

# CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH BỀN VỮNG: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU ĐẶC KHU LÝ SƠN, TỈNH QUẢNG NGÃI

Ths. Phan Thanh Vịnh\* - TS. Lê Thanh An\*\* - PGS.TS. Đặng Văn Mỹ\*\*\*

**Nghiên cứu phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quản lý điểm đến du lịch bền vững tại đặc khu Lý Sơn thông qua mô hình hồi quy tuyến tính đa biến với dữ liệu khảo sát từ 395 du khách. Kết quả cho thấy cả bảy yếu tố: thể chế, kinh tế, văn hóa - xã hội, môi trường, công nghệ, cung du lịch và thương hiệu cộng đồng - đều tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê. Trong đó, thương hiệu cộng đồng, công nghệ và kinh tế là các yếu tố nổi bật, gợi ý các định hướng chính sách ưu tiên phát triển cộng đồng và chuyển đổi số trong quản trị điểm đến.**

• Từ khóa: quản lý điểm đến; du lịch bền vững; đặc khu Lý Sơn; thương hiệu cộng đồng; chuyển đổi số; quản lý đa tác nhân.

*The study analyzed the factors affecting sustainable tourism destination management in Ly Son special economic zone through a multivariate linear regression model with survey data from 395 tourists. The results showed that all seven factors - institutional, economic, socio-cultural, environmental, technological, tourism supply and community brand - had positive and statistically significant impacts. In particular, community brand, technology and economic factors were prominent factors, suggesting policy directions to prioritize community development and digital transformation in destination management.*

• Key words: destination management; sustainable tourism; Ly Son special economic zone; community brand; digital transformation; multi-agent management.

Ngày nhận bài: 13/6/2025

Ngày gửi phản biện: 20/6/2025

Ngày chấp nhận đăng: 15/9/2025

DOI: <https://doi.org/10.71374/jfar.v25.i297.09>

## Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Quản lý điểm đến du lịch bền vững (QLDDDLBV) chịu tác động bởi nhiều yếu tố liên kết. Trước hết, khung quản trị và chuẩn mực quốc tế như GSTC Destination Criteria định hình bốn trụ cột về quản trị, kinh tế - xã hội, văn hóa và môi trường (GSTC, 2019). Thứ hai, năng lực đo lường và chỉ số từ SF-MST của UNWTO hay GDS-Index giúp theo dõi minh bạch tiến trình phát triển (UNWTO, 2022; GDS-Movement, 2024). Thứ ba, sự tham gia và ủng hộ của cộng đồng đóng vai trò quyết định, khi hình ảnh nơi chốn và cảm nhận tác động dự báo mạnh mẽ mức độ ủng hộ cư dân (Uslu và cộng sự, 2023). Bên cạnh đó, quản lý sức chứa và tác động sinh thái đòi hỏi các tiếp cận động, như mô hình Pressure-State-Response để kiểm soát tải du lịch (Xu và Li, 2025). Ngoài ra, yếu tố khí hậu và giảm phát thải carbon trở thành trung tâm thông qua Glasgow Declaration, yêu cầu điểm đến đặt mục tiêu và báo cáo tiến độ giảm phát thải (UNWTO, 2022). Cuối cùng, hành vi du khách và hình ảnh bền vững của điểm đến tác động trực tiếp đến lựa chọn sản phẩm xanh và hành vi môi trường của cư dân (Cao và cộng sự, 2024). Do đó, QLDDDLBV cần kết hợp chuẩn mực toàn cầu, đo lường minh bạch, sự đồng thuận cộng đồng, quản trị năng lực tải và cam kết khí hậu. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả tập trung phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn - tỉnh Quảng Ngãi bao gồm bảy yếu tố sau:

**Yếu tố thể chế:** Bao gồm chính sách công và khung pháp lý, là nền tảng quan trọng trong quản trị điểm đến du lịch bền vững (Hall, 2011). Một hệ thống chính sách minh bạch, ổn định và có tầm nhìn dài hạn góp phần xây dựng mô hình phát triển cân bằng giữa khai thác du lịch và bảo tồn tài nguyên. Đặc biệt tại các điểm đến đảo nhỏ như đặc khu Lý Sơn - nơi hệ sinh thái nhạy cảm và sinh kế gắn liền với tài nguyên tự nhiên - sự hiện diện của chính sách thân thiện với môi trường và khung pháp lý hiệu lực là yếu tố quyết định đến tính bền vững (UNWTO, 2013). **H1: Thể chế có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.**

\* NCS. Trường Du lịch, Đại học Huế; GV. Trường Đại học Tài chính - Marketing; email: phanvinh@ufm.edu.vn, ptvinh.dl22@hueuni.edu.vn

\*\* Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

\*\*\* Trường Đại học Tài chính - Marketing

**Yếu tố kinh tế:** Kinh tế phản ánh năng lực huy động, phân bổ và sử dụng hiệu quả các nguồn lực tài chính nhằm duy trì hoạt động phát triển, bảo tồn và quản lý du lịch bền vững (UNWTO, 2015). Các yếu tố như đầu tư công - tư, năng lực tài chính của tổ chức quản lý, và cơ chế phân phối lợi ích kinh tế giữa các bên liên quan đóng vai trò then chốt trong nâng cao hiệu quả quản trị (Mihalič, 2000). Lý Sơn - nơi còn hạn chế về nguồn lực kinh tế - yếu tố tài chính càng trở nên thiết yếu để đảm bảo tính khả thi và ổn định của chiến lược phát triển bền vững. **H2: Kinh tế có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.**

**Yếu tố Văn hóa - xã hội:** Bao gồm bản sắc địa phương, hệ giá trị cộng đồng, cấu trúc xã hội và mức độ tham gia của người dân trong quản lý điểm đến (Murphy, 1985). Trong bối cảnh du lịch bền vững, đây là nền tảng quyết định sự đồng thuận, hợp tác và cam kết của cộng đồng với các chiến lược phát triển (Wheeller cộng sự, 2011). Bảo tồn di sản, duy trì lối sống truyền thống và trao quyền tham gia giúp gia tăng sức hấp dẫn và tính bền vững của điểm đến. Tại Lý Sơn - nơi cộng đồng gắn bó chặt chẽ với văn hóa biển đảo - yếu tố này càng trở nên thiết yếu. **H3: Văn hóa - xã hội có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.**

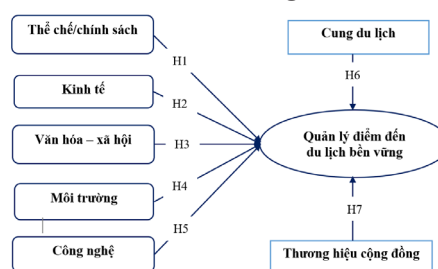
**Yếu tố môi trường:** Môi trường tự nhiên là nền tảng cốt lõi của phát triển du lịch bền vững, ảnh hưởng đến sức hấp dẫn, khả năng phục hồi và tính ổn định lâu dài của điểm đến (Hunter, 1997). Các yếu tố như chất lượng tài nguyên, năng lực quản lý chất thải và khả năng thích ứng với biến đổi khí hậu đóng vai trò quyết định (Mihalič, 2000; UNWTO, 2015). Quản trị điểm đến hiệu quả cần tích hợp quản lý môi trường vào toàn bộ chuỗi giá trị - từ quy hoạch không gian đến công cụ chính sách và công nghệ xanh. **H4: Môi trường có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.**

**Yếu tố công nghệ:** Công nghệ trong quản trị điểm đến bền vững liên quan đến việc ứng dụng các giải pháp số nhằm nâng cao hiệu quả điều hành, giám sát và phối hợp đa tác nhân (Gretzel và cộng sự, 2015). Công nghệ như GIS, cảm biến môi trường, dữ liệu lớn và công nghệ thông tin thông minh giúp kiểm soát tác động môi trường, điều phối dòng khách và tăng cường tính minh bạch. Tại Lý Sơn - nơi còn hạn chế về nhân lực và hạ tầng quản lý - công nghệ đóng vai trò thiết yếu trong phản ứng thời gian thực và thúc đẩy hành vi du lịch có trách nhiệm. **H5: Công nghệ có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.**

**Yếu tố cung du lịch:** Bao gồm sản phẩm, dịch vụ, cơ sở vật chất và nguồn nhân lực nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách tại điểm đến (Cooper và cộng sự, 2008). Trong du lịch bền vững, chất lượng và định hướng phát triển của nguồn cung có vai trò then chốt trong giảm thiểu tác động tiêu cực, nâng cao trải nghiệm và phân phối lợi ích cho cộng đồng (UNEP, 2005). Tại đặc khu Lý Sơn, năng lực cung ứng ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tiếp nhận khách, điều phối dòng du lịch theo mùa và duy trì hạ tầng. **H6: Cung du lịch có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.**

**Yếu tố thương hiệu cộng đồng:** Phản ánh hình ảnh, giá trị và câu chuyện văn hóa do chính người dân địa phương tạo dựng và lan tỏa, góp phần định hình bản sắc và sức hấp dẫn riêng biệt cho điểm đến (Kavaratzis và Hatch, 2013). Không chỉ là công cụ truyền thông, thương hiệu cộng đồng còn là chất xúc tác thúc đẩy sự tham gia của cư dân trong bảo tồn tài nguyên và văn hóa, đồng thời tăng cường gắn kết xã hội (Wheeler và cộng sự, 2011). Tại đặc khu Lý Sơn - nơi cộng đồng gắn bó chặt chẽ với di sản Hoàng Sa và sinh kế biển truyền thống - thương hiệu cộng đồng đóng vai trò như đòn bẩy nội sinh trong công tác quản trị. Khi giá trị cộng đồng được tôn vinh, người dân có xu hướng tích cực tham gia vào quy trình ra quyết định, giám sát và phát triển du lịch. **H7: Thương hiệu cộng đồng có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.**

Hình 1. Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất, 2025.

### Phương pháp nghiên cứu

Để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quản trị điểm đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn, nghiên cứu áp dụng phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến (Multiple Linear Regression - MLR) - phù hợp trong bối cảnh không xét đến các quan hệ trung gian hay tương tác phức tạp (UNWTO, 2015). Mô hình gồm một biến phụ thuộc QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn và bảy biến độc lập đại diện cho các trụ cột phát triển bền vững: thẻ chế, kinh tế, văn hóa - xã hội, môi trường, công nghệ, cung du lịch và

thương hiệu cộng đồng. MLR cho phép kiểm định đồng thời nhiều biến dự báo, xác định hệ số hồi quy chuẩn hóa ( $\beta$ ) và mức ý nghĩa thống kê (p-value), từ đó đánh giá mức độ ảnh hưởng tương đối của từng yếu tố (Hair và cộng sự, 2014). Cỡ mẫu được tính theo công thức Yamane (1967), kết quả là 399 mẫu, để tăng độ bao phủ, phù hợp với khuyến nghị của Israel (1992), tác giả làm tròn 400 mẫu. Dữ liệu được thu thập tại đặc khu Lý Sơn trong tháng 4 và tháng 7/2025; tổng số 395 phiếu hợp lệ (98,8%) được sử dụng sau khi làm sạch.

Mô hình tổng quát của MLR được biểu diễn:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Kết quả phân tích

Thông tin nhân khẩu học của du khách tham gia khảo sát

Mẫu khảo sát hợp lệ 395 du khách với cơ cấu giới tính cân bằng (51,9% nam; 48,1% nữ) và độ tuổi tập trung chủ yếu ở nhóm 26-45 tuổi (64%), phản ánh nhóm khách có nhận thức và hành vi du lịch ổn định. Trình độ học vấn cao (87,1% có trình độ đại học trở lên) cho thấy mức độ hiểu biết phù hợp với các nội dung khảo sát liên quan đến phát triển bền vững. Tỷ lệ du khách nội địa chiếm ưu thế (88,1%), phản ánh đúng cơ cấu nguồn khách tại đặc khu Lý Sơn. Về nghề nghiệp, nhóm kinh doanh và sinh viên chiếm tỷ lệ lớn nhất, cho thấy sự đa dạng trong mục đích và hành vi du lịch. Thu nhập chủ yếu nằm trong khoảng 8-15 triệu đồng/tháng (61,5%), cho thấy khả năng chi tiêu ở mức trung bình - khá. Nhìn chung, đặc điểm mẫu cho thấy tính đại diện tốt và phù hợp cho các phân tích định lượng tiếp theo về các yếu tố ảnh hưởng đến quản trị điểm đến du lịch bền vững.

Kết quả hệ số hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn

Sau khi kiểm định độ tin cậy thang đo và đánh giá mức độ phù hợp của mô hình, nghiên cứu tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính đa biến nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến quản trị điểm đến du lịch bền vững tại đặc khu Lý Sơn. Kết quả hồi quy được trình bày dưới đây cho thấy mức độ tác động cụ thể của từng biến độc lập trong mô hình.

Bảng 1. Kết quả hệ số hồi quy

| Biến độc lập | Hệ số chưa chuẩn hóa |       | Hệ số chuẩn hóa | Giá trị (t) | Mức ý nghĩa (p) | Thống kê tuyến tính |       |
|--------------|----------------------|-------|-----------------|-------------|-----------------|---------------------|-------|
|              | Hệ số (B)            | S.E.  | $\beta$         |             |                 | Tolerance           | VIF   |
| (Hằng số)    | 3,450                | 0,210 | -               | 16,429      | <,01**          | -                   | -     |
| Thế chế      | 0,170                | 0,040 | 0,260           | 4,250       | <,01**          | 0,580               | 1,724 |
| Kinh tế      | 0,230                | 0,045 | 0,200           | 5,111       | <,01**          | 0,610               | 1,639 |

| Biến độc lập          | Hệ số chưa chuẩn hóa |       | Hệ số chuẩn hóa | Giá trị (t) | Mức ý nghĩa (p) | Thống kê tuyến tính |       |
|-----------------------|----------------------|-------|-----------------|-------------|-----------------|---------------------|-------|
|                       | Hệ số (B)            | S.E.  | $\beta$         |             |                 | Tolerance           | VIF   |
| Văn hóa - xã hội      | 0,120                | 0,037 | 0,210           | 3,243       | <,01**          | 0,740               | 1,351 |
| Môi trường            | 0,160                | 0,042 | 0,180           | 3,810       | <,01**          | 0,500               | 2,000 |
| Công nghệ             | 0,210                | 0,031 | 0,320           | 6,774       | <,01**          | 0,790               | 1,265 |
| Cung du lịch          | 0,140                | 0,039 | 0,170           | 3,590       | <,01**          | 0,480               | 2,084 |
| Thương hiệu cộng đồng | 0,150                | 0,030 | 0,520           | 6,100       | <,01**          | 0,510               | 1,961 |

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu, 2025

Kết quả hồi quy tuyến tính đa biến cho thấy cả bảy yếu tố trong mô hình đều ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến quản trị điểm đến du lịch bền vững tại đặc khu Lý Sơn ( $p < 0,01$ ). Trong đó, thương hiệu cộng đồng là yếu tố có tác động mạnh nhất ( $\beta = 0,520$ ), nhấn mạnh vai trò của bản sắc địa phương và sự tham gia của cộng đồng. Công nghệ ( $\beta = 0,320$ ) đứng thứ hai, cho thấy tầm quan trọng của chuyển đổi số trong quản lý điểm đến. Các yếu tố thể chế, văn hóa - xã hội, kinh tế và môi trường đóng vai trò hỗ trợ rõ rệt, trong khi cung du lịch có ảnh hưởng thấp nhất. Kết quả này cho thấy chiến lược QLDDDLBV nên ưu tiên phát triển thương hiệu bản địa, công nghệ số và chất lượng thể chế/chính sách.

$$Y = 3,450 + 0,170 X_1 + 0,230 X_2 + 0,120 X_3 + 0,160 X_4 + 0,210 X_5 + 0,140 X_6 + 0,150 X_7$$

Kết quả hồi quy tuyến tính đa biến xác nhận cả bảy yếu tố trong mô hình đều có tác động tích cực và ý nghĩa thống kê đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn ( $p < 0,01$ ). Kinh tế ( $B = 0,230$ ) và công nghệ ( $B = 0,210$ ) là hai yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất, nhấn mạnh vai trò của đầu tư hạ tầng và chuyển đổi số trong nâng cao hiệu quả quản trị, phù hợp với các nghiên cứu trước. Thể chế ( $B = 0,170$ ) và môi trường ( $B = 0,160$ ) cũng có tác động đáng kể, phản ánh tầm quan trọng của chính sách ổn định và quản lý tài nguyên. Văn hóa - xã hội ( $B = 0,120$ ) và cung du lịch ( $B = 0,140$ ) giữ vai trò hỗ trợ. Đặc biệt, thương hiệu cộng đồng ( $\beta = 0,520$ ) cho thấy ảnh hưởng sâu sắc đến sự đồng thuận xã hội, củng cố tính hợp lý của mô hình và giá trị ứng dụng chính sách.

Bảng 2. Kết quả kiểm định các giả thuyết

| Giả thuyết | Nội dung giả thuyết                                                          | Hệ số hồi quy chuẩn hóa ( $\beta$ ) | Mức ý nghĩa (p) | Kết quả kiểm định |
|------------|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------|-------------------|
| H1         | Thế chế có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.               | 0,260                               | <,01            | Chấp nhận         |
| H2         | Kinh tế có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.               | 0,200                               | <,01            | Chấp nhận         |
| H3         | Văn hóa - xã hội có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.      | 0,210                               | <,01            | Chấp nhận         |
| H4         | Môi trường có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.            | 0,180                               | <,01            | Chấp nhận         |
| H5         | Công nghệ số có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.          | 0,320                               | <,01            | Chấp nhận         |
| H6         | Cung du lịch có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn.          | 0,170                               | <,01            | Chấp nhận         |
| H7         | Thương hiệu cộng đồng có ảnh hưởng tích cực đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn. | 0,520                               | <,01            | Chấp nhận         |

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu, 2025



### Hàm ý chính sách

**Thứ nhất**, cần nâng cao chất lượng thể chế và khung chính sách quản lý du lịch ở cấp đặc khu Lý Sơn. Hệ thống chính sách cần được thiết kế theo hướng dài hạn, tích hợp các nguyên tắc phát triển bền vững, bao gồm bảo vệ môi trường, gìn giữ văn hóa bản địa và đảm bảo công bằng xã hội. Việc thiết lập cơ chế phối hợp liên ngành rõ ràng, cùng với tăng cường tham vấn cộng đồng trong các giai đoạn lập quy hoạch và giám sát thực thi, sẽ góp phần nâng cao tính minh bạch và sự đồng thuận xã hội trong quản trị.

**Thứ hai**, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số là giải pháp thiết yếu nhằm hiện đại hóa quản lý điểm đến. Địa phương cần ưu tiên phát triển các công cụ hỗ trợ như hệ thống giám sát du khách, bản đồ số, bảng điều khiển dữ liệu (dashboard), đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp và người dân địa phương chuyển đổi số trong cung ứng dịch vụ (đặt chỗ trực tuyến, thanh toán điện tử, quản lý phản hồi). Công nghệ cũng đóng vai trò truyền thông giáo dục du khách, nâng cao nhận thức và khuyến khích hành vi du lịch có trách nhiệm.

**Thứ ba**, thương hiệu cộng đồng cần được xác định là trụ cột chiến lược trong quản trị điểm đến. Việc xây dựng hình ảnh điểm đến phải dựa trên các giá trị văn hóa - sinh thái bản địa như di sản Hoàng Sa, địa hình núi lửa, và đời sống ngư dân. Đồng thời, khuyến khích cộng đồng tham gia trực tiếp vào phát triển sản phẩm du lịch đặc thù và áp dụng các công cụ nhận diện như nhãn hiệu tập thể hoặc chứng nhận du lịch cộng đồng.

**Thứ tư**, nâng cao năng lực cung ứng du lịch theo hướng bền vững là điều kiện tiên quyết để đảm bảo chất lượng dịch vụ và phân phối lợi ích công bằng. Cần tổ chức các chương trình đào tạo kỹ năng, quản lý chất lượng, bảo vệ môi trường và kết nối thị trường cho các hộ kinh doanh nhỏ, kết hợp với chính sách tín dụng ưu đãi để khuyến khích đầu tư xanh.

**Thứ năm**, tái cấu trúc mô hình quản lý điểm đến theo hướng đa bên là định hướng cần thiết. Việc thành lập tổ chức quản lý điểm đến với sự tham gia của chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng và chuyên gia sẽ tạo nền tảng cho quản trị linh hoạt. Cùng với đó, phát triển bộ chỉ số đánh giá hiệu quả QLDDDLBV gắn với các mục tiêu phát triển bền vững (Sustainable Development Goals - SDGs) của Liên Hợp Quốc là công cụ hữu hiệu cho việc ra quyết định chính sách phù hợp và kịp thời.

Bên cạnh đó, đối với đặc khu Lý Sơn, QLDDDLBV cần chú trọng đến khả năng chịu tải sinh thái và xã hội, bởi nguồn tài nguyên tự nhiên (nước ngọt, năng lượng, đất đai) cũng như không gian văn hóa thường hạn chế. Điều này hàm ý rằng chính quyền địa phương

và các tổ chức quản lý điểm đến phải xây dựng cơ chế kiểm soát sức chứa du khách thông qua hạn ngạch, phí môi trường hoặc phân bổ theo mùa để tránh tình trạng quá tải. Đồng thời, cần đa dạng hóa sản phẩm du lịch theo hướng sinh thái - văn hóa, nhằm phân tán dòng khách và giảm áp lực lên các khu vực nhạy cảm. Vai trò của cộng đồng địa phương cũng đặc biệt quan trọng: việc trao quyền và tăng cường tham gia của người dân trong các hoạt động kinh doanh (homestay, dịch vụ ẩm thực, trải nghiệm văn hóa) không chỉ giúp nâng cao thu nhập mà còn củng cố tính chính danh xã hội cho quản lý điểm đến. Cuối cùng, do dễ bị tổn thương trước biến đổi khí hậu và thiên tai, các đảo nhỏ cần lồng ghép chiến lược thích ứng khí hậu và giảm phát thải carbon vào quy hoạch phát triển, đồng thời thúc đẩy hợp tác quốc tế để tiếp cận nguồn lực tài chính và công nghệ.

**Kết luận:** Nghiên cứu đã xác định và kiểm định bảy yếu tố ảnh hưởng đến QLDDDLBV tại đặc khu Lý Sơn thông qua mô hình hồi quy tuyến tính đa biến. Kết quả cho thấy tất cả các yếu tố đều có tác động tích cực, trong đó thương hiệu cộng đồng, công nghệ và kinh tế là các yếu tố nổi bật. Phát hiện này khẳng định vai trò trung tâm của cộng đồng, chuyển đổi số và nền tảng tài chính trong nâng cao hiệu quả quản trị điểm đến. Đồng thời, nghiên cứu góp phần bổ sung cơ sở lý luận về QLDDDLBV tại các vùng biển đảo có hệ sinh thái biển đa dạng.

### Tài liệu tham khảo:

- Cao, J., Qiu, H., Morrison, A. M., & Guo, Y. (2024). The effect of pro-environmental destination image on resident environmental citizenship behavior. *Land*, 13(7), 1075. <https://doi.org/10.3390/land13071075>
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Global Destination Sustainability Movement. (2024). *Benchmarking methodology 2024*. GDS-Movement. <https://www.gds.earth>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Global Sustainable Tourism Council. (2019). *GSTC destination criteria v2.0*. GSTC. <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hall, C. M. (2011). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: From first- and second-order to third-order change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 649-671.
- Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850-867.
- Israel, G. D. (1992). *Determining sample size* (Fact Sheet PEOD-6). University of Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences.
- Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, 13(1), 69-86. <https://doi.org/10.1177/1470593112467268>
- Mihalčić, T. (2000). Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 65-78.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Methuen.
- UNEP. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. Paris: United Nations Environment Programme & World Tourism Organization.
- UNWTO. (2013). *Sustainable tourism for development guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2015). *Tourism and the Sustainable Development Goals (SDGs)*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2015). *Affiliate Members Global Reports, Volume 11 - Public-Private Partnerships: Tourism Development*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2022). *UNWTO inputs to the 2022 high-level political forum on sustainable development*. UNWTO. <https://www.unwto.org>
- Uslu, A., Alagöz, G., & Güneş, E. (2023). Determinants of residents' support for sustainable tourism development: An empirical study in Midyat, Turkey. *Sustainability*, 15(13), 10013. <https://doi.org/10.3390/su151310013>
- Wheeler, B., Hart, T., & Whysall, P. (2011). Developing sustainable tourism: Stakeholder perspectives. In G. Moscardo & P. Benckendorff (Eds.), *Critical issues in tourism education* (pp. 83-98). London: Routledge.
- Wheeler, F., Frost, W., & Weiler, B. (2011). Destination brand identity, values, and community: A case study from rural Victoria, Australia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(1), 13-26. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.535441>
- Xu, N., & Li, H. (2025). Towards management of sustainable tourism in coastal destinations: Insights from a tourism carrying capacity analysis. *Discover Sustainability*, 6, 168. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-00168-4>
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.