

YỐN TÍN DỤNG NGÂN HÀNG

cho phát triển

DU LỊCH LÂM ĐỒNG

Th.S VŨ VĂN THỰC

Du lịch là ngành kinh tế mang lại hiệu quả kinh tế cao và được coi là ngành xuất khẩu tại chỗ tạo ra nguồn thu ngoại tệ lớn cho đất nước. Hiện nay, du lịch được rất nhiều quốc gia trong khu vực và trên thế giới quan tâm đầu tư phát triển. Ở Việt Nam nói chung, tỉnh Lâm Đồng nói riêng có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch, tuy nhiên tiềm năng đó chưa được khai thác phát huy một cách hiệu quả, triệt để. Bài báo này sẽ trình bày một cách cô đọng thực trạng hoạt động của ngành du lịch và tình hình đầu tư tín dụng ngân hàng đối với ngành du lịch tỉnh Lâm Đồng trong thời gian qua, đồng thời đề xuất giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển ngành này trong thời gian tới.

Lâm Đồng là một tỉnh miền núi nằm ở phía Nam Tây Nguyên có diện tích tự nhiên 9.772,19 km², nằm trên độ cao trung bình khoảng từ 800-1000 m so với mực nước biển; địa hình tỉnh Lâm Đồng tương đối phức tạp, núi cao đồng thời có những thung lũng bằng phẳng tạo nên các yếu tố tự nhiên khác nhau về khí hậu, thổ nhưỡng; là một trong những địa phương có nguồn tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng vào bậc nhất của cả nước, đây thực sự là một lợi thế to lớn nếu biết tận dụng khai thác hợp lý sẽ góp phần không nhỏ vào sự nghiệp phát triển kinh tế của địa phương cũng như cả nước. Dưới đây là một số tài nguyên du lịch tiêu biểu của tỉnh Lâm Đồng:

Khí hậu, nhắc đến Lâm Đồng thì đa số chúng ta nghĩ ngay đến một vùng đất có khí hậu mát

mẻ, đặc biệt là khí hậu của Đà Lạt. Thành phố Đà Lạt nằm ở độ cao trung bình khoảng 1500 m so với mực nước biển, do ảnh hưởng của độ cao và đồi thông bao bọc, nhiệt độ trung bình của Đà Lạt luôn giao động vào khoảng 18-21^oC, nhiệt độ cao nhất không quá 30^o C và thấp nhất không dưới 5^oC, đây là nhiệt độ lý tưởng để du khách tham quan, nghỉ dưỡng và thực hiện các hoạt động văn hóa thể thao khác. Bên cạnh đó Lâm Đồng còn có nhiều tài nguyên du lịch khác có giá trị như rừng thông Đà Lạt với nhiều chủng loại thông quý hiếm cần được bảo tồn, Đankia Suối vàng – Suối bạc, núi Lang Biang, Hồ Xuân Hương, Thung lũng tình yêu, Hồ Than Thở, Hồ Tuyên Lâm, Thiền viện Trúc Lâm, Thác Cam ly, Thác Prenn, Thác Datanla, Thác Pongour, Thác Đamri, Suối Tiên, Nhà thờ con Gà, Ga tàu hỏa Đà Lạt, Trường Cao đẳng Sư phạm Đà Lạt, Vườn hoa Thành phố Đà Lạt, Vườn hoa Minh Tâm, hệ thống suối, hang động... ngoài ra nơi đây còn có di tích khảo cổ học lớn vào bậc nhất Đông Nam Á nằm ở địa phận huyện Cát Tiên, hay không gian văn hóa công chiêng, lễ hội đâm trâu, lễ hội mừng lúa mới; các nghề truyền thống như tranh thêu, nghề dệt vải của người Mạ, nghề trồng hoa, tơ tằm... ngoài ra hệ thống giao thông đường bộ, hàng không, điện, nước, điện thoại... cũng tương đối phát triển.

Với tài nguyên du lịch đặc sắc, phong phú và đa dạng cộng với nhiều chính sách thu hút du khách của các cấp chính quyền từ trung ương đến địa phương. Thời gian qua, số lượng du khách đến Lâm Đồng ngày một tăng, năm sau cao hơn năm trước, doanh thu từ hoạt động du lịch luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn thu của tỉnh và là ngành quan trọng góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương. Thực trạng hoạt động du lịch Lâm Đồng trong những năm qua như sau:

Về khách du lịch: khi có ý định thăm quan các địa danh du lịch nổi tiếng của nước ta, thì Lâm

Đơn vị: lượt người

Năm	Tổng số khách du lịch		Khách nội địa		Khách quốc tế	
	Số lượng	% tăng so với năm trước	Số lượng	% tăng so với năm trước	Số lượng	% tăng so với năm trước
2002	905.000	12,7%	820.000	13,1%	85.000	9%
2003	1.150.000	27,1%	1.085.000	32,3%	65.000	-23,5%
2004	1.350.000	17,4%	1.264.000	6,5%	86.000	32,3%
2005	1.560.900	15,6%	1.460.300	15,5%	100.600	17,1%
2006	1.848.000	18,4%	1.751.000	20%	97.000	-3,6%
2007	2.200.000	19,04%	2.080.000	18,8%	120.000	23,7%
2008	2.300.000	4,5%	2.150.000	3,4%	150.000	25%

Nguồn: Sở Du lịch Thương mại Lâm Đồng, Công thương Lâm Đồng và nguồn khác.

Đồng luôn là một trong những địa danh mà du khách trong và ngoài nước ưu tiên lựa chọn. Giai đoạn từ năm 2002 đến 2008, du khách đến Lâm Đồng có bước tăng trưởng liên tục, năm sau luôn tăng cao hơn năm trước khoảng trên 10%, đặc biệt có năm tăng trên 27%, trong đó tốc độ tăng trưởng trung bình của khách nội địa đạt khoảng trên 18 %, khách quốc tế có tốc độ tăng trưởng trung bình đạt khoảng trên 7%. Dưới đây là số liệu du khách đến Lâm Đồng trong giai đoạn từ 2002-2008:

Số liệu trên cho thấy, từ năm 2002 đến 2008, du khách đến Lâm Đồng có bước tăng trưởng khá, số lượng khách du lịch năm 2008 tăng so với năm 2002 là 2,54 lần, trong đó khách nội địa tăng 2,62 lần và khách quốc tế tăng 1,76 lần.

Theo khảo sát của cơ quan chức năng, thời gian lưu trú ở Lâm Đồng của một du khách nội địa là 2,2 ngày, khách quốc tế là 1,82 ngày; chi tiêu trung bình của một khách quốc tế khoảng 40 USD 1 ngày, trong đó 23 USD là dùng cho hoạt động lưu trú, còn lại là chi tiêu cho ăn uống, mua sắm... đối với khách du lịch nội địa, thì chi tiêu trung bình một ngày của một du khách khoảng 400.000 VNĐ, trong đó 250.000 VNĐ dành cho lưu trú, số còn lại là chi tiêu cho các mục đích khác. Về cơ cấu khách, trong số khách nội địa đến Lâm Đồng thì du khách đến từ Tp.HCM chiếm tỷ trọng khá lớn, khoảng 60,5%, các tỉnh miền Đông Nam Bộ 9%, Đồng bằng sông Cửu Long 15,5%, Hà Nội-Hải Phòng 7 %; khách quốc tế đến Lâm Đồng nhiều nhất vẫn là

người Pháp chiếm khoảng 23,1%, tiếp đó là Đài Loan 13,8%, Mỹ 11,5%, Anh 6,8%, Hà Lan 6,5%, các nước Đông Nam Á khoảng trên 9%...

Doanh thu ngành du lịch: theo tính toán, doanh thu ngành du lịch tăng rất nhanh qua các năm, nếu năm

2001 doanh thu ngành du lịch và doanh thu xã hội là 722 tỷ đồng, thì đến cuối năm 2008, doanh thu đã đạt khoảng trên 2.517 tỷ đồng, so với năm 2001 tăng 3,49 lần, đây thực sự là con số ấn tượng của ngành du lịch Lâm Đồng, góp phần thúc đẩy kinh tế Lâm Đồng nói chung, ngành du lịch nói riêng phát triển.

Thực trạng đầu tư tín dụng đối với ngành du lịch tỉnh Lâm Đồng: những năm gần đây, phát triển du lịch Lâm Đồng luôn được các cấp lãnh đạo đặc biệt quan tâm, tại văn kiện Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh Lâm Đồng lần thứ VIII xác định rõ “Huy động tối đa nguồn lực trong nước và tranh thủ đầu tư nước ngoài để phát triển toàn diện ngành du lịch với tốc độ nhanh trên cơ sở khai thác có hiệu quả lợi thế về điều kiện tự nhiên, sinh thái, truyền thống văn hóa lịch sử. Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, chú trọng các loại hình du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, hội thảo, tham quan, thể thao mạo hiểm, nghiên cứu... gắn với các khu bảo tồn, vườn



quốc gia, các khu danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử”; mới đây tới thăm và làm việc tại tỉnh Lâm Đồng, Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng đề nghị “Lâm Đồng cần tập trung đưa du lịch, dịch vụ trở thành một trong những mũi nhọn phát triển của Lâm Đồng”. Bám sát vào định hướng chung của các cấp chính quyền, cũng như nhận thức rõ được tầm quan trọng của ngành du lịch đối với sự phát triển kinh tế của tỉnh Lâm Đồng nói chung, ngành ngân hàng Lâm Đồng nói riêng, trong những năm qua các tổ chức tín dụng trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng đã quan tâm đầu tư cho vay ngành du lịch, điều đó được thể hiện rõ ở chỗ dư nợ cho vay ngành du lịch tăng

lịch, đặc biệt là nguồn vốn trung, dài hạn.

Nhận xét chung: những năm vừa qua ngành du lịch Lâm Đồng đã có bước phát triển đáng kể, song bên cạnh đó còn bộc lộ nhiều yếu kém, tồn tại cần có hướng khắc phục để du lịch Lâm Đồng có thể phát triển nhanh và bền vững hơn nữa, như: vốn tín dụng ngân hàng chưa đáp ứng được nhu cầu vay vốn của các tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực du lịch; công tác qui hoạch còn có những bất cập, hạn chế nhất định; sản phẩm dịch vụ du lịch còn đơn điệu, chất lượng thấp; nhiều tài nguyên du lịch trên địa bàn tỉnh xuống cấp và bị xâm hại nghiêm trọng; cơ sở

vật chất kỹ thuật chưa đáp ứng yêu cầu phát triển của ngành du lịch; trình độ đội ngũ cán bộ làm công tác du lịch còn có những hạn chế nhất định; bảo tồn phát triển văn hóa và các ngành nghề truyền thống chưa được quan tâm đúng mức; quảng bá hình ảnh du lịch Lâm Đồng chưa được chú trọng... Chính những hạn chế trên là những nguyên nhân dẫn đến ngành du lịch Lâm Đồng phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, vị thế của nó. Để ngành du lịch Lâm

Đơn vị: lượt người

Chỉ tiêu	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Tổng dư nợ cho vay	3.408,3	3.750	4.279,2	5.080	6.184	8.261,4	10.213
Tổng dư nợ cho vay ngành du lịch	29,12	32,2	39,25	46,52	202,7	260,5	273,5
Dư nợ cho vay ngắn hạn ngành du lịch	3,22	4,7	6,9	9	63,7	63,8	64,2
Dư nợ cho vay trung dài hạn ngành du lịch	25,9	27,5	32,35	37,52	139	196,7	209,3

Nguồn: Ngân hàng Nhà nước tỉnh Lâm Đồng

nhanh qua các năm, kết quả cụ thể như sau:

Bảng số liệu trên cho thấy, dư nợ cho vay ngành du lịch của các tổ chức tín dụng trên địa bàn tăng nhanh trong giai đoạn từ năm 2002-2008, dư nợ năm sau tăng cao hơn so với năm trước, nếu như năm 2002 dư nợ cho vay ngành du lịch Lâm Đồng là 29,12 tỷ đồng thì đến năm 2008 dư nợ tăng lên 273,5 tỷ đồng, so với năm 2002, tăng 244,38 tỷ đồng, tỷ lệ tăng là 839,22%; trong đó dư nợ trung, dài hạn tăng 183,4 tỷ, tỷ lệ tăng 708%, nguồn vốn này chủ yếu được đầu tư vào các đối tượng như xây mới, sửa chữa nhà hàng, khách sạn, tôn tạo các danh lam thắng cảnh, hệ thống cáp treo. Dư nợ cho vay tăng nhanh, chứng tỏ các tổ chức tín dụng trên địa bàn đã và đang thực sự quan tâm mở rộng cho vay đối với ngành du lịch, đây là nguồn vốn quan trọng góp phần thúc đẩy ngành du lịch tỉnh Lâm Đồng phát triển trong thời gian qua. Tuy dư nợ cho vay ngành du lịch có tăng, song so với nhu cầu thực tế thì nguồn vốn tín dụng chưa đáp ứng được nhu cầu vay vốn của các tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực du

Đồng phát triển nhanh và bền vững hơn nữa, chúng tôi đề xuất một số giải pháp sau:

Một là, tăng cường vốn tín dụng đối với ngành du lịch: cũng như các ngành kinh tế khác, tiến trình phát triển của ngành du lịch tất yếu phải đi lên bằng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đó là một thực tế tất yếu khách quan. Để ngành du lịch thực hiện được công nghiệp hoá, hiện đại hoá thì phải có những bước đi và trình tự phát triển một cách phù hợp. Song dù phát triển bằng con đường nào thì cũng phải giải quyết cho được mối quan hệ giữa lao động, vốn, công nghệ và thị trường, trong đó vấn đề quan trọng ban đầu là giải quyết được vấn đề tiền vốn. Nhưng câu hỏi đặt ra là liệu ngành du lịch có thể tự lực được nguồn vốn để đẩy nhanh quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hóa? Thực tế đã chứng minh, không có ngành nào có thể tự lực nguồn vốn mà có thể phát triển tốt được, muốn phát triển tốt được ngoài nguồn vốn nội lực phải được hỗ trợ từ bên ngoài như: bằng nguồn vốn tài trợ từ nhà nước, vay trong nước hoặc nước ngoài và như chúng ta đã biết,

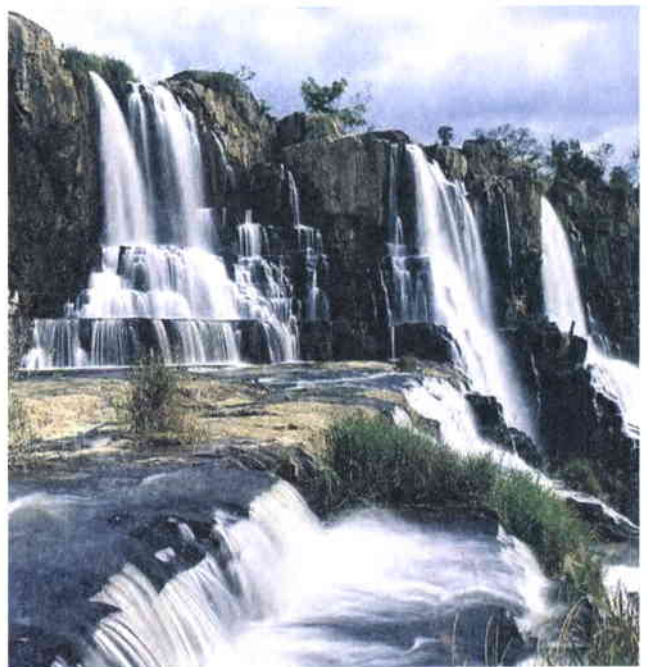
khả năng nguồn vốn của nhà nước thì có hạn, vay nước ngoài không phải dễ, trong khi đó thị trường chứng khoán của nước ta còn non trẻ, nên huy động từ nguồn này còn có những hạn chế nhất định, vì vậy nguồn vốn tín dụng ngân hàng sẽ luôn là nguồn tài trợ đáng kể tài trợ cho ngành du lịch đi nhanh trên con đường công nghiệp hóa, hiện đại hoá. Để ngành du lịch Lâm Đồng tạo ra nhiều sản phẩm có chất lượng, thu hút ngày càng nhiều du khách thì hệ thống ngân hàng cần tăng cường cho vay đối với ngành du lịch, giải pháp cụ thể là: tăng cường huy động vốn, cải tiến cơ chế tín dụng theo hướng đơn giản hóa các thủ tục giấy tờ, giảm bớt sự phiền hà cho khách hàng, mở rộng đối tượng khách hàng vay, cũng như đối tượng cho vay, mở rộng các hình thức đảm bảo tiền vay,... có như vậy khách hàng mới nhanh chóng tiếp cận được nguồn vốn tín dụng để đầu tư mở rộng hoạt động kinh doanh.

Hai là, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch cũng như ngành kinh tế khác, muốn mở rộng thị trường, thị phần thì điều cần thiết phải có nhiều sản phẩm có chất lượng để khách hàng lựa chọn từ đó mới thu hút được nhiều khách hàng; vì vậy ngành du lịch Lâm Đồng phải thực hiện việc đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, mở rộng phát triển những sản phẩm dịch vụ mang tính đặc trưng, giàu bản sắc văn hóa dân tộc, chẳng hạn như khôi phục không gian văn hóa công chiêng, lễ hội đâm trâu, lễ hội mừng lúa mới; bảo tồn và nâng cao chất lượng các buôn văn hóa của đồng bào dân tộc KHo, Mạ,... kết hợp bán sản phẩm ẩm thực và mặt hàng truyền thống đặc trưng của đồng bào các dân tộc Tây Nguyên để giới thiệu rộng rãi đến với du khách. Đối với các danh lam thắng cảnh, các di tích lịch sử văn hóa hiện có, nên tập trung đầu tư nâng cấp cho khang trang hơn, sạch sẽ hơn; phát triển các loại hình sản phẩm du lịch khác, như: săn bắn, leo núi, leo thác, nhảy dù, cải tiến và mở rộng loại hình tham quan cảnh quan bằng xe đạp, ngựa, voi... khôi phục và phát triển các làng nghề thủ công mỹ nghệ, nghề truyền thống, như: dệt may, tranh thêu, tơ tằm, nghề trồng và chế biến các sản phẩm từ hoa, cà phê, chè, nho, nuôi cá nước lạnh... bên cạnh việc nâng cao chất lượng sản phẩm cần nâng cao chất lượng phục vụ du khách.

Ba là, qui hoạch tổng thể du lịch Lâm Đồng: lâu nay qui hoạch Lâm Đồng đã được các ngành,

các cấp lưu ý, nhưng thực sự vẫn chưa đáp ứng yêu cầu đặt ra, có rất nhiều yếu tố chưa phù hợp với qui hoạch hoặc là do dưới tác động chủ quan của con người làm phá vỡ cảnh quan qui hoạch. Qui hoạch tổng thể du lịch Lâm Đồng nên thực hiện theo nét đặc trưng riêng và được thống nhất chỉ đạo từ cấp cao nhất đến cơ sở; khi đã có sự thống nhất thì địa phương phải căn cứ vào đó để triển khai thực hiện một cách cụ thể, đồng bộ. Theo chúng tôi nên qui hoạch Lâm Đồng theo hướng: lấy phát triển du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, học tập, hội thảo, hội nghị, chữa bệnh làm trung tâm. Chính quyền tỉnh cần chọn một kiến trúc sư giỏi, có tâm huyết với địa bàn để thực hiện qui hoạch, cũng như giám sát việc thực hiện qui hoạch. Trong qui hoạch lưu ý giữ gìn các công trình kiến trúc đặc trưng của tỉnh, đặc biệt là kiến trúc của Đà Lạt; bảo tồn và phát triển rừng thông và rừng đặc dụng khác ở vùng đệm, tránh xây dựng khu công nghiệp tại Đà Lạt và vùng phụ cận Đà Lạt.

Bốn là, bảo tồn và phát huy các hoạt động văn hóa truyền thống, bảo vệ môi trường sinh thái, giữ gìn an ninh trật tự xã hội: ngày nay rất nhiều du khách đi du lịch có nhu cầu tìm hiểu văn hóa truyền thống của các dân tộc và trên thực tế Lâm Đồng là một tỉnh có nhiều lễ hội văn hóa đặc sắc cần được bảo tồn để phục vụ cho việc phát triển du lịch. Các ngành, các cấp cần có kế hoạch thực hiện bảo tồn và khôi phục các hoạt động văn hóa đặc sắc, như: lễ hội không gian văn hóa công chiêng, lễ hội đâm trâu, lễ hội mừng lúa mới... bảo



vệ nghiêm ngặt các khu rừng, cũng như nguồn động thực vật quý hiếm có giá trị, tránh khai thác bừa bãi các nguồn nước; giáo dục nâng cao ý thức người dân để người dân không xả rác tại nơi công cộng, các danh lam thắng cảnh. Ngoài ra, các cơ quan chức năng cần có nhiều giải pháp thích hợp để giữ gìn an ninh trật tự xã hội, đảm bảo an toàn cho du khách; phạt nặng các tổ chức cá nhân kinh doanh không lành mạnh hoặc nâng giá quá cao các sản phẩm dịch vụ trong các dịp lễ, tết.

Năm là, tăng cường hoạt động tiếp thị, quảng cáo để đưa hình ảnh du lịch Lâm Đồng đến du khách trong và ngoài nước: theo tìm hiểu của chúng tôi, thời gian qua công tác quảng bá hình ảnh du lịch Lâm Đồng đến người dân trong và ngoài nước còn hạn chế, có rất ít thông tin về Lâm Đồng được giới thiệu trên các phương tiện thông tin đại chúng. Để hình ảnh du lịch Lâm Đồng được phổ biến một cách rộng rãi đến người dân trong và ngoài nước, ngành du lịch cần có chiến lược cụ thể để khuyếch trương hình ảnh của mình, có như vậy người dân trong và ngoài nước sẽ biết đến Lâm Đồng nhiều hơn. Chú trọng tuyên truyền quảng cáo trên các kênh thông tin có số lượng người theo dõi lớn, như: internet, báo chí, truyền hình, hình thức quảng cáo phải ngắn gọn, dễ hiểu, có tính nhân văn cao; tổ chức các lễ hội, các festival khác nhau mang đậm nét của Lâm Đồng, như tiếp tục tổ chức các đợt festival hoa, festival trà, bên cạnh đó cần nghiên cứu mở rộng các sự kiện khác như: festival cây ăn trái và rau, tổ chức lễ hội tình yêu tại TP. Đà Lạt... vận động các tổ chức, cá nhân trên địa bàn cùng tham gia các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo để hình ảnh của Lâm Đồng

đến với du khách trong và ngoài nước nhiều hơn.

Sáu là, phát triển các mô hình liên kết: ngành du lịch chỉ có thể phát triển tốt hơn khi có nhiều mối liên kết; trong liên kết các bên phải lấy mục tiêu chung là cùng đưa ngành du lịch phát triển. Triển khai nhiều hình thức liên kết khác nhau, chẳng hạn liên kết giữa tỉnh Lâm Đồng với địa phương khác, liên kết giữa doanh nghiệp này với các doanh nghiệp khác, liên kết giữa nhà nước với doanh nghiệp, liên kết giữa doanh nghiệp với cá nhân trên giác độ liên kết giữa địa phương với địa phương thì cần quan tâm đến liên kết với các địa phương vùng lân cận, các địa phương có thể mạnh phát triển kinh tế và du lịch. Hoạt động liên kết được phải được thực hiện dưới nhiều hình thức khác nhau, gắn bó chặt chẽ lợi ích kinh tế của mỗi bên trên nguyên tắc các bên đều có lợi, coi trọng quyền lợi của khách hàng như thường xuyên tổ chức các đợt khuyến mại giảm giá tour hay tổ chức các chuyến du lịch có thưởng...

Bảy là, mở rộng phát triển thị trường: mở rộng phát triển thị trường là một việc nên làm thường xuyên, liên tục; muốn phát triển khách hàng, cần có những chính sách thiết thực để thu hút khách hàng, như đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, nâng cao ý thức phục vụ khách hàng, sự thân thiện và nhiệt tình của người dân, giá cả của sản phẩm dịch vụ phải chấp nhận được, tình hình an ninh trật tự xã hội, hệ thống giao thông - thông tin liên lạc tốt, ngoài ra cần tuyên truyền quảng cáo để đưa hình ảnh của Lâm Đồng đến được với nhiều người dân trong và ngoài nước. Nhằm tạo thuận lợi cho du khách, các cấp chính quyền cần



sớm quan tâm đầu tư mở rộng đường cao tốc TP. HCM – Đà Lạt, mở rộng quốc lộ từ Nha Trang, Phan Rang, Đắc Lắc và Bình Thuận đi Lâm Đồng, khôi phục tuyến đường sắt từ Tháp Chàm đi Đà Lạt và mở rộng sân bay Liên Khương, tăng cường các chuyến bay từ Hà Nội, TP.HCM đi Đà Lạt, tiến tới là mở đường bay từ Cần Thơ, Hải Phòng bay thẳng tới Đà Lạt, ngoài ra ngành hàng không cần nghiên cứu mở đường bay thẳng từ Lâm Đồng sang các nước đã và đang là thị trường lớn và một số nước là thị trường tiềm năng.

Về thị trường nội địa được xác định là: ngoài thị trường truyền thống là

TP.HCM, các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long, miền Đông Nam Bộ cần quan tâm mở rộng ra các tỉnh duyên hải miền Trung và Tây Nguyên, các tỉnh khu vực phía Bắc.

Về thị trường khách quốc tế: tiếp tục khai thác tốt thị trường khách du lịch ở các nước: Pháp, Đài Loan, Mỹ, Anh, Hà Lan,... bên cạnh đó cần mở rộng ra thị trường các nước trong liên minh châu Âu, thị trường Úc, thị trường các nước Đông Á (Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc) các nước trong khối ASEAN;

Tóm lại, đào tạo, đào tạo lại đội ngũ cán bộ làm công tác du lịch: hiện nay đội ngũ cán bộ làm công tác du lịch tại tỉnh Lâm Đồng còn thiếu và yếu. Ngành du lịch cần có chiến lược đào tạo, đào tạo lại đội ngũ cán bộ nhằm tạo ra đội ngũ cán bộ có đủ năng lực, trình độ đáp ứng tốt yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế, chú trọng đào tạo theo hướng chuyên sâu về nghiệp vụ du lịch, hiểu biết về lịch sử, văn hoá các dân tộc Việt Nam, cũng như lịch sử văn hoá thế giới, nâng cao trình độ ngoại ngữ và kỹ năng giao tiếp khách hàng. Ngoài ra, để thu hút được đội ngũ cán bộ có năng lực, ngành du lịch Lâm Đồng nên đưa ra nhiều chính sách ưu đãi đối với đội ngũ cán bộ, như: cải thiện cơ chế tiền lương, tiền thưởng, cơ hội thăng tiến, cơ hội học hành và xây dựng môi trường làm việc thân thiện.

Tóm lại: để ngành du lịch Lâm Đồng phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương, đòi hỏi phải có giải pháp đúng đắn và được sự quan tâm đầu tư đúng mức của các ngành, các cấp trong

(tiếp theo trang 25)

thấp thì yêu cầu tương ứng một tỷ suất sinh lời thấp, do vậy họ có thể trả cho tài sản một mức giá cao hơn. Điều này hàm ý rằng, giá trị tài sản, hay là giá trị chiết khấu dòng thu nhập từ tài sản, không chỉ phụ thuộc vào tính hiệu quả khi khai thác tài sản, mà còn phụ thuộc vào tỷ suất chiết khấu của mỗi chủ thể. Như vậy, khi thẩm định giá tài sản dựa vào thu nhập, thẩm định viên phải chứng minh được rằng, phương án sử dụng tài sản là phương án sử dụng tối ưu nhất, tức là đem lại hiệu quả kinh tế cao nhất, được phép về mặt pháp luật và khả thi về mặt tài chính, và tồn tại một nhu cầu trong thực tế; đồng thời tỷ suất chiết khấu được sử dụng chính là tỷ suất sinh lời mà chủ thể mong muốn khi đầu tư vào những tài sản khác có mức độ rủi ro tương đương■



đó cần có sự quan tâm đầu tư của các tổ chức tín dụng. Hy vọng trong thời gian tới, ngành du lịch Lâm Đồng có bước phát triển đột phá, khai thác được hết các tiềm năng thế mạnh của mình, từng bước đưa Lâm Đồng trở thành trung tâm du lịch lớn của cả nước cũng như quốc tế, qua đó góp phần thúc đẩy sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước■

Tài liệu tham khảo

- Tài nguyên du lịch (Nguyễn Thị Hải Yến, Phạm Hồng Long)
- Cẩm nang du lịch Lâm Đồng (Phạm Côn Sơn; Phạm Minh Cường)

Tài liệu tham khảo

- ¹ Các phương pháp thẩm định giá máy móc thiết bị, Đoàn Văn Trường, NXB Khoa học – Kỹ thuật Hà Nội, 2004
- ² Các phương pháp thẩm định giá bất động sản, Đoàn Văn Trường, NXB Khoa học – Kỹ thuật Hà Nội, 1999
- ³ Định giá tài sản và giá trị doanh nghiệp, Nguyễn Minh Hoàng, NXB Lao động – Xã hội, 2008
- ⁴ The Valuation of Plant and Machinery, K.BudhBhath
- ⁵ Tài liệu thẩm định giá máy móc thiết bị, Simon O' Leary
- ⁶ Đánh giá giá trị doanh nghiệp, Đỗ Văn Thận, NXB TP Hồ Chí Minh, 1996
- ⁷ Tiêu chuẩn thẩm định giá quốc tế, 2003 và 2005
- ⁸ Tài liệu bồi dưỡng về thẩm định giá, Bộ Tài chính
- ⁹ Các văn bản pháp quy: Pháp lệnh giá 2002, Luật đất đai 2003.