch BR-VT, TP.HCM và Đông Nam Bộ.....	73
Bảng 28: Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của một số ngành ở BR-VT (đvt %)	73
Bảng 29: Hệ số lợi tức / vốn của ngành du lịch giai đoạn 1998-2003	75
Bảng 30: Hệ số lợi nhuận/vốn sản xuất kinh doanh và lợi nhuận/doanh thu cho các ngành trên địa bàn năm 2002.....	75
Bảng 31: Hệ số chi phí trung gian của ngành du lịch từ các ngành khác so với tổng chi phí trung gian của ngành này.....	76
Bảng 32: Lượt khách du lịch nội địa và quốc tế đến tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu giai đoạn 1998-2003	77
Bảng 33: Kết quả cho điểm của du khách trong nước	82
Bảng 34: Kết quả cho điểm của khách nước ngoài.....	85
Bảng 35: INPUT – OUT VŨNG TÀU 2002.....	97
Bảng 36 : Giá Trị Sản Xuất Của Các Ngành.....	102

Bảng 37: Cơ Cấu GDP Từng Ngành.....	104
Bảng 38: Tỷ Suất Lợi Nhuận	105
Bảng 39: Mức Thâm Dụng Lao Động	106
Bảng 40: Mức đóng Góp Ngân Sách	107
Bảng 41: Hiệu quả đầu tư (2003 – 2002)	108
Bảng 42: Mối liên kết phía sau	110
Bảng 43: Mối Nối Liên Kết Phía Trước	112
Bảng 44: Tổng hợp chỉ tiêu của các ngành	113
Bảng 45: Vùng xuất phát của khách du lịch.....	130
Bảng 46: Các yếu tố tác động đến nhu cầu du lịch - 3 dạng mô hình hồi quy	132
Bảng 47: Phân vùng khách du lịch.....	135
Bảng 48: Tổng hợp nhu cầu du lịch và chi phí du hành của vùng	135
Bảng 49: Kết quả hồi quy 3 dạng hàm số ZTCM	136
Bảng 50: So sánh các giữa dạng hàm trong mô hình ZTCM	136
Bảng 51: Giá trị du lịch BR-VT năm 2003 theo mô hình ZTCM	137
Bảng 52: Doanh thu du lịch (DTDL) (tỷ đồng)	143
Bảng 53: Phân tích Doanh thu DVDL (mô hình cộng tính).....	144
Bảng 54: Kiểm định tính mùa vụ Doanh thu DVDL (mô hình cộng tính).....	145
Bảng 55: Kết quả dạng xu thế tuyến tính dự báo DTDVDL.....	146
Bảng 56: Dự báo DTDVDL của tỉnh BR-VT	147
Bảng 57: Lượng khách nội địa dự báo và thực tế (1000 lượt khách/qui).....	148
Bảng 58: Phân tích mùa LKQT (mô hình cộng tính).....	150
Bảng 59: Chỉ số mùa LKQT tại Bà Rịa - Vũng tàu.....	150
Bảng 60: Kiểm định tính mùa vụ LKQT (mô hình cộng tính).....	151
Bảng 61: LKQT dự báo và thực tế (1000 lượt khách /qui)	152
Bảng 62: Nhân tố ảnh hưởng đến vị trí điểm đến du lịch	161
Bảng 63: Đánh giá đối với cơ sở hạ tầng, các điểm hấp dẫn và con người.....	165
Bảng 64: Kiểm định về sự thân thiện đối với khách tham quan trên địa bàn tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.	166
Biểu 1: Số lượng khách quốc tế và khách nội địa của BR- VT (1991-2005).....	34
Biểu 2: Khách quốc tế đến Việt Nam và BR-VT (1991-2005).....	37
Biểu 3: Số lượng KQT đến BR – VT (1995 – 2005)	38
Biểu 4: Mục đích của KQT tới BR – VT	38
Biểu 5: Mức độ tập trung cải thiện các địa điểm du lịch của KQT.....	39
Biểu 6: Mức độ tập trung phát triển loại hình du lịch sinh thái của KQT	39
Biểu 6: Khách nội địa đến BR-VT	40
Biểu 7: Mức độ tập trung cải thiện các địa điểm du lịch.....	41
Biểu 8: Mục đích du lịch BR - VT của KND.....	41
Biểu 9: Lượt khách và ngày khách quốc tế	43
Biểu 10: Doanh thu du lịch BR-VT	44

Biểu 11: Lợi nhuận, nộp ngân sách, doanh thu DVDL.....	46
Biểu 12: tỷ lệ lợi nhuận/doanh thu.....	47
Biểu 13: Số lượng doanh nghiệp.....	49
Biểu 14: Cơ cấu trình độ chuyên môn của lao động trong ngành du lịch BR-VT	51
Biểu 15: Tiện ích du lịch khách nội địa của BR-VT so với các tỉnh	57
Biểu 16: Tiện ích du lịch khách quốc tế của BR-VT so với các tỉnh	57
Biểu 17: Đóng góp của du lịch vào GDP tỉnh BR-VT.....	62
Biểu 18: Tốc độ tăng trưởng GDP ngành du lịch và thủy sản.....	63
Biểu 19: Cơ cấu ngành kinh tế tỉnh BR – VT (2000 – 2003).....	64
Biểu 20: Ti trọng các ngành kinh tế tỉnh BR – VT (2000 – 2003).....	64
Biểu 21: Tỷ lệ đầu tư/VA ngành du lịch BR-VT	66
Biểu 22: Hình VA du lịch BR-VT theo giá cố định 1994, và tốc độ tăng (giảm).....	68
Biểu 23: Tỷ suất lợi nhuận/doanh thu (%).....	73
Biểu 24: Tỷ trọng GTSX các ngành.....	102
Biểu 25: Cơ cấu GDP.....	104
Biểu 26: Tỷ suất lợi nhuận	105
Biểu 27: Mức thâm dụng lao động.....	106
Biểu 28: Đóng góp ngân sách	107
Biểu 29: Mối nối phía sau	110
Biểu 30: Mối nối phía trước.....	112
Biểu 31: Sơ đồ Rada	114
Biểu 32: Đường cầu giải trí.....	120
Biểu 33: Khách du lịch phân theo trình độ	124
Biểu 34: Khách du lịch phân theo nghề nghiệp	125
Biểu 35: Phân bố các mức thu nhập của khách du lịch.....	126
Biểu 36: Cơ cấu chi tiêu của khách nội địa.....	127
Biểu 37: Số lần du lịch trung bình	128
Biểu 38: Cơ cấu mục đích của du khách.....	129
Biểu 39: Cơ cấu phương tiện di chuyển của du khách.....	131
Biểu 40: Đường cầu du lịch BR-VT theo ITCM.....	133
Biểu 41: Hàm cầu du lịch Vũng Tàu theo mô hình ZTCM.....	137
Biểu 42: Doanh thu ngành Du lịch tỉnh BR-VT- (Đvt: tỉ đồng).....	141
Biểu 43: Phân tích biến động mùa của DTDL tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu.....	141
Biểu 44: Qui mô DTDL dự báo	142
Biểu 45: So sánh DTDVDL dự báo và DTDVDL thực tế	146
Biểu 46: Biến động theo mùa LKNĐ tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu	147
Biểu 47: So sánh qui mô LKNĐ thực tế và dự báo.....	148
Biểu 48: Phân tích biến động mùa của LKQT	149
Biểu 49: Lượng khách du lịch chung và LKQT - LKNĐ (1000 lượt/qui).....	153

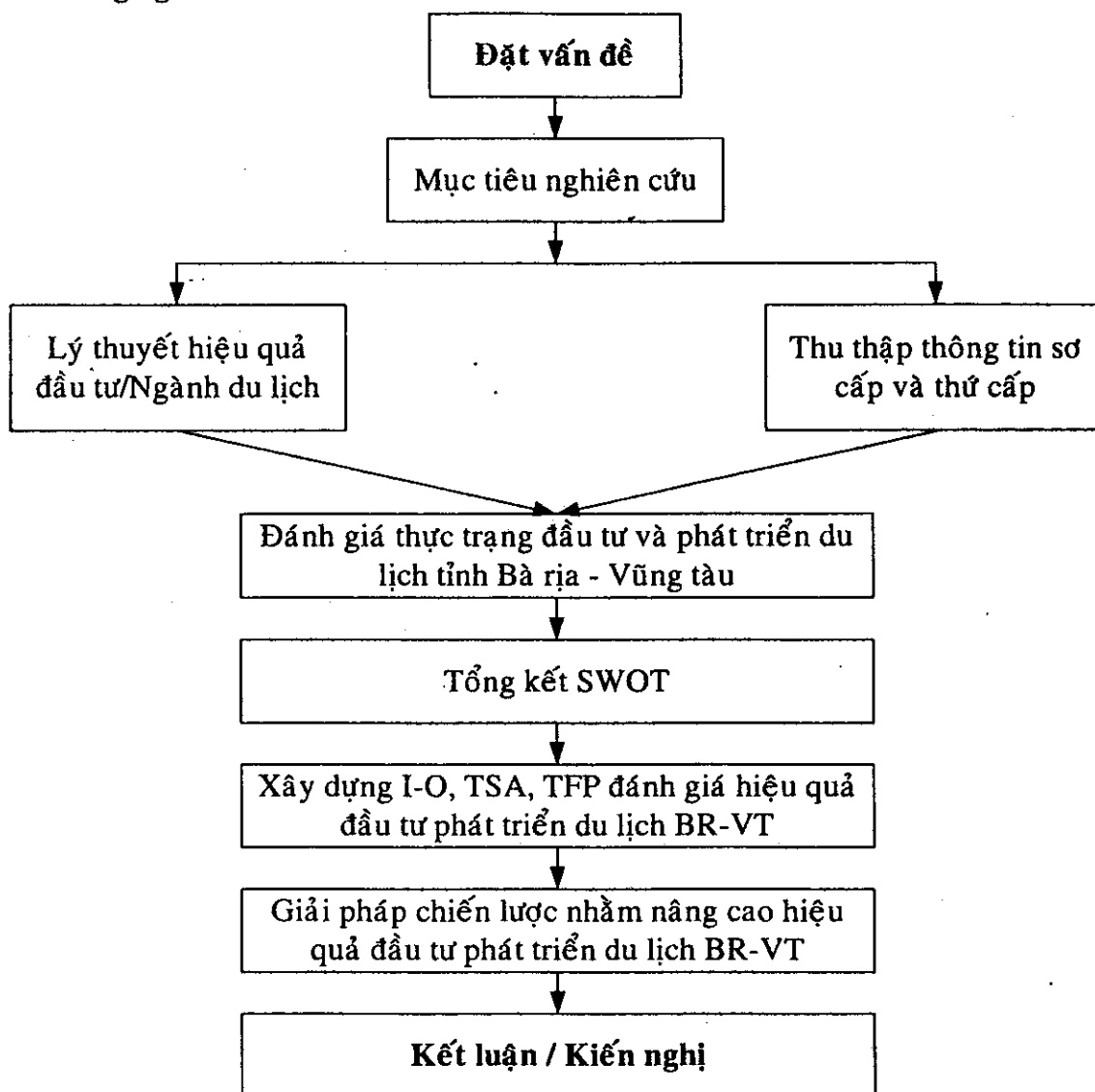
LỜI MỞ ĐẦU

1. Đặt vấn đề

Đánh giá toàn diện hiệu quả đầu tư, xây dựng mô hình I – O (Input – Output), cũng như việc áp dụng TSA (Tourism Satellite Account- tài khoản vệ tinh du lịch) đã được rất nhiều quốc gia trên thế giới thực hiện và áp dụng để xây dựng các chiến lược phát triển bền vững du lịch.

Nâng cao hiệu quả đầu tư là vấn đề then chốt mà các địa phương (tỉnh, thành phố) hết sức quan tâm. Một số tỉnh, thành phố đã có một số công trình nghiên cứu để đánh giá hiệu quả đầu tư (như TP HCM...) tuy nhiên đi sâu vào ngành du lịch thì đến bây giờ chưa có một công trình nào tiến hành. Ngoài ra, mô hình TSA hiện nay được các tổ chức quốc tế như Liên Hiệp quốc (UN), cộng đồng các nước Châu Âu (EU), OECD, tổ chức du lịch thế giới WTO... khuyến nghị các nước nên áp dụng. Riêng trường hợp tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu, việc nghiên cứu những vấn đề nêu trên có ý nghĩa và có giá trị thực tiễn cấp bách cũng như có tầm quan trọng lâu dài góp phần về ý tưởng và giải pháp trong xây dựng chiến lược phát triển bền vững trong du lịch - một ngành mũi nhọn của tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu trong thời gian qua, hiện nay và trong tương lai.

2. Khung nghiên cứu



3. Mục tiêu nghiên cứu

- Đánh giá hiệu quả đầu tư và ước lượng giá trị giải trí ngành du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu.
- Áp dụng TSA, xây dựng bảng I – O và xác định mô hình đầu tư cho ngành du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu.
- Đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả đầu tư phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu.

Trong đó xây dựng định hướng chiến lược Marketing du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu đến năm 2010.

4. Phạm vi nghiên cứu

4.1. Phạm vi không gian.

Đề tài tập trung vào việc nghiên cứu, khảo sát thực trạng hoạt động đầu tư, và hoạt động kinh doanh của ngành du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu, kết hợp với việc nghiên cứu các hoạt động này với một số tỉnh, địa phương làm đối tượng so sánh.

4.2. Phạm vi thời gian

Nguồn số liệu thứ cấp sử dụng trong nghiên cứu đề tài chủ yếu được cập nhật đến hết năm 2003. Một số dữ liệu, tình hình của năm 2004 được bổ sung cho việc nghiên cứu.

5. Phương pháp nghiên cứu

Cách tiếp cận của đề tài là xuất phát từ sự phân tích dự báo hàng năm từ 2002 – 2010 -2020 về sự biến đổi của môi trường quốc tế, khu vực, trong nước, tác động đến du lịch Bà Rịa – Vũng tàu.

- Thực hiện TSA, xây dựng mô hình I – O trong du lịch, và sử dụng để đánh giá hiệu quả, vai trò của ngành du lịch, cũng như phân tích các chính sách phát triển.
- Sử dụng phương pháp chi phí du hành để ước lượng giá trị giải trí của ngành du lịch Bà Rịa – Vũng tàu. Sử dụng phương pháp SWOT, mô hình Michel Porter, xuất phát từ cả 2 phía cầu và cung để xây dựng chiến lược Marketing du lịch Bà Rịa - Vũng tàu.
- Sử dụng các phương pháp phân tích, tổng hợp, diễn giải, phương pháp suy diễn và quy nạp, phương pháp định lượng toán học và thống kê học.
- Tiến hành điều tra chọn mẫu 2 loại đối tượng khách du lịch, các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh du lịch và một số doanh nghiệp có liên quan đến hoạt động du lịch.

6. Kết cấu đề tài.

Chương 1: Phương pháp phân tích đánh giá về đầu tư du lịch được vận dụng cho tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu.

Chương 2: Xây dựng TSA, TFP và đánh giá hiệu quả đầu tư phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu.

Chương 3: Các giải pháp chiến lược nhằm nâng cao hiệu quả đầu tư phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu.

7. Tóm tắt nội dung đề tài.

Chương 1: Kinh nghiệm và phương pháp phân tích đánh giá về đầu tư du lịch được vận dụng cho tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu.

Trong chương này, nhóm nghiên cứu trình bày cơ sở lý thuyết đánh giá hiệu quả đầu tư căn cứ vào một số kiến thức như: ICOR, so sánh lượng đầu tư ròng và thu nhập về vốn, tổng năng suất các nhân tố sản xuất TFP, hệ số lợi tức trên vốn, và ma trận môi liên kết đa ngành.

Đồng thời trình bày lý thuyết và kinh nghiệm của các nước về đánh giá hiệu quả đầu tư cho ngành du lịch, lý thuyết phương hướng đầu tư du lịch cho tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu giai đoạn 2005 -2010. Kể cả khung lý thuyết về du lịch và kinh tế học du lịch.

Chương 2: Xây dựng TSA, TFP và đánh giá hiệu quả đầu tư phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu.

Trong chương này, nhóm nghiên cứu tiến hành tổng quan về đóng góp của ngành du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu. Phân tích, đánh giá hiện trạng ngành du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu, kể cả việc phân tích hành vi khách du lịch, phân tích SWOT

Tiến hành xây dựng bảng I – O, xây dựng TSA, TFP và đánh giá hiệu quả đầu tư phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa- Vũng tàu. Đồng thời cũng trong chương này nhóm nghiên cứu tiến hành xây dựng hàm cầu du lịch và ước lượng giá trị giải trí du lịch, dự báo doanh thu du lịch và khách du lịch Bà Rịa – Vũng tàu.

Chương 3: Các giải pháp chiến lược nhằm nâng cao hiệu quả đầu tư phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu.

Trong chương này, nhóm nghiên cứu đề xuất phương hướng đầu tư du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu đến năm 2010. Đặc biệt là xây dựng định hướng chiến lược Marketing du lịch Bà Rịa – Vũng tàu đến năm 2010. Đưa ra một số giải pháp và kiến nghị cần thiết nhằm nâng cao hiệu quả đầu tư phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu.