

Các yếu tố tác động đến quản trị truyền thông về du lịch cộng đồng qua nghiên cứu trường hợp tại tỉnh Khánh Hòa

TS. VŨ TUẤN HÀ

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: vutuanha.ajc@gmail.com

Tóm tắt: Du lịch cộng đồng (DLCĐ) là trải nghiệm đặc sản địa phương, cuốn hút rất nhiều khách du lịch (KDL) từ khắp nơi tới tỉnh Khánh Hòa, cũng là loại hình du lịch do chính người dân địa phương (NDĐP) cung cấp. Để phát triển DLCĐ, các kênh truyền thông luôn là phương thức quảng bá hữu hiệu để tăng trưởng số lượng KDL. Phân tích các yếu tố tác động đến quản trị truyền thông là căn cứ đánh giá mức độ hiệu quả và điểm mạnh trong truyền thông, đồng thời để khắc phục những điểm yếu, đóng góp vào cải thiện hoạt động truyền thông (HĐTT) DLCĐ ngày một tốt hơn.

Từ khóa: quản trị phương tiện truyền thông đại chúng; du lịch cộng đồng; yếu tố tác động; tỉnh Khánh Hòa.

1. Khái niệm du lịch cộng đồng và quản trị hoạt động truyền thông về du lịch cộng đồng

Xét về bản chất, DLCĐ là một loại hình du lịch do chính cộng đồng, NDĐP phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ được môi trường chung, thông qua việc giới thiệu với KDL các nét đặc trưng của địa phương (phong cảnh, văn hoá...). Mô hình DLCĐ tạo điều kiện cho KDL trải nghiệm cuộc sống của NDĐP bản địa với những sinh hoạt rất đời thường và những món ăn dân dã đậm chất địa phương⁽²⁾.

Bên cạnh đó, mô hình du lịch bền vững này giúp địa phương nhận được các lợi ích về mặt kinh tế - xã hội. Ngoài ra, còn góp phần thúc đẩy các chiến lược xóa đói giảm nghèo, tạo ra sinh kế đồng thời khuyến khích vai trò của NDĐP bản địa trong việc hình thành các sản phẩm du lịch đặc trưng và bảo tồn, phát huy các giá trị truyền thống văn hóa cũng như các di sản thiên nhiên tại địa phương⁽³⁾.

Quản trị HĐTT là yếu tố cốt lõi trong việc phát triển bền vững DLCĐ. Quản trị HĐTT bao gồm các công việc, hoạt động lập kế hoạch truyền thông, xây dựng nội dung, tiếp cận đối tượng khách hàng, quản lý tương tác trên mạng xã hội, phát triển các chiến lược quảng cáo và xây dựng thương hiệu. Kết nối các bên liên quan để cùng tham gia vào việc bảo tồn và phát triển. Giám sát và phản hồi các đánh giá của KDL. Các kênh truyền thông phổ biến trong quản lý truyền thông bao gồm truyền thông xã hội, email

marketing, quảng cáo trực tuyến, PR, và trang web⁽⁴⁾.

2. Phương pháp nghiên cứu và phân tích số liệu

Phương pháp khảo sát

+ Phỏng vấn bằng bảng hỏi: với 152 NDĐP và 150 KDL đang có mặt tại tỉnh Khánh Hòa vào tháng 11/2024.

+ Phỏng vấn sâu với các lãnh đạo các sở, ban ngành địa phương cùng với những nhà quản lý các công ty du lịch và truyền thông, để thu nhận thông tin cần thiết.

Định hướng đánh giá các yếu tố phù hợp

Các yếu tố sẽ được đánh giá bởi NDĐP và KDL, theo thang 5 bậc Likert, thấp nhất là 1 và cao nhất là 5. Từ đó sẽ được tính theo thang Điểm trung bình (ĐTB) (mean) trong phần mềm SPSS.

Kết quả phân tích thang đo dựa theo cách tính giá trị khoảng cách⁽⁵⁾. Chia thước đo Likert 5 mức độ thành 5 phần đều nhau và phân phối mỗi phần tương ứng với một giá trị của thước đo:

Giá trị khoảng cách = (maximum - minimum) / 5 = (5-1)/5 = 0,8

Từ đó, sẽ suy ra các đoạn giá trị:

- 1,00 □ 1,80 (làm tròn thành 1): Rất không đồng ý
- 1,81 □ 2,60 (làm tròn thành 2): Không đồng ý
- 2,61 □ 3,40 (làm tròn thành 3): Trung lập
- 3,41 □ 4,20 (làm tròn thành 4): Đồng ý
- 4,21 □ 5,00 (làm tròn thành 5): Rất đồng ý

Ngoài ra, sử dụng kiểm định Cronbach Alpha để đánh giá và lựa chọn yếu tố tác động phù hợp.

3. Các yếu tố tác động với quản trị truyền thông về du lịch cộng đồng

3.1. Bản thân khách du lịch

Bản thân KDL là những người chịu tác động của HĐTT nhiều nhất. Sau khi tiếp cận các thông tin truyền thông, họ thấy cuốn hút và sẽ thử nghiệm dịch vụ du lịch khi có điều kiện.

Theo khảo sát HĐTT thông tin về DLCĐ tại tỉnh Khánh Hòa được KDL đánh giá cao. Đặc biệt, hơn ½ KDL cảm thấy thực sự hài lòng về chất lượng thông tin, cụ thể là 52,1%. Có thêm 10,6% KDL cảm thấy rất hài lòng về thông tin. Có 37,3% cảm thấy bình thường về thông tin đã được thu nhận. Mặt khác, không có KDL cảm thấy không hài lòng về chất lượng thông tin. Nhìn chung, thông tin có tác động tới KDL và hỗ trợ KDL trong việc lựa chọn, sau đó, đưa ra quyết định về điểm đến để trải nghiệm

Đối với những khách hàng sử dụng dịch vụ tại công ty thường sẽ có đánh giá suốt chuyến đi rất tích cực, ngoài dịch vụ của công ty còn là sự thích thú đối với du lịch Khánh Hòa. Nhiều KDL nhận xét, khu vực này quả là "một viên ngọc thật sự" bởi có quá nhiều yếu tố thuận lợi hội tụ (PVS Tổng giám đốc Công ty Du lịch)

3.2. Nhân viên cung cấp dịch vụ du lịch

Nhân viên du lịch là những người trực tiếp cung cấp gói dịch vụ và tham gia vào truyền thông. Ta có thể thấy ĐTB của các yếu tố liên quan tới nhân viên cũng ở mức cao, thấp nhất là 3,84 và cao nhất là 4,23.

Các yếu tố liên quan gồm: (1) Năng lực làm việc (ĐTB từ KDL = 3,84; ĐTB từ NDĐP = 3,84); (2) Thái độ, nhiệt tình trong công việc (ĐTB từ KDL = 4,1; ĐTB từ NDĐP = 4,07); (3) Các kỹ năng giao tiếp (ĐTB từ KDL = 4,23; ĐTB từ NDĐP = 4,11).

Đồng nghĩa là NDĐP cũng như KDL cho rằng nhân viên là nhân tố quan trọng ảnh hưởng tới chất lượng truyền thông thông tin. Họ hiểu rõ những điểm cần thiết của truyền thông, thông tin hấp dẫn, cách thức tạo nên tính chính xác và cuốn hút cho thông tin. KDL đánh giá các kỹ năng giao tiếp của nhân viên cần nhất tới 4,23, trong khi NDĐP thì đánh giá kỹ năng cũng ở mức cao cần thiết là 4,11. Năng lực làm việc của nhân viên cũng được KDL và NDĐP đánh giá ở mức cao trên trung bình chung là 3,84.

3.3. Dịch vụ du lịch

Dịch vụ du lịch là những trải nghiệm của KDL,

chất lượng và sự đa dạng hấp dẫn của dịch vụ là điểm nhấn khiến cho KDL lựa chọn và đến để trải nghiệm. Dịch vụ du lịch được cung ứng cho KDL khá đa dạng. Theo Sở tay về tiêu chuẩn du lịch cộng đồng của Asean, các gói dịch vụ DLCĐ ở tỉnh Khánh Hòa đã đáp ứng được phần nhiều các tiêu chí đó. Có thể thấy là chất lượng dịch vụ của các điểm đến tại địa phương này đạt nhiều tiêu chuẩn khác nhau trong khu vực Asean. Chiến lược du lịch Asean cũng đề xuất việc cải thiện liên tục các tiêu chí du lịch chung trong khu vực⁽⁶⁾.

Toàn tỉnh hiện có hơn 230 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ lữ hành, trong đó có 187 doanh nghiệp chuyên lữ hành quốc tế. Doanh thu từ hoạt động du lịch lữ hành trong 6 tháng đầu năm 2024 ước đạt 29.400 tỷ đồng, cho thấy sự tăng trưởng 37,1% so với cùng kỳ năm trước. Sự gia tăng này có được nhờ vào nỗ lực của các địa phương trong việc tích cực triển khai các hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch, nhằm thu hút KDL cả trong nước và quốc tế ngay từ đầu năm (Phòng văn sâu Chủ tịch Hội Lữ hành Khánh Hòa).

Từ đó, đánh giá tác động của dịch vụ du lịch tới chất lượng truyền thông theo nhiều khía cạnh, bao gồm: (1) Cơ sở vật chất (ĐTB từ KDL = 3,86; ĐTB từ NDĐP = 4,02); (2) Các chương trình quảng bá (ĐTB từ KDL = 3,92; ĐTB từ NDĐP = 4,01); (3) Tinh thần cán tiến dịch vụ (ĐTB từ KDL = 4,16; ĐTB từ NDĐP = 4,12); (4) Tính chuyên nghiệp trong cung cấp dịch vụ du lịch (ĐTB từ KDL = 4,13; ĐTB từ NDĐP = 4,18); (5) Tính chuyên nghiệp trong HĐTT (ĐTB từ KDL = 4,18; ĐTB từ NDĐP = 4,09).

Theo đánh giá của NDĐP và KDL, yếu tố này cũng tác động tới quản trị truyền thông ở mức tương đối cao, nằm trong khoảng từ 3,86 tới 4,18. Như vậy, nhóm khách thể đánh giá yếu tố này cũng quan trọng, đạt ở mức "Đồng ý" theo thang bậc đã quy ước ban đầu. Hai yếu tố được đánh giá ở điểm cao nhất là tính chuyên nghiệp trong cung cấp dịch vụ (NDĐP đánh giá 4,18) và tính chuyên nghiệp trong truyền thông (KDL đánh giá 4,18). Chỉ có yếu tố cơ sở vật chất là được KDL đánh giá thấp hơn đôi chút là 3,86, nhưng vẫn ở mức "đồng ý"

3.4. Cơ chế quản trị dịch vụ du lịch tại địa phương

Tại Khánh Hòa, việc cụ thể hóa các chỉ đạo từ

Trung ương được thực hiện thông qua nhiều văn bản quan trọng. Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030 xác định DLCĐ là một trong những định hướng chiến lược, đồng thời đề ra các giải pháp nâng cao năng lực cho cộng đồng trong hoạt động du lịch. Bên cạnh đó, Kế hoạch số 9195/KH-UBND ngày 21/10/2022 tập trung phát triển DLCĐ gắn với bảo tồn văn hóa và hỗ trợ sinh kế cho đồng bào dân tộc thiểu số⁽⁷⁾.

Trong quá trình triển khai, Nghị quyết số 09 - NQ/TU ngày 30/12/2021 đã định hướng xây dựng Khánh Hòa trở thành trung tâm du lịch lớn, trong đó DLCĐ được coi là nền tảng để đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Gần đây nhất, Quyết định số 2577/QĐ - UBND ngày 15/08/2023 phê duyệt các dự án phát triển DLCĐ tại Ninh Hòa và Cam Lâm, nhấn mạnh sự liên kết giữa phát triển sinh thái và truyền thông⁽⁸⁾.

Việc triển khai các văn bản chỉ đạo trên tại Khánh Hòa đã tạo ra khung chính sách quan trọng để phát triển DLCĐ bền vững. Tuy nhiên, thực trạng truyền thông tại địa phương vẫn còn gặp nhiều thách thức như thiếu chiến lược dài hạn, sự phối hợp chưa hiệu quả giữa các bên liên quan, và khả năng tiếp cận các kênh truyền thông hiện đại còn hạn chế. Điều này đặt ra yêu cầu phải nâng cao năng lực quản trị truyền thông, tận dụng hiệu quả các chỉ đạo từ trung ương và địa phương để tối ưu hóa nguồn lực phát triển DLCĐ.

Các yếu tố liên quan là các quy định của địa phương về hoạt động du lịch và truyền thông, đồng thời, chương trình hành động để quảng bá thương hiệu du lịch. Xét về thang ĐTB, các yếu tố này nằm khoảng từ 3,55 đến 3,98. Cụ thể như sau: (1) Quy định của địa phương về hoạt động du lịch (ĐTB từ KDL = 3,83; ĐTB từ NDĐP = 3,70); (2) Hoạt động tuyên truyền của địa phương (ĐTB từ KDL = 3,98; ĐTB từ NDĐP = 3,80); (3) Các chương trình hành động để quảng bá thương hiệu du lịch của địa phương (ĐTB từ KDL = 3,55; ĐTB từ NDĐP = 3,86).

Theo thống kê, các yếu tố nằm ở mức 4 [đồng ý] với ĐTB hơn 3,5. Yếu tố về [Các chương trình hành động để quảng bá thương hiệu du lịch của địa phương] đạt 3,55 do KDL đánh giá. Yếu tố cao nhất trong nhóm này là [Hoạt động tuyên truyền của địa phương] chiếm tới 3,98. Từ đó, có thể thấy rằng, nhóm [Cơ chế quản trị dịch vụ du lịch tại địa

phương] cũng được NDĐP và KDL đánh giá cao, mặc dù chưa cao như các tiêu chí trên. Tuy nhiên, các yếu tố liên quan ở nhóm này cũng đạt mức [đồng ý] theo thang quy ước ban đầu, thể hiện sự quan trọng của yếu tố này.

Hiện nay, địa phương đang chú trọng đa dạng hóa các hình thức và sản phẩm du lịch, đồng thời tăng cường liên kết du lịch với các ngành khác trong chuỗi giá trị, hướng tới phát triển bền vững và gắn với phương châm [lấy trải nghiệm KDL làm trung tâm]. Cơ quan chức năng cũng đang tích cực quản lý môi trường du lịch, đảm bảo an ninh, an toàn cho KDL và chú trọng đến vệ sinh môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm.

Địa phương đã tăng cường thu hút đầu tư du lịch theo trọng tâm; đẩy mạnh triển khai các chương trình liên kết du lịch với các tỉnh, thành trong khu vực; ban hành chính sách thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao; và tăng cường đào tạo nhân lực du lịch để đáp ứng nhu cầu phát triển. Đặc biệt, chuyển đổi số trong hoạt động du lịch cũng được chú trọng. Chính sách visa đã nói lỏng, giúp KDL đến Khánh Hòa dễ dàng hơn, và các công ty tổ chức tour trên địa bàn luôn đề cao lợi ích của KDL để đảm bảo trải nghiệm tốt nhất khi tham quan tại đây [Phỏng vấn sâu Chủ tịch Hội Khách sạn Khánh Hòa].

3.5. Chính sách, pháp luật chung của Nhà nước

Xét theo hệ thống vĩ mô, chính sách và pháp luật chung của Nhà nước khá quan trọng. Trong bối cảnh du lịch ngày càng khẳng định vai trò là ngành kinh tế mũi nhọn, việc phát triển DLCĐ gắn với bảo tồn giá trị văn hóa và môi trường đang trở thành xu hướng tất yếu. Hệ thống các văn bản chỉ đạo từ trung ương đến địa phương đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng, quản lý và phát triển DLCĐ. Đối với tỉnh Khánh Hòa, các chỉ đạo này không chỉ góp phần xây dựng lộ trình phát triển phù hợp mà còn đảm bảo sự phối hợp chặt chẽ giữa chính quyền, cộng đồng và các doanh nghiệp.

Theo kết quả khảo sát, nhóm yếu tố Luật pháp, chính sách tác động tới quản trị HĐTT về DLCĐ như sau: (1) Mức độ đầy đủ, phù hợp của các chính sách sẵn có (ĐTB từ KDL = 3,85; ĐTB từ NDĐP = 3,76); (2) Mức độ thực hiện của các chính sách, qui định (ĐTB từ KDL = 3,88; ĐTB từ NDĐP = 3,89); (3) Đề xuất giải pháp, các chính sách mới, nhằm thay

đổi cho phù hợp (ĐTB từ KDL = 3,94; ĐTB từ NDĐP = 3,72); (4) Các chương trình cộng đồng của Nhà nước để quảng bá hoạt động du lịch (ĐTB từ KDL = 4,06; ĐTB từ NDĐP = 3,76).

Theo đánh giá của cả KDL lẫn NDĐP, nhóm yếu tố trên cũng nằm ở mức thang điểm cao trên trung bình, mặc dù có phần thấp hơn một chút so với các yếu tố đã được nhắc tới ở các mục trên. Mức điểm của các yếu tố này du di trong khoảng từ 3,72 đến 4,06. Trong đó, yếu tố về □ Các chương trình cộng đồng của Nhà nước để quảng bá hoạt động du lịch □ là đạt 4,06, cao nhất trong các yếu tố của nhóm. Yếu tố □ Đề xuất giải pháp, các chính sách mới, nhằm thay đổi cho phù hợp □ chỉ đạt 3,72 (theo ý kiến của KDL). Các yếu tố liên quan tới các chính sách vĩ mô của Nhà nước cũng đóng góp định hướng pháp lý, cho phép các phương tiện truyền thông đăng tải các thông tin quảng bá về hoạt động du lịch của địa phương.

□ Các website của từng đơn vị tham gia phát triển du lịch là độc lập, tuy nhiên tất cả đều được giám sát và quản lý từ Sở Thông tin và Truyền thông để đảm bảo các HĐT, tuyên truyền là đúng sự thật, sát thực tế □ (Phòng văn sâu, Chủ tịch Hội Lữ hành Khánh Hòa).

3.6. Cộng đồng, người dân địa phương

Khi điều tra 152 NDĐP, có đến 124 phiếu trả lời có, chiếm tỷ lệ áp đảo 81,6%. Trong đó, có tới hơn 40% vẫn thường xuyên trò chuyện, hướng dẫn KDL ở đây. Các dịch vụ du lịch được NDĐP cung cấp bao gồm: chuyên chở KDL (15,1%), hướng dẫn KDL (21,1%), dẫn đường (15,1%), sản xuất, bán hàng lưu niệm, sản phẩm truyền thống (11,2%), làm việc tại các điểm du lịch (10,5%), đón tiếp KDL tại nhà, vườn rau/hoa hoặc trang trại, làng nghề (20,4%), tham gia vào các buổi giao lưu văn hóa cộng đồng (35,5%), cho thuê phòng ngủ/chỗ ở (21,7%), cung cấp dịch vụ ăn uống (17,1%), nấu ăn trải nghiệm DLCĐ (10,5%). Đây là những công việc thường xuyên của người dân. Nhờ việc đóng góp cho du lịch, có tới gần ½, tức 44,1% NDĐP trả lời họ hài lòng với thu nhập của mình.

□ Đối với Hội Lữ hành Khánh Hòa, đơn vị thường xuyên có các hoạt động giao lưu gặp gỡ, liên kết các hộ kinh doanh, hộ gia đình tham gia phát triển DLCĐ, hoặc cộng đồng địa phương chưa tham gia, □ hoạt động này tạo một môi trường, một

chuỗi liên kết các nguồn cung cấp dịch vụ, học hỏi, chia sẻ kinh nghiệm, hỗ trợ lẫn nhau, đưa ra ý kiến về những đóng góp liên quan hoạt động du lịch, đặc biệt là DLCĐ.

Những sự kiện với mục đích tuyên truyền hỗ trợ cho NDĐP nhận được sự hưởng ứng và ủng hộ từ chính quyền địa phương □ (Phòng văn sâu, Chủ tịch Hội Lữ hành Khánh Hòa).

Theo cuộc khảo sát, yếu tố cộng đồng, người dân tác động ở các chiều cạnh, đó là: (1) NDĐP vui vẻ, nhiệt tình, hiếu khách (ĐTB từ KDL = 4,03; ĐTB từ NDĐP = 4,43); (2) Họ tham gia vào cung cấp các gói dịch vụ DLCĐ (ĐTB từ KDL = 4,04; ĐTB từ NDĐP = 4,47); (3) Tích cực tham gia các chương trình cộng đồng phát triển du lịch (ĐTB từ KDL = 4,24; ĐTB từ NDĐP = 4,54).

Như vậy, điểm đánh giá tác động của cộng đồng, NDĐP đều đạt mức cao trên 4,0. Với quan điểm của KDL, sự tác động của cộng đồng ở mức cao, từ 4,03 đến 4,24. Trong khi đó, với quan điểm của NDĐP, mức tác động có phần cao hơn, từ 4,43 đến 4,54. Đây là mức độ 5, mức cao nhất □ rất đồng ý □, theo quy ước ban đầu. Từ đó, thấy rằng sự tham gia của cộng đồng có tác động rất lớn tới quản trị truyền thông về DLCĐ. Sự tác động này vừa trực tiếp vừa gián tiếp. Vì NDĐP là những người trực tiếp tham gia cung cấp dịch vụ du lịch, đồng thời, cũng là người trực tiếp cung ứng các thông tin trên truyền thông. Ngoài ra, NDĐP cũng có sự hỗ trợ cũng như kiểm duyệt sự chính xác của thông tin trước khi thông tin được đăng tải trên các phương tiện truyền thông. Đồng thời, họ có thể đưa ra góp ý tăng hiệu quả hiệu ứng của đám đông KDL trước khi họ quyết định tới trải nghiệm dịch vụ DLCĐ.

4. Kiểm định Cronbach alpha để xác định các yếu tố tác động phù hợp

Về mặt lý thuyết, nhiều nhà nghiên cứu đồng ý rằng khi Cronbach alpha từ 0,8 trở lên đến gần 1 thì thang đo lường tốt, từ 0,7-0,8 là sử dụng được. Cũng có nhà nghiên cứu đề nghị rằng từ 0,6 trở lên là có thể sử dụng được trong trường hợp khái niệm đang đo lường là mới hoặc mới đối với người trả lời trong bối cảnh nghiên cứu⁽¹²⁾.

Nhìn vào bảng dữ liệu thống kê, ta thấy, với khách thể là NDĐP, Cronbach Alpha tính được là: 0,875 đồng thời, với khách thể KDL, Cronbach

Alpha tính được là: 0,952. Như vậy, kết quả Cronbach Alpha của cả 2 nhóm khách thể đều nằm trong khoảng từ 0,8 - 1, tức là thang đo lường là tốt, kiểm chứng dựa trên số liệu thực tiễn, khoa học, đạt độ chính xác cao.

Theo kết quả xử lý Cronbach Alpha if Item deleted (nghĩa là: Alpha nếu bỏ đi mục hỏi), thì cho thấy sự khác nhau một chút giữa 02 nhóm khách thể. Với KDL thì hầu hết các tiêu chí đều nhỏ hơn 0,952, duy chỉ có tiêu chí 1.4 Chi phí kinh tế của KDL - 0,952 nên theo nguyên tắc là không chấp nhận yếu tố tác động này.

Mặt khác, cùng với kết quả đó, với nhóm NDĐP, hầu hết các tiêu chí đều nhỏ hơn 0,875 nên được chấp nhận. Trừ 02 tiêu chí là 6.1. Vui vẻ, nhiệt tình, hiếu khách và 6.3. Tích cực tham gia các chương trình cộng đồng phát triển du lịch là lớn hơn nên không chấp nhận yếu tố tác động này.

Sự lựa chọn các yếu tố khác nhau giữa NDĐP và KDL, xuất phát từ nguyên nhân quan điểm của họ khác nhau. Mặc dù yếu tố chi phí của KDL không được KDL đồng thuận nhưng vẫn được NDĐP đồng ý. Có thể KDL thấy rằng mức kinh tế của KDL đôi khi chưa ảnh hưởng nhiều, vì mức chi phí đi du lịch ở Việt Nam khá bình thường và không quá cao. Trong khi đó, yếu tố 6.1 và 6.3 vẫn được KDL đồng ý nhưng lại chưa được nhiều sự đồng thuận của NDĐP. Những yếu tố này khá quan trọng khi KDL tới địa phương, vì sự đón tiếp của NDĐP sẽ là sự níu kéo họ và cảm thấy đặc sản ở địa phương Việt Nam thu hút hơn. Họ có thể trò chuyện, liên lạc hoặc là tìm được nhiều thông tin hơn. DLCĐ sẽ có nhiều chương trình hấp dẫn hơn cho KDL do NDĐP họ cung cấp, chia sẻ như làng nghề, vườn rau, đặc sản món ăn... Ngoài ra, các chương trình cộng đồng chưa được sự đồng thuận NDĐP có thể là vì ở đây đã có khá nhiều các festival, các lễ hội, ngày kỷ niệm. DLCĐ tại tỉnh Khánh Hòa về cơ bản là đã có khá nhiều chương trình khác nhau.

Hiện nay, DLCĐ đang là ưu thế vượt trội, vì tiếp thu được những thế mạnh về địa lý, đặc sản của địa phương Việt, cũng như có tác động tích cực đối với sự phát triển kinh tế - văn hóa xã hội ở các địa phương. Tỉnh Khánh Hòa có khá nhiều đặc sản phong cảnh, món ăn, khu nghỉ dưỡng, trang trại, làng nghề. Do đó, HĐTT về DLCĐ ở địa phương khá

phát triển, nhằm đóng góp thêm thông tin, thế mạnh để tăng thêm sự lựa chọn của các KDL bốn phương. Để đóng góp vào tính hiệu quả, đa dạng và chính xác của các thông tin truyền thông, thì tác giả đã phân tích dựa trên 06 nhóm yếu tố khác nhau. Các nhóm yếu tố trên có sự ảnh hưởng sâu sắc tới chất lượng các HĐTT, cả trực tiếp và gián tiếp. Trong số đó, theo đánh giá của cả KDL và NDĐP, yếu tố thuộc về đặc thù văn hóa cộng đồng, dân cư có tác động nhiều và mạnh mẽ nhất tới chất lượng, sự đa dạng, số lượng của thông tin truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng. Nhờ đó, các nhà truyền thông cũng như kênh phân phối dịch vụ du lịch có căn cứ để ủng hộ thông tin cũng như đa dạng hóa các phương thức truyền thông để tăng sự hấp dẫn cuốn hút cho những thông tin đó./

(1) Hall, Derek (2003), "Tourism and Sustainable Community Development" *Routledge Advances in Tourism, Researchgate*, https://www.researchgate.net/publication/310327332_Tourism_and_Sustainable_Community_Development, truy cập ngày 3 tháng 03 năm 2025.

(2) Đoàn Mạnh Cường (2019) thuộc Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, *Phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững (Phần 1)*, <https://vietnamtourism.gov.vn/post/29392>, truy cập ngày 25 tháng 12 năm 2024.

(3) Tổng cục du lịch Hà Nội (2013), *Sổ tay DLCĐ Việt Nam - phương pháp tiếp cận dựa vào thị trường*, Hà Nội, tr.1 - 38.

(4) Hồ Thị Phương Ngân (2024), "Vai trò của quản trị truyền thông trong phát triển du lịch bền vững - Nghiên cứu tại tỉnh Khánh Hòa" *Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông*, thuộc Học viện Báo chí và Tuyên truyền, ISSN 2734 - 976.

(5) Hall, Derek (2003), "Tourism and Sustainable Community Development" *Routledge Advances in Tourism, Researchgate*, https://www.researchgate.net/publication/310327332_Tourism_and_Sustainable_Community_Development, truy cập ngày 3 tháng 03 năm 2025.

(6) Tổng cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2012), *Tiêu chuẩn du lịch cộng đồng của Asean, Kế hoạch Chiến lược Du lịch ASEAN từ năm 2012 - 2015*, Hà Nội, tr. 8 - 100.

(7) Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hòa (2022), Quyết định số 9195/KH - UBND, *phát triển DLCĐ gắn với bảo tồn văn hóa và hỗ trợ sinh kế cho đồng bào dân tộc thiểu số*, tỉnh Khánh Hòa.

(8) Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hòa (2022), Quyết định số 9195/KH - UBND, *triển DLCĐ gắn với bảo tồn văn hóa và hỗ trợ sinh kế cho đồng bào dân tộc thiểu số*, tỉnh Khánh Hòa.

(9) Nunnally, J. (1978), *Psychometric Theory*, New York, McGraw-Hill, pp.10 - 20.