

XÁC ĐỊNH TRỌNG TÂM ĐỔI MỚI TRONG KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH TÂY NINH 2015 – 2020

Ngày nhận bài: 21/09/2015

Ngày nhận lại: 28/09/2015

Ngày duyệt đăng: 26/10/2015

Đoàn Thị Mỹ Hạnh¹
Phạm Văn Đặng²

TÓM TẮT

Sau khi Chính phủ ban hành Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030, UBND các tỉnh, thành cũng ban hành Quy hoạch phát triển du lịch của địa phương mình trong đó có Tỉnh Tây Ninh. Quy hoạch xác định hướng phát triển ngành trong một tương lai xa vì vậy trong quá trình thực hiện cần có những kế hoạch ngắn hạn hơn thích ứng với sự thay đổi của thị trường trong từng giai đoạn. Bài viết này giới thiệu cách ứng dụng mô hình đổi mới dịch vụ trong thiết lập kế hoạch phát triển ngành du lịch Tỉnh Tây Ninh. Mô hình này có bốn câu hỏi trong đó hai câu tiếp cận về phía cầu, hai câu tiếp cận về phía cung. Để trả lời hai câu hỏi liên quan đến cầu, một cuộc khảo sát ý kiến 120 khách du lịch đến Tây Ninh đã được tiến hành. Thông tin về phía cung được thu thập bằng phương pháp lấy ý kiến chuyên gia và đã thu thập được ý kiến của 12 chuyên gia. Thông tin được xử lý để tìm những điểm tương thích giữa cầu và cung đưa vào mô hình từ đó xác định những đổi mới về sản phẩm và đổi mới trong quá trình cung cấp dịch vụ cần tiến hành trong thời kỳ kế hoạch 2015 - 2020.

Từ khóa: Barcet, mô hình, ngành du lịch, phát triển, Tây Ninh.

ABSTRACT

After the government promulgated The Overall Scheme for Developing Tourism in Vietnam until the year 2020 and with a vision for the year 2030, the People's Committees of cities and provinces, including Tay Ninh province, also promulgated their schemes for developing tourism in their own context. The schemes specify the direction for developing tourism in a distant future. During the implementation process it is necessary to have short-term plans compatible with changes in the market in each period. This article introduces a model for innovating services for developing tourism in Tay Ninh province. This model has four questions including two questions approaching demand and two questions approaching supply. In order to answer the two questions of demand, a survey of 120 tourists to Tay Ninh was carried out. Data for supply was pooled by using a focus group of 12 experts. The data was analysed to find compatible characteristics between demand and supply, thereby specifying innovations in products and innovations in the process of providing services that need to be conducted during the planning period of 2015 – 2020.

Keywords: Barcet, model, tourism, development, Tay Ninh.

¹ PGS.TS, Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh. Email: hanh.dtm@ou.edu.vn

² Văn phòng Đoàn đại biểu Quốc hội và Hội đồng nhân dân tỉnh Tây Ninh.

1. Giới thiệu

Ngày nay, ngành du lịch đã trở thành ngành kinh tế quan trọng của nhiều quốc gia và địa phương. Ở một số nước đang phát triển, du lịch là ngành mang lại phần lớn thu nhập cho nền kinh tế. Ở nước ta, ngành du lịch cũng đã khẳng định được vai trò của mình trong quá trình phát triển kinh tế của đất nước. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Du lịch, năm 2014 tổng thu của ngành du lịch là 230 nghìn tỷ đồng, tăng 15% so với năm 2013. Việc Chính phủ ban hành Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030 cho thấy tầm quan trọng của sự phát triển bền vững ngành du lịch. Ở các địa phương UBND các tỉnh cũng ban hành Quy hoạch của địa phương trong đó có Tỉnh Tây Ninh. Quy hoạch xác định hướng phát triển ngành trong một tương lai xa vì vậy trong quá trình thực hiện cần có những kế hoạch ngắn hạn hơn thích ứng với sự thay đổi của thị trường trong từng giai đoạn. Làm sao thiết lập được kế hoạch phát triển vừa đáp ứng được sự thay đổi của thị trường vừa khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch? Bài viết này giới thiệu cách thiết lập kế hoạch phát triển ngành du lịch Tỉnh Tây Ninh bằng cách ứng dụng

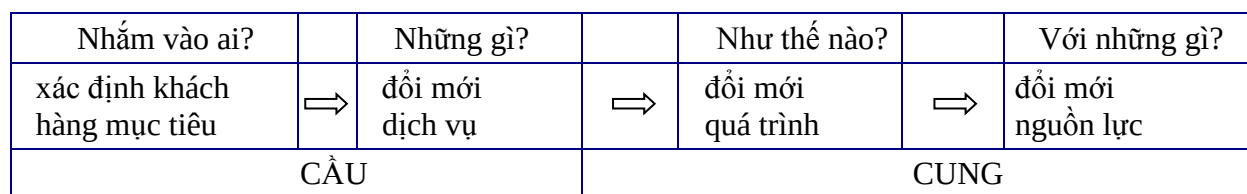
mô hình đổi mới dịch vụ của Barcet³.

2. Mô hình đổi mới dịch vụ của Barcet

Barcet đưa ra mô hình đổi mới dịch vụ năm 1996. Ông chia quá trình hợp tác cung cấp dịch vụ liên kết giữa khách hàng và người cung cấp dịch vụ thành bốn đoạn, từ mong đợi của khách hàng đối với nguồn lực cho đến triển khai nguồn lực bởi các nhà cung cấp như sau:

Đoạn 1 và 2 phản ánh cầu về dịch vụ: Đổi mới trong hệ thống của khách hàng và đổi mới trong hệ thống cung cấp dịch vụ, trọng tâm là những kỳ vọng của khách hàng đến kết quả.

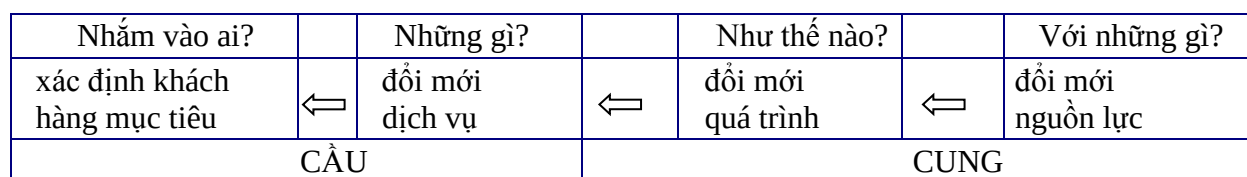
Đoạn 3 và 4 phản ánh việc cung cấp dịch vụ: Quá trình đổi mới cả bên trong hoặc hướng đến thay đổi mối quan hệ khách hàng/nhà cung cấp dịch vụ và đổi mới cả nguồn lực hay các nguồn tài nguyên nói chung nhằm mục đích hợp lý hóa điều kiện hoạt động bên trong hoặc để định vị một dịch vụ cho chiến lược cung cấp dịch vụ. Khi tạo ra một dịch vụ mới hoàn toàn hoặc dịch vụ cải tiến, cần phải trả lời bốn câu hỏi: (1) Đổi mới nhằm đáp ứng nhu cầu của ai? (2) Những dịch vụ gì cần đổi mới? (3) Làm thế nào để đổi mới dịch vụ? (4) Với những tài nguyên gì? (xem Hình 1)



Hình 1. Mô hình đổi mới dịch vụ của Barcet

Theo Decelle (2002) thì mô hình Barcet phản ánh tầm nhìn tổng hợp về sự đổi mới hơn các mô hình khác. Decelle (2006) đã ứng dụng mô hình Barcet trong nghiên cứu đổi mới dịch vụ của ngành hàng không và đã cho mũi tên trong mô hình theo chiều ngược lại. Điều này có nghĩa là đổi mới cũng có thể bắt

đầu từ sự biến đổi của tài nguyên. Do tài nguyên biến đổi sau quá trình sử dụng cần phải đổi mới sản phẩm theo sự biến đổi của tài nguyên vì không có khả năng cung cấp dịch vụ như trước hoặc có điều kiện cung cấp dịch vụ tốt hơn trước.



Hình 2. Mô hình đổi mới dịch vụ của Barcet được Decelle phát triển

Du lịch là loại dịch vụ mà khách hàng luôn đòi hỏi phải có đổi mới. Vì vậy đổi mới dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu khám phá của khách du lịch là vấn đề sống còn của ngành du lịch. Trước xu hướng biến đổi nhanh chóng của nhu cầu đòi hỏi cung phải linh hoạt theo biến động đó. Nhận thấy việc đổi mới một dịch vụ và đổi mới một điểm đến chỉ khác về phạm vi đổi mới nên trong nghiên cứu này mô hình Barcet được sử dụng để xác định trọng tâm đổi mới trong thiết lập kế hoạch phát triển điểm đến là tỉnh Tây Ninh.

3. Cơ sở dữ liệu đưa vào mô hình

Để trả lời bốn câu hỏi trong mô hình Barcet, nghiên cứu được triển khai thành hai phần song song: tiếp cận về phía cầu và về phía cung. Để có thông tin trả lời hai câu hỏi “Nhắm vào ai?” và “Những dịch vụ gì?” kỹ thuật điều tra lấy ý kiến khách du lịch được sử dụng. Một bảng câu hỏi gồm 23 câu hỏi với thang đo Likert 5 mức độ nhằm thu thập thông tin đánh giá của khách du lịch về điểm đến từ các nguồn tài nguyên thiên nhiên, nhân văn, xây dựng đến các dịch vụ được cung cấp như tham quan, lưu trú, ẩm thực. Nhóm nghiên cứu đã thu được 120 phiếu trả lời đầy đủ các câu hỏi từ 04 địa điểm có đông du khách đến tham quan là Khu du lịch quốc gia Núi Bà Đen, Tòa thánh Tây Ninh, Căn cứ Trung ương cục miền Nam và Vườn Quốc gia Lò Gò – Xa Mát.

Tiếp cận về phía cung, để có thông tin trả lời hai câu hỏi “Như thế nào?” và “Với những gì?” phương pháp lấy ý kiến chuyên gia đã được sử dụng. Chuyên gia là những lãnh đạo và nhà quản lý làm việc ở các cơ quan quản lý nhà nước, lãnh đạo công ty du lịch, hướng dẫn

viên và thuyết minh viên. Phỏng vấn tay đôi và thảo luận nhóm đã được tiến hành xoay quanh 5 câu hỏi cụ thể hóa hai câu hỏi trong mô hình với 12 chuyên gia.

4. Ứng dụng mô hình Barcet trong thiết lập kế hoạch phát triển ngành du lịch Tỉnh Tây Ninh

Tây Ninh là một tỉnh thuộc vùng Đông Nam bộ; phía Đông giáp với tỉnh Bình Dương và Bình Phước; phía Đông Nam giáp TP. Hồ Chí Minh và tỉnh Long An; phía Tây và Tây Bắc giáp Campuchia. Tây Ninh có đường biên giới dài 240 km với 02 cửa khẩu quốc tế Mộc Bài và Xa Mát, 4 cửa khẩu quốc gia, 10 cửa khẩu phụ, có các trục giao thông quan trọng như đường Xuyên Á, Quốc lộ 22B,... kết nối với các nước Đông Nam Á, với vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, với Tây Nguyên và Tây Nam bộ.

Mặc dù số lượt người qua cửa khẩu hàng năm khoảng 3 triệu người trong đó khoảng 1 triệu người nước ngoài nhưng hầu hết chỉ quá cảnh. Số lượt khách du lịch quốc tế đến Tây Ninh từ năm 2010 đến 2014 tuy có tăng nhưng tốc độ tăng rất chậm, đến năm 2014 chỉ mới ở mức 15.392 người (xem Bảng 1). Khách du lịch nội địa chiếm đến 99% tổng lượt khách chủ yếu do các công ty lữ hành của các tỉnh lân cận đưa đến. Năm 2012 tổng lượt khách tăng 55,93% so với năm 2011 nhưng doanh thu chỉ tăng có 10,37%. Năm 2013, tổng lượt khách tăng 25,71% so với năm 2012 nhưng doanh thu chỉ tăng 3,33%. Như vậy rõ ràng không nên chỉ coi trọng chỉ tiêu tổng lượt khách làm mục tiêu phát triển nhất là đối với loại hình du lịch sinh thái, lễ hội, tâm linh để giảm áp lực sức chứa của điểm đến.

Bảng 1. Tình hình hoạt động du lịch của tỉnh Tây Ninh từ 2010 đến 2014

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	2010	2011	2012	2013	2014
1	Tổng lượt khách	lượt	978.321	877.670	1.368.583	1.720.392	1.959.042
1.1	Khách quốc tế		8.177	5863	13.012	12.314	15.392
1.2	Khách nội địa		970.144	871.807	1.355.571	1.708.078	1.943.650
	Tốc độ tăng	%		(10,28)	55,93	25,71	13,87
2	Doanh thu từ khách du lịch	tỷ đồng	450	463	511	528	525
	Tốc độ tăng	(%)		2,89	10,37	3,33	(0,57)

Nguồn: Niên giám Thống kê tỉnh Tây Ninh năm 2014

Số liệu trong Bảng 2 là kết quả điều tra lấy ý kiến khách đến Tây Ninh được tiến hành vào tháng 3/2015. Trong 23 tiêu chí đánh giá thì có 5 tiêu chí được khách du lịch đánh giá cao theo thứ tự từ cao xuống thấp là: (1) phong cảnh thiên nhiên, (2) lễ hội, (3) di tích lịch sử, (4) thân thiện của người dân và (5) công trình văn hóa với điểm trung bình từ 3,94 xuống 3,68. Năm tiêu chí có điểm trung bình thấp nhất theo thứ tự từ cao xuống thấp

là: (1) Quà lưu niệm của địa phương, (2) Thái độ phục vụ của nhân viên, (3) các dịch vụ vui chơi giải trí, (4) Trình độ ngoại ngữ của nhân viên, và (5) Giá cả sinh hoạt với điểm trung bình từ 3,18 xuống 3,03. Hai yếu tố liền kề cận trên có điểm trung bình xấp xỉ với “Quà lưu niệm của địa phương” là “Địa điểm ẩm thực” và “Hệ thống giao thông công cộng” cũng nên đưa vào trọng tâm đổi mới trong kế hoạch 2015 - 2020.

Bảng 2. Kết quả điều tra lấy ý kiến khách du lịch đến Tây Ninh

STT	Tiêu chí	Rất tốt (%)	Tốt (%)	Bình thường (%)	Kém (%)	Rất kém (%)	Điểm trung bình
1	Phong cảnh thiên nhiên	37,50	31,67	20,83	7,50	2,50	3,94
2	Lễ hội	37,50	32,50	12,50	17,50	0,00	3,90
3	Di tích lịch sử	28,33	32,50	25,00	11,67	2,50	3,73
4	Thân thiện của người dân	32,50	25,00	28,33	10,00	4,17	3,72
5	Công trình văn hóa	29,17	30,00	23,33	14,17	3,33	3,68
6	Đặc sản địa phương	23,33	28,33	35,83	12,50	0,00	3,63
7	Phong tục tập quán	23,33	33,33	26,67	14,17	2,50	3,61
8	Mức độ an toàn tại địa điểm	23,33	30,00	35,00	7,50	4,17	3,61
9	Địa điểm du lịch	25,00	28,33	24,17	20,83	1,67	3,54
10	Môi trường thiên nhiên	20,83	28,33	35,00	11,67	4,17	3,50
11	Công trình kiến trúc	21,67	26,67	31,67	15,83	4,17	3,46
12	Phương tiện giao thông	19,17	26,67	33,33	19,17	1,67	3,43
13	Vị trí địa lý (gần, xa)	20,00	20,83	33,33	24,17	1,67	3,33
14	Khí hậu	17,50	19,17	43,33	16,67	3,33	3,31
15	Địa điểm lưu trú	17,50	21,67	32,50	25,00	3,33	3,25
16	Hệ thống thông tin liên lạc	17,50	19,17	38,33	18,33	6,67	3,23
17	Hệ thống giao thông công cộng	15,00	20,83	37,50	21,67	5,00	3,19
18	Địa điểm ẩm thực (nhà hàng)	13,33	25,00	35,00	20,83	5,83	3,19
19	Quà lưu niệm của địa phương	15,83	19,17	33,33	30,00	1,67	3,18
20	Thái độ phục vụ của nhân viên	20,83	16,67	28,33	25,83	8,33	3,16
21	Các dịch vụ vui chơi, giải trí	7,50	26,67	34,17	27,50	4,17	3,06
22	Trình độ ngoại ngữ của nhân viên	12,50	17,50	40,00	17,50	12,50	3,00
23	Giá cả sinh hoạt	12,50	19,17	42,50	10,83	15,00	3,03

Những thông tin thu được từ các chuyên gia thông qua phỏng vấn và thảo luận được trình bày tóm tắt trong Bảng 3 với các câu hỏi và câu trả lời đã được rút gọn.

Bảng 3. Tổng hợp ý kiến của các chuyên gia

STT	Câu hỏi	Trả lời
1	Tây Ninh có những tài nguyên du lịch nổi bật nào? Những tài nguyên này đã được đầu tư phục vụ phát triển du lịch như thế nào?	- Núi Bà Đen, Tòa Thánh Tây Ninh, hồ Dầu Tiếng, căn cứ Trung ương Cục miền Nam, Vườn quốc gia Lò Gò – Xa Mát - Đầu tư chưa đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch.
2	Những hạn chế, yếu kém chủ yếu của ngành du lịch Tây Ninh là gì?	- Đóng góp của ngành du lịch vào ngân sách tỉnh còn ít vì mức chi tiêu của khách du lịch rất thấp. - Cơ sở vật chất du lịch (trạm dừng chân, nhà hàng, khách sạn, khu vui chơi giải trí...) hiện còn rất thiếu và yếu, chưa đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. - Việc huy động vốn đầu tư phát triển du lịch gặp nhiều khó khăn, nhất là nguồn vốn đầu tư từ xã hội, nguồn vốn đầu tư nước ngoài do chưa có phương thức thu hút đầu tư phù hợp. - Đội ngũ hướng dẫn viên du lịch địa phương yếu chuyên môn, chưa chuyên nghiệp. - Quảng bá du lịch của Tây Ninh chưa đủ sức hấp dẫn các Công ty lữ hành lớn ở Tp. Hồ Chí Minh đưa khách đến.
3	Có phải ngành du lịch tỉnh Tây Ninh đã đến lúc cần có sự đổi mới. Vì sao?	- 100 % chuyên gia đồng ý rằng đã đến lúc cần phải đổi mới. - Vì ngành du lịch có dấu hiệu suy thoái.
4	Ngành du lịch tỉnh Tây Ninh cần tập trung đổi mới những sản phẩm du lịch nào?	- Tập trung đầu tư cho khu du lịch Núi Bà Đen để làm điểm nhấn tạo sức hút khách du lịch. - Phát triển những sản phẩm du lịch mới như hồ sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch làng nghề, du lịch thể thao, du lịch nông nghiệp,... - Khai thác lợi thế cửa khẩu quốc tế Mộc Bài để tăng lượng khách nước ngoài.
5	Ngành du lịch tỉnh Tây Ninh cần làm gì để đổi mới sản phẩm du lịch?	- Thiết lập chiến lược, lộ trình và bước đi cụ thể. - Ưu tiên khu vực công đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, xây dựng cơ chế, chính sách,... hoạt động kinh doanh du lịch ưu tiên cho khu vực tư. - Có cơ chế bù giá cho nhà hàng, khách sạn, cáp treo, giao thông công cộng..., để thu hút khách du lịch. - Đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất phục vụ du lịch như các trạm dừng chân dọc theo Đường Xuyên Á, Quốc

STT	Câu hỏi	Trả lời
		lộ 22B, Tỉnh lộ 792-794; nhà hàng, khách sạn 3-4 sao tại khu vực Núi Bà Đen; các khu vui chơi giải trí... - Cải thiện chất lượng dịch vụ, phát triển và quản lý chất lượng các loại đặc sản; đưa ẩm thực chay thành đặc sản của ngành du lịch Tây Ninh. - Đào tạo nhân lực, xây dựng đội ngũ những người làm du lịch chuyên nghiệp, có tâm huyết và nghiệp vụ chuyên môn giỏi. - Tổ chức các chiến dịch quảng bá, xúc tiến, xây dựng hình ảnh cho du lịch Tây Ninh thông qua các sự kiện do địa phương đăng cai tổ chức.

Theo Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tây Ninh đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 thì mục tiêu phát triển đến năm 2015 là khoảng 1,6 triệu lượt khách có lưu trú (trong đó khách quốc tế khoảng 13 ngàn lượt) và đến năm 2020, là khoảng 2,2 triệu lượt khách có lưu trú (trong đó khách quốc tế khoảng 16 ngàn lượt). Về doanh thu thì trong giai đoạn 2013 - 2015 tổng thu từ khách du lịch là 1.162 tỷ đồng, giai đoạn 2016 – 2020, tổng thu từ khách du lịch là 2.296 tỷ đồng. Đối chiếu với số liệu trong Bảng 1 thì

chỉ tiêu tổng lượt khách năm 2014 đã vượt mức đề ra trong quy hoạch nhưng chỉ tiêu doanh thu thì còn thấp hơn mục tiêu rất nhiều. Từ đây cho thấy kế hoạch phát triển giai đoạn 2015 – 2020 áp lực về doanh thu nhiều hơn là áp lực về số lượt khách. Điều này có nghĩa là phải tìm cách để khách du lịch đến Tây Ninh chi tiêu nhiều hơn. Kết hợp những điểm tương thích từ ý kiến của khách du lịch và các chuyên gia với mục tiêu phát triển của quy hoạch, chi tiết của mô hình đổi mới được trình bày trong Bảng 4.

Bảng 4. Mô hình Barcet trong trường hợp ngành du lịch Tây Ninh

Nhắm vào ai?	⇔	Những gì?	⇔	Như thế nào?	⇔	Với những gì?
- Khách nội địa: Tp. Hồ Chí Minh, các tỉnh Đông Nam bộ, Tây Nam bộ. - Khách quốc tế: khách các nước đến Tp. Hồ Chí Minh và Campuchia.		- Quà lưu niệm, dịch vụ vui chơi giải trí, địa điểm ẩm thực. - Đổi mới sản phẩm du lịch tâm linh, du lịch về nguồn, du lịch tham quan giải trí. - Sản phẩm mới hoàn toàn: du lịch thể thao, du lịch làng nghề, du lịch ẩm thực chay...		- Đa dạng hóa sản phẩm du lịch. - Phát triển cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất phục vụ du lịch. - Tăng cường xúc tiến, quảng bá. - Nâng cao chất lượng dịch vụ, phục vụ khách du lịch. - Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch.		- Tài nguyên hiện có: Núi Bà Đen, Căn cứ Trung ương cục miền Nam, Lò Gò - Xa Mát, hồ Dầu Tiếng, cửa khẩu Mộc Bài và Xa Mát, các làng nghề truyền thống, ẩm thực chay... - Tài nguyên xây dựng: trạm dừng chân, các địa điểm ẩm

Nhắm vào ai?	↔	Những gì?	↔	Như thế nào?	↔	Với những gì?
						thực dọc theo Đường Xuyên Á, Quốc lộ 22B, Tỉnh lộ 792-794; nhà hàng, khách sạn 3-4 sao tại khu vực Núi Bà Đen; các khu vui chơi giải trí... - Cơ chế bù giá cho giao thông công cộng, quản lý giá dịch vụ vào mùa cao điểm. - Đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch
CẦU				CUNG		

5. Kết luận

Việc ứng dụng mô hình đổi mới trong thiết lập kế hoạch phát triển ngành du lịch tỉnh Tây Ninh giúp thấy rõ những gì cần phải có đổi mới trong giai đoạn sắp tới, tránh được việc không nhận ra được thị trường mong đợi đổi mới cái gì và như thế nào. Song song đó cũng giúp thấy được những khả năng đáp ứng nhu cầu của thị trường từ nguồn tài nguyên hiện có và xây dựng thêm. Nghiên cứu này có hạn chế là lấy ý kiến khách du lịch bằng phương pháp

thuận tiện và cỡ mẫu khá nhỏ (120 phiếu thăm dò) và chỉ lấy ý kiến các chuyên gia một lượt duy nhất. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy mô hình áp dụng được trong trường hợp đổi mới điểm đến chứ không chỉ là đổi mới một dịch vụ cụ thể. Trong nền kinh tế thị trường, nhu cầu của người tiêu dùng thay đổi nhanh chóng nhất là đối với sản phẩm của ngành du lịch, do đó kế hoạch phải được làm liên hoàn theo thời gian để kịp thời có những hiệu chỉnh thích ứng với sự thay đổi của nhu cầu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Barcet, A. (1996). *Fondements culturels et organisationnels de l'innovation dans les services*, CEDES-CNRS.
- Barcet, A. and Bonamy, J. (1999). *Éléments pour une théorie de l'intégration biens/ services*, Economie et Sociétés, série Economie et Gestion des Services, vol. 5, n°1, pp. 197-200.

- Barcet, A. and Bonamy, J. (2002). L'innovation de service: conditions macro-économiques, in Djellal, Faridah and Faïz Gallouj (eds.), *Nouvelle économie des services et innovation, Paris: L'Harmattan*, Collection "Economie et Innovation", 187-209.
- Cục Thống kê tỉnh Tây Ninh (2015). Niên giám Thống kê tỉnh Tây Ninh, tháng 6/2015.
- Decelle, X. (2003). *A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism*, Innovation and Growth in Tourism: Conference Papers, OECD.
- Decelle, X. (2006). *A dynamic conceptual approach to innovation in tourism*, Innovation and Growth in Tourism, OECD Publishing.
- Ủy ban nhân dân tỉnh Tây Ninh (2013). Quyết định về việc ban hành “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tây Ninh đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030”. 19/12/2013
<http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/13462> truy cập ngày 15/9/2015

³ Phó Giáo sư Kinh tế trường Đại học Lyon 2 (Pháp)