

ĐÁNH GIÁ CỦA DU KHÁCH VỀ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI VÙNG ĐỆM VƯỜN QUỐC GIA PHONG NHA - KÊ BÀNG

LÊ QUANG TRỰC; NGUYỄN QUANG PHỤC; ĐẶNG TRUNG KIÊN;
NGUYỄN XUÂN QUANG; NGUYỄN ĐỨC KIẾN; TRẦN CÔNG DŨNG

1. Giới thiệu

Trong nhiều năm qua, Đảng bộ, chính quyền và nhân dân tỉnh Quảng Bình đã và đang có nhiều nỗ lực nhằm đẩy mạnh ngành du lịch tiếp tục phát triển theo hướng nhanh, hiệu quả, bền vững để trở thành điểm đến hấp dẫn không những đối với du khách trong nước mà còn đối với thị trường khách quốc tế.

Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng (VQG PN-KB) nằm trên địa phận hành chính của 13 xã là: Dân Hóa, Hóa Sơn, Trung Hóa, Thượng Hóa, Trọng Hóa (huyện Minh Hóa); Tân Trạch, Thượng Trạch, Phúc Trạch, Xuân Trạch, Sơn Trạch, Phú Định, Hưng Trạch (huyện Bố Trạch); xã Trường Sơn (huyện Quảng Ninh) (Ban quản lý VQG PN-KB, Báo cáo quy hoạch tổng thể VQG PN-KB, 2017).

Đóng góp vào thành quả chung của ngành du lịch tỉnh Quảng Bình trong thời gian qua phải kể đến vai trò của du lịch cộng đồng (DLCĐ) tại VQG PN-KB. Nhờ những lợi thế độc đáo của hệ thống hang động và tài nguyên thiên nhiên phong phú, đa dạng đã góp phần quan trọng vào DLCĐ trên địa bàn. Theo số liệu từ Sở Du lịch Quảng Bình, trong năm 2018, VQG PN-KB đã đón và phục vụ gần 866 ngàn lượt du khách (tăng hơn 14% so với cùng kỳ năm 2017). Trong đó, du khách trong nước chiếm khoảng 80%, du khách quốc tế khoảng 20%. Tổng doanh thu từ hoạt động du lịch của VQG PN-KB đạt hơn 269,4 tỷ đồng (tăng 24,41% so với cùng kỳ năm 2017).

Một trong những căn cứ quan trọng để phát triển DLCĐ ở VQG PN-KB trong thời gian tới là sự thấu hiểu nhu cầu của du khách. Chính vì vậy, ý kiến đánh giá của du khách về DLCĐ sẽ giúp các nhà quản lý có thông tin để hoạch định chính sách phát triển DLCĐ dựa vào bằng chứng tốt hơn.

2. Phương pháp nghiên cứu

Phiếu khảo sát tập trung thu thập thông tin từ du khách bao gồm: Thông tin về chuyến đi (hình thức chuyến đi, kênh thông tin về điểm đến, mục đích chuyến đi, dịch vụ sử dụng tại điểm đến, thời gian, mức chi tiêu,...); Đánh giá về DLCĐ (lợi ích và ảnh hưởng tiêu cực của DLCĐ đối với địa phương, đánh giá về điểm đến, đánh giá về đơn vị tổ chức tour,...); Tiềm năng của DLCĐ góc nhìn từ du khách (ý định trở lại trong tương lai, ý định giới thiệu với người khác, ý kiến về nhân rộng mô hình); và thông tin về du khách (tuổi, nơi sinh sống, nghề nghiệp,...).

Việc khảo sát du khách được tiến hành trong năm 2019 tại các điểm DLCĐ trên địa bàn bốn xã, nơi tập trung nhiều các mô hình DLCĐ, bao gồm: Sơn Trạch, Hưng Trạch, Phúc Trạch và Cự Nẫm. Người khảo sát tiếp cận trực tiếp và phỏng vấn du khách rồi ghi lại thông tin trên phiếu.

Kết quả khảo sát sau khi thu về được xử lý bằng bảng tính Excel và phần mềm xử lý dữ liệu thống kê SPSS. Dữ liệu phân tích trong bài báo được trình bày chủ yếu dưới dạng văn bản, bảng biểu và các biểu đồ.

3. Kết quả nghiên cứu

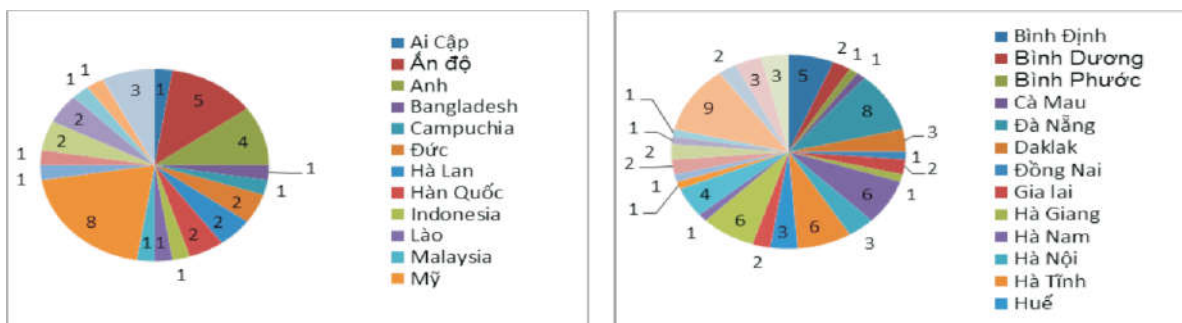
3.1. Đặc điểm mẫu khảo sát

Khảo sát này được tiến hành năm 2019 với tổng số 120 du khách, trong đó nam giới là 81

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KH&CN

người (67,5%), còn lại 39 nữ (32,5%); 40 khách quốc tế (33,3%) và 80 khách nội địa (66,7%). Khi được hỏi đây là lần thứ mấy đến Quảng Bình để du lịch, du khách đến lần đầu và lần thứ hai chiếm tỷ lệ bằng nhau (33%), 34% du khách cho rằng họ đến trên 3 lần (hình 1).

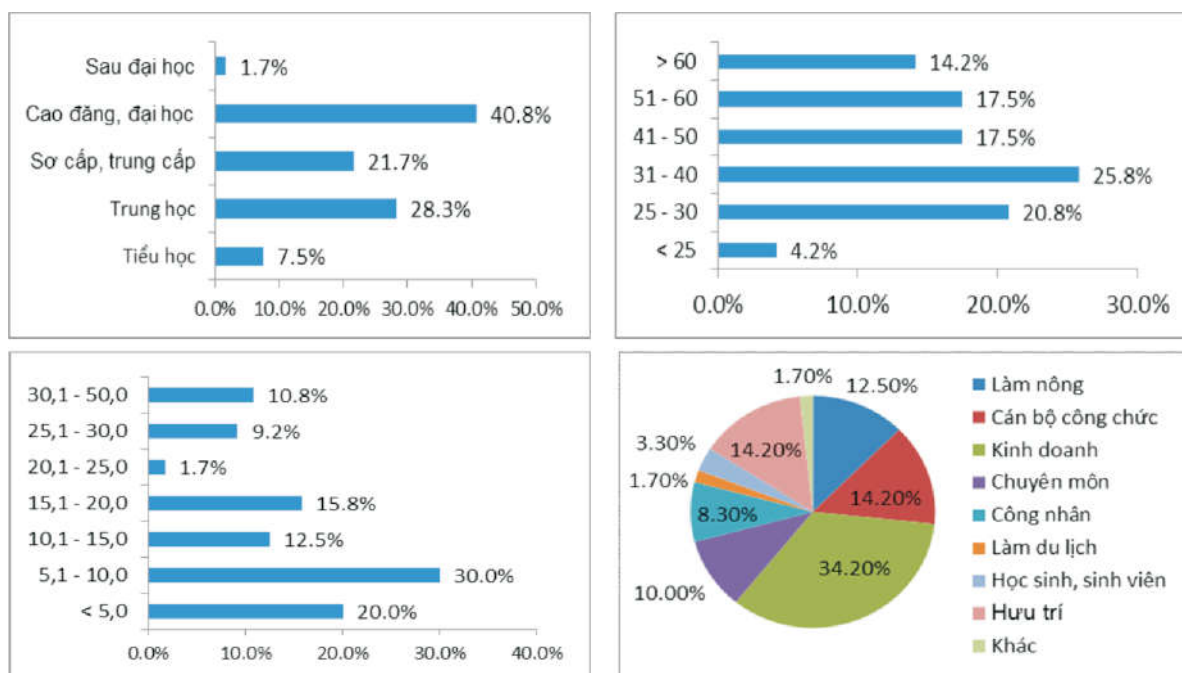
Hình 1: Quốc tịch du khách quốc tế (trái) và nơi sinh sống của du khách nội địa



(Nguồn: Nhóm nghiên cứu xử lý từ kết quả khảo sát năm 2019)

Về trình độ học vấn, du khách có trình độ cao đẳng - đại học và sau đại học chiếm 42,7%, trung học 21%, sơ cấp trung cấp 22%. Nhóm tuổi 25-40 chiếm tỷ lệ cao nhất với 46,5%, thấp nhất là dưới 25 tuổi với 4,2%. Số du khách có thu nhập bình quân hàng tháng từ 25-50 triệu đồng chiếm 20%, 10-20 triệu đồng chiếm 28,3% và từ 5-10 triệu đồng chiếm 30% số mẫu được khảo sát. Về nghề nghiệp, ba nhóm nghề nghiệp chiếm tỷ lệ cao nhất lần lượt là làm kinh doanh (34,2%), cán bộ công chức và cán bộ hưu trí (mỗi nhóm chiếm 14,2%) (hình 2).

Hình 2: Trình độ học vấn (hình trên bên trái), độ tuổi (hình trên bên phải) và thu nhập bình quân/tháng (hình dưới bên trái) và nghề nghiệp của đối tượng khảo sát

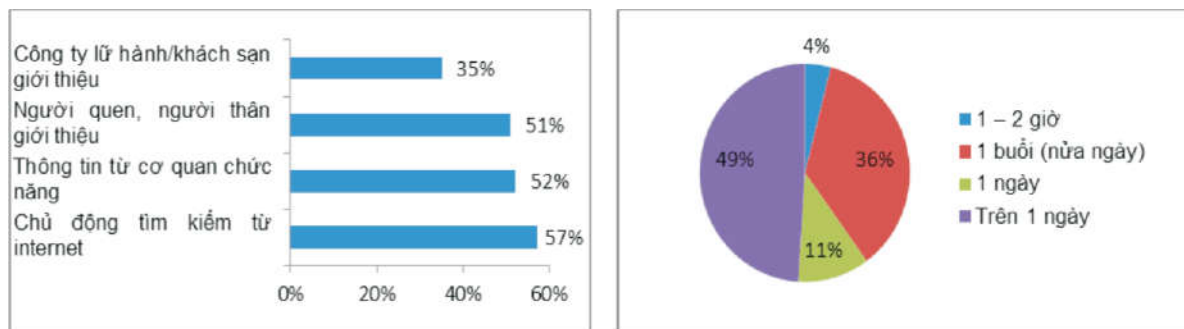


(Nguồn: Nhóm nghiên cứu xử lý từ kết quả khảo sát năm 2019)

3.2. Nhu cầu của du khách tại điểm đến DLCĐ

Nhu cầu của du khách bao gồm nguồn thông tin, thời gian lưu lại điểm đến, mức chi tiêu trung bình và mức chi tối đa cho một điểm đến và nhu cầu về các loại hình dịch vụ DLCĐ. Kênh thông tin mà du khách biết đến điểm DLCĐ lần lượt là internet (57%), cơ quan chức năng (52%), người quen giới thiệu (51%) và công ty du lịch (35%). Du khách tự tổ chức chuyến đi chiếm 54%, còn lại 46% là đi theo dịch vụ tour của các hãng lữ hành. Du khách lưu lại điểm DLCĐ trên 01 ngày (49%), 01 ngày (11%) và 01 buổi (36%) (hình 3).

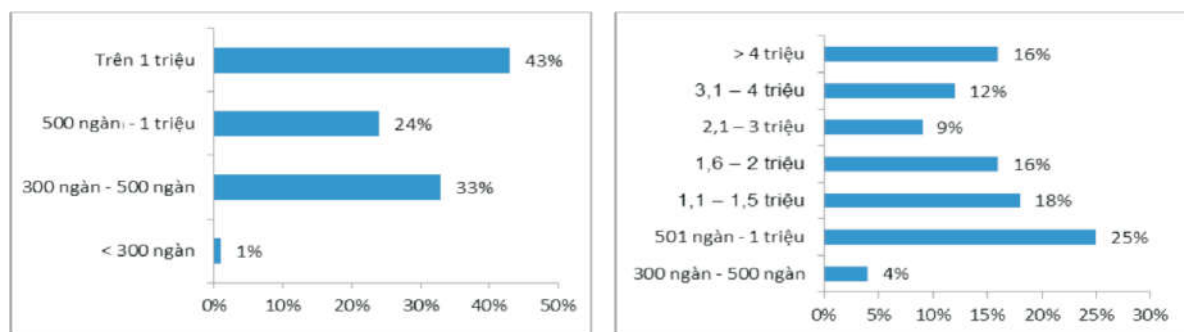
Hình 3: Kênh thông tin về DLCĐ và thời gian ở tại điểm đến



(Nguồn: Nhóm nghiên cứu xử lý từ kết quả khảo sát năm 2019)

Về mức chi tiêu trung bình khi đến một điểm DLCĐ, có 43% du khách cho rằng họ sẽ chi trả trên 1 triệu đồng, 24% sẽ chi trả từ 500-1 triệu đồng và 33% sẽ chi trả 300-500 ngàn đồng. Trong khi đó, số tiền tối đa mà họ sẵn lòng chi trả cho một điểm DLCĐ tương ứng là: trên 4 triệu đồng (16%), 2,1-4 triệu đồng (21%), 1,1-2 triệu đồng (34%), 0,5-1 triệu đồng (25%) (hình 4).

Hình 4: Mức chi tiêu trung bình (hình trái) và mức chi tiêu tối đa cho một điểm đến DLCĐ



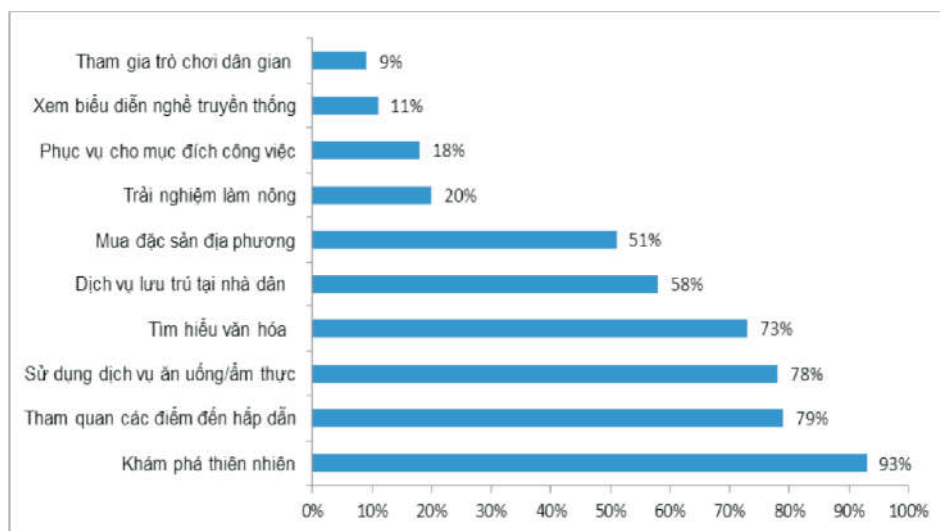
(Nguồn: Nhóm nghiên cứu xử lý từ kết quả khảo sát năm 2019)

Trong số 120 du khách tham gia trả lời phỏng vấn, loại dịch vụ DLCĐ được sử dụng nhiều nhất lần lượt là khám phá thiên nhiên (93%), tham quan điểm đến hấp dẫn (79%), ẩm thực (78%), tìm hiểu văn hóa (73%), lưu trú ở nhà dân (51%). Các dịch vụ còn lại được sử dụng chưa nhiều là tham gia trò chơi dân gian (9%), nghề truyền thống (11%), phục vụ công việc (18%) và làm nông nghiệp (20%) (hình 5).

3.3. Tác động tích cực và tiêu cực của DLCĐ đối với địa phương

Khi được hỏi về lợi ích mà DLCĐ mang lại cho địa phương, kết quả trả lời của 120 du khách

Hình 5: Loại sản phẩm DLCĐ được du khách lựa chọn

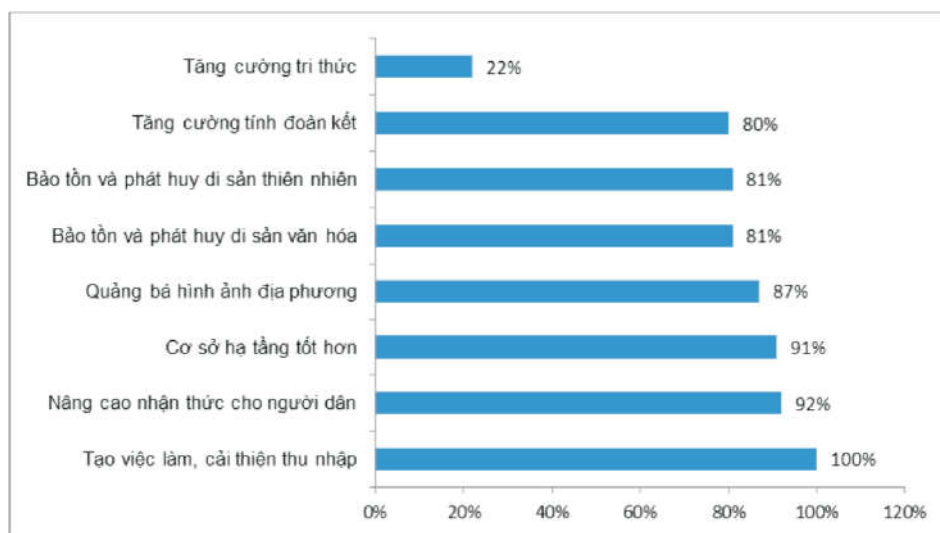


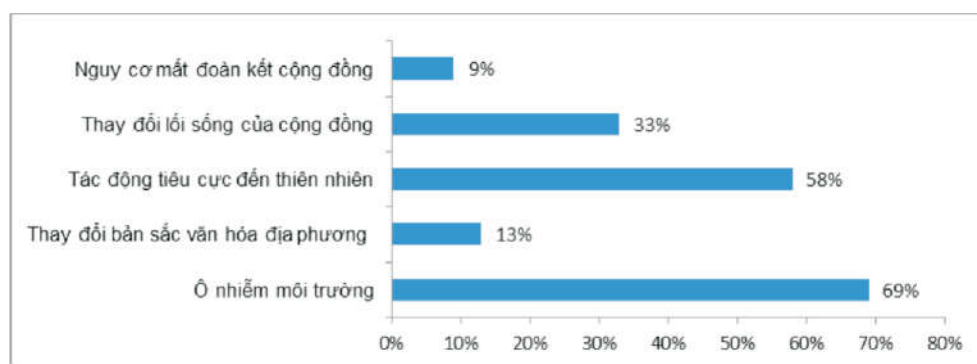
(Nguồn: Nhóm nghiên cứu xử lý từ kết quả khảo sát năm 2019)

như sau: Các nhận định được du khách đồng ý cao (từ 80-100%) bao gồm tạo việc làm, nâng cao nhận thức, cơ sở hạ tầng tốt hơn, quảng bá hình ảnh, bảo tồn và phát huy di sản văn hóa và thiên nhiên, tăng cường đoàn kết (hình 6).

Bên cạnh đó, du khách cũng cho rằng có ba tác động tiêu cực chính mà DLCĐ có thể ảnh hưởng đến địa phương bao gồm: Gây ô nhiễm môi trường (69%), tác động tiêu cực đến thiên nhiên (58%), thay đổi lối sống cộng đồng (33%) (hình 6).

Hình 6: Tác động tích cực (hình trên) và tác động tiêu cực mà DLCĐ mang lại cho cộng đồng địa phương





(Nguồn: Nhóm nghiên cứu xử lý từ kết quả khảo sát năm 2019)

Đánh giá chi tiết về điểm đến DLCĐ ở VQG PN-KB, kết quả khảo sát 120 du khách cho thấy mặc dù họ đánh giá cao một số yếu tố tiềm năng về nguồn lực nhưng năng lực khai thác điểm đến còn hạn chế. Sự hài lòng chung về điểm đến đạt ở mức thấp (3,8/5 điểm). Cụ thể các đánh giá như sau:

Những yếu tố được du khách đánh giá cao (từ 4 điểm trở lên trong thang đo Likert 5 điểm) tập trung ở tài nguyên (tự nhiên và văn hóa), người dân và môi trường sạch sẽ, cụ thể là: Yếu tố thiên nhiên (4,6/5 điểm), yếu tố văn hóa (4,2/5 điểm), người dân nông hậu và mến khách (4,1/5 điểm), cảm thấy an toàn và môi trường sạch sẽ (4,0/5 điểm).

Những yếu tố chưa được du khách đánh giá cao (dưới 4 điểm) chủ yếu tập trung vào hàng lưu

Bảng 1: Kết quả đánh giá điểm đến DLCĐ

Đánh giá điểm đến DLCĐ	Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Giá trị trung bình
	SL	Tỷ lệ (%)	SL	Tỷ lệ (%)	SL	Tỷ lệ (%)	SL	Tỷ lệ (%)	SL	Tỷ lệ (%)	
Nguồn lực thiên nhiên phù hợp DLCĐ	0	0	0	0,0	0	0,0	51	42,5	69	57,5	4,6
Nguồn lực văn hóa phù hợp DLCĐ	0	0	0	0,0	1	0,8	100	83,3	19	15,8	4,2
Văn hóa dân gian đặc sắc	0	0	2	1,7	33	27,5	71	59,2	14	11,7	3,8
Được hỗ trợ cung cấp thông tin kịp thời	0	0	3	2,5	26	21,7	87	72,5	4	3,3	3,8
Cảm thấy an toàn khi đi du lịch ở đây	0	0	0	0,0	23	19,2	75	62,5	22	18,3	4,0
Môi trường sạch sẽ	0	0	0	0,0	23	19,2	75	62,5	22	18,3	4,0
Cơ sở vật chất đáp ứng tốt	0	0	0	0,0	49	40,8	51	42,5	20	16,7	3,8
Dịch vụ ăn uống có tính đa dạng	0	0	4	3,3	73	60,8	40	33,3	3	2,5	3,4
Dịch vụ ăn uống có giá phù hợp	0	0	2	1,7	58	48,3	55	45,8	5	4,2	3,5
Sản phẩm lưu niệm có tính đa dạng	0	0	4	3,3	88	73,3	28	23,3	0	0,0	3,2
Sản phẩm lưu niệm có giá phù hợp	0	0	8	6,7	65	54,2	38	31,7	9	7,5	3,4
Người dân nông hậu và mến khách	0	0	0	0,0	16	13,3	77	64,2	27	22,5	4,1
Lưu giữ được bản sắc văn hóa	0	0	1	0,8	28	23,3	72	60,0	19	15,8	3,9
Không có hiện tượng ăn xin, chèo kéo/cò mồi	0	0	1	0,8	31	25,8	63	52,5	25	20,8	3,9
Người làm DLCĐ được đào tạo tốt	0	0	0	0,0	30	25,0	81	67,5	9	7,5	3,8
Nhìn chung, tôi hài lòng với điểm DLCĐ này	0	0	2	1,7	30	25,0	81	67,5	7	5,8	3,8

Ghi chú: 1 - Rất không đồng ý, 2 - Không đồng ý, 3 - Bình thường/trung dung, 4 - Đồng ý, 5 - Rất đồng ý

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu xử lý từ kết quả khảo sát năm 2019)

Bảng 2: Kết quả đánh giá đơn vị tổ chức tour (chỉ khảo sát số du khách đi theo tour) và những khó khăn của du khách gặp phải khi sử dụng dịch vụ DLCĐ ở PN-KB

Đánh giá đơn vị tổ chức tour	Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Giá trị trung bình
	SL	Tỷ lệ (%)	SL	Tỷ lệ (%)	SL	Tỷ lệ (%)	SL	Tỷ lệ (%)	SL	Tỷ lệ (%)	
Giá cả hợp lý	0	0,0	8	6,7	44	36,7	65	54,2	3	2,5	3,5
Chương trình tour hấp dẫn	0	0,0	0	0,0	27	22,5	86	71,7	7	5,8	3,8
Thông tin được cung cấp đầy đủ	0	0,0	0	0,0	28	23,3	81	67,5	11	9,2	3,9
Thông tin được cung cấp chính xác	0	0,0	0	0,0	32	26,7	80	66,7	8	6,7	3,8
Đảm bảo được an toàn cho chuyến đi	0	0,0	0	0,0	16	13,3	101	84,2	3	2,5	3,9
Có sự liên kết tốt giữa DN và cộng đồng	0	0,0	2	1,7	31	25,8	72	60,0	15	12,5	3,8
<i>Nhìn chung, tôi hài lòng với DN du lịch này</i>	0	0,0	3	2,5	32	26,7	83	69,2	2	1,7	3,7
Khó khăn khi sử dụng dịch vụ DLCĐ											
Tiếp cận thông tin du lịch	0	0,0	57	47,5	26	21,7	37	30,8	0	0,0	2,8
Phương tiện giao thông	0	0,0	56	46,7	41	34,2	21	17,5	2	1,7	2,7
Khoảng cách di chuyển xa	0	0,0	26	21,7	54	45,0	38	31,7	2	1,7	3,1
Giao tiếp với người dân địa phương	0	0,0	48	40,0	26	21,7	46	38,3	0	0,0	3,0
Khó khăn khi liên lạc	0	0,0	60	50,0	30	25,0	30	25,0	0	0,0	2,8

Ghi chú: 1 - Rất không đồng ý, 2 - Không đồng ý, 3 - Bình thường/trung dung, 4 - Đồng ý, 5 - Rất đồng ý

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu xử lý từ kết quả khảo sát du khách năm 2019)

niệm và ẩm thực, cụ thể là: Tính đa dạng của hàng lưu niệm (3,2/5 điểm), hàng lưu niệm có giá phù hợp (3,4/5 điểm), sự đa dạng về ẩm thực (3,4/5 điểm), giá cả dịch vụ ẩm thực (3,5/5 điểm). Bên cạnh đó, các yếu tố khác được đánh giá từ 3,8-3,9/5 điểm bao gồm: Cơ sở vật chất, người làm DLCĐ, tính đặc sắc văn hóa dân gian và sự lưu giữ của bản sắc văn hóa, thông tin về điểm đến.

Đối với đơn vị tổ chức tour, nhìn chung, du khách hài lòng ở mức thấp (3,7/5 điểm) và không có yếu tố nào được du khách đánh giá từ 4 điểm trở lên. Cụ thể như sau: Giá cả hợp lý (3,5/5 điểm), sự liên kết với cộng đồng, tour hấp dẫn, thông tin được cung cấp chính xác (3,8/5 điểm), thông tin cung cấp đầy đủ, đảm bảo an toàn cho chuyến đi (3,9/5 điểm).

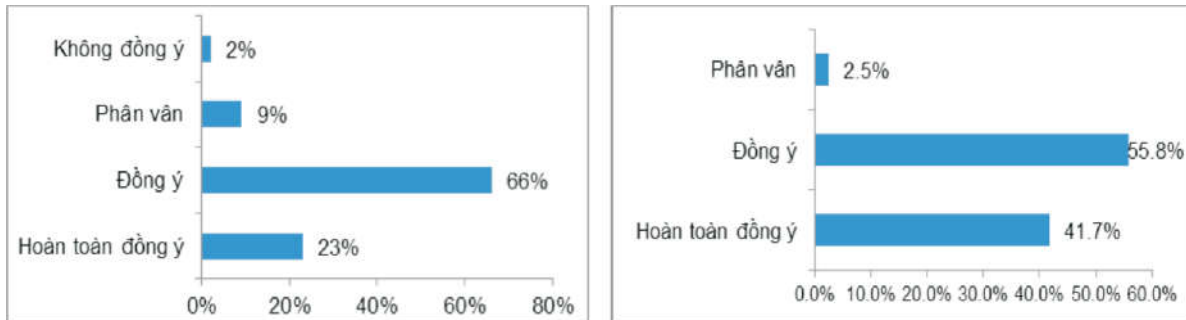
Những khó khăn (từ khó khăn nhiều đến khó khăn ít) mà du khách gặp phải khi sử dụng dịch vụ DLCĐ ở PN-KB: Khoảng cách di chuyển xa (3,1/5 điểm), giao tiếp với người dân địa phương (3,0/5 điểm), liên lạc và tiếp cận thông tin du lịch (2,8/5 điểm), phương tiện giao thông (2,7/5 điểm).

3.4. Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng

Khi được hỏi về ý định trở lại sử dụng dịch vụ DLCĐ trong tương lai, tỷ lệ du khách trả lời rất đồng ý và đồng ý là 89%, trong đó mức độ rất đồng ý là 23% và đồng ý là 66%. Chỉ có 2% trả lời là không đồng ý và 9% phân vân (Hình 7).

Kết quả khảo sát về ý định giới thiệu điểm đến DLCĐ này cho người khác, có 41,7% ý kiến cho rằng hoàn toàn đồng ý, gần 56% trả lời đồng ý. Trong khi đó, số ý kiến còn phân vân chiếm tỷ lệ nhỏ là 2,5% (hình 7).

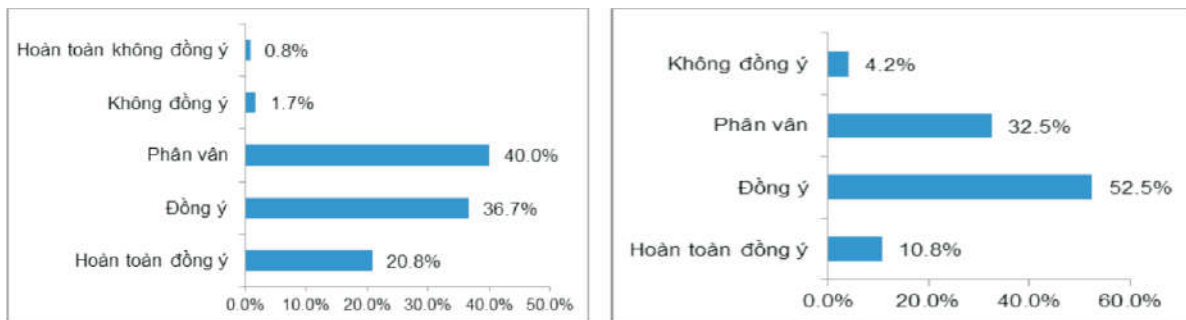
Hình 7: Ý định trở lại trong tương lai (trái) và ý định giới thiệu cho người khác



(Nguồn: Nhóm nghiên cứu xử lý từ kết quả khảo sát năm 2019)

Ý kiến của du khách về nhận định “Nên nhân rộng mô hình DLCĐ này cho các hộ gia đình khác trong địa phương”, hơn 57% có ý kiến hoàn toàn đồng ý và đồng ý, 40% phân vân, và 2,5% cho rằng không đồng ý và hoàn toàn không đồng ý. Bên cạnh đó, việc đề xuất nhân rộng mô hình DLCĐ này cho các địa phương khác được hơn 63% ý kiến đồng ý trở lên, 32,5% phân vân và 4,2% không đồng ý (hình 8).

Hình 8: Đề xuất nhân rộng mô hình DLCĐ này cho hộ gia đình khác (trái) và nhân rộng cho địa phương khác



(Nguồn: Nhóm nghiên cứu xử lý từ kết quả khảo sát năm 2019)

4. Gợi ý chính sách

Từ kết quả khảo sát, bước đầu nhận diện đặc điểm nhóm khách hàng mục tiêu sử dụng dịch vụ DLCĐ ở PN-KB như sau: Trình độ học vấn cao (42,7 % có trình độ cao đẳng - đại học trở lên); Nghề nghiệp tập trung vào kinh doanh (34,2%) và cán bộ viên chức (14,2%); Độ tuổi từ 25-40 (46,5%); Thu nhập trung bình hàng tháng 5-10 triệu đồng (30%), 10-20 triệu đồng (28,3%), 25-50 triệu đồng (20%); Yêu thích thiên nhiên (93%), ẩm thực (78%) và văn hóa bản địa (73%); Thời gian lưu trú từ 1 ngày trở lên (60%).

Bên cạnh đó, việc khai thác tiềm năng để phát triển DLCĐ của PN-KB nên được cân nhắc theo các gợi ý sau:

- Du khách khi đến PN-KB là để trải nghiệm tình yêu thiên nhiên, văn hóa và con người ở đây. Do đó, tiếp tục định vị và phát triển sản phẩm theo hướng ứng xử tốt với tài nguyên thiên nhiên và văn hóa bản địa là hướng đi phù hợp với xu hướng và nhu cầu thị trường khách du lịch, cả trong và ngoài nước.

- Nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến để thu hút sự quay trở lại của du khách. Tỷ lệ du khách

quay trở lại Quảng Bình lần thứ ba trở lên là 34%. Trong đó, đa dạng hóa sản phẩm DLCĐ và cải thiện chất lượng dịch vụ hiện có là điều then chốt để vừa thỏa mãn khách hàng vừa kích thích sự quay trở lại của du khách trong tương lai.

- Truyền thông trực tuyến (website, truyền thông xã hội như blog du lịch, mạng xã hội, diễn đàn du lịch) là một kênh thông tin quan trọng của du khách trong thời đại số hóa (57%). Bên cạnh đó, du khách còn tiếp nhận thông tin từ các cơ quan chức năng chiếm tỷ lệ 52%, bao gồm Sở Du lịch và các đơn vị chuyên trách trong ngành du lịch. Đây chính là các kênh thông tin chính thống mà du khách quan tâm khi tìm hiểu chuyên sâu về các điểm đến DLCĐ ở PN-KB. Và cuối cùng, truyền miệng là kênh đóng vai trò quan trọng tiếp theo khi bạn bè, người thân quen giới thiệu (51%). Trong đó bao gồm cả các thông tin trên mạng xã hội hoặc chia sẻ trực tiếp từ người quen, người thân của du khách.

- Xu hướng đi du lịch tự túc chiếm đến 54% khi du khách đến với PN-KB. Việc nghiên cứu kỹ xu hướng này giúp các bên liên quan hiểu được hành trình trải nghiệm của du khách, từ đó có các ứng xử phù hợp trong từng giai đoạn của hành trình đó, bắt đầu từ việc phát sinh nhu cầu, tìm kiếm thông tin, cân nhắc lựa chọn các điểm đến, quyết định sử dụng và những phản ứng của du khách sau khi sử dụng dịch vụ DLCĐ. Các ứng xử phù hợp sẽ giúp gia tăng sự hài lòng của khách hàng và lan truyền những thông tin tích cực về điểm đến DLCĐ nói riêng và PN-KB nói chung.

- Mặc dù có tiềm năng lớn về ẩm thực và nghề truyền thống nhưng du khách vẫn đánh giá thấp về ẩm thực, hàng lưu niệm, biểu diễn nghề truyền thống và trải nghiệm làm nông. Điều này cho thấy ngành du lịch Quảng Bình có thể “làm chưa tới”, hoặc chưa thể hiện được “nét độc đáo khác biệt” về nghề truyền thống, hàng lưu niệm và ẩm thực. Đây được xem là khoảng trống cơ hội thị trường trong tương lai đối với người dân và doanh nghiệp Quảng Bình.

- Việc nắm bắt đầy đủ và chi tiết về khó khăn của du khách gặp phải trong quá trình tiêu dùng sản phẩm DLCĐ ở PN-KB sẽ giúp các bên liên quan ứng xử phù hợp theo hướng hỗ trợ và tháo gỡ những khó khăn này cho du khách. Do đó, việc đầu tư vào các lĩnh vực sau sẽ giúp hạn chế những rào cản này đối với du khách khi du lịch tại Quảng Bình nói chung và PN-KB nói riêng, bao gồm: Phương tiện giao thông, hạ tầng giao thông, nhân lực làm du lịch cộng đồng, thông tin và kênh truyền thông ■

Tài liệu tham khảo:

1. Ban quản lý VQG PN-KB (2017). *Quy hoạch tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị di tích Quốc gia đặc biệt VQG PN-KB, tỉnh Quảng Bình, giai đoạn 2016-2025, tầm nhìn đến năm 2035*.
2. 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.
3. Ban quản lý VQG PN-KB (2017). *Quy hoạch tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị di tích Quốc gia đặc biệt VQG PN-KB, tỉnh Quảng Bình, giai đoạn 2016-2025, tầm nhìn đến năm 2035*.
4. Thủ tướng Chính phủ (2013). *Quyết định số 201/QĐ-TTg ngày 22 tháng 01 năm 2013 về phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
5. Thủ tướng Chính phủ (2013). *Quyết định số 2161/QĐ-TTg ngày 11 tháng 11 năm 2013 về phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Bắc Trung Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
6. UBND tỉnh Quảng Bình (2017). *Quyết định số 3057/QĐ-UBND ngày 30 tháng 8 năm 2017 về phê duyệt Quy hoạch Bảo tồn đa dạng sinh học tỉnh Quảng Bình đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2040*.
7. Phongnhakebang.vn.
8. Phongnhaexplorer.com.
9. Quangbinh.gov.vn.