

Hiệu quả kinh tế - xã hội của mô hình homestay trong phát triển du lịch cộng đồng tại vùng đệm Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng

TRẦN CÔNG DŨNG*
NGUYỄN ĐỨC KIÊN**
NGUYỄN QUANG PHỤC***
LÊ QUANG TRỰC****
ĐẶNG TRUNG KIÊN*****

Tóm tắt

Vùng đệm Vườn Quốc gia (VQG) Phong Nha - Kẻ Bàng là khu vực có nhiều lợi thế và tiềm năng để phát triển du lịch cộng đồng, trong đó đặc biệt phải kể đến mô hình du lịch homestay. Kết quả nghiên cứu cho thấy, hiệu quả kinh tế của mô hình này những năm vừa qua là chưa cao. Lợi nhuận từ hoạt động du lịch của các hộ homestay giảm dần qua các năm. Nguyên nhân chủ yếu do các homestay phát triển một cách quá nhanh và ồ ạt, không có sự kiểm soát (cả số lượng và chất lượng) trong khi hiểu biết về du lịch cộng đồng và trình độ ngoại ngữ của lao động địa phương còn nhiều hạn chế.

Từ khóa: du lịch cộng đồng, hiệu quả kinh tế - xã hội, homestay, Phong Nha - Kẻ Bàng

Summary

Phong Nha - Ke Bang National Park buffer zone possesses various advantages and potential for community-based tourism development, especially homestay model. The research results show that this model has not achieved high economic efficiency in recent years. The return from tourism activities of homestay households has been decreasing over the years. The main reason comes from the fast and massive development of homestay without control (both in quantity and quality) while there is a lack of understanding of community-based tourism and foreign language skills of local workers.

Keywords: community-based tourism, socio-economic efficiency, homestay, Phong Nha - Ke Bang

GIỚI THIỆU

Trong những năm gần đây, phát triển du lịch dựa vào cộng đồng ở tỉnh Quảng Bình, nhất là ở khu vực vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng đã có những chuyển biến tích cực. Năm 2018, tổng lượng khách đến tham quan Di sản VQG Phong Nha - Kẻ Bàng là 818.186 lượt, tăng 4,72% so với cùng kỳ, trong đó khách trong nước 663.294 lượt, tăng 4,39%, khách quốc tế 154.892 lượt, tăng 6,2% (Sở Du lịch tỉnh Quảng Bình, 2019). Tổng doanh thu đạt hơn 242,5 tỷ đồng, tăng 12,64% so với cùng kỳ năm 2017. Cộng đồng địa phương ở khu vực vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng đã tham

gia nhiều hơn đến các hoạt động du lịch, đặc biệt là phát triển mô hình du lịch homestay phục vụ nhu cầu của du khách trong và ngoài nước.

Hiệu quả kinh tế và xã hội của các mô hình này mang lại đã thu hút sự quan tâm chú ý và đầu tư của hộ gia đình, doanh nghiệp, tổ chức và chính quyền địa phương. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, việc hình thành và phát triển quá nhanh (cả số lượng lẫn chất lượng) các mô hình homestay tại vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng vẫn còn mang tính chất đơn

* ThS., ** TS., *** TS., **** ThS., Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

***** Văn phòng UBND tỉnh Quảng Bình

Ngày nhận bài: 02/12/2019; Ngày phản biện: 15/12/2019; Ngày duyệt đăng: 20/12/2019

lẻ, tự phát và thiếu vắng sự tham gia chặt chẽ của các bên liên quan dẫn đến sự thiếu bền vững và tiềm ẩn nhiều nguy cơ.

Chính vì vậy, nghiên cứu này nhằm đánh giá hiệu quả kinh tế - xã hội của mô hình du lịch homestay ở vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng, từ đó đưa ra một số định hướng và giải pháp phát triển du lịch homestay tại địa bàn nghiên cứu một cách hiệu quả và bền vững.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Số liệu sơ cấp được thu thập bằng bảng hỏi, với số lượng hộ kinh doanh homestay được khảo sát là 100 hộ tại các xã trọng tâm vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng. Đây là các xã được xác định có hoạt động du lịch homestay phát triển mạnh, như: Sơn Trạch, Hưng Trạch, Phúc Trạch và Cự Nẫm. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập trong tháng 05/2019. Sau khi dữ liệu được thu thập sẽ tiến hành xử lý và phân tích bằng phần mềm Excel 2010, với phương pháp được sử dụng là thống kê mô tả dưới dạng tỷ lệ phần trăm và giá trị trung bình.

Phương pháp phỏng vấn sâu được thực hiện đối với các bên liên quan, bao gồm: Lãnh đạo Sở Du lịch tỉnh Quảng Bình, UBND huyện, UBND các xã, các doanh nghiệp, tổ chức và các hộ gia đình kinh doanh du lịch. Mục đích của phương pháp phỏng vấn sâu là để làm rõ những kết quả đạt được, những khó khăn và trở ngại cũng như tiềm năng và giải pháp phát triển mô hình kinh doanh homestay trong tương lai tại vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Hiệu quả kinh tế của mô hình kinh doanh homestay

Với đặc điểm điều kiện tự nhiên của vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng thường có mưa lũ lớn vào các tháng từ 9 đến 11, nên các hoạt động du lịch thường chỉ đông khách vào các tháng còn lại (3-7). Điều này làm ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả hoạt động mô hình homestay trên địa bàn.

Số liệu Bảng 1 cho thấy, vào các tháng cao điểm doanh thu, chi phí bình quân của hộ homestay tăng, kéo theo lợi nhuận và các khoản thuế khoán cũng tăng lên so với những tháng thấp điểm. Cụ thể, vào các tháng cao điểm doanh

BẢNG 1: MỘT SỐ CHỈ TIÊU KẾT QUẢ VÀ HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA CÁC HỘ KINH DOANH HOMESTAY (TÍNH BÌNH QUÂN/HỘ)
DVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Tháng cao điểm	Tháng thấp điểm	Chênh lệch CĐ/TĐ	
			+/-	%
1. Doanh thu	74,72	21,58	53,14	246,25
2. Chi phí	45,58	15,8	29,78	188,48
3. Thuế	5,23	1,51	3,72	246,36
4. Lợi nhuận	23,91	4,27	19,64	459,95
5. Thu nhập BQ/thành viên/tháng	9,2	1,64	7,56	460,97

Nguồn: Kết quả khảo sát

thu của hộ đạt 72,74 triệu đồng tăng thêm 53,14 triệu đồng (246,25%); chi phí tăng lên 29,78 triệu (188,48%); thuế khoán tăng 3,72 triệu đồng (246,36%) (các hộ homestay bị đánh mức thuế khoán 7% doanh thu hàng tháng/hộ); và lợi nhuận cũng tăng lên 19,64 triệu đồng so với tháng thấp điểm (459,95%). Bình quân số thành viên của hộ gia đình tham gia vào hoạt động du lịch homestay trong mỗi hộ năm 2018 là 2,6 người, thu nhập bình quân/thành viên vào tháng cao điểm là 9,2 triệu đồng/thành viên/tháng, tăng 7,56 triệu đồng so với tháng thấp điểm, tương ứng tăng 460,97%.

Từ số liệu phân tích ở trên có thể thấy được thực trạng làm du lịch homestay tại vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng hiện nay có tính mùa vụ cao, chứa đựng nhiều rủi ro cho các hộ nếu không có cách hiểu và cách làm đúng hướng.

Bảng 2 cung cấp chi tiết hơn các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế của các hộ homestay tại vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng. Theo đó, có thể thấy doanh thu bình quân của một hộ homestay từ hoạt động du lịch cộng đồng tăng qua các năm. Cụ thể, năm 2017 doanh thu bình quân hộ là 339,53 triệu đồng tăng lên 49,96 triệu đồng so với năm 2016 (tăng 17,25%). Sở dĩ có sự gia tăng trong doanh thu trong 2 năm này bởi vì, trong năm 2017, khi nhận thấy được lợi ích từ việc làm du lịch cộng đồng, các hộ đã đẩy mạnh vào tham gia các hoạt động du lịch homestay (92 hộ/100 hộ khảo sát). Năm 2018, doanh thu bình quân một hộ tiếp tục tăng lên 353,23 triệu đồng, tương ứng tăng lên 13,7 triệu đồng (4,04%) so với năm 2017. Nhìn chung, trong năm 2018, doanh thu tiếp tục tăng lên, nhưng với mức giảm dần (ít hơn) so với 2 năm trước đó (2017/2016). Nguyên nhân chính là vì lúc này hầu hết các hộ ồ ạt tham gia hoạt động du lịch homestay (100/100 khảo sát), trong khi chất lượng chưa cao, chỉ dừng lại tại hình thức lưu trú, dẫn đến có một lượng khách không được cung cấp đủ số phòng.

Chi phí cho hoạt động homestay bình quân hộ/năm cũng biến động qua 3 năm (2016-2018). Đây là các khoản chi phí biến đổi hàng năm cho hoạt động kinh doanh homestay (như: tiền điện, xăng, tiền công lao động, thực phẩm, trang thiết bị, vật tư, tu sửa homestay...) và khoản chi phí khấu hao đầu tư xây dựng homestay (khấu hao tính theo đường thẳng với số năm là 50 năm cho kiến trúc nhà ở kiên cố). Năm 2017, chi phí cho các hoạt động kinh doanh homestay tăng lên so với 2016 là 63 triệu đồng (tăng 46,02%),

BẢNG 2: DOANH THU, CHI PHÍ VÀ LỢI NHUẬN CỦA CÁC HỘ HOMESTAY (BQ/HỘ)
DVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2016	2017	2018	2017/2016		2018/2017	
				+/-	%	+/-	%
1. Doanh thu	325,09	402,99	459,35	77,90	23,96	56,36	13,99
- Từ homestay	289,57	339,53	353,23	49,96	17,25	13,70	4,04
- Doanh thu khác	35,51	63,46	106,12	27,95	78,68	42,66	67,22
2. Thuế	20,27	23,77	24,73	3,05	17,23	0,96	4,03
3. Chi phí	136,89	199,82	245,43	63,00	46,02	45,55	22,78
4. Lợi nhuận	132,42	115,87	83,06	-16,55	-12,49	-32,81	-28,31

Nguồn: Số liệu khảo sát

BẢNG 3: MỨC ĐÓNG CHO NSNN VÀ GIẢI QUYẾT VIỆC LÀM CHO LAO ĐỘNG ĐỊA PHƯƠNG (BQ/HỘ)

	2016	2017	2018	2018/2016	
				+/-	%
Nộp thuế (Tr.đ)	20,27	23,77	24,73	4,46	122,1
Số lao động (LĐ)	167	225	329	162	197,1

Nguồn: Số liệu điều tra 2019

năm 2018 các khoản chi phí cho hoạt động tiếp tục tăng lên so với 2017 là 45,55 triệu đồng (tăng 22,78%). Nhìn chung, chi phí cho các hoạt động tăng qua các năm là hoàn toàn hợp lý. Chủ yếu do các hộ có xu hướng đầu tư thêm chi phí để mở các dịch vụ nhằm thu hút du khách du lịch, như: trải nghiệm nông nghiệp, lâm nghiệp, chèo thuyền, đạp xe, vận chuyển... Thêm vào đó là việc chi phí tiền công lao động, tu sửa lại homestay và giá cả các mặt hàng cũng tăng lên qua các năm.

Với sự thay đổi về doanh thu và chi phí qua các năm, dẫn đến lợi nhuận của các hộ homestay cũng có nhiều sự biến động. Nhìn chung, vì sự phát triển ồ ạt, không kiểm soát của loại hình homestay, nên lợi nhuận của các hộ giảm rõ rệt qua các năm. Năm 2017, lợi nhuận bình quân của một hộ là 115,87 triệu, giảm 16,55 triệu đồng (12,49%) so với năm 2016. Năm 2018, lợi nhuận bình quân 1 hộ là 83,06 triệu đồng, giảm 32,81 triệu đồng so với năm 2017 (giảm 28,31%).

Qua kết quả phân tích kết hợp với khảo sát thực địa, nhóm nghiên cứu nhận thấy rằng, mô hình homestay ở vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng những năm về trước mang hiệu quả kinh tế khá cao, nhưng người dân với hiểu biết hạn chế về du lịch cộng đồng, du lịch homestay, chạy theo "bong bóng lợi nhuận" ồ ạt xây dựng các homestay, đầu tư nhiều, nhưng chất lượng chưa cao; đã xuất hiện nhiều hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh (phá giá) dẫn đến hiệu quả của mô hình này còn thấp và chứa đựng nhiều rủi ro về kinh tế.

Hiệu quả xã hội của mô hình kinh doanh homestay
Đóng góp ngân sách nhà nước (NSNN) và tạo công ăn việc làm cho lao động địa phương

Thuế thể hiện nghĩa vụ cụ thể của người đối với đất nước, người dân được hưởng những thành quả của đất nước, như: kết cấu hạ tầng, phúc lợi xã hội, an ninh trật tự, thì đồng thời có trách nhiệm đóng góp một phần thu nhập của mình qua việc đóng thuế. Hiện nay, các hộ kinh doanh homestay trên địa bàn vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng đang chịu một khoản mức thuế

khoản là 7% doanh thu/hộ (trong đó 5% là thuế VAT, 2% thuế thu nhập cá nhân).

Bảng 3 cho thấy, mức đóng góp bình quân của một hộ cho NSNN tăng lên qua các năm. Năm 2016, mức thuế bình quân một hộ đóng vào ngân sách là 20,27 triệu; năm 2017, tăng lên 23,77 triệu (tăng 3,5 triệu đồng, tương đương 17,23%). Năm 2018, mức thuế trung bình hộ đóng vào ngân sách là 24,73 triệu đồng, tăng 0,96 triệu đồng (4,04%) so với năm 2017.

Không những đóng góp vào NSNN hàng năm, mà các hộ kinh doanh homestay còn tạo ra công ăn việc làm cho lao động địa phương. Cụ thể, Bảng 4 cho thấy: nếu như năm 2016, tổng số lao động làm việc tại các homestay khảo sát là 167, thì năm 2018 số liệu tương ứng là 329 lao động, tăng 162 lao động, tương ứng 197,1%. Tạo công ăn việc làm đã giúp cho lao động địa phương ổn định thu nhập góp phần cải thiện cuộc sống. Đồng thời, giúp họ nâng cao được nhận thức về vai trò quan trọng của du lịch cộng đồng, vai trò của tài nguyên du lịch (trước đây người dân địa phương chủ yếu làm nghề đi rừng và khai thác gỗ), nhất là cải thiện về trình độ học vấn chuyên môn (ngoại ngữ).

Vai trò của mô hình du lịch homestay đến sự phát triển của vùng đệm

Kết quả phân tích tại Hình 1 cho thấy, mô hình homestay đang tạo ra nhiều tác động tích cực cho sự phát triển của vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng.

Ngoài những tác động tích cực của mô hình du lịch homestay, thì theo ý kiến đánh giá của các hộ, mô hình này vẫn còn một số tác động tiêu cực ảnh hưởng đến xã hội và địa phương. Theo Hình 2, có 83% ý kiến cho rằng, mô hình này đang làm tăng chi phí và mức sống của người dân địa phương; 67% ý kiến cho rằng nó làm ảnh hưởng đến ô nhiễm môi trường (chủ yếu là do du khách trong nước); 54% hộ cho rằng mô hình này đang có nguy cơ chia rẽ/mất đoàn kết cộng đồng. Nguyên nhân khiến các hộ được phỏng vấn chọn ý kiến này chủ yếu là bởi hiện nay, tình trạng sao chép ý tưởng và cạnh tranh không lành mạnh xuất hiện khá nhiều. Ngoài ra, còn các tác động tiêu cực khác, như: Làm thay đổi bản sắc văn hóa địa phương (34%); Lối sống của cộng đồng dân cư thay đổi theo chiều hướng xấu (32%); và Tác động tiêu cực đến thiên nhiên (27%).

Gia tăng mối liên kết hỗ trợ giữa các bên liên quan

Nghiên cứu cho thấy, có sự khác biệt trong cách đánh giá về mức độ hỗ trợ của chính quyền và doanh nghiệp đối với các hộ homestay. Cụ thể, số hộ có ý kiến đánh giá mức hỗ trợ của doanh nghiệp và chính quyền là tốt chiếm tỷ lệ cao với tương ứng 60% và 52%; Số hộ đánh giá mức độ hỗ trợ của doanh nghiệp và chính quyền là rất tốt chiếm 13% và 9%. Đây chủ yếu là những nhóm hộ gia đình bán tours cho các doanh nghiệp để lấy hoa hồng, nên họ thường có mối liên hệ mật thiết với doanh nghiệp và chính quyền, họ thường tham gia vào các lớp tập huấn, đào tạo về du lịch cộng đồng do doanh nghiệp và chính quyền tổ chức.

Nhóm hộ đánh giá mức độ hỗ trợ của doanh nghiệp và chính quyền địa phương ở mức bình thường chiếm tỷ lệ tương ứng là 27% và 39%. Theo kết quả thực địa khảo sát, nhóm nghiên cứu cho rằng, đây là những hộ: (i) Đã làm du lịch homestay từ lâu, nên họ tự cung cấp các sản phẩm du lịch họ có mà không cần phải phụ thuộc vào việc bán tours cho doanh nghiệp; (ii) Là những hộ cạnh tranh không lành mạnh, họ hạ giá thành các sản phẩm dịch vụ du lịch để chèo kéo khách du lịch. Chính vì thế họ không quan tâm nhiều đến sự hỗ trợ từ doanh nghiệp và chính quyền địa phương.

KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

Kết luận

Kinh doanh hoạt động du lịch theo mô hình homestay đã đạt hiệu quả kinh tế - xã hội. Mô hình này đã giúp các nhà đầu tư địa phương (chủ hộ) tìm kiếm nhanh được lợi nhuận, thu hồi vốn nhanh, hơn nữa còn có sự hỗ trợ trong vay vốn từ Nhà nước (Tỉnh hỗ trợ 15 triệu đồng/hộ năm 2016-2017).

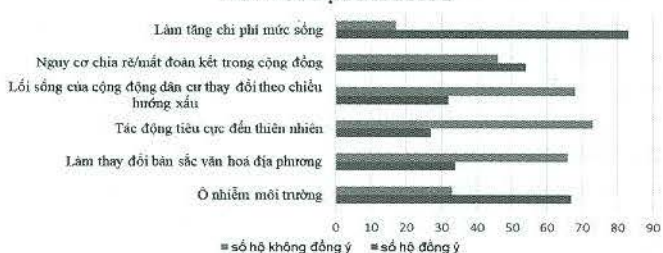
Đa số hộ kinh doanh loại hình này đều sử dụng luôn nguồn lực lao động tại chỗ, thực hiện chuyển dịch từ lao động trong nông nghiệp qua dịch vụ. Mặc dù tiết kiệm được chi phí và tranh thủ được nguồn lực, nhưng chất lượng lao động chưa cao. Điều này cũng ảnh hưởng phần nào đến hiệu quả của mô hình du lịch cộng đồng homestay tại địa bàn nghiên cứu.

Các mô hình du lịch homestay trên địa bàn nghiên cứu chủ yếu phát triển theo tính tự phát, các dịch vụ còn đơn điệu, ít đa dạng chủ yếu là dịch vụ lưu trú và ăn

HÌNH 1: TÁC ĐỘNG TÍCH CỰC CỦA DU LỊCH HOMESTAY ĐỐI VỚI ĐỊA PHƯƠNG



HÌNH 2: TÁC ĐỘNG TIÊU CỰC CỦA DU LỊCH HOMESTAY ĐỐI VỚI ĐỊA PHƯƠNG



Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu

uống. Các dịch vụ như: du lịch sinh thái, các hoạt động sinh hoạt cùng người dân hay các lễ hội vẫn chưa được tổ chức nhiều. Chưa thực sự mang bản chất của một mô hình du lịch homestay, nhiều homestay cạnh tranh không lành mạnh, phá giá, nhiều chủ hộ gặp khó khăn trong giao tiếp với khách du lịch nước ngoài. Ngoài ra, nhiều hộ đang tiếp tục đầu tư mới hoặc nâng cấp homestay đang có và tất cả đang chịu sự cạnh tranh bởi các doanh nghiệp đầu tư vào mô hình homestay.

Kiến nghị giải pháp

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, để phát triển du lịch homestay tại địa bàn VQG Phong Nha - Kẻ Bàng một cách hiệu quả và bền vững, theo nhóm tác giả, cần thực hiện một số giải pháp sau:

Giải pháp về tăng cường đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng

- Đầu tư xây dựng kết hạ tầng phục vụ hướng phát triển sản phẩm và tổ chức không gian du lịch: hợp nhất nhà văn hóa và các điểm dịch vụ du lịch cộng đồng trong một không gian và quản lý theo thiết chế địa phương. Quy hoạch điện lưới, thông tin liên lạc tại địa phương phục vụ cho nhu cầu phát triển du lịch.

- Cần ưu tiên phát triển các dịch vụ/loại hình lưu trú homestay cao cấp (khu nghỉ dưỡng tại các hồ lớn: Đồng Suôn, Bồng Lai, Khe Ngang, phía Bắc sông Son...). Phát triển các loại hình vui chơi giải trí tại thị trấn Phong Nha, công viên du lịch chuyên đề dọc đường 20 Quyết Thắng (Vườn thực vật, Thác Gió, Khu tái hòa hợp linh trưởng, Công viên động bán hoang dã). Ngoài ra, cần hình thành các cơ sở dịch vụ thương mại, chợ đêm, điểm bán hàng lưu niệm, nông sản địa phương tại các điểm du lịch.

Giải pháp về tiếp thị, quảng bá và xúc tiến du lịch

- Phân tích thị trường toàn diện (dựa trên cuộc khảo sát về du khách), định vị và chiến lược xây dựng

thương hiệu (cùng với tỉnh Quảng Bình và Tổng cục Du lịch), phát triển hoạt động tiếp thị và kênh phân phối, đồng thời có kế hoạch hành động tổng thể.

- Tập trung xúc tiến quảng bá du lịch theo bộ nhận diện thương hiệu “Vương quốc hang động” và “Thủ đô/trung tâm du lịch mạo hiểm của châu Á”.

- Nghiên cứu và triển khai đi vào hoạt động các trung tâm cung cấp thông tin du lịch, tổng đài cung cấp thông tin, khai thác hệ thống giới thiệu hình ảnh về VQG Phong Nha - Kẻ Bàng của UNESCO thông qua các kênh truyền thông (báo chí trong và ngoài nước, mạng xã hội).

Giải pháp về phát triển nguồn nhân lực

Trước hết, cần đánh giá nhu cầu đào tạo, đào tạo kỹ năng và ngôn ngữ cho người dân địa phương để cung cấp dịch vụ du lịch homestay tốt hơn (giá trị cao hơn), nâng cao nhận thức về du lịch trong cộng đồng địa phương.

Nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ quản lý, người lao động trong lĩnh vực du lịch địa phương. Từ đó, từng bước đảm nhận vị trí quản lý quan trọng tại các điểm du lịch và các cơ sở kinh doanh du lịch.

Thực hiện chuyển giao công nghệ quản lý, xây dựng các chương trình đào tạo nghiệp vụ, kiến thức chuyên môn, kỹ năng và ngoại ngữ. Hỗ trợ đào tạo, trang bị kiến thức, kỹ năng nghề du lịch phù hợp với từng đối tượng lao động du lịch tại địa phương. Đồng thời, áp dụng tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia nhằm nâng cao chất lượng phục vụ tại các điểm và cơ sở kinh doanh du lịch.

Giải pháp nâng cao nhận thức và năng lực của các hộ kinh doanh mô hình homestay

Do nhận thức hạn chế cũng như năng lực và trình độ có hạn, người dân tại khu vực vùng đệm VQG Phong Nha - Kẻ Bàng vẫn đang bị động trong việc kinh doanh du lịch homestay, từ việc tổ chức sản xuất, kinh doanh đến bán các sản phẩm du lịch. Vì vậy, cần đổi mới nhận thức về du lịch của người dân, đồng thời nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng du lịch để cộng đồng có thể phát huy vai trò chủ động, tích cực của cộng đồng trong phát triển du lịch của địa phương. Nhận thức của cộng đồng địa phương về phát triển du lịch được nâng cao thông qua việc đẩy mạnh các hoạt động truyền thông. Ngoài ra, cần tuyên dương, khen

thưởng cho những cá nhân/hộ gia đình tiêu biểu trong hoạt động du lịch.

Đối với việc nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng du lịch, căn cứ kết quả nghiên cứu và tình hình thực tế, nhóm tác giả đề xuất các giải pháp, như sau:

Đối với chủ hộ homestay là những người dân lớn tuổi, trình độ học vấn thấp:

- Về nội dung, cần trang bị cho người dân những kiến thức cơ bản trong du lịch, như: hướng dẫn những kỹ năng giao tiếp, phục vụ khách... và những kiến thức trong kinh doanh, như: kiến thức về tiếp cận thị trường, marketing, kiến thức về thủ tục đăng ký kinh doanh, văn bản quy định của pháp luật liên quan...

- Về phương pháp, do đặc thù của nhóm đối tượng người dân này là trình độ học vấn thấp, hạn chế trong nhận thức nên phải có sự kết hợp nhuần nhuyễn nhiều phương pháp khác nhau, như: tuyên truyền, giáo dục, vận động, thuyết phục, hỗ trợ, tư vấn... Trong đó, cần chú trọng phương pháp giáo dục bằng hình ảnh trực quan đơn giản, nhưng sinh động, dễ hiểu, dễ nhớ, dễ làm theo...

Đối với chủ hộ homestay là thanh niên:

- Tiếp tục đẩy mạnh và nâng cao chất lượng giáo dục phổ thông cho tất cả các bậc học, trong đó chú trọng đến công tác phổ cập giáo dục, đào tạo kiến thức chuyên môn và kỹ năng về du lịch cộng đồng, ngoại ngữ.

- Nâng cao hiệu quả chương trình đào tạo nghề cho đội ngũ lao động du lịch vừa đáp ứng yêu cầu hiện tại, vừa chuẩn bị nguồn nhân lực chất lượng cao cho những năm tiếp theo. Riêng đào tạo ngoại ngữ, các cơ sở kinh doanh du lịch homestay phải hướng tới việc đào tạo và sử dụng nhân lực lâu dài để có kế hoạch đầu tư và cho cá nhân tự đầu tư thời gian học ngoại ngữ. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. UBND tỉnh Quảng Bình (2017). *Quyết định số 3057/QĐ-UBND, ngày 30/08/2017 phê duyệt Quy hoạch Bảo tồn đa dạng sinh học tỉnh Quảng Bình đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2040*
2. Ban Quản lý VQG Phong Nha - Kẻ Bàng (2017). *Quy hoạch tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị di tích quốc gia đặc biệt VQG Phong Nha - Kẻ Bàng, tỉnh Quảng Bình, giai đoạn 2016-2025, tầm nhìn đến năm 2035*
3. Sở Du lịch tỉnh Quảng Bình (2018). *Báo cáo tình hình hoạt động năm 2018*
4. Bùi Thị Hải Yến, Phạm Thị Ngọc Diệp, Nguyễn Thị Thúy Hằng, Lê Thị Hiền Thanh, Phạm Bích Thủy (2012). *Du lịch cộng đồng*. Nxb Giáo dục Việt Nam
5. Bùi Thanh Hương và Nguyễn Đức Hoa Cường (2007). *Nghiên cứu các mô hình du lịch cộng đồng ở Việt Nam*, Nghiên cứu được tài trợ bởi Tổ chức Phát triển Hà Lan