

THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP THU HÚT KHÁCH DU LỊCH ĐỐI VỚI ĐIỂM ĐẾN PHONG NHA - KÊ BÀNG

LÊ ĐĂNG BẮC

Trường Trung cấp Kinh tế Quảng Bình

1. Đặt vấn đề

Nằm ở vị trí địa lý tự nhiên và địa hình đa dạng với đủ loại hình núi, rừng, đồi, đồng bằng và biển, cùng các cảnh quan tuyệt đẹp nổi tiếng, Quảng Bình được đánh giá là địa phương có nhiều lợi thế, tiềm năng và giàu tài nguyên phát triển du lịch hàng đầu ở Việt Nam. Trong đó, nổi bật là Di sản Thiên nhiên thế giới Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng (PN-KB) với diện tích hơn 120.000ha, được UNESCO hai lần công nhận là Di sản Thiên nhiên thế giới vào năm 2003 và năm 2015 với các tiêu chí về địa chất, địa mạo, đa dạng sinh học và cảnh quan môi trường, đây cũng là Di sản đầu tiên trong khu vực Đông Nam Á đạt 3 trên 4 tiêu chí dành cho một Di sản Thiên nhiên thế giới.

Dưới sức hấp dẫn về địa chất, địa mạo, đa dạng sinh học cho phép nhà quản lý và các đối tượng hoạch định chính sách, những người kinh doanh du lịch hiểu rõ được các thế mạnh để phát triển du lịch, đồng thời đưa ra những chiến lược nhằm khai thác tốt các lợi thế sẵn có của địa phương, thu hút nhiều đối tượng du khách đến với điểm đến PN-KB. Bên cạnh đó, Quảng Bình là một tỉnh có nhiều thế mạnh và tiềm năng để phát triển du lịch, tài nguyên du lịch phong phú và đa dạng, mang nhiều màu sắc khác nhau. Nhưng hiện tại sản phẩm du lịch chưa nhiều, cơ sở vật chất và hạ tầng du lịch phát triển chưa cao. Do vậy, lượng khách đến khu vực chưa tương xứng với tiềm năng của tỉnh. Các vấn đề cấp thiết cần được quan tâm giải quyết đúng mức nhằm tăng cường



Hang động tại Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng

Nguồn: phongnhaexplorer.com

khai thác tiềm năng du lịch khu vực này bao gồm: vấn đề phát triển sản phẩm, thể chế chính sách thu hút đầu tư, đào tạo nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng... Đây là một tiền đề hết sức quan trọng để đưa ngành du lịch PN-KB ngày càng phát triển.

2. Thực trạng thu hút khách du lịch đến với Phong Nha - Kẻ Bàng

Để tìm hiểu về thực trạng thu hút khách du lịch đến với Vườn Quốc gia PN-KB, tác giả đã tiến hành nghiên cứu 216 du khách tham quan và một số doanh nghiệp đại diện phía cung cấp dịch vụ về các thuộc tính điểm đến PN-KB.

2.1. Đánh giá của du khách về khả năng thu hút Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng

2.1.1. Mức độ hài lòng của du khách về cảnh quan, môi trường và tính độc đáo của tài nguyên

Qua bảng 1 cho thấy, mức độ cao nhất được đánh giá với tiêu chí màu sắc, sự kỳ bí của những khối thạch nhũ trong hang động với mức đánh giá bình quân chung là 4,38. Hầu hết

Bảng 1: Đánh giá của khách du lịch về phong cảnh và môi trường du lịch

Các tiêu chí	Bình quân	Phần trăm trả lời theo các mức độ					
		0	1	2	3	4	5
Cảnh quan karst tại VQG PN-KB	4,04	-	4,2	-	22,2	34,7	38,9
Môi trường và vệ sinh công cộng ở điểm đến PN-KB	3,48	-	5,6	-	54,2	21,8	18,5
Cảnh quan quanh hang động	4,18	-	-	-	17,1	48,1	34,8
Màu sắc, sự kỳ bí của những khối thạch nhũ trong hang động	4,38	-	-	-	5,6	50,9	43,5
Sự độc đáo và vẻ đẹp của hệ thống hang động	4,14	-	-	2,8	19,0	39,3	38,9
Bảo tồn tính nguyên sơ của VQG PN-KB	4,12	-	-	-	22,2	44,0	33,8

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra năm 2018)

(Chú thích: 0 = Chưa biết; 1 = Rất thấp; 2 = Thấp; 3 = Bình thường; 4 = Cao và 5 = Rất cao).

Bảng 2: Mức độ hài lòng của du khách về hấp dẫn lịch sử

Các tiêu chí	Bình quân	Phần trăm trả lời theo các mức độ					
		0	1	2	3	4	5
Đa dạng sinh học và tính toàn vẹn của VQG PN-KB	4,11	-	-	-	17,1	54,6	28,2
Giá trị địa chất, địa mạo	4,49	-	-	-	8,8	33,8	57,4
Lịch sử tiến hóa của vỏ trái đất ở PN-KB	4,13	-	-	0,5	25,5	34,7	39,4
Các di tích lịch sử cách mạng như Đường TL20, QL 12, Hang 8 TNXP...	3,88	-	-	8,8	28,2	29,2	33,8
Nơi vua Hàm Nghi trú ngụ trong thời kỳ thực hiện Chiêu Cần Vương	3,41	5,6	-	-	54,2	22,7	17,6

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra năm 2018)

(Chú thích: 0 = Chưa biết; 1 = Rất thấp; 2 = Thấp; 3 = Bình thường; 4 = Cao và 5 = Rất cao)

du khách hài lòng cao với tiêu chí này khi có tới 50,9% như kết quả điều tra. Ở mức độ hài lòng rất cao có một tỉ lệ không nhỏ (43,5%) khách du lịch đánh giá, điều này cho thấy màu sắc, sự kỳ bí của những khối thạch nhũ trong hang động là một yếu tố quan trọng trong việc thu hút du khách đến với điểm đến PN-KB. Tiêu chí cảnh quan quanh hang động và bảo tồn tính nguyên sơ của VQG PN-KB cũng được du khách lựa chọn từ mức bình thường trở lên. Điều này chứng tỏ rằng những tiêu chí

này cũng rất quan trọng, bổ sung cho những tiêu chí khác nhằm làm hài lòng du khách đối với điểm đến này. Tiêu chí sự độc đáo và vẻ đẹp của hệ thống hang động và cảnh quan karst tại VQG PN-KB cũng có sự phân hóa nhỏ trong các mức độ hài lòng của du khách.

Tuy nhiên, chúng ta cần lưu ý rằng, có một số du khách đánh giá rất thấp tiêu chí môi trường và vệ sinh công cộng ở điểm đến VQG PN-KB chiếm 5,6%. Vì vậy, các cơ quan quản

Bảng 3: Đánh giá của khách du lịch về nhân viên

Các tiêu chí	Bình quân	Phần trăm trả lời theo các mức độ					
		0	1	2	3	4	5
Sự cởi mở, nhiệt tình hướng dẫn của nhân viên bán vé	3,79	-	-	-	44,0	33,3	22,7
Phong cách đón tiếp của nhân viên VQG PN-KB	3,76	-	-	-	46,3	31,0	22,7
Thuyết minh của hướng dẫn viên	3,85	-	-	-	37,5	39,8	22,7
Nội dung thuyết minh về VQG PN-KB	3,92	-	-	-	25,5	57,4	17,1
Thái độ phục vụ của nhân viên cơ sở lưu trú, nhà hàng và dịch vụ	3,68	-	10,6	-	28,2	32,9	28,2

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra năm 2018)

(Chú thích: 0 = Chưa biết; 1 = Rất thấp; 2 = Thấp; 3 = Bình thường; 4 = Cao và 5 = Rất cao)

Bảng 4: Đánh giá của khách du lịch về các dịch vụ du lịch chính

Các tiêu chí	Bình quân	Phần trăm trả lời theo các mức độ					
		0	1	2	3	4	5
Dịch vụ lưu trú	3,78	-	-	-	33,8	54,6	11,6
Dịch vụ ăn uống đa dạng và phong phú	3,55	-	-	11,1	34,7	42,6	11,6
Sự đa dạng dịch vụ mua sắm hàng lưu niệm	3,69	-	-	5,6	48,1	17,6	28,7
Dịch vụ chụp ảnh nhanh chóng, thuận tiện	3,71	-	-	11,6	34,3	25,9	28,2

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra năm 2018)

(Chú thích: 0 = Chưa biết; 1 = Rất thấp; 2 = Thấp; 3 = Bình thường; 4 = Cao và 5 = Rất cao)

lý chức năng vệ sinh môi trường cần đầu tư xây dựng thêm hệ thống vệ sinh công cộng tại đây nhằm phục vụ tốt hơn các nhu cầu thiết yếu của du khách, giúp du khách hài lòng hơn với điểm đến PN-KB.

2.1.2. Đánh giá của khách du lịch về hấp dẫn lịch sử

Qua bảng 2 cho thấy, các thuộc tính hấp dẫn lịch sử của điểm đến PN-KB làm hài lòng du khách được thể hiện qua những tiêu chí. Qua đó thấy rằng, giá trị địa chất địa mạo là thuộc tính được đánh giá ở mức độ cao nhất là 4,49 trong tất cả những thuộc tính của khả

năng thu hút của điểm đến này. Điều đó cho thấy sự quan trọng của các giá trị địa chất địa mạo mang lại cho điểm đến này. Mặc dù vậy các tiêu chí đưa ra vẫn còn một lượng không nhỏ du khách đánh giá ở mức độ trung bình song nhìn chung kết quả điều tra đã cho thấy các giá trị lịch sử mang lại cho tới ngày hôm nay đã trở thành những điều lôi cuốn, thu hút sự tham quan tìm hiểu của phần lớn khách du lịch khi tới điểm đến PN-KB. Riêng có đến 12 du khách (5,6%) trả lời chưa biết đây là nơi vua Hàm Nghi trú ngụ thời kỳ thực hiện Chiếu Cần Vương, do vậy vấn đề đặt ra cho cơ quan

quản lý Di sản cần phải tuyên truyền sâu rộng vào đời sống của người dân, đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên cũng cần phải cung cấp thêm những thông tin cho du khách biết đến tiêu chí này.

2.2. Đánh giá của khách du lịch về nhân viên

Qua bảng 3 cho thấy, trong toàn bộ 5 tiêu chí đưa vào điều tra thì chỉ có tiêu chí nội dung thuyết minh về VQG PN-KB được khách du lịch đánh giá ở mức độ cao hơn cả. Các tiêu chí còn lại chủ yếu đều được đánh giá ở mức độ bình thường và thấp. Trong tổng số 216 phiếu điều tra thì có 23 du khách đánh giá rất thấp thái độ phục vụ của nhân viên cơ sở lưu trú, nhà hàng, dịch vụ. Điều này cho thấy một bất cập đang được đặt ra cho đội ngũ phục vụ ở PN-KB là chất lượng đội ngũ chưa qua đào tạo, tính mùa vụ cũng ảnh hưởng rất lớn đến đội ngũ nhân viên. Ngoài ra một số nhà hàng, khách sạn phục vụ du khách mang tính gia đình. Từ những phân tích trên cho thấy, nhìn chung đội ngũ nhân viên tại PN-KB vẫn chưa được đánh giá cao trong việc góp phần tạo nên sự hấp dẫn/thu hút cho du khách khi tới tham quan tại điểm đến PN-KB, vì vậy các nhà quản lý (Sở Du lịch, Trung tâm Xúc tiến du lịch, Ban Quản lý VQG PN-KB...) phải tổ chức các lớp đào tạo, đào tạo lại đội ngũ đáp ứng nhu cầu hiện nay theo các tiêu chuẩn VTOS hay tiêu chuẩn nghề ASEAN đối với các khách sạn, nhà hàng... Xây dựng một đội ngũ nhân viên có trình độ, kỹ năng để đáp ứng, phục vụ nhu cầu của khách du lịch được tốt hơn.

2.3. Đánh giá của khách du lịch về các dịch vụ du lịch chính

Những nghiên cứu về khả năng thu hút điểm đến thường có sự có mặt của thuộc tính các dịch vụ du lịch chính. Đây là một trong những thuộc tính thể hiện nhu cầu tại điểm đến như nhu cầu ghi lại kỷ niệm, hàng lưu niệm có ý nghĩa như là vật chứng nhận/ghi dấu trải nghiệm thú vị của khách du lịch tại điểm đến,

nhu cầu được thưởng thức các món ăn, chất lượng một số dịch vụ tại đây.

Qua bảng 4 cho thấy, trong 4 tiêu chí về các dịch vụ du lịch chính thì hầu hết du khách đánh giá cao dịch vụ lưu trú, với mức đồng ý chiếm 54,6%. Có thể thấy, hiện nay các cơ sở lưu trú đã từng bước đáp ứng nhu cầu của du khách về chất lượng lưu trú cũng như các trang thiết bị phục vụ đạt tiêu chuẩn. Đối với bất kỳ một điểm đến du lịch nào thì việc ghi lại trong nhận thức của du khách về những nét riêng biệt, nét đặc sắc là điều vô cùng cần thiết. Nhiều điểm đến đã lựa chọn hàng lưu niệm để truyền tải nét riêng, nét độc đáo ấy tới người du khách, chính vì vậy mà tiêu chí sự đa dạng dịch vụ mua sắm hàng lưu niệm được thiết kế đưa vào trong phiếu điều tra để xem xét sự đánh giá của khách du lịch khi tới điểm đến PN-KB. Tuy nhiên, phần lớn các ý kiến đều đánh giá ở mức độ bình thường đối với tiêu chí này (chiếm tới 34,3%), nhưng lại có đến 11,6% ý kiến đánh giá thấp với tiêu chí hàng lưu niệm. Điều này cho thấy các dịch vụ mua sắm hàng lưu niệm ở đây vẫn nghèo nàn, cần phải thiết kế thêm các dịch vụ như mua bán online, ship tận nơi, mang đậm nét PN-KB...

3. Một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút du khách của điểm đến Phong Nha - Kẻ Bàng

3.1. Giải pháp về bảo vệ tài nguyên, môi trường và phát triển cơ sở vật chất, kỹ thuật

Để bảo vệ môi trường du lịch cho phát triển bền vững, bên cạnh việc giám sát và thực thi các giải pháp hạn chế tác động của phát triển kinh tế - xã hội đến môi trường, hoạt động bảo vệ môi trường trong lĩnh vực du lịch cũng cần được quan tâm hơn với việc bổ sung và hoàn thiện một số cơ chế chính sách chủ yếu sau:

Chính sách ưu tiên miễn giảm hoặc không thu thuế trong thời gian nhất định với các hình thức đầu tư thuần túy cho việc bảo vệ môi trường du lịch hoặc đầu tư xây dựng các công trình vệ sinh tại điểm đến PN-KB. Hiện nay,

một số công trình đã xuống cấp, một số công trình xây dựng chưa phù hợp, do đó bình quân du khách đánh giá bình quân mới ở mức 3,48%.

Chính sách ưu tiên các dự án đầu tư du lịch có các giải pháp cụ thể trong vấn đề giảm thiểu ô nhiễm, mang lại các hiệu quả trực tiếp cho bảo tồn tài nguyên và môi trường.

Chính sách phát triển nghiên cứu, ứng dụng công nghệ du lịch, đặc biệt trong lĩnh vực bảo vệ môi trường, khai thác hợp lý các nguồn tài nguyên, đảm bảo phát triển du lịch bền vững. Khuyến khích ứng dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng, nước sạch và tái sử dụng chất thải trong các cơ sở dịch vụ du lịch.

Chính sách khuyến khích đối với các dự án phát triển du lịch có những cam kết cụ thể về bảo vệ, tôn tạo và phát triển các nguồn tài nguyên, môi trường, đảm bảo cho sự phát triển bền vững khu vực VQG PN-KB. Xây dựng cơ chế, chính sách phù hợp với đặc thù của địa phương để đảm bảo một phần từ thu nhập du lịch sẽ “quay lại” hỗ trợ cho cộng đồng và cho công tác bảo tồn, phát triển tài nguyên môi trường, du lịch nơi diễn ra hoạt động du lịch với sự tham gia của cộng đồng.

Đầu tư trang thiết bị phục vụ cho hoạt động du lịch ở Quảng Bình nói chung, ở PN- KB nói riêng là rất cần thiết. Việc giao thông đi đến PN-KB qua khảo sát cho thấy, du khách vẫn chưa đánh giá cao tiêu chí này, một phần do công tác quản lý các phương tiện chưa làm hết trách nhiệm, mặt khác là do phương tiện tham gia giao thông quá nhiều và làm ăn theo kiểu “hộ gia đình” nên chất lượng và hiệu quả không cao. Trong khi đó, đối với ngành du lịch, các trang thiết bị về giao thông, lưu trú, ăn uống phải hiện đại, phù hợp với túi tiền của du khách bỏ ra.

3.2. Xây dựng môi trường du lịch nhân văn, bền vững

Thực tế cho thấy một trong những yếu tố quan trọng tác động đến chất lượng dịch vụ du lịch nói chung là công tác thuyết minh, giải

thích tại điểm đến. Nội dung và điều kiện thực hiện công việc này còn sơ sài, phụ thuộc chủ yếu vào năng lực và đạo đức nghề nghiệp của hướng dẫn viên, thiếu hỗ trợ của các yếu tố truyền thông đa phương tiện. Do vậy, cần có các chính sách hỗ trợ để đào tạo, đào tạo lại và đào tạo nâng cấp các hướng dẫn viên, thậm chí Sở Du lịch cần có tiêu chí nhằm đánh giá năng lực của đội ngũ hướng dẫn viên. Ngoài ra, thường xuyên phối hợp với các trường đại học, cao đẳng chuyên đào tạo hướng dẫn viên tổ chức bồi dưỡng nhằm nâng cao kiến thức, xử lý những tình huống thường xuyên gặp phải trong quá trình làm hướng dẫn viên tại điểm đến. Bên cạnh đó, từng bước cải thiện điều kiện trang thiết bị phù hợp để chuyển tải đầy đủ giá trị văn hóa, lịch sử và nhân văn của từng sản phẩm, từng điểm nhấn du lịch, nâng cao trải nghiệm thực sự cho du khách.

Tăng cường tuyên truyền, phổ biến sâu rộng, nâng cao nhận thức của các tầng lớp nhân dân tích cực tham gia xây dựng phong trào ứng xử văn minh thân thiện với du khách, giữ gìn trật tự trị an tại điểm đến... Qua kết quả khảo sát cho thấy, thái độ phục vụ của nhân viên cơ sở lưu trú, nhà hàng và dịch vụ tại điểm đến hay phong cách đón tiếp của nhân viên vẫn chưa được du khách đánh giá cao. Yêu cầu đặt ra cần phải chấn chỉnh kịp thời các cơ sở (lưu trú, nhà hàng,...), tổ chức đào tạo lại đội ngũ đáp ứng tiêu chuẩn nghề nghiệp (theo bộ tiêu chuẩn nghề VTOS hay tiêu chuẩn nghề ASEAN) về quy trình phục vụ tại các điểm.

Tăng cường quản lý bảo đảm về an ninh trật tự, vệ sinh môi trường. Cung cấp thông tin về dịch vụ tại địa phương cho du khách qua internet và hệ thống các ấn phẩm quảng bá du lịch. Hạn chế tình trạng chèo kéo, bán hàng rong tại các điểm đến hay tình trạng ăn xin...

3.3. Phát triển thị trường, xúc tiến quảng bá và xây dựng các sản phẩm du lịch mới

Tập trung thu hút có lựa chọn các phân đoạn thị trường khách du lịch. Phát triển mạnh

thị trường du lịch nội địa, chú trọng phân đoạn khách nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, nghỉ cuối tuần và mua sắm. Đẩy mạnh thu hút khách du lịch quốc tế đến từ Đông Bắc Á, Đông Nam Á và Thái Bình Dương; Tây Âu; Bắc Âu; Bắc Mỹ và Đông Âu...

Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng chuyên nghiệp nhằm vào thị trường mục tiêu, lấy sản phẩm du lịch và thương hiệu du lịch làm trọng tâm; tập trung quảng bá các hình ảnh mà du khách chưa biết về PN-KB nhằm thu hút sự “tò mò” của du khách. Do đó, Ban quản lý VQG PN-KB cần tập trung đẩy mạnh quảng bá các hình ảnh du lịch tại địa phương điểm đến, giúp du khách biết đến các hình ảnh đó trong chuyến du lịch của mình.

Tập trung phát triển thương hiệu du lịch quốc gia trên cơ sở thương hiệu du lịch vùng, địa phương và các sản phẩm du lịch mới; chú trọng phát triển những thương hiệu có vị thế cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế. Tăng cường sự phối hợp giữa các ngành, các cấp và địa phương để đảm bảo hiệu ứng thống nhất. Tập trung xây dựng và mở các tuyến du lịch khám phá thiên nhiên, tìm hiểu văn hóa cộng đồng người dân tộc ít người, hay kết nối các điểm du lịch mới nổi với PN-KB như Đá Nhảy - PN-KB, PN-KB với đền thờ Công chúa Liễu Hạnh - Lăng mộ Đại tướng Võ Nguyên Giáp...

3.4. Chính sách giá

Do đặc điểm thị trường khá đại chúng với mức thu nhập trung bình, yếu tố mức giá ở điểm đến được coi là yếu tố có ảnh hưởng quan trọng đến đánh giá của du khách đối với khả năng thu hút của điểm đến. Do vậy, cần chú trọng xây dựng chính sách giá của các sản phẩm du lịch cũng như các tour du lịch tại đây theo cách tiếp cận của quan niệm “giá trị là giá rẻ”, đồng thời kết hợp chính sách phân lập giá theo khung giá với các gói dịch vụ phù hợp để tạo nhiều cơ hội lựa chọn cho khách hàng, góp phần quản trị hiệu quả mong đợi của khách hàng.

Qua khảo sát cho thấy, sự hợp lý giá cả ở đây vẫn chưa làm du khách hài lòng, giá cả mua sắm hay lưu trú ở đây có khi vẫn bị chặt chém. Vấn đề đặt ra là các cơ quan chuyên môn cần vào cuộc, kiểm tra và niêm yết công khai giá cả tại điểm đến nhằm hạn chế tối đa tình trạng trên. Thực hiện chính sách “thuận mua vừa bán” giữa đơn vị cung cấp dịch vụ và du khách. Ngoài ra, cần phải thực hiện chính sách giảm giá có điểm nhấn trong các ngày lễ, ngày nghỉ, hoặc miễn giảm giá vé cho những du khách đến PN-KB trên 3 lần, cũng có thể điều chỉnh giá cả theo mùa vụ nhằm thu hút thêm những đối tượng du khách chưa có khả năng tài chính dư giả để du lịch khám phá.

3.5. Nhóm các giải pháp về quảng bá và tiếp thị

Sở Du lịch tỉnh Quảng Bình cần tăng cường phối hợp với cơ quan thông tin, chính quyền, Tổng cục Du lịch Việt Nam, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch đẩy mạnh hoạt động quảng bá trong và ngoài nước để ngày càng thu hút được nhiều du khách hơn. Tham gia các hội nghị, hội thảo chuyên đề về đánh giá khả năng thu hút khách du lịch tại điểm đến PN-KB. Tổ chức các đoàn FAMTRIP cho các hãng lữ hành, nhà báo nước ngoài chuyên viết về du lịch đến tìm hiểu, làm quen với các sản phẩm du lịch tại VQG PN-KB.

Việc phối hợp kinh doanh giữa các công ty du lịch và các doanh nghiệp kinh doanh vận tải khách quốc tế hoặc nội địa cũng là một điều thuận lợi cho hoạt động du lịch hiện nay, thông qua việc quảng bá trên các hãng xe lớn như Mai Linh, Tiên Sa, Sun Taxi, hoặc các văn phòng đại diện để liên kết, giới thiệu quảng bá cho du khách. Đồng thời, tổ chức khai trương trang thông tin điện tử chuyên sâu về du lịch để phục vụ du khách trong nước và quốc tế.

3.6. Giải pháp chú trọng công tác giữ gìn và phát huy các giá trị di sản

Phong Nha - Kẻ Bàng được thiên nhiên ban tặng với nhiều tài nguyên du lịch phong phú.

Việc khai thác tài nguyên cũng gắn liền với công tác bảo tồn các giá trị di sản. Vấn đề bảo tồn, khôi phục và phát huy các giá trị di sản này cũng chính là trách nhiệm của các cơ quan quản lý và của cộng đồng địa phương nơi đây. Trong đó, phải giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa bảo tồn và phát triển, được xem là vấn đề trung tâm, là thách thức to lớn nhất đối với di sản thiên nhiên trong bối cảnh mới.

4. Kết luận

Vườn Quốc gia PN-KB là một trong những mẫu hình riêng biệt và đẹp nhất về kiến tạo karts phức tạp ở Đông Nam Á, là nơi hội tụ những giá trị về địa chất, địa mạo, khí hậu, sinh học, cảnh quan và văn hóa, lịch sử độc đáo, là một điểm đến có giá trị ý nghĩa cao khi xét về nhiều mặt như lịch sử, văn hóa đặc sắc và những giá trị ấy đã được ghi nhận bởi tổ chức du lịch thế giới và bởi chính những du khách khi tới tham quan tại điểm đến này. Đồng thời, PN-KB có khả năng liên kết cao với các tuyến/điểm du lịch khác trong địa bàn tỉnh Quảng Bình cũng như liên kết với các điểm

đến khác trong khu vực miền Trung. Tuy nhiên bên cạnh những thuận lợi ấy điểm đến PN-KB vẫn còn tồn tại nhiều khó khăn, do đó mặc dù được biết đến như một điểm đến không thể thiếu khi đặt chân đến Quảng Bình nhưng khả năng thu hút du khách vẫn còn chưa tương xứng với danh hiệu là 2 lần được UNESCO công nhận là Di sản Thiên nhiên thế giới về tiêu chí địa chất địa mạo về sự đa dạng sinh học ở PN-KB như sự nổi bật và đại diện cho các tiến trình sinh thái trong sự tiến hóa và phát triển của các hệ sinh thái trên cạn (tiêu chí IX), sở hữu môi trường sống tự nhiên có ý nghĩa nhất đối với việc bảo tồn đa dạng sinh học (tiêu chí X). Việc đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút du khách của điểm đến PN-KB có thể là chưa đầy đủ và hoàn chỉnh nhưng hy vọng phần nào đó đã chỉ ra được một số vấn đề cần thiết để làm tăng khả năng thu hút cho điểm đến này cũng như đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của du khách khi đi du lịch làm thỏa mãn sự kỳ vọng cho chuyến đi của mình ■

Tài liệu tham khảo:

1. Lê Thị Ngọc Anh, Trần Thị Khuyên (2014), “Đánh giá khả năng thu hút khách du lịch của điểm di tích Đại Nội - Huế”, Tạp chí Nghiên cứu và Phát triển, số 1 (108).
2. Trần Văn Đình, Nguyễn Thị Minh Hòa (2009), *Giáo trình Kinh tế du lịch*. Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội.
3. Nguyễn Thị Minh Nghĩa, Lê Vũ Thị Thảo Nhi, Trần Hữu Tuấn, (2017), *Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An*, Tạp chí khoa học, Đại Học Huế, tập 126 số 5D.
4. Bùi Thị Tám và Mai Thị Lệ Quyên (2012), “Đánh giá khả năng thu hút du khách của điểm đến Huế”, Tạp chí khoa học, Đại Học Huế, tập 72B, số 2.
5. Bùi Thị Tám (2011), “Đánh giá khả năng thu hút du khách trên tuyến hành lang Kinh tế Đông Tây phía Việt Nam”.
6. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. Nxb Thống kê.
7. Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Bình (2010), “*Quy hoạch phát triển du lịch bền vững khu vực VQG Phong Nha - Kẻ Bàng giai đoạn 2010 - 2020, tầm nhìn 2025*”.
8. Niên giám thống kê Quảng Bình năm 2016.
9. Nguồn Sở Du lịch tỉnh Quảng Bình năm 2018.
10. Nguồn thống kê Ban Quản lý VQG Phong Nha - Kẻ Bàng.