

ACCESS TO BANKING SERVICES IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION: THE CASE OF COMMUNITY-BASED TOURISM HOUSEHOLD-OWNED BUSINESSES IN MAI CHAU, HOA BINH

Do Xuan Luan^{1*}, Bui Van Phong²

¹TNU - University of Agriculture and Forestry

²Tu Ne commune, Tan Lac district, Hoa Binh province

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Received: 25/10/2021 Revised: 10/11/2021 Published: 10/11/2021 KEYWORDS Digital transformation Community-based tourism Digital banking Mai Chau Hoa Binh	This paper analyzes the current situation in accessing digital banking services of community-based tourism household-owned businesses in Mai Chau district, Hoa Binh province. Descriptive statistics and a Likert scale with data collected from direct interviews with business households were applied. The results show that up to 90% of households use smart mobile devices such as desktop computers, laptops, smart mobile phones with Internet connections. However, they directly apply for credit at the bank's headquarters for loans. Cashless payment is commonly made to domestic tourists but is limited to foreign visitors. Credit and bank accounts play an important role in promoting the development of community tourism. To increase access to digital banking services, convenience services, information security, and service capacity of customers play a crucial role. In addition, the legal framework for the development of digital banking services should aim to ensure the security and safety of information and customer data.

TIẾP CẬN CÁC DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ: TRƯỜNG HỢP CÁC HỘ KINH DOANH DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI MAI CHÂU, HÒA BÌNH

Đỗ Xuân Luận^{1*}, Bùi Văn Phong²

¹Trường Đại học Nông lâm – ĐH Thái Nguyên

²UBND xã Từ Nê, huyện Tân Lạc, Hoà Bình

THÔNG TIN BÀI BÁO	TÓM TẮT
Ngày nhận bài: 25/10/2021 Ngày hoàn thiện: 10/11/2021 Ngày đăng: 10/11/2021 TỪ KHÓA Chuyển đổi số Du lịch cộng đồng Ngân hàng số Mai Châu Hoà Bình	Nghiên cứu nhằm phân tích thực trạng tiếp cận các dịch vụ ngân hàng trong bối cảnh chuyển đổi số của hộ du lịch cộng đồng tại huyện Mai Châu, tỉnh Hòa Bình. Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả và thang đo Likert với dữ liệu được thu thập từ phỏng vấn trực tiếp các hộ kinh doanh. Kết quả cho thấy, có tới 90% hộ có sử dụng các thiết bị di động thông minh như máy tính để bàn, máy tính xách tay, điện thoại di động có kết nối Internet. Tuy nhiên, các hộ chủ yếu giao dịch trực tiếp tại các trụ sở ngân hàng để vay vốn. Ngân hàng thường yêu cầu các hộ vay thế chấp bằng tài sản đảm bảo. Thanh toán không dùng tiền mặt khá phổ biến với du khách trong nước nhưng hạn chế đối với du khách nước ngoài. Tiếp cận tín dụng và tài khoản ngân hàng có vai trò quan trọng thúc đẩy du lịch cộng đồng phát triển. Để tăng cường tiếp cận các dịch vụ ngân hàng số, thiết kế các dịch vụ tiện lợi, bảo mật thông tin và năng lực tiếp cận dịch vụ ngân hàng của khách hàng giữ vai trò quan trọng. Ngoài ra, khuôn khổ pháp lý để phát triển các dịch vụ ngân hàng số cần hướng tới đảm bảo an ninh, an toàn thông tin, dữ liệu khách hàng.

DOI: <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.5196>

* Corresponding author. Email: doxuanluan@tuaf.edu.vn

1. Giới thiệu

Phát triển du lịch cộng đồng dựa trên lợi thế về cảnh quan, phong tục tập quán đặc sắc của cộng đồng dân tộc thiểu số [1]. Du khách trong và ngoài nước có nhu cầu tìm hiểu quá trình sản xuất nông sản, đời sống văn hóa của người dân ở các nền văn hoá khác nhau, qua đó nâng cao nhận thức về phát triển bền vững và tôn trọng các giá trị về tự nhiên và các giá trị văn hóa truyền thống [2]. Du lịch cộng đồng đem lại nhiều lợi ích kinh tế cho người dân địa phương, góp phần tạo việc làm, giảm nghèo và bảo tồn di sản văn hoá, tài nguyên thiên nhiên [3].

Tuy nhiên, việc phát triển du lịch cộng đồng của các hộ dân tộc thiểu số được phát triển ở những vùng khó khăn với nguồn lực tài chính hạn chế [4]. Nguồn vốn và các dịch vụ ngân hàng là một lựa chọn tiềm năng nhưng thường gặp những rào cản về tài sản thế chấp, rủi ro và chi phí giao dịch cao [5]. Trong khi đó, sự phát triển của công nghệ thông tin và Internet đang mở ra cơ hội thúc đẩy ứng dụng các dịch vụ ngân hàng cho khu vực miền núi [6]. Ứng dụng công nghệ trong cung cấp tín dụng giúp giảm chi phí giao dịch và khắc phục vấn đề bất đối xứng thông tin giữa người vay và ngân hàng [7]. Ở các nền kinh tế đang phát triển nói chung và Việt Nam nói riêng, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và truyền thông mở ra triển vọng cho các hộ tiếp cận dịch vụ ngân hàng nhanh hơn, thuận tiện hơn [8]. Mặc dù số lượng các nghiên cứu về du lịch cộng đồng đã tăng lên đáng kể trong những năm gần đây, khả năng tiếp cận tín dụng ngân hàng của hộ kinh doanh du lịch cộng đồng ít được phân tích, đánh giá [9]. Nghiên cứu này nhằm phân tích thực trạng tiếp cận dịch vụ ngân hàng của các hộ kinh doanh du lịch cộng đồng trong bối cảnh chuyển đổi số trên địa bàn huyện Mai Châu, tỉnh Hoà Bình. Những kết quả nghiên cứu có giá trị tham khảo cho các địa phương khác có điều kiện tương đồng trong phát triển du lịch cộng đồng.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Thu thập số liệu

Số liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn như: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (Agribank) tại chi nhánh huyện Mai Châu, tỉnh Hòa Bình; Ủy ban nhân dân huyện Mai Châu, Ủy ban nhân dân xã Chiềng Châu, Ủy ban nhân dân thị trấn Mai Châu và Ban Quản lý khu du lịch cộng đồng Bản Lác. Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua các cuộc điều tra, phỏng vấn trực tiếp các hộ dân tộc thiểu số kinh doanh du lịch cộng đồng bằng phiếu khảo sát đã chuẩn bị trước. Số hộ được lựa chọn dựa trên 2 bước chính. Bước 1 tham vấn ý kiến cán bộ huyện Mai Châu để lựa chọn các xã, và các thôn đại diện. Xã Chiềng Châu, cách trung tâm huyện 3 km, được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới năm 2015 và là xã có khu du lịch cộng đồng Bản Lác đầu tiên trong toàn huyện. Thị trấn Mai Châu có khu du lịch Bản Pom Coọng, có vị trí tiếp giáp với khu du lịch Bản Lác. Bước 2 lựa chọn tổng số 40 hộ để phỏng vấn trực tiếp thu thập số liệu phục vụ nghiên cứu.

2.2. Phân tích số liệu

Phương pháp thống kê mô tả và thang đo Likert 5 cấp độ được sử dụng để phân tích nhu cầu và thực trạng tiếp cận các dịch vụ ngân hàng số của hộ. Trong nghiên cứu này, thang điểm Likert 5 điểm được sử dụng để đo lường mức độ đồng ý hoặc không đồng ý đối với vai trò của tiếp cận tín dụng và tài khoản đối với hộ kinh doanh du lịch cộng đồng và những vấn đề quan tâm khi sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến. Những hộ được phỏng vấn đã chọn mức độ phù hợp cho từng mục được cho điểm bằng thang điểm từ ‘Hoàn toàn không đồng ý’ (1) đến ‘Hoàn toàn đồng ý’ (5). Điểm số cao hơn có nghĩa là tiếp cận tín dụng, ngân hàng có ý nghĩa hơn cho phát triển du lịch. Ngoài ra, các hộ cũng được hỏi về mức độ quan tâm khi sử dụng các dịch vụ ngân hàng số với thang điểm từ ‘Hoàn toàn không quan tâm’ (1) đến ‘Rất quan tâm’ (5). Điểm số cao hơn thể hiện mức độ quan tâm lớn hơn.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Thực trạng ứng dụng công nghệ số trong kinh doanh du lịch

Bảng 1 cho thấy 100% các hộ được khảo sát có sử dụng Internet và điện thoại thông minh để phục vụ hoạt động kinh doanh du lịch như quảng bá địa điểm du lịch, tra cứu thông tin tài khoản, chuyển khoản hoặc các thông tin về tín dụng qua tin nhắn hoặc các websites. Có 85% hộ sử dụng Facebook để tiếp cận du khách thông qua những hình ảnh thu hút, tạo được sự chú ý lớn. Kết quả khảo sát cũng cho thấy có 82,5% hộ có sử dụng Zalo, đây cũng là một kênh rất hữu ích trong việc giới thiệu và tiếp cận với du khách hơn. Qua khảo sát cho thấy, có 35% hộ kinh doanh du lịch cộng đồng tại bản Lác và bản Pom Coọng có thiết kế và xây dựng website cho riêng mình để thu hút và tìm kiếm du khách. Đây cũng là một trong những lợi thế tạo nên sự khác nhau giữa các hộ cùng kinh doanh du lịch cộng đồng khi có website cho riêng mình nhằm hỗ trợ việc kinh doanh thuận lợi hơn. Giới thiệu về các địa điểm du lịch nổi tiếng, quảng cáo thông qua YouTube, hay thiết kế các video trải nghiệm thực tế các chuyến đi, giới thiệu các món ăn là những cách quảng cáo, tiếp thị và tiếp cận khách hàng hiệu quả.

Bảng 1. Mức độ sử dụng các công cụ số trong kinh doanh

Chỉ tiêu	Số hộ	Tỷ trọng trong tổng số hộ (%)
Tổng số hộ phỏng vấn	40	100
Hộ có sử dụng Internet/wifi	40	100
Hộ có sử dụng điện thoại thông minh	40	100
Hộ có sử dụng Facebook	34	85
Hộ có sử dụng Zalo	33	82,5
Hộ có quảng cáo du lịch trên Website	14	35
Hộ có máy tính xách tay	12	30
Hộ có máy tính để bàn	5	12,5
Hộ sử dụng các ứng dụng trên điện thoại để quảng bá du lịch	2	5
Hộ có quảng cáo du lịch trên YouTube	1	2,5

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

3.2. Thực trạng sở hữu tài khoản ngân hàng và thanh toán không dùng tiền mặt

Bảng 2 cho thấy có tới 36 hộ có tài khoản tại ngân hàng (chiếm 90%), trong đó, 100% hộ sử dụng tài khoản ngân hàng để tiết kiệm, để thanh toán chuyển khoản và chỉ có 2,78% hộ sử dụng tài khoản ngân hàng để vay vốn ngân hàng. Còn lại, có 4 hộ không có tài khoản ngân hàng, chiếm 10%. Trong đó, nguyên nhân chủ yếu các hộ không mở tài khoản ngân hàng là do chưa có nhu cầu.

Bảng 2. Sở hữu tài khoản ngân hàng và thanh toán không dùng tiền mặt của các hộ phỏng vấn

Sở hữu tài khoản ngân hàng	Số hộ (Hộ)	Tỷ trọng trong tổng số (%)
Số hộ có tài khoản tại ngân hàng	36	90
Số hộ sử dụng tài khoản để tiết kiệm	36	100
Số hộ sử dụng tài khoản để thanh toán không dùng tiền mặt	36	100
Số hộ sử dụng tài khoản để vay vốn ngân hàng	1	2,78
Nguyên nhân không có tài khoản ngân hàng		
Mức thu nhập thấp nên không có nhu cầu	4	100
Thủ tục mở tài khoản phức tạp	0	0
Ngại rủi ro giao dịch qua tài khoản	0	0
Không biết cách mở tài khoản	0	0
Đã mở nhưng không thành công	0	0

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

Sở hữu tài khoản có ý nghĩa quan trọng đối với việc tiết kiệm, đầu tư và giao dịch hiệu quả. Đồng thời, việc sở hữu một tài khoản có tác động tích cực đến việc áp dụng thanh toán không dùng tiền mặt cho các hộ kinh doanh du lịch. Tài khoản ngân hàng giúp dễ dàng chuyển tiền, sử dụng POST thanh toán, ATM, và dịch vụ ngân hàng qua điện thoại di động. Trong đại dịch

COVID-19, việc không sử dụng tiền mặt góp phần phòng chống dịch bệnh. Việc áp dụng các công nghệ số trong thanh toán sẽ giúp tăng hiệu quả kinh doanh, nâng cao chất lượng phục vụ, giảm thời gian trong giao dịch. Do đó, những hoạt động nâng cao nhận thức của người dân trong việc thanh toán bằng các ứng dụng thông minh và tiện ích hơn có vai trò quan trọng trong thời gian tới.

Bảng 3 cho thấy 100% các hộ (36 hộ mở tài khoản) liên hệ với ngân hàng theo kênh chính là đến trực tiếp tại ngân hàng. Các hộ vẫn chưa áp dụng dịch vụ ngân hàng số trong việc mở tài khoản. Nguyên nhân là do các hộ chưa biết cách đăng ký hoặc các ngân hàng chưa phát triển dịch vụ tới các hộ miền núi. Việc mở tài khoản trực tuyến sẽ giúp tiết kiệm thời gian, chi phí giao dịch nhờ thủ tục đơn giản, dễ dàng và nhanh chóng.

Bảng 3. Những kênh chính các hộ liên hệ với ngân hàng khi mở tài khoản

Kênh liên hệ	Số hộ (Hộ)	Tỷ trọng trong tổng số hộ (%)
Đến trực tiếp trụ sở ngân hàng	36	100
Gọi điện cho cán bộ của ngân hàng	0	0
Liên hệ qua website/email	0	0
Liên hệ với liên hiệp phụ nữ	0	0
Liên hệ với hội nông dân	0	0
Liên hệ với đoàn thanh niên	0	0
Liên hệ với hội cựu chiến binh	0	0
Liên hệ với cán bộ quản lý thôn	0	0
Liên hệ với cán bộ tại Ủy ban xã	0	0
Nhờ người thân, bạn bè	0	0

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

Bảng 4 cho thấy chỉ có 10% số hộ có tiếp nhận thanh toán không dùng tiền mặt từ du khách nước ngoài. Trong khi đó, có tới 82,5% số hộ áp dụng thanh toán không dùng tiền mặt (như chuyển khoản ngân hàng) từ khách trong nước. Có thể thấy rằng, việc áp dụng công nghệ số trong phương thức thanh toán đã được hình thành nhưng chưa được áp dụng phổ biến với du khách nước ngoài do các vấn đề về chuyển đổi tiền ngoài tệ và sở hữu tài khoản bằng Việt Nam đồng chưa phổ biến.

Bảng 4. Thanh toán không dùng tiền mặt với khách du lịch

Thanh toán không dùng tiền mặt	Tỷ trọng hộ áp dụng (%)
Khách nước ngoài	10
Khách trong nước	82,5

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

3.3. Tiếp cận tín dụng của hộ kinh doanh du lịch cộng đồng

Bảng 5 cho thấy có tới 28/40 hộ có vay vốn tín dụng ngân hàng trong vòng 03 năm qua. Nguồn vốn vay chủ yếu từ Ngân hàng Nông nghiệp và PTNT (Agribank) với lãi suất bình quân một khoản vay là 0,8%/năm và kỳ hạn vay trung bình là 31 tháng. Đối với các ngân hàng khác, lãi suất bình quân là 1,6%/năm, cao gấp đôi so với lãi suất ngân hàng Nông nghiệp và PTNT (Agribank) và kỳ hạn bình quân cho một khoản vay là 9 tháng. Trong tổng số 28 hộ kinh doanh du lịch cộng đồng có vay vốn ngân hàng thì có 27/28 hộ khi vay phải thế chấp bằng giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và tài sản gắn với đất (chiếm 96,4%) và chỉ có duy nhất 01/28 hộ vay không cần thế chấp tài sản.

Lượng vốn vay bình quân của tất cả các ngân hàng đều được vay 100% so với lượng vốn vay đăng ký. Trung bình lượng vốn vay bình quân của ngân hàng Nông nghiệp và PTNT (Agribank) là 435 triệu đồng, còn lượng vốn vay bình quân của ngân hàng khác là 917 triệu đồng. Tỷ trọng vốn vay bình quân sử dụng cho kinh doanh du lịch từ nguồn của Agribank là 97%, còn lại 03% sử dụng cho buôn bán kinh doanh. Đối với ngân hàng khác thì 87% hộ vay sử dụng tín dụng cho kinh doanh du lịch, còn lại 13% sử dụng cho buôn bán, kinh doanh.

Bảng 5. Tiếp cận tín dụng của hộ du lịch cộng đồng

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Ngân hàng nông nghiệp & phát triển nông thôn (Agribank)	Ngân hàng khác
Số hộ có vay vốn ngân hàng trong vòng 3 năm qua	Hộ	22	6
Số hộ phải thế chấp bằng giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và tài sản gắn với đất	Hộ	22	5
Lượng vốn vay đăng ký bình quân	Triệu đồng	435	917
Lượng vốn vay bình quân	Triệu đồng	435	917
Lãi suất vay bình quân	%/tháng	0,8	1,6
Kỳ hạn vay bình quân	Tháng	31	22
Tỷ trọng vốn vay sử dụng cho kinh doanh du lịch	%	97	87
Tỷ trọng vốn vay sử dụng cho sản xuất nông nghiệp	%	0	0
Tỷ trọng vốn vay bình quân sử dụng cho buôn bán	%	3	13

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

Các khoản vay này chủ yếu đều được sử dụng cho mục đích đầu tư phát triển kinh doanh du lịch cộng đồng, việc sử dụng vốn vay có hiệu quả là vấn đề không chỉ đặt ra cho người đi vay mà còn đối với cả các ngân hàng. Tuy nhiên, việc tiếp cận các dịch vụ ngân hàng (vay vốn) của các hộ vẫn tập trung chủ yếu là theo hình thức truyền thống. Đa số các hộ đến trực tiếp ngân hàng để giao dịch và vay vốn thông qua tài sản đảm bảo do đó việc vay vốn sẽ tiêu tốn nhiều thời gian hơn. Do đó, nếu các hộ tiếp cận các dịch vụ ngân hàng thông qua ngân hàng số (chẳng hạn như vay vốn trực tuyến, nhận khoản tiền vay qua tài khoản ngân hàng...) sẽ giúp cho các hộ tiết kiệm được chi phí đi lại, tiết kiệm thời gian giao dịch, thời gian giao dịch mọi lúc mọi nơi.

Bảng 6. Những kênh chính các hộ liên hệ với ngân hàng trong vay vốn

Kênh liên hệ	Số hộ (Hộ)	Tỷ trọng trong tổng số (%)
Đến trực tiếp trụ sở ngân hàng	24	85,71
Liên hệ với hội nông dân	4	14,28
Liên hệ với cán bộ quản lý thôn	3	10,71
Liên hệ với cán bộ tại Ủy ban xã	3	10,71
Gọi điện cho cán bộ của ngân hàng	0	0
Liên hệ qua website/email	0	0
Liên hệ với liên hiệp phụ nữ	0	0
Liên hệ với đoàn thanh niên	0	0
Liên hệ với hội cựu chiến binh	0	0
Nhờ người thân, bạn bè vay giúp	0	0

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

Qua bảng 6 cho thấy các hộ kinh doanh du lịch cộng đồng tiếp cận với tín dụng ngân hàng chủ yếu sử dụng kênh truyền thống như đến trực tiếp ngân hàng chiếm 85,71%; tỷ trọng hộ liên hệ với Hội Nông dân là 14,28%; liên hệ với cán bộ Ủy ban nhân dân xã và cán bộ quản lý thôn là 10,71%; còn lại không có hộ nào tiếp cận các nguồn vốn thông qua cán bộ ngân hàng, web/email, Hội Liên hiệp phụ nữ, Đoàn thanh niên và Hội Cựu chiến binh. Một thực tế cho thấy rằng, tỷ lệ các hộ kinh doanh du lịch cộng đồng đến trực tiếp trụ sở ngân hàng khá cao cho thấy việc ứng dụng công nghệ thông tin trong tiếp cận vốn vay ngân hàng còn khá hạn chế.

Bảng 7 cho thấy tỷ trọng hộ kinh doanh du lịch cộng đồng gặp khó khăn về vốn nhưng không vay do sợ không hoàn vốn trả lại được cho ngân hàng là 58,33%; còn lại 41,66% các hộ cho rằng đã đủ tài chính cho sản xuất kinh doanh nên không có nhu cầu vay; 8,33% hộ vay vốn từ người thân, bạn bè.

Bảng 7. Nguyên nhân những hộ không vay vốn

Nguyên nhân không vay	Số hộ (Hộ)	Tỷ trọng trong tổng số (%)
Đã đủ tài chính cho sản xuất kinh doanh	5	41,66
Sợ không trả được nợ	7	58,33
Vay từ bạn bè, người thân	1	8,33
Không có tài sản đảm bảo	0	0
Ngại thủ tục rườm rà	0	0
Bị ngân hàng từ chối	0	0

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

Bảng 8 cho thấy nhu cầu sử dụng những dịch vụ trực tuyến của ngân hàng trong 3 năm tới là rất lớn với 100% các hộ đều có nhu cầu và sẵn lòng sử dụng những dịch vụ trực tuyến của ngân hàng. Việc sử dụng các dịch vụ ngân hàng trực tuyến sẽ giúp giảm thiểu thời gian và những thủ tục rườm rà, đồng thời cũng giúp cho các hộ dễ tiếp cận được với thông tin tín dụng, thanh toán và các dịch vụ ngân hàng khác. Nhu cầu và sự sẵn lòng sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của các hộ sẽ tạo ra tiềm năng, triển vọng phát triển cho loại hình dịch vụ này.

Bảng 8. Nhu cầu được sử dụng những dịch vụ trực tuyến của ngân hàng trong 3 năm tới đây

Dịch vụ ngân hàng	Số hộ (Hộ)	Tỷ trọng trong tổng số (%)
Vay vốn trực tuyến	40	100
Chuyển khoản trực tuyến	40	100
Nộp thuế trực tuyến	40	100
Thanh toán hóa đơn (điện, nước...)	40	100

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

Bảng 9 cũng cho thấy vấn đề quan tâm khi sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến là sự nhanh chóng, tiện lợi và mức phí đăng ký. Sự nhanh chóng và tiện lợi sẽ rút ngắn được thời gian giao dịch, các hộ không phải đến trực tiếp các trụ sở giao dịch mà chỉ cần giao dịch trực tiếp trên các thiết bị di động khi có kết nối Internet. Đặc biệt là trong tình hình hiện nay, dịch Covid-19 kéo dài và diễn biến phức tạp gia thì giao dịch ngân hàng trực tuyến trở thành nhu cầu tất yếu. Mỗi quan tâm tiếp theo chính là thủ tục, điều kiện đăng ký, sự an toàn, bảo mật thông tin và được hướng dẫn cách sử dụng. Khi đăng ký sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến mà mức phí quá cao sẽ trở thành một trong những rào cản của các hộ muốn đăng ký sử dụng dịch vụ. Ngoài ra, tâm lý e ngại trong việc phải giao dịch với các giấy tờ, thủ tục rườm rà, điều kiện khắt khe cũng là một trong những quan tâm của các hộ kinh doanh du lịch cộng đồng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến. Ngoài ra, các hộ quan tâm tới sự an toàn và bảo mật thông tin của khách hàng và sự hướng dẫn khi sử dụng dịch vụ.

Bảng 9. Những vấn đề quan tâm khi sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến

Tiêu chí	Số phiếu trả lời (Phiếu)	Điểm trung bình theo đánh giá của các hộ	Ý nghĩa điểm trung bình
Sự nhanh chóng, tiện lợi	40	4,72	Rất quan tâm
Mức phí đăng ký	40	4,30	Rất quan tâm
Thủ tục, điều kiện đăng ký	40	4,27	Quan tâm
Sự an toàn, bảo mật thông tin	40	4,15	Quan tâm
Được hướng dẫn cách sử dụng	40	3,95	Quan tâm

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

3.4. Vai trò của tín dụng và tài khoản ngân hàng đối với hộ kinh doanh du lịch cộng đồng

Bảng 10 cho thấy các hộ đánh giá tín dụng ngân hàng có vai trò quan trọng đối với các hộ kinh doanh du lịch cộng đồng. Tín dụng giúp tăng chất lượng phục vụ, tăng năng lực quản lý tài chính, tăng hiệu quả kinh doanh du lịch, đáp ứng được đủ nhu cầu vốn đầu tư, tăng thêm thu nhập, tăng tiết kiệm, tăng tài sản và cuối cùng là tăng sự tự tin và mở rộng các mối quan hệ.

Bảng 10. Vai trò của tín dụng ngân hàng đối với hộ kinh doanh du lịch cộng đồng

Tiêu chí	Số phiếu trả lời (phiếu)	Điểm trung bình theo đánh giá của các hộ	Ý nghĩa điểm trung bình
Đáp ứng được đủ nhu cầu vốn đầu tư	28	3,82	Đồng ý
Tăng năng lực quản lý tài chính	28	3,89	Đồng ý
Tăng chất lượng phục vụ	28	3,96	Đồng ý
Tăng hiệu quả kinh doanh du lịch	28	3,85	Đồng ý
Tăng thu nhập	28	3,78	Đồng ý
Tăng tiết kiệm	28	3,67	Đồng ý
Tăng tài sản	28	3,60	Đồng ý
Tăng sự tự tin	28	3,57	Đồng ý
Mở rộng các mối quan hệ	28	3,57	Đồng ý

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

Bảng 11 cho thấy các hộ có đăng ký mở dịch vụ ngân hàng thì có tới 36 hộ (chiếm 100%) cho rằng khi có tài khoản ngân hàng sẽ tiết kiệm thời gian và chi phí hơn nên tài khoản ngân hàng có vai trò rất quan trọng. Sở hữu tài khoản giúp các hộ có thể thanh toán, chuyển khoản, vắn tin tài khoản mọi lúc, mọi nơi mà không bị hạn chế về thời gian giao dịch. Tài khoản ngân hàng có vai trò rất quan trọng trong việc tăng hiệu quả kinh doanh du lịch, tăng quản lý tài chính của mình, các giao dịch sẽ được tự động lưu lại và thống kê tất cả các hoạt động chi tiêu, giao dịch của các hộ.

Bảng 11. Vai trò của tài khoản ngân hàng đối với hộ kinh doanh du lịch cộng đồng

Tiêu chí	Số phiếu trả lời (phiếu)	Điểm trung bình theo đánh giá của các hộ	Ý nghĩa điểm trung bình
Tiết kiệm thời gian	36	4,75	Rất đồng ý
Tiết kiệm chi phí	36	4,75	Rất đồng ý
Tăng hiệu quả kinh doanh du lịch	36	4,22	Rất đồng ý
Tăng năng lực quản lý tài chính	36	4,11	Đồng ý
Tăng tiết kiệm gia đình	36	4,00	Đồng ý
Tăng tự tin	36	3,92	Đồng ý
Mở rộng các mối quan hệ	36	3,78	Đồng ý

(Nguồn: Số liệu điều tra, khảo sát năm 2020-2021)

4. Kết luận

Phát triển du lịch cộng đồng có vai trò quan trọng trong giảm nghèo, phát triển kinh tế nông thôn, cải thiện đời sống của cộng đồng dân tộc thiểu số. Tuy nhiên, việc phát triển du lịch cộng đồng của các hộ dân tộc thiểu số được phát triển ở những khu vực khó khăn với nguồn lực tài chính còn rất hạn chế. Trong bối cảnh chuyển đổi số, phát triển các dịch vụ ngân hàng số mở ra triển vọng tăng cường tiếp cận các dịch vụ ngân hàng của các hộ du lịch cộng đồng. Nghiên cứu này sử dụng thống kê mô tả, thang đo Likert để phân tích số liệu thu thập từ phỏng vấn trực tiếp các hộ du lịch cộng đồng tại huyện Mai Châu, tỉnh Hòa Bình.

Kết quả nghiên cứu cho thấy các hộ dân tộc thiểu số có nhu cầu vay vốn tín dụng ngân hàng rất cao. Nguồn vốn vay chủ yếu qua ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn (Agribank) và một số ngân hàng khác. Tuy nhiên, việc tiếp cận các dịch vụ ngân hàng (vốn vay) vẫn tập trung chủ yếu theo hình thức truyền thống. Đa số các hộ có nhu cầu vay vốn hoặc thực hiện các giao dịch vẫn phải đến trực tiếp ngân hàng và cần thế chấp bằng tài sản. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy có tới 90% các hộ có tài khoản ngân hàng. Hầu hết các hộ sử dụng tài khoản ngân hàng để tiết kiệm, thanh toán - chuyển khoản trong hoạt động hàng ngày hoặc trong quá trình thanh toán của khách du lịch. Các hộ áp dụng khá phổ biến thanh toán không dùng tiền mặt với khách du lịch trong nước nhưng mức độ thanh toán không dùng tiền mặt với khách du lịch ngoài nước khá thấp. Bên cạnh đó, thủ tục vay vốn còn khá phức tạp. Nhận thức và thói quen của các hộ kinh doanh du lịch cũng tạo nên rào cản trong quá trình tiếp cận các dịch vụ ngân hàng số. Trong

thời gian tới, nhu cầu tiếp cận các dịch vụ vốn vay (tín dụng) của các hộ kinh doanh du lịch cộng đồng trên địa bàn huyện Mai Châu, tỉnh Hòa Bình là rất lớn. 100% các hộ đều có nhu cầu được sử dụng các dịch vụ như vay vốn trực tuyến, chuyển khoản trực tuyến, nộp thuế trực tuyến và thanh toán hóa đơn trực tuyến.

Kết quả nghiên cứu đã gợi ý một số giải pháp nhằm thúc đẩy tiếp cận các dịch vụ ngân hàng số trong phát triển du lịch cộng đồng. Các hộ dân tộc thiểu số kinh doanh du lịch cộng đồng cần tăng cường học hỏi, áp dụng các công nghệ số trong hoạt động kinh doanh du lịch, thay đổi thói quen, cách thức tiếp cận đối với các dịch vụ ngân hàng, nâng cao trình độ, kiến thức, kỹ năng và khả năng tổ chức kinh doanh. Các ngân hàng trên địa bàn cần chủ động linh hoạt kịp thời xử lý các rủi ro, ưu đãi tiếp cận nguồn vốn cho các hộ, tăng thêm lượng vốn vay. Các ngân hàng nên phát triển các dịch vụ ngân hàng qua điện thoại di động để giúp khách hàng có thể chuyển khoản, thanh toán các chi phí của mình mọi lúc, mọi nơi. Chính quyền địa phương cần chủ động trong việc thông tin, tuyên truyền tới các hộ về nguồn vốn, hướng dẫn các hộ tiếp nhận thông tin về các dịch vụ ngân hàng, đặc biệt là các dịch vụ ngân hàng số. Nhà nước cần xây dựng và tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật, chính sách và quy chế quản lý hoạt động du lịch cộng đồng. Ngoài ra, hoàn thiện hệ thống khuôn khổ pháp lý cho các dịch vụ ngân hàng để ngân hàng có đủ hành lang pháp lý để đảm bảo an ninh, an toàn thông tin, dữ liệu khách hàng là rất cần thiết.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia (NAFOSTED) trong đề tài mã số 502.01-2020.37.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1] Z. U. A. Janjua, G. Krishnapillai, and Rahman, "A Systematic Literature Review of Rural Homestays and Sustainability in Tourism," *SAGE Open*, vol. 11, pp. 1-17, 2015.
- [2] T. Dangi and T. Jamal, "An integrated approach to "sustainable community-based tourism," *Sustainability*, vol. 8, pp. 1-32, 2016.
- [3] K. Pasanchay and C. J. T. M. P. Schott, "Community-based tourism homestays' capacity to advance the Sustainable Development Goals: A holistic sustainable livelihood perspective," *Tourism Management Perspectives*, vol. 37, pp. 1-11, 2021.
- [4] P. D. Rosalina, K. Dupre, and Y. Wang, "Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges," *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 47, pp. 134-149, 2021.
- [5] C. G. Turvey, "Policy rationing in rural credit markets," *Agricultural Finance Review*, vol. 73, pp. 209-232, 2013.
- [6] S. Singh, "Mobile money for promoting conservation and community-based tourism and ecotourism in underdeveloped regions," *Tourism Recreation Research*, vol. 42, pp. 108-112, 2017.
- [7] M. T. Ho, N. T. B. Le, H. L. D. Tran, Q. H. Nguyen, M. H. Pham, M. H. Ly, and Q. H. Vuong, "A Systematic and Critical Review on the Research Landscape of Finance in Vietnam from 2008 to 2020," *Journal of Risk and Financial Management*, vol. 14, pp. 1-24, 2021.
- [8] J. Dorcic, J. Komsic, and S. Markovic, "Mobile technologies and applications towards smart tourism-state of the art," *Tourism Review*, vol. 74, pp. 82-103, 2019.
- [9] K. Pasanchay and C. Schott, "Community-based tourism homestays' capacity to advance the Sustainable Development Goals: A holistic sustainable livelihood perspective," *Tourism Management Perspectives*, vol. 37, pp. 1-11, 2021.