

# NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT BỘ TIÊU CHÍ XÂY DỰNG MÔI TRƯỜNG VĂN HÓA TẠI CÁC ĐIỂM DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VIỆT NAM

TS. Vũ Nam

TS. Đào Minh Ngọc

ThS. Chu Khánh Linh

## **Tóm tắt:**

Môi trường văn hóa vừa là tài nguyên du lịch, là yếu tố hấp dẫn du khách đến các điểm du lịch cộng đồng, vừa có tác động tới sự phát triển bền vững của cộng đồng địa phương. “Xây dựng Môi trường văn hóa gắn với phát triển bền vững tại các điểm du lịch cộng đồng” là nhiệm vụ thuộc Chương trình “Xây dựng môi trường văn hóa đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước” do Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch chủ trì. Để hỗ trợ cộng đồng địa phương tiếp cận và triển khai xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng, các cơ quan quản lý cần xây dựng những tiêu chí cụ thể cho hoạt động này. Mục tiêu của bài viết nhằm trình bày các cách tiếp cận, phương pháp và kết quả nghiên cứu Bộ Tiêu chí xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng ở Việt Nam dựa trên khung lý thuyết về xây dựng môi trường văn hoá nói chung đã được xác định trong Chương trình. Bộ tiêu chí đã được đề xuất với 6 nhóm tiêu chí chính và 51 tiêu chí tương ứng, đây là kết quả ban đầu của nhiệm vụ nghiên cứu, trên cơ sở đó có thể tiếp tục đề xuất các giải pháp áp dụng Bộ Tiêu chí này tại các điểm du lịch cộng đồng ở Việt Nam.

**Từ khóa:** Du lịch cộng đồng, tiêu chí, xây dựng môi trường văn hóa.

## **1. Khung lý thuyết về xây dựng môi trường văn hóa**

Môi trường văn hóa là một khái niệm tương đối rộng và được sử dụng phổ biến trong nhiều nghiên cứu về văn hóa cũng như trong các văn bản của các cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa. Ngày 09/04/2021, Hội thảo “Xác định khái niệm Xây dựng môi trường văn hóa” trong khuôn khổ Chương trình “Xây dựng môi trường văn hóa đáp ứng yêu cầu

phát triển bền vững đất nước” thực hiện Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước (Chương trình) do Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch chủ trì, giao Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia thực hiện đã đưa khái niệm về môi trường văn hóa như sau: môi trường văn hóa là không gian gắn với 03 yếu tố chính

gồm (1) Các yếu tố vật thể, liên quan các thiết chế văn hóa và cảnh quan, (2) Các yếu tố phi vật thể liên quan đến các giá trị, các quy tắc, các phong tục tập quán, lối sống, hành vi ứng xử..., (3) Các hoạt động và sản phẩm văn hóa, các dịch vụ văn hóa phục vụ đời sống cộng đồng. Cũng tại Hội thảo, khái niệm xây dựng môi trường văn hóa được đề xuất và thống nhất sử dụng trên cơ sở khái niệm môi trường văn hóa, tập trung vào 04 nội dung sau: (1) Xây dựng các thiết chế văn hóa và cảnh quan văn hóa, (2) Xây dựng đạo đức, lối sống, (3) Bảo tồn, phát huy các giá trị phong tục tập quán và (4) Phát triển các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Đây cũng là khung lý thuyết chung trong việc xây dựng môi trường văn hóa ở các lĩnh vực khác nhau.

Du lịch là một trong những lĩnh vực cần xây dựng môi trường văn hóa theo Chương trình “Xây dựng môi trường văn hóa đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước”, trong đó có du lịch cộng đồng. Đây là loại hình du lịch gắn với phát triển bền vững do có sự tham gia trực tiếp của cộng đồng địa phương vào phát triển, quản lý cũng như hưởng lợi từ du lịch. Mỗi cộng đồng địa phương đều có các giá trị văn hóa đặc trưng của cộng đồng đã và đang được khai thác để trở thành các sản phẩm du lịch hấp dẫn phục vụ du khách. Do đó, xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng là một trong những nhiệm vụ được triển khai đầu tiên trong Chương trình với yêu cầu về sản phẩm là Bộ Tiêu chí xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng (Bộ Tiêu chí). Đây cũng là đối tượng nghiên cứu của nhiệm vụ đã được xác định trong Chương trình khoa học công nghệ của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch giai đoạn năm 2021-2022. Trên cơ sở khung lý thuyết về xây dựng môi trường văn hoá nói chung với 04 nhóm nội dung nêu trên, yêu cầu đặt

ra đối với nhiệm vụ là nghiên cứu xác định được các tiêu chí cụ thể đối với từng nhóm tiêu chí nêu trên, phát hiện ra các nội dung hoặc tiêu chí có tính chất đặc thù hoặc khác biệt trong việc xây dựng môi trường văn hoá tại các điểm du lịch cộng đồng tại Việt Nam.

## **2. Cách tiếp cận, quan điểm và phương pháp xây dựng Bộ tiêu chí**

### **2.1. Cách tiếp cận trong xây dựng Bộ tiêu chí**

Việc nghiên cứu, đề xuất Bộ Tiêu chí xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng được thực hiện qua cách tiếp cận chính là tiếp cận hệ thống. Trên cơ sở xác định chủ thể, khách thể (các bên liên quan hoặc đối tượng chịu tác động) của môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng, nghiên cứu tập trung làm rõ mối quan hệ giữa môi trường văn hóa với các đặc trưng về không gian, thời gian, bản sắc văn hóa của điểm du lịch cộng đồng. Từ đó làm rõ vai trò và mối quan hệ giữa các bên liên quan trong việc xây dựng môi trường văn hóa để đề xuất các tiêu chí cụ thể, có tính thực tiễn và áp dụng rộng rãi ở Việt Nam.

### **2.2. Quan điểm xây dựng Bộ tiêu chí**

Việc xây dựng Bộ tiêu chí môi trường văn hóa gắn với phát triển bền vững tại các điểm du lịch cộng đồng cần được dựa trên một số quan điểm như sau:

*Một là*, bám sát các chỉ đạo của Đảng và nhà nước về xây dựng và phát triển văn hóa, môi trường văn hóa, phát triển du lịch và du lịch cộng đồng theo Nghị quyết số 33-NQ-TW ngày 06 tháng 9 năm 2014 về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước; về khái niệm và nội hàm xây dựng môi trường văn hóa đã được kết luận tại Hội thảo “Xác định Khái niệm xây dựng Môi trường văn

hóa” nêu trên; Chiến lược Phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.

*Hai là*, nội dung đề xuất trong Bộ tiêu chí cần bám sát: (1) Các kết quả nghiên cứu dựa trên cơ sở lý luận về môi trường văn hóa, (2) Kết quả điều tra, khảo sát thực tế tại các địa phương, (3) Tổng hợp ý kiến từ các chuyên gia trong lĩnh vực văn hóa – quản lý văn hóa và du lịch, (4) Khảo sát ý kiến doanh nghiệp du lịch, ý kiến của du khách, (5) Hội thảo khoa học được tổ chức để thảo luận, thống nhất các nội dung trong Bộ tiêu chí sẽ bao quát hết khái niệm môi trường văn hóa, xây dựng môi trường văn hóa và thực tiễn xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng ở nước ta hiện nay.

*Ba là*, các tiêu chí được cần được xây dựng đảm bảo tính khả thi, có trọng tâm, lượng hóa tối đa các chỉ tiêu, dễ tiếp cận và triển khai áp dụng trong thực tiễn, phù hợp với trình độ văn hóa và nhận thức của các cộng đồng địa phương khác nhau trong cả nước. Bộ tiêu chí cũng cần dựa trên yêu cầu, mong muốn của du khách về môi trường văn hóa tại điểm du lịch cộng đồng.

*Bốn là*, kế thừa các kinh nghiệm trong nước và quốc tế trong việc xây dựng các bộ tiêu chí, tiêu chuẩn về du lịch và văn hóa như: Bộ tiêu chuẩn về du lịch cộng đồng Asean, Bộ Tiêu chuẩn Quốc gia về du lịch cộng đồng – Yêu cầu về chất lượng dịch vụ, cũng như các Bộ tiêu chí về văn hóa đã được xây dựng và áp dụng trong thời gian qua.

### **2.3. Phương pháp xây dựng Bộ tiêu chí**

Trên cơ sở khái niệm khung về xây dựng môi trường văn hóa đã được thống nhất theo Chương trình chung của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, kết quả tổng quan lý thuyết về môi trường văn hóa và xây dựng

môi trường văn hóa, nhóm nghiên cứu đã đưa ra 02 câu hỏi nghiên cứu chính gồm:

*Câu hỏi thứ nhất:* Những yếu tố/tiêu chí nào của môi trường văn hóa có tác động đến hoạt động du lịch ở các điểm du lịch cộng đồng?

*Câu hỏi thứ hai:* Các yếu tố/tiêu chí đặc thù nào của hoạt động du lịch có tác động/đóng góp đối với việc xây dựng môi trường văn hóa tại cộng đồng địa phương?

Để có thể xây dựng, đề xuất dự thảo Bộ tiêu chí, nhóm nghiên cứu đã thực hiện quy trình nghiên cứu như sau:

*Bước 1:* Tổng quan cơ sở lý luận, xác định nội hàm chung và các tiêu chí cụ thể của khái niệm môi trường văn hóa và xây dựng môi trường văn hóa theo khung khái niệm được đưa ra của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

*Bước 2:* Phỏng vấn, xin ý kiến chuyên gia với mục đích khám phá và củng cố thêm nội dung nghiên cứu. Nhóm nghiên cứu đã lên danh sách phỏng vấn 20 chuyên gia các lĩnh vực văn hoá và du lịch. Kết quả đã có 17 chuyên gia cho ý kiến, bao gồm: 06 chuyên gia văn hóa, 05 chuyên gia du lịch và 06 chuyên gia du lịch cộng đồng nhằm mục đích khám phá thêm nội hàm của môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng, các tiêu chí cần phải có đối với việc xây dựng môi trường văn hóa tại điểm du lịch cộng đồng.

*Bước 3:* Xây dựng dự thảo bảng hỏi và lấy ý kiến các doanh nghiệp, địa phương (các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Du lịch tại các địa phương) và cộng đồng địa phương về nội dung bảng hỏi. Cụ thể, nhóm nghiên cứu đã lấy ý kiến 18 doanh nghiệp du lịch đang kinh doanh du lịch cộng đồng, 32 sở quản lý văn hóa, du lịch các địa phương và 30 người dân địa phương đang tham gia du lịch

cộng đồng tại một số điểm du lịch cộng đồng ở Hà Giang, Sơn La, Thừa Thiên Huế và Quảng Nam. Trên cơ sở ý kiến các địa phương và doanh nghiệp, các thang đo và các biến trong bảng hỏi được điều chỉnh lần cuối trước khi điều tra chính thức.

*Bước 4:* Tiến hành điều tra bảng hỏi ý kiến của khách du lịch và phân tích kết quả điều tra bằng phần mềm thống kê SPSS 22. Mục đích của việc điều tra ý kiến khách du lịch là để kiểm định lại các kết quả nghiên cứu định tính qua việc tổng hợp tài liệu thứ cấp và ý kiến chuyên gia. Về kích thước mẫu, đối với phân tích nhân tố (EFA), kích thước mẫu được tính dựa trên số lượng biến quan sát đưa vào phân tích. Theo Hair và cộng sự (1998), số lượng mẫu tối thiểu phải đạt gấp 5 lần số lượng biến quan sát (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2011). Với tổng số 80 biến quan sát được xây dựng trong bảng hỏi, số mẫu tối thiểu trong nghiên cứu phải đạt để có thể phân tích nhân tố (EFA) là  $N = 80 \times 5 = 400$  đơn vị mẫu.

Nhóm nghiên cứu đã gửi phiếu điều tra đến khoảng 550 khách du lịch nội địa, là người Việt Nam đã từng đi du lịch cộng đồng với hình thức điều tra cả trực tuyến và điều tra tại điểm khảo sát trong thời gian từ tháng 5 đến hết tháng 7/2021. Kết quả nhóm thu về được 451 phiếu hợp lệ, đủ điều kiện đưa vào phân tích và xử lý dữ liệu bằng phần mềm thống kê SPSS 22.

### 3. Kết quả nghiên cứu

#### 3.1. Kết quả tổng quan cơ sở lý luận và ý kiến chuyên gia

Trên cơ sở tổng quan các nghiên cứu về môi trường văn hóa cũng như khung lý thuyết về xây dựng môi trường văn hóa gồm 04 nội dung nêu trên, nhóm nghiên cứu đã đưa ra 09 câu hỏi mang tính chất khám phá vấn đề

nghiên cứu liên quan đến xây dựng môi trường văn hóa cho các chuyên gia được xin ý kiến, tập trung vào 02 nhóm vấn đề sau:

*Thứ nhất:* Làm rõ các nội hàm môi trường văn hóa gắn với phát triển bền vững tại các điểm du lịch cộng đồng gồm những nội dung gì? Các yếu tố tạo nên môi trường văn hóa và chủ thể của môi trường văn hóa ở các điểm du lịch cộng đồng.

*Thứ hai:* Bổ sung, hoàn thiện khung cấu trúc xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng trên cơ sở 04 nhóm nội dung về xây dựng môi trường văn hóa nói chung đã được xác định theo Chương trình, đề xuất một số tiêu chí cụ thể cho việc xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng.

Căn cứ vào kết quả tổng hợp ý kiến các chuyên gia, nhóm nghiên cứu đã làm rõ được 02 vấn đề:

*Một là,* tổng hợp được các tiêu chí (các biến) để đo lường 04 nội dung về xây dựng môi trường văn hóa đã được xác định trong Chương trình phù hợp với việc các điểm du lịch cộng đồng gắn với phát triển bền vững.

*Hai là,* ngoài 04 nội dung theo Chương trình, đối với việc xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng cần bổ sung thêm một nội dung là nhóm các yếu tố chuyên ngành du lịch. Đây là nhóm các yếu tố đặc thù chỉ có ở các điểm du lịch, trong đó có du lịch cộng đồng. Do đó, khung lý thuyết về xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng được điều chỉnh thành 05 nội dung hay 05 nhóm yếu tố cùng các tiêu chí xác định cụ thể như sau:

**Nhóm 1:** Nhóm tiêu chí về xây dựng các thiết chế, cảnh quan văn hóa. Nhóm này bao gồm 07 tiêu chí, từ tiêu chí 1 đến tiêu chí 7, cụ thể: (1) Cảnh quan, môi trường tự nhiên

được bảo vệ trong khai thác phát triển du lịch, (2) Các di tích lịch sử, công trình tôn giáo được bảo tồn, tu bổ, (3) Kiến trúc, cảnh quan văn hóa truyền thống tại điểm đến được bảo tồn, (4) Các thiết chế văn hóa (nhà văn hóa, nhà sinh hoạt cộng đồng...) được đầu tư xây dựng, (5) Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch đồng bộ và thuận tiện (bãi đỗ xe, nhà vệ sinh công cộng, đường sá thuận tiện, sạch sẽ) được đầu tư xây dựng, (6) Các công trình phục vụ du lịch tại cộng đồng (tượng đài, điểm đón tiếp, nhà trưng bày, trung tâm thông tin du lịch, các điểm giới thiệu nghề truyền thống của địa phương...) được khuyến khích, hỗ trợ xây dựng, (7) Xây dựng các biển báo, biển chỉ dẫn du lịch đến các điểm tham quan, cơ sở dịch vụ tại cộng đồng.

**Nhóm 2:** *Nhóm các tiêu chí bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống.* Nhóm này gồm 11 tiêu chí, từ tiêu chí 8 đến tiêu chí 18, cụ thể: (8) Các món ăn, các giá trị ẩm thực truyền thống của địa phương được phục hồi, khai thác phục vụ khách du lịch. (hoặc: Có món ăn truyền thống tiêu biểu của địa phương được lựa chọn giới thiệu và phục vụ khách du lịch), (9) Trang phục truyền thống của cộng đồng/dân tộc, được bảo tồn và sử dụng trong các dịp lễ, tết, trong đón tiếp, phục vụ khách du lịch, (10) Các lễ hội, nghi thức thực hành tín ngưỡng, tôn giáo theo truyền thống địa phương được bảo tồn và khai thác phục vụ phát triển du lịch, (11) Các hoạt động giải trí, trò chơi, thể thao dân gian được bảo tồn, phục dựng phục vụ phát triển du lịch, (12) Các hoạt động diễn xướng dân gian (dân ca, dân vũ, dân nhạc) được bảo tồn, khai thác phục vụ du lịch, (13) Các nghi thức về việc tổ chức đám ma, đám cưới cùng các phong tục tập quán liên quan đến lối sống và bản sắc văn hóa của cộng đồng được bảo tồn, (14) Các nghề thủ công, mỹ nghệ truyền thống của địa phương được bảo tồn và phát triển, tạo thành điểm hấp dẫn khách du

lịch, (15) Các quy chế, hương ước truyền thống của cộng đồng được duy trì và bảo tồn, (16) Các quy định về xây dựng, bảo vệ kiến trúc truyền thống và cảnh quan thiên nhiên trong cộng đồng, (17) Các nét đẹp về lối sống, ứng xử trong gia đình và nơi công cộng của cộng đồng địa phương được bảo tồn, (18) Ngôn ngữ, chữ viết truyền thống của cộng đồng địa phương được khuyến khích sử dụng.

**Nhóm 3:** *Nhóm tiêu chí xây dựng các giá trị, chuẩn mực về đạo đức, lối sống.* Nhóm này 10 tiêu chí, từ tiêu chí 19 đến 28, cụ thể: (19) Có quy định về hành vi ứng xử văn minh nơi công cộng và trong gia đình cho cộng đồng địa phương, (20) Có quy định về hành vi, chuẩn mực trong giao tiếp, ứng xử giữa chính quyền địa phương, các cơ quan quản lý du lịch với cộng đồng địa phương, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch, (21) Có quy định về văn hóa kinh doanh giữa các hộ, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ, (22) Có quy định về bảo vệ môi trường, giữ gìn vệ sinh nơi công cộng (vệ sinh, giờ đổ rác, phân loại rác,...), (23) Các quy định về việc xây dựng đời sống văn hóa trong cộng đồng (cưới hỏi, tang lễ, lễ hội, chúc thọ, mừng nhà mới...), (24) Có quy định về thời gian tổ chức hoạt động biểu diễn nghệ thuật, hạn chế gây tiếng ồn tại điểm đến, (25) Cộng đồng và cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch có trách nhiệm giữ gìn vệ sinh, cảnh quan điểm du lịch, (26) Cộng đồng và cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch sử dụng trang phục lịch sự, sạch sẽ, khuyến khích trang phục truyền thống địa phương, (27) Cộng đồng và cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch tạo điều kiện cho khách du lịch trải nghiệm các giá trị văn hóa đặc trưng của địa phương và có thái độ tôn trọng văn hóa ứng xử của khách du lịch từ các địa phương khác, và (28) Cộng đồng và cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch tham gia đầy đủ các lớp tập huấn tại địa phương để phát triển

kỹ năng và kiến thức về: du lịch bền vững, giao tiếp liên văn hóa, chăm sóc khách du lịch, giữ gìn bản sắc giá trị văn hóa và bảo vệ môi trường.

**Nhóm 4:** *Nhóm tiêu chí phát triển sản phẩm và dịch vụ văn hóa.* Nhóm này gồm 13 tiêu chí, từ tiêu chí 29 đến 41, cụ thể: (29) Khai thác các lễ hội truyền thống của cộng đồng phục vụ du lịch, (30) Có các sự kiện, lễ hội đương đại được tổ chức để thu hút khách du lịch, (31) Tổ chức các hoạt động biểu diễn văn nghệ, diễn xướng truyền thống tại địa phương để phục vụ khách du lịch, (32) Quản lý dịch vụ tổ chức tham quan, hướng dẫn, thuyết minh tại các điểm du lịch, (33) Xây dựng hình ảnh, biểu tượng nhận diện điểm đến để truyền thông, quảng bá du lịch, (34) Tổ chức trưng bày và bán hàng lưu niệm, quà tặng, đồ thủ công mỹ nghệ truyền thống của địa phương cho khách du lịch, (35) Xây dựng và bán cho khách du lịch các chương trình trải nghiệm văn hóa, lối sống, sinh hoạt, sản xuất của cộng đồng địa phương, (36) Xây dựng các chương trình tham quan trọn gói, khuyến khích tương tác giữa cộng đồng địa phương và khách du lịch, (37) Thực hiện tốt các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, phòng chống cháy nổ, an toàn cho khách du lịch khi tham gia trải nghiệm tại cộng đồng, (38) Thực hiện đúng các quy định về đón tiếp và ứng xử với khách du lịch tại cộng đồng, (39) Thực hiện đúng các quy định liên quan đến ứng xử, giao tiếp trong hoạt động kinh doanh, phục vụ khách du lịch, (40) Thực hiện quy định về phân bổ và chia sẻ lợi ích từ du lịch mang lại cho cộng đồng, (41) Có các quy định khuyến khích cộng đồng địa phương tham gia hoạt động du lịch.

**Nhóm 5:** *Nhóm các tiêu chí đặc thù của du lịch.* Nhóm này gồm 11 tiêu chí, từ

tiêu chí 42 đến 52, cụ thể: (42) Có quy định khuyến khích các doanh nghiệp du lịch ngoài cộng đồng, các đối tác hợp tác trong việc xây dựng môi trường văn hóa phục vụ cho phát triển du lịch, (43) Có chiến lược xúc tiến du lịch, hình ảnh nhận diện thương hiệu, truyền thông về điểm đến được truyền tải đến khách du lịch, tạo ấn tượng về điểm đến, (44) Có chương trình du lịch liên kết các địa phương, các điểm du lịch cộng đồng khác, (45) Có tổ chức hội nghề nghiệp hoặc câu lạc bộ liên kết các cơ sở kinh doanh trong cộng đồng nhằm xây dựng môi trường văn hóa tại điểm đến, (46) Có phương án đảm bảo lượng khách phù hợp, tránh gây tình trạng quá tải, ảnh hưởng đến môi trường văn hóa tại cộng đồng, (47) Có các hình thức khác nhau để thông tin cho khách du lịch về những quy định về ứng xử, giao tiếp với cộng đồng địa phương và trách nhiệm bảo vệ môi trường tự nhiên, tài nguyên du lịch tại điểm tham quan, (48) Có bài giới thiệu về các điểm tham quan cho cộng đồng địa phương, cơ sở kinh doanh nhằm thống nhất thông tin truyền tải đến khách du lịch, (49) Tổ chức định kỳ cung cấp, cập nhật thông tin, giải quyết vấn đề, rút kinh nghiệm trong quá trình kinh doanh du lịch, (50) Có các chương trình đào tạo định kỳ cho cộng đồng địa phương về: kỹ năng đón tiếp, phục vụ khách du lịch; Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch; nguyên tắc phát triển du lịch bền vững, (51) Có các chương trình tập huấn cho cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú về các tiêu chuẩn có liên quan đến du lịch cộng đồng, (52) Có các quy định khuyến khích việc thiết kế, trưng bày, trang trí các sản phẩm mang giá trị văn hóa bản địa tại các điểm phục vụ du lịch cộng đồng.

Do đó, Bộ tiêu chí với 52 tiêu chí thuộc 05 nhóm tiêu chí khác nhau được coi

là giả thuyết và được kiểm định lại bằng điều tra bảng hỏi đối với khách du lịch Việt Nam đã đến các điểm du lịch cộng đồng.

### 3.2. Kết quả điều tra bảng hỏi

Trong điều tra bảng hỏi nhận thức của khách du lịch về các tiêu chí xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng, 05 nhóm tiêu chí trong khung lý thuyết về xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng đã được phát triển được coi là 05 thang đo chính và tổng số 52 tiêu chí cụ thể trong 05 nhóm tiêu chí trở thành các biến quan sát. Kết quả phân

tích dữ liệu bằng phần mềm SPSS 22 đối với 05 thang đo và 52 biến quan sát trên như sau:

Về kiểm tra độ tin cậy của các thang đo: Kết quả phân tích cho thấy hệ số Cronbach's Alpha (CA) của của cả 05 nhóm nhân tố (thang đo) đều nằm trong khoảng từ 0.6 đến 0.95 phù hợp để sử dụng, trong đó, hệ số Cronbach Alpha (CA) > 0.8 là thang đo lường tốt. Cụ thể, kết quả hệ số CA qua phân tích được thể hiện ở bảng 3.2 dưới đây.

Bảng 3.2. Kết quả phân tích Cronbach's Alpha 05 nhóm nhân tố (tiêu chí) trong Bộ tiêu chí

STT	Tên nhóm nhân tố	Hệ số CA
1	Nhận thức của du khách về xây dựng các thiết chế, cảnh quan văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng.	0,868
2	Nhận thức của du khách về các tiêu chí bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống tại điểm đến du lịch cộng đồng.	0,936
3	Nhận thức của du khách về tiêu chí xây dựng các giá trị, chuẩn mực về đạo đức, lối sống của cộng đồng tại điểm đến du lịch.	0,937
4	Nhận thức của du khách du lịch về các yếu tố liên quan đến sản phẩm, dịch vụ, hoạt động văn hóa đáp ứng nhu cầu du lịch tại điểm đến.	0,937
5	Nhận thức của khách du lịch Việt Nam về các yếu tố đặc thù của du lịch tác động đến xây dựng môi trường văn hóa tại điểm du lịch cộng đồng.	0,948

*Nguồn: Báo cáo phân tích CA và EFA kết quả điều tra khách du lịch do nhóm nghiên cứu thực hiện (9/2021)*

Đối với các biến quan sát trong các nhóm nhân tố thì tất cả các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Do đó, không có biến quan sát nào bị loại. Như vậy, tất cả các biến quan sát để đo lường các nhân tố trong nghiên cứu đều đảm bảo các tiêu chuẩn đo lường nhận thức của khách du lịch Việt Nam đối với môi trường văn hóa ở các điểm đến du lịch cộng đồng. Thông kết quả khảo sát, có thể nhận định tất cả 05 nhóm tiêu chí được đưa ra trong bảng hỏi phù hợp với nhận thức của người tiêu dùng về các yếu tố của môi trường văn hóa tại điểm đến du lịch cộng đồng.

Về kết quả phân tích các tiêu chí/nhân tố khám phá EFA: Phương pháp nhân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để đánh giá độ hiệu lực của phép đo. Phương pháp này giúp đánh giá tính đồng nhất của các biến quan sát (items) và được mong đợi là có quan hệ đáng kể với nhau trong cùng một nhân tố (factor). Kết quả phân tích nhân tố EFA cũng cho phép khám phá, điều chỉnh các nhân tố trong mô hình nghiên cứu. Sau khi phân tích nhân tố EFA, số liệu cho thấy có 02 nhân tố (nhóm tiêu chí) được tách ra từ 01 nhân tố ban đầu (ứng với nhóm tiêu chí 4) đo lường Nhận thức về tầm quan trọng của các yếu tố sản phẩm, dịch vụ, hoạt động văn hóa đáp ứng nhu cầu của khách du lịch tại điểm đến. Trong 13 biến quan sát của nhóm tiêu chí 4, có 1 biến quan sát bị loại bỏ là tiêu chí số (32) "*Quản lý tổ chức dịch vụ tham quan hướng dẫn tại địa phương*" do tải vào 2 nhóm nhân tố và hệ số tải nhân tố (FL) ở hai nhóm cách nhau không quá 0,3. Do đó, kết quả là từ 5 nhóm tiêu chí (nhân tố) ban đầu, các tiêu chí về môi trường văn hóa đã được tách thành 6 nhóm tiêu chí với tổng số 51 tiêu chí còn lại, bao gồm:

Nhóm 1: Nhóm tiêu chí về xây dựng các thiết chế, cảnh quan văn hóa gồm 07 tiêu chí như trên bảng hỏi.

Nhóm 2: Nhóm các tiêu chí bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống gồm 11 tiêu chí như giả thuyết ban đầu.

Nhóm 3: Nhóm các tiêu chí xây dựng các giá trị, chuẩn mực về đạo đức, lối sống gồm 10 tiêu chí như giả thuyết ban đầu.

Nhóm 4a: Nhóm các tiêu chí liên quan đến ứng xử giữa các bên tham gia vào du lịch tại điểm du lịch cộng đồng gồm 7 tiêu chí, cụ thể là các tiêu chí từ tiêu chí số (35) đến tiêu chí số (41) như giả thuyết.

Nhóm 4b: Nhóm tiêu chí phát triển sản phẩm và dịch vụ văn hóa gồm 05 tiêu chí, cụ thể là các tiêu chí số (29), (30), (31), (33) và (34) như giả thuyết.

Nhóm 5: Nhóm các tiêu chí đặc thù của du lịch gồm 11 tiêu chí như giả thuyết ban đầu.

Có thể nói, qua quy trình nghiên cứu ban đầu gồm 04 bước nêu trên, từ khung lý thuyết về xây dựng môi trường văn hoá nói chung thể hiện ở 04 nhóm yếu tố (tiêu chí) ban đầu, nhóm nghiên cứu đã đề xuất được Bộ tiêu chí xây dựng môi trường văn hoá tại các điểm du lịch cộng đồng với 51 tiêu chí cụ thể thuộc 06 nhóm tiêu chí, trong đó 04 nhóm tiêu chí được kế thừa từ khung lý thuyết ban đầu và 02 nhóm tiêu chí được phát triển trong quá trình nghiên cứu là nhóm tiêu chí liên quan đến ứng xử giữa các bên tham gia vào du lịch tại điểm du lịch cộng đồng và nhóm tiêu chí đặc thù của du lịch có tác động đến việc xây dựng môi trường văn hoá tại điểm đến. Bộ tiêu chí này hoàn toàn có đủ độ tin cậy để áp dụng trong thực tiễn xây dựng môi trường văn hóa gắn với phát triển bền vững tại các điểm du lịch cộng đồng ở Việt Nam.

#### 4. Kết luận

Bộ tiêu chí xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng ở Việt Nam là một yêu cầu hết sức cấp bách đối với công tác quản lý và phát triển du lịch theo định hướng bền vững ở nước ta hiện nay.

Các kết quả nghiên cứu đã cho thấy có tính đặc thù nhất định trong xây dựng môi



trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng so với các điểm du lịch khác, cũng như khác biệt với việc xây dựng môi trường văn hóa ở các ngành, lĩnh vực khác. Việc bổ sung thêm hai nhóm tiêu chí trong khung lý thuyết về xây dựng môi trường văn hóa tại các điểm du lịch cộng đồng là đóng góp mới về mặt cơ sở lý

luận của nghiên cứu. Tuy nhiên, về thực tiễn, đề nội dung Bộ Tiêu chí có thể được ban hành và áp dụng rộng rãi, kết quả nghiên cứu này cần tiếp tục được đánh giá qua các hình thức như hội thảo, ý kiến chuyên gia hoặc áp dụng thử tại một số địa phương để điều chỉnh cho phù hợp với thực tiễn ở Việt Nam.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban chấp hành TW Đảng CSVN (2014), "Nghị quyết số 33 NQ-TW ngày 06 tháng 9 năm 2014 về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước".
2. Vũ Nam, Đào Minh Ngọc (2021), "Báo cáo phân tích CA và EFA kết quả điều tra khách du lịch nghiên cứu đề tài Nghiên cứu xây dựng Môi trường văn hoá gắn với phát triển bền vững tại các điểm du lịch cộng đồng".
3. Hair, J.F., Anderson, R.E., & Tatham, R.L., Black. WC, (1998), *Multivariate Data Analysis, Prentice-Hall International, Inc, New Jersey.*
4. Bùi Hoài Sơn (2021), "Cơ sở lý luận về môi trường văn hóa và xây dựng môi trường văn hóa", *Kỷ yếu hội thảo về môi trường văn hóa*, Hà Nội. Tr.42.
5. Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2011), *Nghiên cứu khoa học Marketing - Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*, NXB Lao động.
6. Viện Văn hoá Nghệ thuật Quốc gia (2021), *Kỷ yếu Hội thảo Xác định khái niệm xây dựng môi trường văn hoá*, Hà Nội.

---

### RESEARCH AND PROPOSE A SET OF CRITERIA FOR BUILDING CULTURAL ENVIRONMENT IN COMMUNITY - BASED TOURISM SITES IN VIETNAM

**Vu Nam Ph.D**  
**Dao Minh Ngọc Ph.D**  
**Chu Khanh Linh MA.**

#### **Summary:**

*The cultural environment is both a tourism resource, an attractive factor for tourists to community-based tourism destinations, and an impact on the sustainable development of the local community. "Building a cultural environment associated with sustainable development at community-based tourism sites" is the task of the Program "Building a cultural environment to meet the requirements of sustainable development of the country" implemented by the Ministry of Culture, Sports and Tourism. Sports and Tourism hosted. In order to support the local community in accessing and implementing the construction of a cultural environment at community-based tourism sites, management agencies need to develop specific criteria for this activity. The aims of the article are to present the approaches, methods and research results of the Criteria for building a cultural environment at community-based tourism sites in Vietnam based on the theoretical framework for building a cultural environment which is generally specified in the Program. The set of criteria has been proposed with 6 main criteria groups and 51 corresponding criteria, this is the initial result of the research task, on which solutions to apply this set of Criteria at community-based tourism sites in Vietnam can be continued to propose.*

**Keywords:** *Community-based tourism, criteria, building a cultural environment.*