

KHẢO SÁT KIẾN THỨC VÀ KỸ NĂNG CỦA CHỦ HỘ THAM GIA MÔ HÌNH HOMESTAY Ở THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Nguyễn Lâm Điền¹, Đặng Thị Bảo Dung², Phan Thị Minh Uyên², Hứa Như Ngọc²

¹Khoa Đào tạo Sau Đại học, Trường Đại học Tây Đô

²Khoa Ngữ văn, Trường Đại học Tây Đô

(Email: nldien@tdu.edu.vn)

Ngày nhận: 18/12/2018

Ngày phản biện: 05/01/2019

Ngày duyệt đăng: 20/01/2019

TÓM TẮT

Du lịch nghỉ tại nhà dân (homestay) khá phổ biến ở nhiều quốc gia trên thế giới. Ở nước ta nói chung và ĐBSCL nói riêng, hình thức này cũng đang nhận được sự quan tâm của du khách trong nước và du khách quốc tế. Một trong những yếu tố giúp cho mô hình này phát triển bền vững là sự hiểu biết và kỹ năng của chủ hộ đang trực tiếp quản lý hoạt động này. Mục tiêu của nghiên cứu nhằm tìm hiểu quan điểm, kiến thức và kỹ năng của các chủ hộ tại Cần Thơ đang tham gia mô hình homestay. Số liệu thu được từ bảng khảo sát và thảo luận trực tiếp với 18 homestay được phân tích thống kê mô tả. Ngoài ra, thang đo Cronbach Alpha được sử dụng để xác định độ tin cậy của các chuỗi câu hỏi. Kết quả cho thấy đa số người dân tham gia mô hình chủ yếu vì mục đích kinh tế, tăng thu nhập cho gia đình, chưa ý thức rõ về lợi ích cộng đồng của mô hình, về ý nghĩa của bản sắc văn hoá dân tộc, chưa được trang bị về những kiến thức và kỹ năng cần có khi tham gia mô hình du lịch này.

Từ khóa: Chủ hộ, du lịch homestay, kiến thức, kỹ năng.

Trích dẫn: Nguyễn Lâm Điền, Đặng Thị Bảo Dung, Phan Thị Minh Uyên và Hứa Như Ngọc, 2019. Khảo sát kiến thức và kỹ năng của chủ hộ tham gia mô hình homestay ở thành phố Cần Thơ. Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế, Trường Đại học Tây Đô. Số Chuyên đề: 01-12.

*Tiến sĩ Nguyễn Lâm Điền – Phó Trưởng Khoa Đào tạo Sau Đại học, Trường Đại học Tây Đô

1. GIỚI THIỆU

Du lịch Việt Nam nói chung và ĐBSCL nói riêng trong những năm qua đang dần dần tạo nên những nét rất riêng, để lại ấn tượng tốt đẹp đối với du khách nội địa lẫn quốc tế. Nhiều mô hình du lịch đã xuất hiện tùy đặc điểm từng vùng miền, và một trong những mô hình đang được du khách rất ưa chuộng là dịch vụ homestay (nghỉ tại nhà dân).

Du lịch homestay là mô hình du lịch đang phát triển tại Việt Nam, nhất là khu vực Tây Bắc và Đồng bằng sông Cửu Long. Nét riêng của mô hình du lịch cộng đồng này chính là những điều mới lạ, nét văn hoá đặc sắc, độc đáo, đặc biệt hơn là ở những vùng có yếu tố thiên nhiên tươi đẹp, còn hoang sơ như miền núi hay vùng sông nước hoặc nơi có khí hậu đặc thù...

Sự tham gia của cộng đồng vào phát triển du lịch quyết định sự phát triển du lịch bền vững, nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh du lịch. Để loại hình homestay phát triển bền vững góp phần thúc đẩy kinh tế địa phương, thì loại hình du lịch đặc trưng này cần có sự quan tâm và nhận thức sâu sắc của cộng đồng, đặc biệt là những người trực tiếp quản lý, kinh doanh loại hình du lịch này. Chính vì vậy, việc nghiên cứu về những kiến thức và kỹ năng mà những nhà kinh doanh và quản lý trực tiếp được trang bị đóng vai trò quan trọng cho sự thành công của loại hình này ở ĐBSCL nói chung và Cần Thơ nói riêng.

2. MÔ HÌNH HOMESTAY Ở VIỆT NAM VÀ ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Homestay ở Việt Nam được khởi nguồn từ nhu cầu của những vị khách "Tây ba lô". Đây là loại hình du lịch dành cho các du khách thích khám phá, trải nghiệm và tìm hiểu phong tục, tập quán của nhiều nền văn hoá khác nhau. Nghỉ tại nhà dân giúp họ hiểu rõ hơn về cuộc sống và con người vùng đất đó bởi họ "được cùng ăn, cùng ở, cùng làm" với gia đình chủ nhà trong không khí ấm cúng và thân thiện. Hơn nữa, hình thức lưu trú này cũng khá hợp lý về giá cả.

Thông qua các lễ hội hay các hình thức du lịch sinh thái, du lịch homestay càng có điều kiện phát triển nhanh chóng. Việc phát triển loại hình này có tác động hai chiều, người đi du lịch thì thoả mãn mục đích của mình còn người bản địa có cơ hội giao lưu, tiếp cận với những nền văn hoá khác nhau trên thế giới.

Trong những năm gần đây, các sản phẩm du lịch với mô hình nghỉ tại nhà dân không chỉ thu hút khách quốc tế mà còn thu hút cả khách nội địa. Một vài điểm đến nổi bật ở nước ta là SaPa (Lào Cai), Ba Bể (Bắc Cạn), Mai Châu (Hoà Bình)... và các tỉnh thuộc Đồng bằng Sông Cửu Long. Tùy theo đặc điểm vùng miền, loại hình này khai thác thế mạnh dựa trên những đặc điểm vốn có để xây dựng một mô hình thích hợp. Như ở miền Tây, kết hợp với du lịch miệt vườn về quê bắt cá, tắm sông, đi chợ nổi, hái trái cây, nghe cải lương... Hoặc ở miền núi khai thác cảnh quan thiên nhiên núi rừng, hang động, nhà sàn với nhiều hoạt động mạo hiểm như đốt lửa trại, nhảy sạp...

Vùng đồng bằng sông Cửu Long với khí hậu ôn hoà, mát mẻ, ĐBSCL là vựa lúa của cả nước với những cánh đồng lúa mênh mông bát ngát, ngút ngàn tận chân trời. Nhờ con nước trong và đất phù sa màu mỡ nên gạo Cần Thơ luôn giữ được tinh chất ngọt của đất trời, và nguồn trái cây nhiệt đới quanh năm và những dòng sông uốn quanh chứa vô vàn tôm cá. Dựa vào những lợi thế đáng quý ấy, những nhà vườn tại ĐBSCL đang khai thác rất hiệu quả các loại hình du lịch sinh thái, đặc biệt là mô hình nghỉ tại nhà dân.

Nói đến du lịch nghỉ tại nhà dân tại ĐBSCL, các đơn vị lữ hành và du khách thường biết đến “thương hiệu” homestay vườn nhà ông Tám Lộc (Vĩnh Long), Cái Sơn (Cần Thơ), Hai Hoàng, Ba Hùng, Sáu Giáo, Mười Hương, Mười Đây, Hưng Homestay... Khi tham gia loại hình này tại ĐBSCL, du khách được hoà vào không gian sống của người dân miền sông nước như đi chợ nổi, tát ao bắt cá, thu hoạch nông sản, cùng nấu và thưởng thức những món ăn dân dã, thưởng thức “đờn ca tài tử” theo đúng phương châm 3 cùng “cùng ăn, cùng ở, cùng làm”. Một số chương trình du lịch thành công theo hình thức này là chương trình “Về quê tát mương bắt cá” tại Cồn Phụng (Bến Tre), “Một ngày làm nông dân”, Cái Bè (Vĩnh Long) hay Cần Thơ với “Bike Tour” đã rất thành công trong việc tạo ra sự mới lạ và thu hút mạnh đối với du khách. Hiện có nhiều đơn vị lữ hành tiến hành khai thác loại hình đầy tiềm năng này như Công ty Việt Phong MeKong, Vietravel, Fiditour, Bến

Thành... được đông đảo du khách trong nước và quốc tế lựa chọn

Tuy đạt được những kết quả đáng kể nhưng các hoạt động vẫn còn rất nhỏ lẻ, theo kiểu tự phát, thiếu chuyên nghiệp, đầu tư chưa bài bản, trình độ nhân lực chưa được đảm bảo. Do đó, để loại hình du lịch này phát triển tương xứng với tiềm năng cần có những biện pháp cụ thể nhằm tạo điều kiện, hỗ trợ cho các nhà vườn làm du lịch tại ĐBSCL nói chung, và ở Cần Thơ nói riêng, cần xây dựng kế hoạch đào tạo bồi dưỡng kiến thức, nghiệp vụ cho lực lượng lao động chuyên nghiệp làm việc trong du dịch vụ du lịch homestay.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Câu hỏi nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành để tìm câu trả lời cho hai câu hỏi sau:

1. Quan điểm của chủ nhà về lợi ích của mô hình du lịch nghỉ tại nhà dân đối với cá nhân và cộng đồng là gì?

2. Các chủ nhà trang bị những kiến thức và kỹ năng gì khi tham gia mô hình du lịch này?

3.2. Đối tượng nghiên cứu và công cụ nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là những hộ gia đình kinh doanh và trực tiếp quản lý các cơ sở homestay tại Cần Thơ. Hiện nay ở Thành phố Cần Thơ có rất nhiều hộ kinh doanh theo mô hình này, nhưng trong nghiên cứu này chỉ tìm hiểu về những homestay ở những vùng ven và vùng quê, nơi có thể giúp cho du khách trải

nghiệm cuộc sống đặc trưng của miền sông nước.

Đề thu thập thông tin, bảng câu hỏi khảo sát về động cơ, lợi ích kinh tế mà các ‘chủ nhà’ nhận được và những kiến thức và kỹ năng mà họ trang bị khi tham gia hoạt động kinh tế này được xem là công cụ chính. Các câu hỏi được thiết kế với 5 sự lựa chọn của Linkert từ 1-5 tương ứng với “rất đồng ý” – “rất không đồng ý”. Như vậy nếu kết quả càng gần 1 thì mức độ “đồng ý” càng cao.

Ngoài ra, phỏng vấn trực tiếp cũng được áp dụng ngay sau khi thực hiện bảng khảo sát để làm phong phú thêm nguồn thông tin của nghiên cứu. Nội

dung phỏng vấn cũng xoay sâu vào các yếu tố đã được nêu trên.

3.3. Công cụ phân tích dữ liệu

Phương pháp phân tích được sử dụng phần mềm SPSS. Dữ liệu thu thập được từ câu hỏi khảo sát được phân tích theo thống kê mô tả. Trong nghiên cứu này, việc xác định độ tin cậy của bảng câu hỏi là rất cần thiết. Vì thế, thang đo Cronbach alpha được sử dụng để phục vụ mục đích này. Theo qui định thì tất cả các chuỗi câu hỏi đều đáp ứng yêu cầu về độ tin cậy vì kết quả thấp nhất là 0,911. Bảng 1 dưới đây thể hiện độ tin cậy của các chuỗi câu hỏi qua thang đo Cronbach Alpha.

Bảng 1. Độ tin cậy của các chuỗi câu hỏi

Chuỗi câu hỏi	Nội dung	Cronchbach's Alpha	Số câu hỏi phụ
1	Anh chị có động cơ gì khi tham gia kinh doanh mô hình “homestay”?	0.911	5
2	Cảm nhận của anh chị về lợi ích kinh tế mà mô hình homestay mang lại cho cộng đồng	0.968	7
3	Kiến thức mà anh chị trang bị khi tham gia mô hình này	0.970	6
4	Những kỹ năng mà anh chị trang bị khi tham gia mô hình này	0.967	8
Tổng cộng		0.954	26

4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1. Thông tin chung về các chủ hộ homestay

Kết quả khảo sát cho thấy 66,67% chủ kinh doanh là nam và 33,33% là nữ. Điều này cho thấy nam giới chiếm đa số trong những người đứng ra quản lý trực

tiếp và đưa ra những quyết định quan trọng trong kinh doanh ở vùng ven và vùng quê. Đa số các chủ kinh doanh ở độ tuổi 40-49, là độ tuổi đã có nhiều trải nghiệm cuộc sống cũng như hiểu biết về văn hoá và con người địa phương tương đối phong phú. Dưới đây là bảng thông tin chung về các chủ nhà (Bảng 2).

Bảng 2. Thông tin về chủ nhà của các homestay

Giới tính	Số lượng	Phần trăm
Nam	12	66,67
Nữ	06	33,33
Tổng cộng	18	100.00
Tuổi		
25-35	3	16.67
35-39	5	27,78
40-44	9	50.00
45-49	1	5,55
Trên 50	0	0.00
Tổng cộng	18	100.00

4.2. Quan điểm của chủ nhà kinh doanh mô hình homestay

Để tìm hiểu quan điểm của chủ nhà khi tham gia mô hình này, hai chuỗi câu hỏi về động cơ tham gia và lợi ích cộng

đồng của mô hình homestay được đưa ra để thu thập ý kiến.

Động cơ tham gia

Động cơ tham gia mô hình Du lịch này được thể hiện ở Bảng 3.

Bảng 3. Động cơ tham gia mô hình homestay của các chủ nhà

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CH1 Anh chị có động cơ gì khi tham gia kinh doanh mô hình homestay?	18	1.20	3.00	1.90	.509
CH1.1 Tôi muốn tìm nguồn thu nhập cho gia đình	18	1	2	1.17	.383
CH1.2 Tôi muốn tìm hiểu và tiếp xúc với những nền văn hoá khác nhau	18	2	4	2.78	.647
CH1.3 Tôi muốn bảo tồn di sản văn hoá địa phương	18	1	3	2.22	.647
CH1.4 Tôi muốn cung cấp nơi lưu trú cho du khách vì họ mang đến lợi ích cho địa phương	18	1	3	1.94	.539
CH1.5 Tôi muốn đa dạng hoá nguồn thu nhập của gia đình	18	1	3	1.39	.698

Nhìn chung, động cơ của chủ nhà khi tham gia mô hình này tương đối cao với

M= 1.9. Trong đó ta có thể thấy động cơ kinh tế chiếm tỉ lệ cao nhất với M= 1.17

trong khi đó động cơ “tìm hiểu và tiếp xúc với các nền văn hoá khác” lại thấp nhất với $M= 2.78$. Độ lệch giữa các động cơ cũng rất đáng lưu ý. Nói chung, động cơ chủ yếu của các chủ nhà khi tham gia

mô hình này chính là nguồn thu nhập của gia đình.

Lợi ích của mô hình đối với cộng đồng

Bảng 3. Lợi ích của mô hình đối với cộng đồng

		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CH2	Cảm nhận của anh/chị về lợi ích mà mô hình homestay mang lại cho cộng đồng	18	1.43	3.71	2.16	.708
CH2.1	Mô hình homestay mang đến thu nhập cho người dân địa phương	18	1	3	1.39	.698
CH2.2	Mô hình homestay tạo cơ hội việc làm cho người dân địa phương	18	1	4	1.72	.895
CH2.3	Mô hình homestay có thể giúp phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương	18	1	4	1.72	.895
CH2.4	Mô hình homestay rất hữu ích trong việc bảo tồn văn hoá truyền thống	18	2	4	2.67	.594
CH2.5	Mô hình homestay rất hữu ích trong việc tăng cường tính bình đẳng xã hội đối với người dân địa phương	18	2	4	2.94	.725
CH2.6	Mô hình homestay giúp ổn định lối sống của người dân địa phương	18	2	4	2.94	.802
CH2.7	Mô hình homestay giúp dân địa phương có cơ hội giao lưu, học hỏi các nền văn hoá khác nhau từ khắp nơi trên thế giới mà không cần rời khỏi địa phương	18	1	3	1.72	.752

Kết quả khảo sát cho thấy các chủ nhà chỉ cảm nhận tương đối về đóng góp của mô hình này đối với cộng đồng mà thôi ($M= 2.15$). Kết quả cụ thể được thể hiện

ở bảng 3. Dựa vào bảng kết quả, ta thấy mô hình homestay mang đến nguồn thu nhập cho người dân địa phương chiếm sự đồng tình cao nhất. Tiếp theo là cả ba

yếu tố cơ hội việc làm, phát triển kinh tế-xã hội và giao lưu, học hỏi các nền văn hoá khác đều chiếm vị trí thứ hai. Trong khi đó, tính bình đẳng trong xã hội và ổn định lối sống của người dân lại ít được quan tâm nhất.

Kết quả trên cho thấy mối quan tâm chủ yếu của người dân khi tham gia mô hình này là kinh tế của cộng đồng và thu nhập của gia đình mình.

Kiến thức của chủ nhà tham gia mô hình homestay.

Để tham gia hiệu quả thì chủ nhà nên có những kiến thức cần thiết giúp mình quản lí, điều hành homestay. Tuy nhiên, kết quả lại cho thấy chủ nhà đã không

đáp ứng được các yêu cầu trên với M= 3.46. Dưới đây là bảng kết quả về những kiến thức mà chủ nhà có khi tham gia mô hình này. Kết quả cho thấy “những hiểu biết về đặc sản và những điểm du lịch ở địa phương” được các chủ nhà quan tâm nhiều nhất. Đáng ngạc nhiên là “kiến thức về kinh tế và doanh nghiệp” đứng vị trí thứ hai. Trong khi đó “kiến thức về quản lí và điều hành” là kiến thức rất cần thiết lại đứng ở vị trí cuối cùng. Kết quả trên cho thấy kiến thức mà các chủ nhà trang bị cho bản thân vẫn chưa thể đáp ứng đầy đủ được yêu cầu so với thực tế của việc kinh doanh mô hình này.

Bảng 4. Kiến thức mà chủ nhà trang bị khi tham gia mô hình homestay

		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CH3	Kiến thức mà anh/ chị trang bị khi tham gia mô hình này	18	2.00	4.83	3.46	.782
CH3.1	Tôi có kiến thức về quản lí và điều hành mô hình homestay	18	2	5	3.89	.832
CH3.2	Tôi có kiến thức về ngành Du lịch	18	2	5	3.83	.985
CH3.3	Tôi có kiến thức về đặc sản và những điểm thu hút Du lịch ở địa phương	18	2	5	2.94	.938
CH3.4	Tôi có kiến thức về kinh tế và doanh nghiệp	18	2	4	3.11	.676
CH3.5	Tôi có kiến thức về dịch vụ khách hàng	18	2	5	3.50	.786
CH3.6	Tôi biết những kỳ vọng của ngành Du lịch đối với mô hình homestay và tôi đang hoạt động vì những điều đó	18	2	5	3.50	.786

Kỹ năng của chủ nhà tham gia mô hình homestay

Song song với kiến thức thì kỹ năng cũng đóng vai trò quan trọng không kém trong việc thực hiện mô hình homestay. Nhìn chung thì các kỹ năng được các chủ nhà trang bị là dưới mức trung bình với $M=3.04$. Kết quả cho thấy không có kỹ năng nào của các chủ nhà đáp ứng được yêu cầu khi tham gia mô hình này,

vì kỹ năng nhận được sự công nhận cao nhất là “phục vụ khách hàng” cũng chỉ ở mức 2.78 trong khi 2.5 là mức trung bình. Đáng ngạc nhiên là “kỹ năng cân đối tài chính” lại nhận được sự công nhận thấp nhất. Nếu như vậy thì việc phát triển mô hình này theo đúng xu hướng kinh tế và mang lại hiệu quả kinh tế là một điều khá khó khăn đối với các hộ gia đình.

Bảng 5. Kỹ năng của chủ nhà khi tham gia mô hình homestay

		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CH4	Những kỹ năng mà bạn trang bị khi tham gia mô hình này	18	2.00	4.13	3.042	.6063
CH4.1	Tôi có kỹ năng về phục vụ khách hàng	18	2	4	2.78	.647
CH4.2	Tôi có kỹ năng về giao tiếp tốt	18	2	4	3.11	.758
CH4.3	Tôi có kỹ năng giới thiệu về những sản phẩm Du lịch ở địa phương	18	2	4	3.00	.767
CH4.4	Tôi có kỹ năng chuẩn bị các gói Du lịch	18	2	4	2.94	.725
CH4.5	Tôi có kỹ năng cân đối tài chính	18	2	5	3.50	.707
CH4.6	Tôi có kỹ năng duy trì và phát triển các mối quan hệ trong xã hội	18	2	4	3.11	.583
CH4.7	Tôi có thể sử dụng máy tính và Internet	18	2	4	2.83	.618
CH4.8	Tôi có thể giao tiếp với du khách quốc tế bằng ngoại ngữ	18	2	4	3.06	.539

Thảo luận kết quả từ phỏng vấn

Qua thảo luận trực tiếp với chủ hộ về động cơ tham gia mô hình và lợi ích mà mô hình mang đến cho cộng đồng thì hầu hết các chủ hộ đều nhấn mạnh về nguồn thu nhập của cá nhân và địa

phương. Trong khi đó, yếu tố tìm hiểu và tiếp xúc với những nền văn hoá khác nhau không nhận được sự quan tâm. Điều này cho thấy các hộ dân chỉ mới dừng lại ở việc quan tâm đến giá trị kinh tế trước mắt mà chưa nghĩ nhiều đến các

yếu tố văn hoá, là một trong những yếu tố thu hút khách du lịch đến với mô hình thú vị này.

Đáng lưu ý là trong số 18 cơ sở thì chỉ có 16,6% chủ hộ là có tham gia khoá học chính quy, còn lại chỉ tìm hiểu qua Internet, thậm chí có 1 hộ gia đình chỉ vận dụng những hiểu biết và kinh nghiệm bản thân mà thôi. Theo các hộ gia đình này thì đặc sản và những điểm thu hút khách du lịch là quan trọng nhất. Về kỹ năng thì họ lại cho rằng kỹ năng phục vụ khách hàng là quan trọng nhất. Theo họ thì những kiến thức và kỹ năng này giúp họ kinh doanh tốt hơn, đáp ứng được yêu cầu của khách hàng tốt hơn. Như vậy có 16,6% chủ nhà có cái nhìn tương đối sâu rộng hơn những người còn lại. Có thể do họ có tham gia khoá học chính quy, có tìm hiểu sâu về kinh tế nên họ có cái nhìn tương đối toàn diện hơn những hộ còn lại. Tất cả các hộ kinh doanh đều hài lòng với những gì họ đang có được từ mô hình này. Tuy nhiên, để mô hình hoạt động được hiệu quả hơn thì họ mong sẽ nhận được tập huấn cụ thể giúp họ có những cải tiến phù hợp. Ngoài ra, việc liên kết giữa các homestay cũng rất cần thiết để nhận được sự hỗ trợ hiệu quả lẫn nhau.

Nhìn chung, người dân tham gia mô hình homestay chủ yếu là vì mục đích kinh tế. Do tự phát nên đa số vẫn chưa được trang bị đầy đủ những kiến thức cũng như các kỹ năng cần thiết để tham gia hiệu quả vào mô hình này.

5. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu cho thấy đa số các chủ nhà tham gia mô hình du lịch homestay một cách tự phát và chủ yếu là vì mục đích kinh tế, tăng thêm thu nhập. Các hộ kinh doanh mô hình này vẫn chưa ý thức rõ về lợi ích cộng đồng, về bản sắc văn hoá dân tộc mà mô hình mang lại. Đặc biệt là họ vẫn chưa được trang bị đầy đủ những kiến thức cũng như kỹ năng cần thiết để mô hình hoạt động đạt hiệu quả tốt.

Trên thực tế đây là mô hình du lịch có tiềm năng nhưng hiệu quả khai thác còn rất thấp. Nguyên nhân chính có lẽ vì là hoạt động tự phát, phục vụ còn đơn giản, dịch vụ bổ sung cho khách chưa nhiều, đội ngũ lao động chưa được đào tạo qua trường lớp, yếu về trình độ ngoại ngữ... Nhà quản lý chưa có chiến lược phát triển lâu dài, vì vậy việc định hướng và công tác quản lý loại hình du lịch này còn gặp nhiều khó khăn. Qua khảo sát thực tế, cần có những giải pháp để mô hình du lịch homestay phát triển toàn diện. Cần có kế hoạch đào tạo bồi dưỡng kiến thức cho lực lượng lao động làm việc trong lĩnh vực homestay; Ban hành tiêu chuẩn xếp hạng cơ sở lưu trú nghỉ tại nhà dân để các hộ dân luôn phấn đấu giúp mô hình du lịch này phát triển bền vững ở các vùng ven hay nông thôn ở Cần Thơ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Akama, J.S. & Kieti, D., 2007. Tourism and Socio-economic Development in Developing Countries; A case of Mombasa Resort in Kenya:

Journal of Sustainable Tourism, 15(6), 735-748.

2. Ary, D., Jacobs, L., Razavieh, A., & Sorensen, C., 2006. Introduction to Research in Education. Belmont, CA: Wadsworth-Thompson Learning

3. Butcher, R., 2003. The moralisation of tourism: Sun, sand and saving the world? London, UK: Routledge.

4. Brunner-Sperdin, A. & Peters, M., 2009. What Influences guests' emotions? The Case of high-quality hotels: International Journal of Tourism Research, 11(2), 171 -183.

5. Bryman, A. & Bell, E., 2007. Business Research Methods (2nd.ed). New York, USA: Oxford University Press.

6. Colton, J.W. & Whitney-Squire, K., 2010. Exploring the Relationship between Aboriginal Tourism and Community Development. Journal of Leisure Studies, 34(3), 261-278

7. Chaiyatorn, S., Kaoses, P., & Thitphat, P., 2010. The developmental model of cultural tourism homestay of the Lao Vieng and Lao song ethnic groups in the central region of Thailand. Journal of Social Sciences, 6, 130-132.

8. Crompton, J. L., & McKay, S. L., 1997. Motives of visitors attending festival events. Annals of Tourism Research, 24(2), 425-439.

9. Cromie, S., 2000. Assessing Entrepreneurship inclinations: some approaches and empirical evidence.

European Journal of work and organizational Psychology. 9(1), 7-30

10. Cronbach, L.J. & Shavelson R.J., 2004. My Current Thoughts on Coefficient Alpha And Successor Procedures. Educational and Psychological Measurement, 64(3), 391-418.

11. Dahles, H., 2000. Tourism, Small Enterprises and Community Development. In Tourism and Sustainable Community Development. G. Richards and D. Hall (Eds). London: Routledge.

12. David, M. & Sutton, D. C., 2004. Social Research: The basics. London: Sage Publications Ltd. Decrop, M.K.A. (2009). Handbook of tourist behavior: Theory & Practice. New York:

13. Dobni, D. & Zinkhan, G., 1990. "In Search of Brand Image: A Foundation Analysis"; Advances in Consumer Research, 17: Marvin E.G; Gerald, G and Richard (eds.), W.P: Association of Consumer Research, 110-119.

14. Donnelley, R.R., 2007. Building Community Capacity: Resources for Community Learning & Development Practice. Scotland: Scottish Government Retrieved October 23, 2013, from <http://www.scdc.org.uk/media/resources>.

15. DoT., 2013. Homestays Directory per County. Retrieved June 17, 2013, from www.tourism.go.ke.

16. DoT., 2012. Kenya to Learn from the New Tourism Concept- Homestays. Retrieved January 14, 2013, from

www.tourism.go.ke DoT. (2011).
Approved Criteria for Homestays,
Nairobi: Directorate of Tourism.

17. DoT., 2010. Tourism Performance
Overview. Retrieved January 15, 2014,
from www.tourism.go.ke Fecto. (2013).
Federation for Community Based
Tourism Organizations. Retrieved
January 14, 2014, from
www.fectokenya.org

18. Fodness, D., 1994. Measuring
tourism motivation. *Annals of Tourism
Research*, 21(3), 555-581.

19. Getty, J.M., Tas, R.F., & Getty,
R.L., 1991. Quality assessment of Hotel
and Restaurant Management graduates:
Are we meeting our mission?

Hospitality Research Journal. 14 (2),
393-404.

20. Goodman, R.J. & Sprague, L.G.,
2001. The future of hospitality education;
meeting the industry"s needs. *The
Cornell Hotel and restaurant
Administration Quarterly*. 32 (2), 66-69.

21. Goodwin, H., 2009. Community-
Based Tourism: a success? ICRT
Occasional Paper 11. Retrieved June 2,
2013, from
<http://www.andamandiscoveries.com/press/pressharold-goodwin>.

22. Taylor and Francis Decrop,
M.K.A., 2006. *Vacation Decision
Making*. New York: CABI Publishing.

OPERATORS' CONCEPTION, KNOWLEDGE AND SKILLS IN HOMESTAY PROGRAM IN CANTHO CITY

Nguyen Lam Dien¹, Dang Thi Bao Dung², Phan Thi Minh Uyen², Hua Nhu Ngoc²

¹School of Graduate, Tay Do University

²Faculty of Linguistics and Literature, Tay Do University

(Email: nldien@tdu.edu.vn)

ABSTRACT

Homestay is quite popular in a lot of countries in the world. In Vietnam and in the Mekong Delta in particular, this type of tourism has attracted a remarkable interest from domestic tourists and international tourists, as well. One of the factors contributing to sustainable development for this type of tourism is studying the operators who are directly managing this business. This research aimed to find out operators' conception, knowledge and skills in participating in homestay program. Data collected from 20 questionnaires was analysed using SPSS program. In addition, Cronbach alpha (α) was used to determine the reliability of the clusters. The results indicated that most operators took part in this program for their finance and income increase. They did not learn deeply about cultural elements yet. Besides, they did not obtain a comprehensive view of necessary knowledge and skills for this program.

Keywords: *Homestay, knowledge, operators' skill.*