

GIẢI PHÁP THU HÚT KHÁCH DU LỊCH TẠI ĐIỂM ĐẾN DI SẢN THIÊN NHIÊN THẾ GIỚI VƯỜN QUỐC GIA PHONG NHA - KÊ BÀNG

ThS. LÊ ĐĂNG BẮC

Trường Trung cấp Kinh tế Quảng Bình

1. Đặt vấn đề

Hội nhập là một xu thế tất yếu để tồn tại và phát triển của mỗi quốc gia trên thế giới, đặc biệt khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) thì ngành du lịch được đẩy mạnh và phát triển. Cùng với sự phát triển vượt bậc của nền kinh tế, sự tiên tiến văn minh của nhân loại đã đem lại cho con người những trải nghiệm mới về cuộc sống hoàn hảo, du lịch vì thế mà trở thành nhu cầu thiết yếu trong cuộc sống mỗi con người. Du lịch không chỉ mang đến nhiều lợi ích cho người hưởng thụ mà đồng thời còn tạo ra nhiều hình thức kinh doanh cho các doanh nghiệp khai thác ngành công nghiệp không khói này. Ngành du lịch trở thành thị trường cạnh tranh gay gắt giữa các điểm đến, các địa phương. Ở Việt Nam, tuy ra đời muộn nhưng du lịch cũng đã có những bước phát triển đáng kể, nhanh chóng thu hẹp khoảng cách với các nước trong khu vực, trở thành ngành kinh tế quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế của đất nước.

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 Vườn quốc gia (VQG) Phong Nha - Kẻ Bàng. 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 còn quá nghèo nàn, cơ sở vật chất và hạ tầng du lịch kém phát triển. Do vậy, lượng du khách đến khu vực vẫn còn thấp. Thu nhập du lịch và đóng góp của nó trong tiến trình xoá đói giảm nghèo của địa phương chưa đáng kể. Các vấn đề cấp thiết cần được quan tâm giải quyết đúng mức nhằm tăng cường 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 Phong Nha - Kẻ Bàng (PN-KB) ngày càng phát triển.

2. Khả năng thu hút của điểm đến

Khả năng thu hút của điểm đến mang ý nghĩa sâu rộng và bao quát. Khả năng thu hút của điểm đến chính là yếu tố thúc đẩy hoạt động đi du lịch của du khách, việc du khách đến thăm, ở lại hoặc di chuyển từ điểm đến này tới điểm đến khác và làm hài lòng du khách chính là khả năng thu hút của điểm đến. Theo Hu và Ritchie thì khả năng thu hút của điểm đến *“phản ánh cảm nhận, niềm tin và ý kiến mà mỗi cá nhân có được về khả năng làm hài lòng khách hàng của điểm đến trong mối liên hệ với nhu cầu chuyến đi cụ thể của họ”* (Hu and Ritchie, 1993:25). Như vậy, khi điểm đến càng có khả năng đáp ứng nhu cầu *(làm hài lòng hoặc vượt qua sự mong đợi)* của du khách thì điểm đến đó càng dễ dàng được du khách chọn lựa. Điều này cũng phù hợp với quan điểm của Mayo và Jarvis (1981) cho rằng khả

năng thu hút của điểm đến là khả năng mà điểm đến đó mang lại các lợi ích cho du khách (the perceived ability of the destination to deliver individual benefits). Các khả năng phụ thuộc vào các thuộc tính của điểm đến và cũng là những yếu tố thúc đẩy du khách đến với điểm đến (Vengesai, 2003; Tasci et al., 2007).

Như vậy, khả năng thu hút của điểm đến có thể được nhận thức bởi du khách mỗi khi họ được tiếp cận thông tin về điểm đến mà không nhất thiết phải có trải nghiệm thực tế ở điểm đến (Bùi Thị Tám và Mai Lệ Quyên, 2012). Những nghiên cứu đã cho thấy, tính phổ biến của một điểm đến du lịch có thể được gia tăng bởi một tổ hợp các thuộc tính của cạnh tranh và khả năng thu hút, trong đó khả năng thu hút được nhìn nhận từ phía cầu du lịch, còn khả năng cạnh tranh được nhìn nhận từ phía cung. Chính vì được đánh giá từ phía cầu nên khả năng thu hút trở thành tác động kéo đối với người du khách. Nhu cầu đi du lịch của du khách được hình thành không chỉ dựa trên cơ sở động lực thúc đẩy họ (push motivation) mà còn chịu bởi “tác động kéo” (pulling effect) để thu hút họ đến với một địa điểm cụ thể.

Có thể thấy rằng, điểm đến càng hấp dẫn, làm thỏa mãn sự kỳ vọng của du khách và có khả năng đáp ứng nhu cầu của du khách thì điểm đến đó càng dễ dàng được du khách chọn lựa khi tham gia du lịch và giới thiệu người khác về điểm đến đó.

3. Một số thuận lợi và khó khăn đối với khả năng thu hút khách du lịch ở VQG Phong Nha - Kẻ Bàng

- Du lịch - dịch vụ du lịch đã được định hướng là ngành kinh tế động lực của tỉnh, được sự quan tâm của các ngành, các cấp. Kết cấu hạ tầng đang trên chiều hướng phát triển thuận lợi, nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước quan tâm, có nhiều dự án đăng ký đầu tư để phát triển du lịch.

- Đồng Hới - Quảng Bình có tiềm năng và khả năng mở rộng liên kết vùng để hình thành

các tour du lịch biển, đồng bằng kết hợp miền núi và nằm trong hành lang các tuyến, điểm du lịch quan trọng của quốc gia.

- Với lợi thế là vương quốc hang động, Phong Nha - Kẻ Bàng có tiềm năng rất dồi dào về địa hình, đồi núi, sông suối, khí hậu, cảnh quan môi trường tự nhiên, thiên nhiên, hệ động thực vật. Đây là điều kiện hết sức quan trọng để du lịch mạo hiểm có thể phát triển và tạo ra các sản phẩm, hoạt động du lịch mạo hiểm phong phú và đa dạng.

- Có bề dày kinh nghiệm trong tổ chức, phát triển sản phẩm du lịch dịch vụ, đào tạo hướng dẫn viên. Có đội ngũ hướng dẫn viên dày dặn kinh nghiệm, yêu nghề và có kỹ năng. Có uy tín và thương hiệu trên thị trường. Các công ty có quy mô nhỏ, gọn, dễ thích nghi, mềm dẻo và tất cả đều người địa phương.

- Nhà nước, chính quyền địa phương có chủ trương khuyến khích đầu tư và nhận được sự đồng thuận của cộng đồng các dân tộc cũng như người dân địa phương.

Bên cạnh những thuận lợi trên, khả năng thu hút khách du lịch ở VQG Phong Nha - Kẻ Bàng cũng gặp nhiều khó khăn, đó là:

- Xuất phát điểm của du lịch địa phương thấp cả về cơ sở vật chất, hạ tầng du lịch và nguồn nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển du lịch.

- Yêu cầu của du khách về chất lượng sản phẩm và dịch vụ ngày càng cao, trong khi đó chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch của tỉnh vẫn còn nhiều hạn chế, chưa đáp ứng được yêu cầu, phát triển du lịch chưa thực sự bền vững.

- Chưa có quy hoạch cụ thể về các tuyến, điểm du lịch, đa phần là tự phát cũng như chưa có sự quản lý chặt chẽ ở cấp độ địa phương về các hoạt động du lịch dịch vụ, gây sự cạnh tranh không lành mạnh. Nếu không có quy hoạch về tài nguyên sớm cho loại hình du lịch và sự phối kết hợp với những ban ngành khác, lĩnh vực khác thì một số tài nguyên sẽ khó bảo vệ được và trong tương lai sẽ dần biến mất.

Việc quy hoạch chưa có cơ sở khoa học, thiếu thông tin khoa học về các tài nguyên của du lịch dịch vụ thiếu định hướng khiến cho việc xây dựng các sản phẩm du lịch không thể có chất lượng tốt và ổn định.

- Các sản phẩm tại các khu, điểm du lịch còn nghèo nàn, thiếu đồng bộ. Các sản phẩm của các công ty lữ hành có tính trùng lặp. Các công ty chưa có chương trình bảo hiểm tốt và đồng bộ dành cho khách. Việc phát triển các dịch vụ phụ trợ chưa tương xứng...

- Tính mùa vụ du lịch của VQG Phong Nha - Kẻ Bàng và tính mùa vụ khách du lịch quốc tế là cản trở lớn đối với hoạt động du lịch dịch vụ tại VQG PN-KB...

4. Các giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút khách du lịch tại điểm đến di sản thiên nhiên thế giới VQG Phong Nha - Kẻ Bàng

4.1. Hoàn thiện cơ chế chính sách quản lý tài nguyên thiên nhiên và bảo vệ môi trường theo hướng bền vững

Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng được thiên nhiên ban tặng nhiều di sản quý giá, vì vậy công tác quản lý tài nguyên đặt ra cho các cơ quan chức năng cần phải có các giải pháp đồng bộ. Cảnh quan ở Phong Nha - Kẻ Bàng, màu sắc cũng như sự kỳ bí của những khối thạch nhũ trong hang động hay sự độc đáo và vẻ đẹp của hệ thống hang động cần phải được gìn giữ và quản lý nghiêm ngặt. Kết quả nghiên cứu cho thấy, du khách đánh giá cao về vẻ đẹp tự nhiên của hệ thống hang động, tính nguyên sơ, độc đáo của nó... Việc bảo tồn và phát huy các giá trị cốt lõi này có ý nghĩa đặc biệt quan trọng để gia tăng sức thu hút của điểm đến Phong Nha - Kẻ Bàng. Có thể đây không phải là nhận định hoàn toàn mới nhưng với những phân tích sâu về nhận thức của du khách đối với các yếu tố giá trị cốt lõi của di sản cho thấy du khách nhận thức khá rõ và kỳ vọng có những trải nghiệm đặc biệt khi đến VQG Phong Nha - Kẻ Bàng chứ không chỉ

dừng lại ở mức độ để biết, để tham quan chụp ảnh... Đây là cơ hội cho các nhà quản lý khai thác và phát huy các giá trị tài nguyên để phát triển du lịch bền vững tại VQG Phong Nha - Kẻ Bàng.

Công tác bảo vệ môi trường du lịch chú trọng đến việc bảo tồn cảnh quan thiên nhiên, đa dạng sinh học và giá trị nguyên sơ của tài nguyên. Vấn đề này không chỉ phụ thuộc hoàn toàn vào cơ quan quản lý VQG Phong Nha - Kẻ Bàng mà là sự tham gia của nhiều tổ chức, cơ quan, cộng đồng địa phương và du khách. Do vậy, một cơ chế hợp tác hiệu quả để nêu cao nhận thức và cùng hành động vì mục tiêu phát triển bền vững. Trước mắt và trong phạm vi liên quan đến hoạt động phát triển du lịch tại VQG Phong Nha - Kẻ Bàng thì có thể chú trọng một số vấn đề thuộc 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 Phong Nha - Kẻ Bàng.

- 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.

4.2. Chú trọng công tác giữ gìn và phát huy các giá trị Di sản

Sau khi VQG Phong Nha - Kẻ Bàng lần thứ 2 vinh dự là Di sản thiên nhiên thế giới, điều quan trọng nhất là xây dựng một chiến lược phù hợp để bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa đã được thừa nhận. 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 cộng đồng ở nơi đây. Có thể nói rằng, khai thác và phát huy giá trị di sản văn hoá là giải pháp tốt nhất để bảo tồn di tích, làm cho di tích sống, hòa vào cuộc sống của xã hội đương đại, có tác dụng giáo dục và nâng cao đời sống văn hóa của nhân dân, góp phần phát triển kinh tế, tạo nguồn sinh lợi để bảo tồn di tích. Tuy nhiên, cùng với sự hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng của đất nước, sự nghiệp bảo tồn các giá trị di sản cũng đang đứng trước những thách thức mới.

4.3. Đảm bảo an ninh, an toàn tại điểm đến

Được thiên nhiên ưu đãi, với lợi thế là một tỉnh với nhiều điểm đến du lịch, đây là nơi tham quan, nghỉ ngơi giải trí cho khách du lịch. Những năm gần đây, việc đầu tư khai thác các tour du lịch đã và đang thu hút ngày càng nhiều lượt khách du lịch đến tham quan, nghỉ dưỡng. Đây là điều kiện thuận lợi cho phát triển kinh tế ở địa phương song cũng tiềm ẩn nhiều yếu tố phức tạp trong công tác đảm bảo an ninh, an toàn tại điểm đến. Qua kết quả khảo sát cho thấy, tình hình an ninh an toàn ở Phong Nha - Kẻ Bàng được du khách đánh giá cao. Qua đây cho thấy các cơ quan chức năng đã quan tâm đến hoạt động an ninh và an toàn tại điểm đến. Có sự cảnh báo cho du khách (biển báo hoặc nhắc nhở trực tiếp) về các hiện tượng có thể xảy ra khi du khách đi du lịch.

Tuy nhiên, tình trạng bán hàng rong và chèo kéo khách vẫn diễn ra, nhất là vào mùa cao điểm. Vì vậy, các cơ quan chức năng cần nắm bắt tình hình địa bàn cơ sở, kịp thời phát hiện và có phương án xử lý, không để các đối tượng lợi dụng các hoạt động mùa du lịch để chèn ép giá cả du khách. Có như vậy du khách mới lựa chọn Phong Nha - Kẻ Bàng là một điểm đến hấp dẫn, an toàn.

4.4. Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch, cải thiện các dịch vụ du lịch tại điểm đến

Kết quả đánh giá khả năng của điểm đến làm hài lòng du khách theo các thuộc tính cho thấy rõ những hạn chế trong phát triển và hoàn thiện sản phẩm đã tác động rất lớn đến khả năng thu hút của điểm đến. Có thể nói sản phẩm có chất lượng và mang lại trải nghiệm cho du khách là yếu tố cốt lõi để củng cố và mở rộng khai thác có hiệu quả các cơ hội thị trường (trong nước và quốc tế) phù hợp với những điều kiện phát triển du lịch của VQG Phong Nha - Kẻ Bàng vì sự phát triển bền vững. Thực tế cho thấy sản phẩm ở đây vẫn chủ yếu dựa vào khai thác di sản. Do vậy, cần có các biện pháp đa dạng hóa các sản phẩm du lịch không chỉ dựa trên các tài nguyên du lịch sẵn có, mà cần tạo ra các loại hình du lịch khác nhằm cung cấp những sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng và đa dạng của các đối tượng khách. Tăng cường các dịch vụ vui chơi giải trí, thể thao, mua sắm.

4.5. Tăng cường các hoạt động du lịch trải nghiệm

Di sản Thế giới VQG Phong Nha - Kẻ Bàng không những là nơi chứa đựng những giá trị nổi bật về địa chất địa mạo, về các giá trị đa dạng sinh học mà Phong Nha - Kẻ Bàng còn là điểm đến của du lịch sinh thái, di tích lịch sử chiến tranh và các hoạt động khám phá thiên nhiên bằng nhiều hình thức như đi bộ leo núi, đạp xe, chèo thuyền hoặc đơn giản chỉ là thư giãn, tận hưởng không khí trong lành của vùng sơn thủy hữu tình này.

Qua kết quả điều tra cho thấy, mới chỉ có hoạt động khám phá hang động bằng xuồng là được du khách đánh giá cao hơn cả trong thuộc tính du lịch trải nghiệm. Điều này rất dễ hiểu vì du khách tham quan động Phong Nha phải đi thuyền bằng xuồng nên du khách đã trải nghiệm thực tế. Bên cạnh đó một số du khách

chưa biết đến một số hoạt động du lịch trải nghiệm ở Phong Nha - Kẻ Bàng như chèo thuyền Kayak, leo núi mạo hiểm, thử thách cùng hang tối... Nguyên nhân là du khách đến Phong Nha - Kẻ Bàng để tham quan hệ thống hang động hoặc đến để du lịch sinh thái... mà chưa biết được ở nơi đây có các dịch vụ du lịch hỗ trợ. Sự trải nghiệm các hoạt động du lịch ở đây chưa mang lại hiệu quả cao. Do đó cần có các giải pháp như đẩy mạnh các hoạt động trải nghiệm, xây dựng thêm các sản phẩm mới, quảng bá các sản phẩm, cho du khách trải nghiệm thử những sản phẩm... nhờ đó du khách sẽ đánh giá được những sản phẩm và giới thiệu các sản phẩm với bạn bè và người thân.

Tập trung xây dựng và mở các tuyến du lịch khám phá thiên nhiên, tìm hiểu văn hóa cộng đồng người Vân Kiều, hay kết nối các điểm du lịch mới nổi với Phong Nha - Kẻ Bàng như Đá Nhảy - Phong Nha - Kẻ Bàng, Phong Nha - Kẻ Bàng với đền thờ công chúa Liễu Hạnh; Phong Nha - Kẻ Bàng với Suối nước nóng Bang; Phong Nha - Kẻ Bàng với Nhà lưu niệm Đại tướng Võ Nguyên Giáp... Ngoài những hang động vừa đẹp về thạch nhũ vừa mang ý nghĩa lịch sử, thì việc mở rộng các hoạt động du lịch trải nghiệm để khai thác các giá trị lịch sử văn hóa và tập tục truyền thống của người dân địa phương sẽ gia tăng những trải nghiệm kỳ thú cho du khách.

4.6. Mở rộng thị trường du khách, xây dựng và củng cố hình ảnh điểm đến du lịch VQG Phong Nha - Kẻ Bàng

Có thể thấy, nói đến Quảng Bình, du khách trong nước và nước ngoài sẽ hình dung đến VQG Phong Nha - Kẻ Bàng với như một điểm hấp dẫn du lịch không thể bỏ qua. Nghiên cứu này cung cấp thêm nhận định về sức thu hút của VQG Phong Nha - Kẻ Bàng, trong đó du khách đánh giá rất cao các yếu tố giá trị cốt lõi của tài nguyên là di sản thiên nhiên thế giới. Du lịch Quảng Bình nên có chiến lược để khai thác hợp lý nhất điểm nhấn này nhằm xây dựng và

quảng bá cho thương hiệu du lịch tỉnh nhà. Trước mắt, cần 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 là trọng tâm; tập trung quảng bá các hình ảnh mà du khách chưa biết về Phong Nha - Kẻ Bàng nhằm thu hút sự “tò mò” của du khách.

Chú trọng kích cầu thị trường du lịch nội địa, với các biện pháp khuyến mãi về giá cả (đi lại, giá vé vào cửa...) đặc biệt quan tâm đến các đối tượng thanh niên, nhất là học sinh sinh viên, đây là đối tượng du khách hiện nay có nhiều nhu cầu về đi du lịch dã ngoại, phiêu lưu, mạo hiểm, đồng thời họ cũng là những đối tượng có khả năng quảng bá và giúp mở rộng thị trường.

4.7. Giải pháp ổn định giá cả

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, tham quan, ăn uống hay lưu trú được du khách đánh giá ở mức trung bình (mức 3). Nguyên nhân ở đây có thể là trong số những người được hỏi có thể một lần nào đó bị chặt

chém bởi giá cả. 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 chèn ép khách. 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 Phong Nha - Kẻ Bàng với 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 cao để du lịch khám phá.

5. Kết luận

Phân tích khả năng thu hút của điểm đến Di sản Thiên nhiên thế giới VQG Phong Nha - Kẻ Bàng với theo các thuộc tính có thể khẳng định rằng: mức độ hấp dẫn của một điểm đến không chỉ phụ thuộc vào tài nguyên thiên nhiên hay các giá trị “có sẵn” được thiên nhiên ban tặng, mà còn phụ thuộc vào mức độ phát triển các sản phẩm du lịch, các hoạt động hỗn hợp nhằm thỏa mãn các nhu cầu ngày càng cao của du khách. Một khi các yếu tố của sản phẩm còn mờ nhạt, chưa tạo ra được những cảm nhận rõ ràng trong lòng người du khách thì khả năng hấp dẫn được du khách đó là rất thấp, bởi lẽ nó không có khả năng làm hài lòng sự trải nghiệm

của họ. Các thuộc tính tạo nên sự lôi cuốn, hấp dẫn du khách không chỉ được nhấn mạnh ở giá trị tài nguyên được thiên nhiên ưu đãi, mà còn có sự kết hợp với nhiều yếu tố khác như đội ngũ nhân viên, các hoạt động du lịch trải nghiệm hay một số yếu tố khác quan khác. Do đó, điểm đến Phong Nha - Kẻ Bàng cần nhìn nhận một cách nghiêm túc về vấn đề làm hài lòng du khách là phải bao gồm nhiều thuộc tính. Vì vậy, điểm đến Phong Nha - Kẻ Bàng nếu chỉ dựa vào tham quan hang động thì điểm đến đó sẽ nhanh chóng trở nên nhàm chán và không đủ sức hấp dẫn du khách, mà cần phải thay đổi, bổ sung các dịch vụ du lịch mới lạ như du lịch mạo hiểm, tham quan các thảm thực vật..., có như vậy mới thu hút ngày càng nhiều du khách.

Việc đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút du khách tại điểm đến Di sản Thiên nhiên thế giới VQG Phong Nha - Kẻ Bàng 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. 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.
3. Bùi Thị Tám (2011), “Đánh giá khả năng thu hút du khách trên tuyến hành lang kinh tế Đông Tây phía Việt Nam”.
4. Hu, Y., and B. J. R. Ritchie (1993), “Measuring destination attractiveness: A contextual approach”, *Journal of Travel Research*. 32(2):25-34.
5. Tasci, A. D.A., Cavusgil S. T. and W. C. Gartner (2007) “Conceptualization and Operationalization of Destination Image”, *Journal of Hospitality & Tourism Research* 2007. 31:194.
6. Vengesai, S. (2003) “Destination Attractiveness and Destination Competitiveness: A Model of Destination evaluation”. *ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide 1-3 December 2003*, Monash University, 637 - 645.