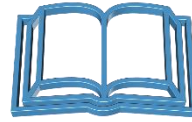




Trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn

---



Khoa Quản Trị Kinh Doanh – 17DKD

# NGHIÊN CỨU KHUYNH HƯỚNG THAY ĐỔI TRONG HÀNH VI VÀ NHU CẦU DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ THUỘC PHÂN KHÚC GEN Y TRONG XÃ HỘI MỚI

**Nhóm thực hiện:**

LƯU MINH QUỐC

TRƯƠNG THỊ NGÂN

LÊ NGUYỄN HOÀNG YẾN VY

NGUYỄN BẠCH YẾN NHI

**Giảng viên hướng dẫn:**

HỒ THIÊN THÔNG MINH

**Thông tin chung:**

Ngày thực hiện: 20/4/2019

Ngày hoàn thành: 23/4/2019

Ngày nộp bài: 23/4/2019

**Đề tài:**

Nghiên cứu xuynh hướng thay đổi trong hành vi và nhu cầu du lịch của giới trẻ thuộc phân khúc gen Y trong xã hội mới

**Từ khóa:**

Thay đổi, hành vi, nhu cầu, du lịch, gen Y, xuynh hướng, xã hội mới

---

**Tóm tắt**

Báo cáo nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích xuynh hướng thay đổi trong hành vi và nhu cầu du lịch của giới trẻ thuộc phân khúc gen Y trong xã hội mới. Dữ liệu trong đề tài được thu thập một cách khách quan qua việc phỏng vấn hơn 100 sinh viên ở Thành phố Hồ Chí Minh nhằm tìm hiểu nhu cầu và thói quen đi du lịch của họ. Kết quả nghiên cứu cho thấy được mô hình du lịch hiện nay đang có sự thay đổi lớn từ việc đi du lịch theo tour truyền thống sang việc đi du lịch tự túc ngày càng nhiều hơn. Do sự ảnh hưởng lớn từ công nghệ, du lịch đã có sự thay đổi rất nhiều, các công ty du lịch truyền thống nếu như không có một giải pháp tốt để phát triển các website và ứng dụng để kết nối với khách hàng thì sẽ sớm không tồn tại được trong xã hội hiện nay. Việc khách hàng ngày càng tiếp xúc nhiều với thiết bị điện tử làm cho các bên thứ 3 rất khó để kiểm soát hành vi mua hàng của họ. Vì thế, nghiên cứu cũng chỉ ra được các phương pháp mà khách hàng tiếp cận thông tin về các địa điểm du lịch sắp tới của mình. Dựa trên những phân tích và đánh giá, nghiên cứu này đề xuất một số khuyến nghị phù hợp cho các công ty lữ hành để đáp ứng được mong muốn ẩn sâu trong du lịch tự túc của khách hàng trong thời gian tới.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch hiện nay đã và đang trở thành một lối sống của con người hiện đại. Với sự ảnh hưởng của nền công nghiệp 4.0, con người đang bước vào một kỷ nguyên đa nhiệm chưa từng có. Khi mà công nghệ là yếu tố làm cho du lịch càng trở nên thuận tiện hơn, nhanh hơn bao giờ hết so với thời điểm trước đây. Du lịch không còn đơn thuần là sự tham quan mà là sự kết nối giữa địa điểm một cách tiện lợi nhất để khám phá, trải nghiệm. Nhiều người hiện nay không còn muốn đi theo tour truyền thống bởi tính ràng buộc của nó, họ chấp nhận bỏ ra một chi phí cao hơn để mua sự thoải mái, sự tự do khám phá và hưởng thụ thời gian của chính mình. Vì vậy du lịch tự túc đang là một phong cách sống mới của giới trẻ hiện nay. Với mô hình tự túc, con người có thể linh hoạt trong vấn đề thời gian, kể cả địa điểm, quán ăn, nơi ở,... và hơn nữa, du lịch tự túc còn là một nghệ thuật, nghệ thuật của sự nhiếp ảnh và nghệ thuật của sự khám phá,... Điều này đã làm thu hút thế hệ trẻ không ít, đặc biệt là thế hệ gen Y – là một phân khúc tiềm năng với khả năng đủ để chi trả cho cuộc sống và là độ tuổi cực kỳ ham thích đi du lịch để khám phá và chụp ảnh. Nói đến du lịch tự túc – đang là một cơn sốt của giới trẻ qua việc thích đi “phượt”, thì các công ty du lịch truyền thống bắt đầu bước vào một khó khăn cực lớn trong việc khách hàng của mình đã không còn hứng thú với việc bị ràng buộc trong một lịch trình nào đó.

Hơn nữa việc hiện nay giới trẻ rất thích tạo nên những “bão trào lưu” thì du lịch lại chuyển sang một hướng đi mới. Giới trẻ thích tự mình “đào” ra những nơi ở địa điểm mà mình đang đi, thích tự mình tạo nên một phong cách mới. một địa điểm mới bằng cách chụp hình lại và đăng những dòng trạng thái trên mạng xã hội khi họ đi du lịch. Cho nên việc nắm bắt được tâm lý và sở thích của họ rất khó khăn. Nhận ra được những thiếu sót trong vấn đề, đề tài “Nghiên cứu khuynh hướng thay đổi trong hành vi và nhu cầu du lịch của giới trẻ thuộc phân khúc gen Y trong xã hội mới” được thực hiện nhằm mục đích đánh giá và đưa ra số liệu thiết thực cho thấy việc thay đổi

quá trình đưa ra quyết định đi du lịch của giới trẻ, bên cạnh đó để các công ty du lịch có cái nhìn tổng quan về sự thay đổi hành vi và mức độ quan tâm du lịch tự túc của gen Y, từ đó có các giải pháp và chiến lược hợp lý và hiệu quả để bắt được mong muốn ẩn sâu trong thế hệ trẻ hiện nay.

## **2. CƠ SỞ LÝ LUẬN**

### **A. Nhu cầu du lịch**

#### **a. Nhu cầu**

Nhu cầu là cảm giác “thiếu” một cái gì đó mà con người có khả năng cảm nhận được, là một trạng thái tâm lý mà vào lúc đó con người đòi hỏi, mong muốn được thỏa mãn về vật chất hoặc lẫn cả tinh thần. Nhu cầu là điều tối thiểu thúc đẩy con người tồn tại và phát triển, quá mỗi quá trình phát triển của xã hội, nhu cầu của con người ngày càng tăng cao. Mỗi cá nhân đều có những nhu cầu, từ cần thiết đến riêng biệt, do vậy mà nhu cầu của mỗi người đều khác nhau, biến hóa không ngừng. Trong rất nhiều nghiên cứu, Maslow đã đưa ra được tháp nhu cầu, với sự phân tích cặn kẽ các trạng thái tâm lý về nhu cầu sống của con người, Maslow (1943) cho rằng cấp bậc nhu cầu của con người được chia từ thấp đến cao thành 5 bậc như sau: nhu cầu sinh lý (ăn, uống, thở, mặc...); nhu cầu an toàn (được che chở, bảo vệ,...); nhu cầu xã hội (tình yêu, tình bạn,...); nhu cầu được tôn trọng (địa vị, uy tín,...), và nhu cầu tự khẳng định mình. Tuy nhiên sau đó nhu cầu con người lại càng phát triển phức tạp hơn, Maslow (1970-1990) đã bổ sung thêm cho học thuyết của mình với 3 cấp bậc nhu cầu cao hơn: nhu cầu về nhận thức; nhu cầu về thẩm mỹ, và cuối cùng là sự siêu nghiệm.

#### **b. Nhu cầu du lịch**

Theo như Vòng Quanh Đất Việt Blogspot, nhu cầu du lịch là sự mong muốn của con người đi đến một nơi khác với nơi ở thường xuyên của mình để có được những xúc cảm mới, trải nghiệm

mới, hiểu biết mới, để phát triển các mối quan hệ xã hội, phục hồi sức khỏe, tạo sự thoải mái dễ chịu về tinh thần.

Nhu cầu du lịch khác với nhu cầu của khách du lịch. Nhu cầu du lịch không phải là nhu cầu cơ bản, do vậy, nhu cầu du lịch chỉ được thoả mãn trong những điều kiện nhất định, đặc biệt là điều kiện về kinh tế, kỹ thuật, xã hội... còn nhu cầu của khách du lịch là những mong muốn cụ thể của khách du lịch trong một chuyến du lịch cụ thể, nó bao gồm: nhu cầu thiết yếu, nhu cầu đặc trưng và nhu cầu bổ sung.

Như vậy nghiên cứu xoay quanh việc tìm hiểu hành vi và nhu cầu du lịch của giới trẻ thuộc phân khúc gen Y trong xã hội mới bao gồm việc nghiên cứu thời gian, mục đích, hình thức, phương tiện, địa điểm, thói quen, sở thích, quá trình đưa ra quyết định, phương pháp tiếp cận thông tin, cũng như các dịch vụ cần có khi thực hiện chuyến du lịch.

## **B. Gen Y**

### **a. Định nghĩa**

Thế hệ Millennials hay còn gọi là thế hệ Y, khái niệm dùng để chỉ những người sinh ra trong khoảng thời gian từ 1980 đến những năm đầu thập niên 2000 (18-35 tuổi). Họ là thế hệ đầu tiên sinh ra trong kỷ nguyên Internet, họ kết nối với nhau và với thế giới 24 giờ một ngày và thường không có niềm tin vào các quy chuẩn và hệ thống xã hội mạnh mẽ như thế hệ ông bà và thậm chí là cha mẹ họ. Gen Y có tính yêu bản thân mình nhiều hơn so với các thế hệ trước, điều này có thể giải thích vì sao thế hệ này thường rất thích đi du lịch, hơn nữa với khả năng đủ chi trả cho tài chính, khiến việc đi đâu đó để giải trí cho bản thân họ càng dễ dàng hơn.

## **b. Tiềm năng trong du lịch**

Sự nổi lên của nhóm Millennials, họ trở thành một nhóm khách hàng quan trọng nhất và vì vậy, toàn bộ ngành du lịch đều phải có những điều chỉnh để thay đổi, thích nghi và phục vụ nhu cầu của nhóm này. Cũng cần phải lưu ý rằng, Millennials là một thế hệ rất quan tâm đến sự phát triển bền vững và du lịch có trách nhiệm. Thay vì tập trung vào du lịch tiện nghi, nhóm Millennials có xu hướng hướng đến những trải nghiệm thật về văn hóa, gần gũi với thiên nhiên và đời sống của những người dân bản địa. Họ cũng ưa chuộng những sản phẩm thân thiện với môi trường, giàu hàm lượng văn hóa và sẵn sàng trả giá cao cho những sản phẩm có hàm lượng giá trị cao chân thực này.

## **3. MỘT SỐ LOẠI HÌNH DU LỊCH PHỔ BIẾN**

### **a. Du lịch theo tour**

Du lịch theo tour (Danatravel) bao gồm nhiều dịch vụ cùng nhau hỗ trợ thực hiện một chuyến du lịch cho khách du lịch thông qua các đại lý du lịch hoặc công ty du lịch. Nó bao gồm nhiều dịch vụ như: Xe đi lại, khách sạn, hướng dẫn viên, ăn uống....Các tour du lịch có thể ngắn hoặc dài về thời gian và khoảng cách địa lý. Chúng có thể là tour du lịch 1 ngày hoặc cũng có thể là một khoảng thời gian trong tháng hoặc hơn.

### **b. Du lịch tự túc**

Theo wikipedia định nghĩa, du lịch tự túc là loại hình du lịch thường được các cá nhân hay một nhóm nhỏ áp dụng. Hình thức này phù hợp cho việc khám phá thiên nhiên và trải nghiệm cuộc sống thường ngày của dân địa phương. Hoàn toàn khác với hình thức "đi tour", du khách sẽ bị bó buộc trong một không gian và phải bị giới hạn thời gian lịch trình của của chuyến tour. Tự đi, tự

ăn - ở mà không cần thông qua 1 công ty lữ hành nào hết. Bản thân sẽ là người chủ động trong chuyến đi. Hành trang gồm quần áo, bản đồ, điện thoại, tài khoản ngân hàng và 1 ít tiền mặt, dụng cụ cá nhân, thuốc, dầu. Quan trọng nhất là phải biết ít nhiều về nơi mà bản thân muốn đi du lịch : văn hóa, tôn giáo, dân tộc...

**c. Tiêu chí khi đi 2 loại hình du lịch trên**

TOUR	TỰ TỨC
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Đảm bảo an toàn</li> <li>➤ Tiết kiệm thời gian và chi phí</li> <li>➤ Tìm hiểu thông tin có hệ thống</li> <li>➤ Thích thăm thú và giao lưu với nhiều người</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nghỉ dưỡng ngắn ngày</li> <li>➤ Muốn khám phá bản thân, thích đối diện với thử thách</li> <li>➤ Mục đích thích đâu đi đó</li> <li>➤ Những con người năng động</li> <li>➤ Có điều kiện: xe riêng, tiền bạc,...</li> </ul>

Dựa trên những tiêu chí này mà 2 loại hình du lịch này có sự khác biệt rất lớn, so với hình thức du lịch tự túc, du lịch theo tour có ưu thế ở chỗ đã có nhà tour thu xếp, bảo đảm mọi việc cho khách hàng. Các công ty du lịch dựa trên kinh nghiệm và trình độ từng trải của mình cũng như các mối liên kết dịch vụ sẽ sắp đặt cho du khách những dịch vụ cơ bản tùy chọn hoặc trọn gói theo nhu cầu của khách. Ngược lại, du lịch tự túc đòi hỏi bản thân chúng ta phải chi trả rất nhiều thứ: tiền bạc, thời gian,... để đòi lấy sự tự do và đam mê.

## 4. YẾU TỐ CHÍNH TÁC ĐỘNG ĐẾN HÀNH VI DU LỊCH CỦA THẾ HỆ GEN Y

### Sự bùng nổ của Internet và kỹ thuật 4.0

Theo điều tra mới nhất tại Việt Nam có hơn 47.7 triệu người đang dùng Internet để tìm kiếm thông tin về dịch vụ, địa điểm khám phá mới cùng các dịch vụ khác như một thói quen cố định. Không chỉ vậy, tỷ lệ khách hàng sử dụng smartphone còn tăng chóng mặt, mục đích cũng chính là tìm kiếm thông tin và phương tiện đi lại...Tuy nhiên, các công ty lữ hành tại Việt Nam lại chưa nắm bắt chắc chắn cơ hội ở những tiềm năng đó để khai thác triệt để, kể cả các đại diện hàng đầu.

Theo thống kê mới thì các website tại Việt Nam còn mất rất nhiều thời gian để load và tốc độ chỉ mức trung bình, 53% khách hàng sẽ rời bỏ một website nếu tốc độ tải vượt quá 3s. Vì thế, vấn đề này cần phải cải thiện gấp.

Ông Trịnh Quang Trung chia sẻ rằng: Nếu bất kỳ một doanh nghiệp đang kinh doanh về lữ hành nào, muốn thu hút nhiều người tiêu dùng tại Châu Á thì nhất định phải có sự hiện diện của nền tảng di động, phải có sự trải nghiệm tốt để giành lấy cơ hội và lợi thế lớn với các đối thủ cạnh tranh khác. "Có nền tảng di động, cơ hội để các doanh nghiệp lữ hành nhờ tại Việt Nam sẽ có cơ hội tìm được nhiều khách hàng tiềm năng hơn trên toàn thế giới., không cần phải du chuyển chỗ ở." Đó chính là lý do mà Google đã tận dụng tối đa và tạo điều kiện xây dựng các chương trình để doanh nghiệp VN có thể sử dụng và áp dụng trên nền tảng di động này.



Do vậy, khi bắt đầu xây dựng website du lịch cần chú ý đến hình thức giao diện, tối ưu trên thiết bị di động, mang lại giá trị cho khách hàng và tạo ra những nội dung không có giá trị cần thiết.

Nguồn: <https://hoidulich.com/hoi-du-lich-tin-tuc-va-su-kien/thi-truong-du-lich-truc-tuyen-o-viet-nam-thay-doi-nhu-the-nao/>

Công nghệ 4.0 thực sự đã tạo ra “điểm chạm” không thể ngờ đến khi thông tin, hình ảnh tại điểm du lịch có thể nhanh chóng được chia sẻ cho tất cả mọi người ở mọi nơi mọi lúc, kích thích nhu cầu của dân đam mê du lịch và tạo ra nhu cầu khám phá, tìm hiểu điểm đến.

Từ những bức hình, bài viết hay thông tin được “share”, “like” qua Facebook, các địa điểm du lịch nổi tiếng, mới lạ với chất lượng dịch vụ tốt thông qua công nghệ 4.0 có thể nhanh chóng tạo thành hiệu ứng đám đông, nhanh chóng gây dựng thương hiệu cho điểm đến, thậm chí đó còn là thương hiệu mang tầm vóc, quy mô toàn cầu.

## 5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

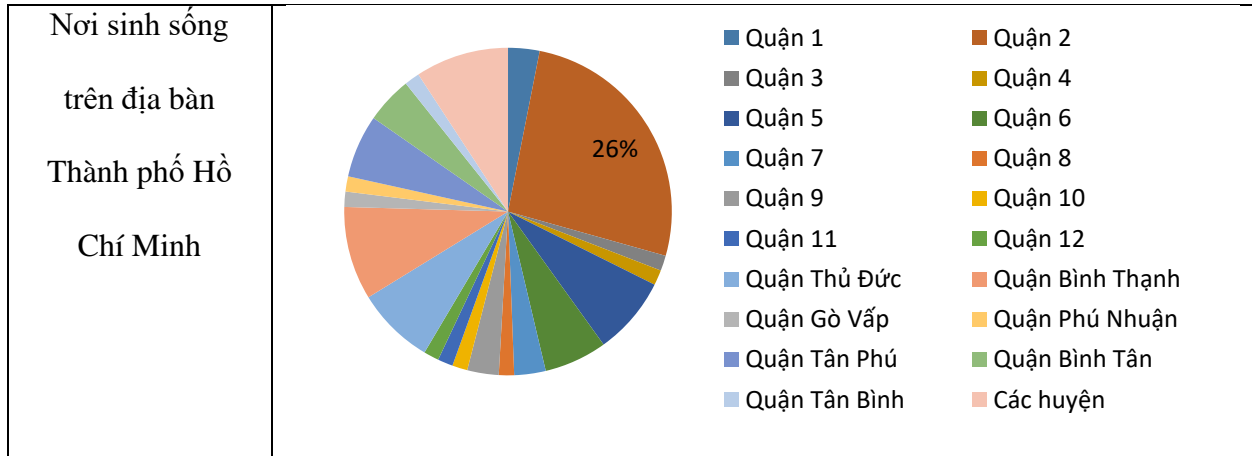
Dữ liệu sơ cấp được tổng hợp thực tế từ việc phỏng vấn trực tuyến hơn 100 khách hàng ở TPHCM. Ngoài ra nghiên cứu này còn thu thập một số dữ liệu từ Internet, thông tin có liên quan đến du lịch.

Nghiên cứu chủ yếu được phân tích trực tiếp, qua đó tác giả có thể đánh giá, suy luận nhằm đề xuất khuyến nghị phù hợp cho các công ty lữ hành để đáp ứng nhu cầu du lịch của khách hàng.

## 6. KẾT QUẢ VÀ NGHIÊN CỨU

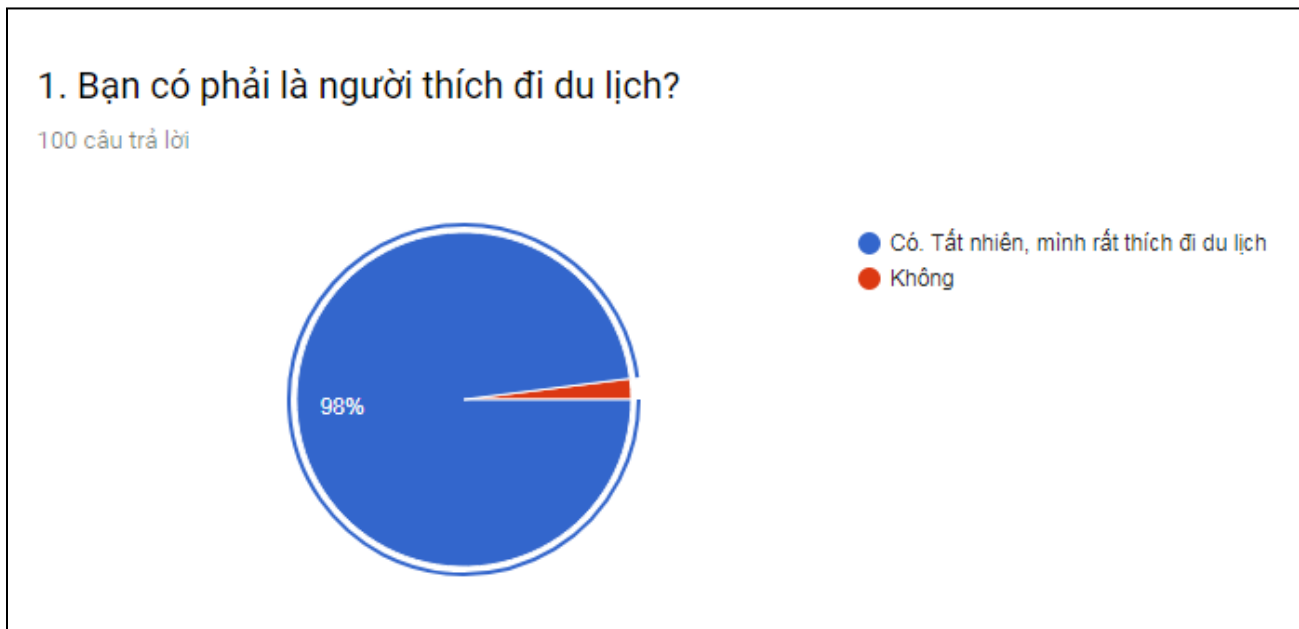
Dựa trên thông tin thu thập được từ cuộc khảo sát 100 người thuộc nhóm thế hệ Millennials (hay còn gọi là gen Y- những người trẻ sinh từ giữa năm 1990 đến đầu những năm 2000) sinh sống tại tất cả các khu vực trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, do nhóm MESSY thực hiện cho ra kết quả rằng:

Số lượng tham gia khảo sát	100 người
Độ tuổi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dưới 18 tuổi</li> <li>18 - 25 tuổi</li> <li>25 - 30 tuổi</li> <li>Trên 30 tuổi</li> </ul>
Trình độ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Học sinh 12%</li> <li>Sinh viên 59%</li> <li>Đã đi làm 29%</li> </ul>
Thu nhập trung bình một tháng	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chưa có thu nhập cá nhân</li> <li>1-5 triệu VND</li> <li>5-10 triệu VND</li> <li>trên 10 triệu VND</li> </ul>



Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019

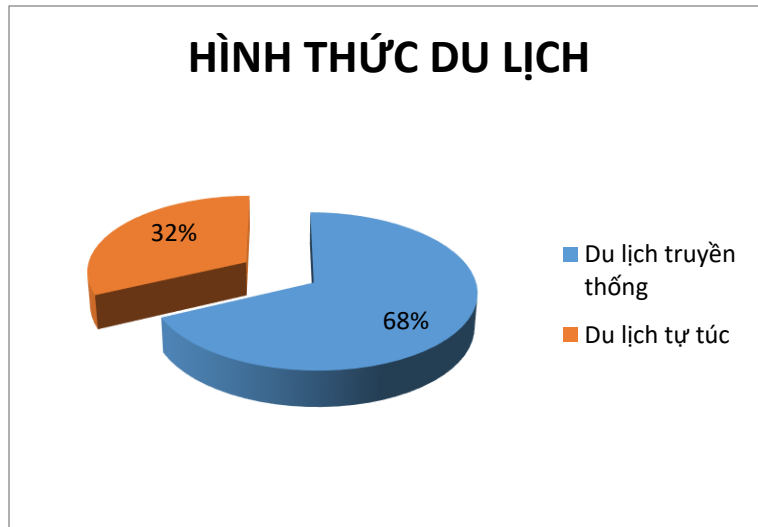
Hầu hết đa số những người tham gia khảo sát đều có sở thích đi du lịch



Hình 1: Số người có sở thích du lịch tại TP.HCM

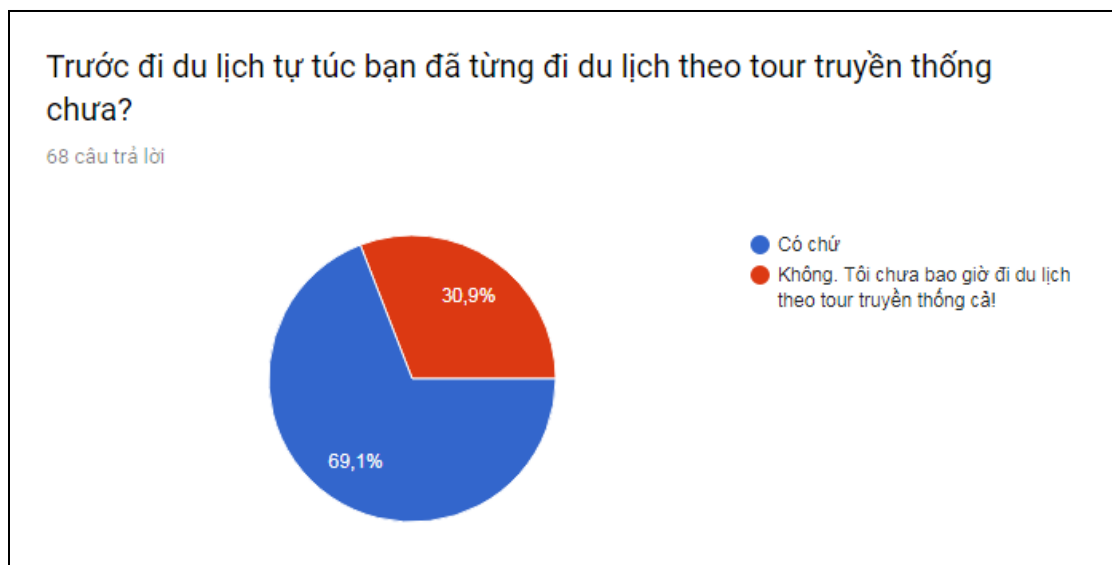
Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019

Có 68% trong số 100 người ưa thích hình thức du lịch tự túc. Tuy nhiên, vấn đề ở đây là họ cũng là những cá nhân đã từng trải nghiệm qua du lịch theo hình thức truyền thống thông qua các công ty du lịch trước đây.



Hình 2: Số người ưa chuộng hình thức du lịch truyền thống và du lịch tự túc tại TP.HCM

*Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019*



Hình 3: Số người đã chuyển từ du lịch truyền thống sang du lịch tự túc tại TP.HCM

*Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019*

**Vậy đâu là nguyên nhân dẫn đến sự thay đổi hành vi của nhóm khách du lịch này?**

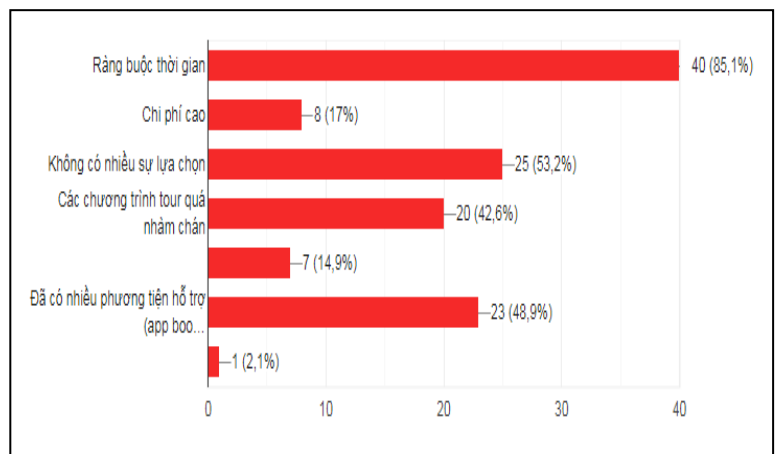
**1. Sự thay đổi hành vi du lịch của thế hệ gen Y tại TP.HCM**

**1.1. Nguyên nhân của sự thay đổi:**

Theo khảo sát trong phạm vi 100 người, những lý do tiêu biểu mà họ đưa ra để lý giải cho việc ngừng việc đi du lịch theo tour và chuyển sang du lịch tự túc là do một số mặt hạn chế của hình thức du lịch theo tour truyền thống:

- Ràng buộc về thời gian
- Chi phí cao
- Không có nhiều sự lựa chọn theo ý muốn cá nhân
- Các chương trình tour thường gây nhàm chán

Bên cạnh đó có đến 48.9% người tham gia khảo sát cho rằng hiện nay đã có rất nhiều các phương tiện hỗ trợ cho việc đi du lịch tự túc giúp cho quá trình du lịch diễn ra dễ dàng hơn nên việc để đi theo các tour du lịch mà các công ty du lịch sắp xếp sẵn không còn thực sự quá cần thiết nữa.



Hình 4: Những lý do của sự thay đổi từ du lịch truyền thống sang du lịch tự túc của người dân TP.HCM

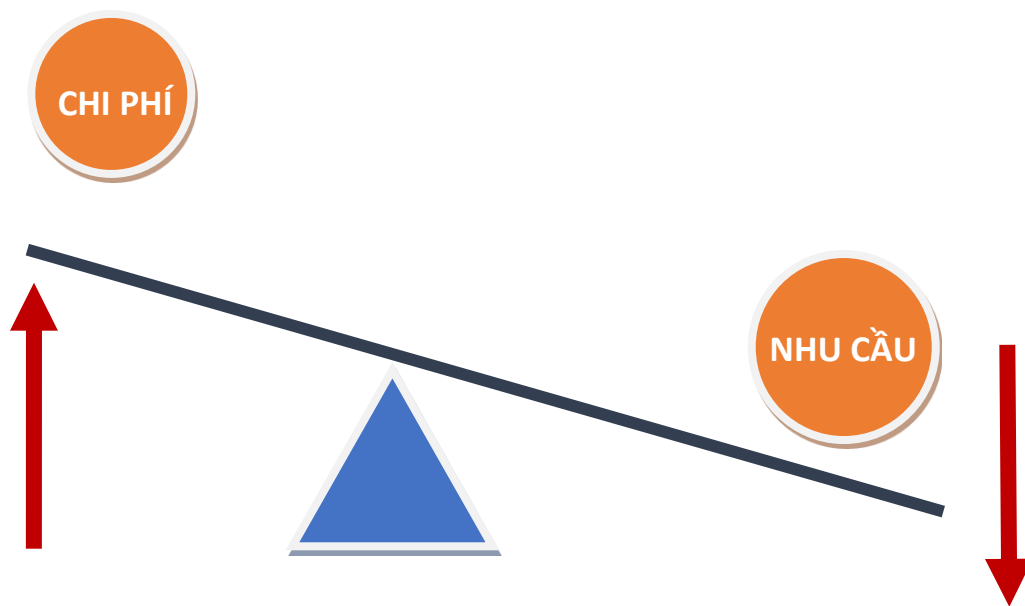
*Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019*

## **1.2. Các yếu tố tác động:**

Khi được hỏi “Theo bạn, 3 điều gì sẽ khiến cho chuyến du lịch của bạn trở nên tuyệt vời?”, 46% người tham gia khảo sát của nhóm MESSY đã trả lời rằng những yếu tố tác động trực tiếp đến chuyến du lịch của họ là:

### **1.2.1. Chi phí:**

Một trong những vấn đề được quan tâm, cân nhắc nhiều nhất trong quá trình đưa ra quyết định thực hiện một chuyến du lịch của hầu hết rất nhiều người. Bởi vì mỗi người đều có mức thu nhập và khả năng chi trả khác nhau. Ai cũng muốn có một chuyến du lịch tốt nhất nhưng các chi phí phải là thấp nhất. Chi phí trong hoạt động du lịch thường bao gồm chi phí đi đến địa điểm du lịch (chi phí di chuyển) và chi phí cho các hoạt động tại địa điểm du lịch (chi phí cho cơ sở lưu trú, dịch vụ ăn uống, vui chơi, giải trí, mua sắm và các chi phí phát sinh khác). Du lịch chỉ là một lựa chọn trong hàng loạt các hình thức giải trí của con người. Tuy nhu cầu giải trí- nghỉ ngơi- thư giãn nằm ở bậc nhu cầu căn bản nhất của con người nhưng du lịch không phải là hình thức giải trí duy nhất. Một người công nhân xây dựng với mức thu nhập dưới 5 triệu đồng một tháng thì bỏ 7-10 triệu đồng vào một chuyến du lịch đi Vũng Tàu thì quả là một điều xa xỉ. Tuy nhiên, nếu cùng một chuyến đi đến Vũng Tàu nhưng chi phí chỉ dưới 1 triệu đồng thì người công nhân đó có thể chi trả được. Vì vậy, ta có thể thấy nhu cầu về du lịch của một người sẽ tác động nghịch chiều với chi phí bỏ ra. Tức là chi phí cho chuyến đi càng cao thì nhu cầu du lịch sẽ giảm.



Hình 5: Mô hình mô tả tác động nghịch chiều giữa nhu cầu và chi phí du lịch

### 1.2.2. Địa điểm du lịch:

Cốt lõi của việc du lịch là sự thích được khám phá nhưng điều mới mẻ của con người. Chính vì vậy một địa điểm du lịch có thể gây ấn tượng của du khách cần bao gồm những yếu tố nhất. Tính hấp dẫn là một trong những yếu tố quan trọng để đánh giá tài nguyên du lịch và xây dựng hình ảnh của điểm đến du lịch.

Theo các nhà nghiên cứu đã chỉ ra các nhân tố tạo nên tính hấp dẫn của điểm đến du lịch bao gồm: sự hấp dẫn; các tiện nghi; cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ vận chuyển; dịch vụ khách sạn. (Anh, 2016).

### 1.2.3. Yếu tố công nghệ:

Yếu tố công nghệ ở đây được nhắc đến như một công cụ không thể thiếu cho du khách khi đi du lịch. Hiện nay, con người sử dụng công nghệ như một thói quen không thể thiếu mỗi ngày. Tất cả mọi hoạt động đều được đơn giản hóa và cá nhân hóa ngay trên chính chiếc điện thoại di động, một vật dụng không thể thiếu đối với mọi người trong thời đại công nghệ 4.0.

Theo thống kê của Trekksoft, 65 thống kê thị trường khách hàng du lịch quan trọng nhất giai đoạn 2017 – 2018, cho thấy rằng:

- Có đến 70% khách hàng đã nghiên cứu thông tin về chuyến du lịch bằng smartphone của mình.
- 50% trong 1000 khách du lịch đã khám phá ra những công ty du lịch mới khi họ lướt di động.
- 79% khách du lịch hoàn tất đặt tour trên di động
- Các thế hệ trẻ hơn có xu hướng booking online (Trekksoft, 2018)

Vì vậy, trong ngành du lịch, công nghệ là một công cụ không thể thiếu trong việc thu hút sự chú ý của du khách trong cuộc sống hiện đại ngày nay. Công nghệ giúp cho việc di chuyển từ nơi này đến nơi khác được diễn ra dễ dàng, nhanh chóng hơn; đồng thời, nâng cao tốc độ quảng bá sự kiện đến khách hàng, giúp họ tiết kiệm được thời gian tìm kiếm thông tin. Qua đó, chúng ta có thể nhìn nhận công nghệ là một nhân tố quan trọng trong việc gia tăng mong muốn đi du lịch.



## 2. Nhu cầu du lịch tự túc của du khách thuộc thế hệ gen Y tại TP.HCM:

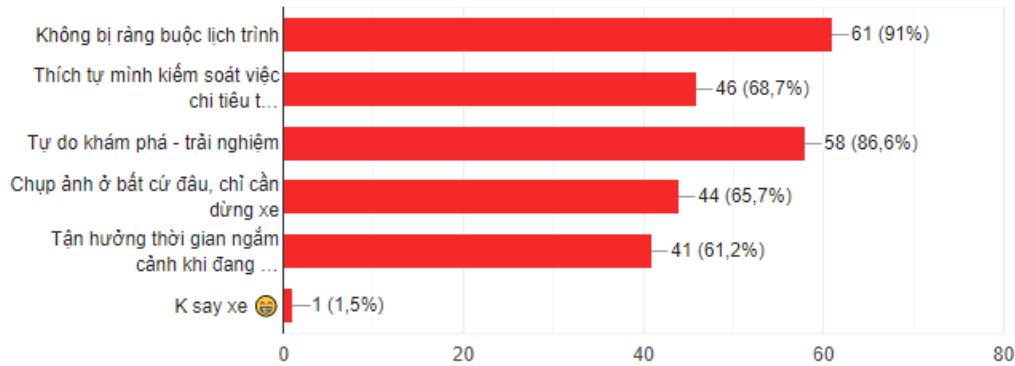
### 2.1. Lý do lựa chọn hình thức du lịch tự túc:

Lý do để du khách lựa chọn hình thức du lịch tự túc cũng chính là bởi những yếu tố tiện lợi mà nó mang lại. Đối với những du khách thuộc thế hệ gen Y, đi du lịch không chỉ để thư giãn, nghỉ ngơi mà còn là để khám phá những điều mới mẻ. Qua đó, họ ngầm thể hiện phong cách sống phóng khoáng, yêu thích tự do và ham học hỏi, tìm tòi những gì mà họ chưa được trải nghiệm qua. Thế hệ gen Y cũng là thế hệ được tiếp xúc, sinh sống và làm việc cùng công nghệ đầu tiên. Họ am hiểu về công nghệ mà biết cách dùng nó để phục vụ cho cuộc sống của mình. Chính vì thế, không quá khó để họ lên kế hoạch và “xách ba lô lên và đi” chỉ với một chiếc điện thoại thông minh trong tay.

Ở thời đại mà cả thế giới đều được thu bé lại chỉ với một chiếc điện thoại thông minh, máy tính bảng hoặc máy tính, và đặc biệt là đối với thế hệ trẻ như gen Y thì việc du lịch tự túc là hoạt động vừa đơn giản vừa thú vị. Bởi vì:

- Mọi lộ trình đều không bị ràng buộc về thời gian: chính tay mình lên kế hoạch và tận hưởng cùng với những người bạn, những người thân thiết nhất.
- Có thể tiết kiệm một số chi phí: như cơ sở lưu trú, địa điểm ăn uống. Xu hướng hiện nay các bạn trẻ ưa chuộng xu hướng du lịch bụi: thích ở homestay thay vì khách sạn, thích trải nghiệm ẩm thực đường phố địa phương hơn là những nhà hàng cao cấp,... Vì vậy mà các chi phí ăn- ở khi đi du lịch tự túc sẽ rẻ hơn rất nhiều so với du lịch trọn gói.

- Chủ động trong bất kì hoạt động nào: nhờ vậy mà một chuyến đi tự túc mang lại nhiều trải nghiệm cho du khách bởi sự gần gũi với văn hóa địa phương tại địa điểm du lịch đó một cách chân thật nhất.



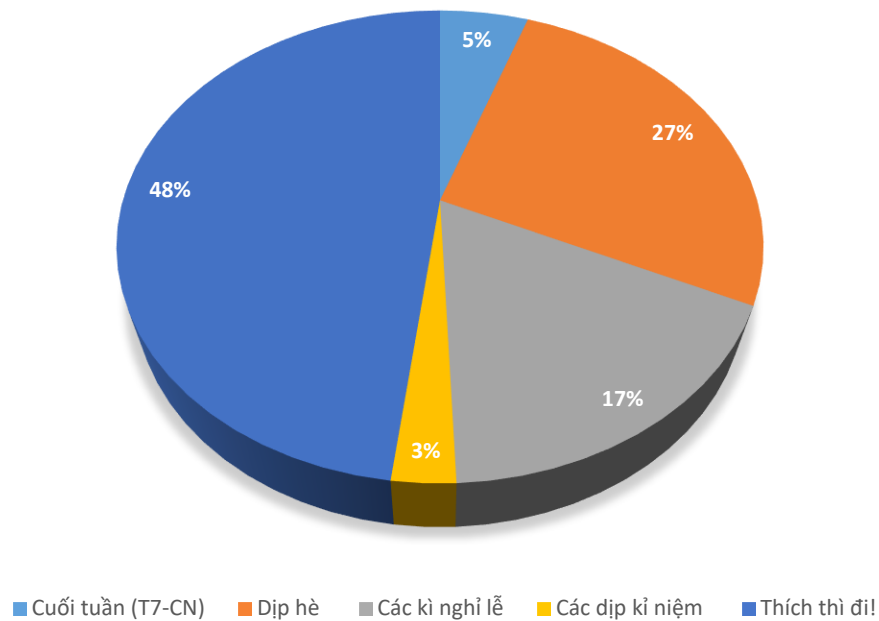
Hình 6: Lý do lựa chọn hình thức du lịch tự túc

*Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019*

## 2.2. Thời điểm mong muốn tham gia du lịch tự túc:

Những người trẻ thường không thích theo bất kì một khuôn khổ nào, ngay cả việc du lịch cũng không ngoại lệ. Thời điểm mà 100 đáp viên đã lựa chọn nhiều nhất để đi du lịch tự túc là vào các kì nghỉ lễ (với 17%), nghỉ hè (với 27%) và đặc biệt là đi tùy ý muốn (với 48%). Các dịp lễ và hè là khoảng thời gian “vàng” trong ngành du lịch hằng năm. Thời điểm này không chỉ có những bạn trẻ thích du lịch mà các gia đình cũng ưa chuộng những khoảng thời gian này để tận hưởng cùng nhau.

Điều đáng chú ý ở đây là việc đi du lịch tùy ý muốn của các bạn thuộc thế hệ gen Y. Họ muốn tận hưởng một chuyến du lịch theo cách riêng và khoảng thời gian trống riêng của họ. Vì vậy, thời điểm chính xác diễn ra các chuyến đi tự túc nhiều nhất là không thể xác định một cách rõ ràng được.

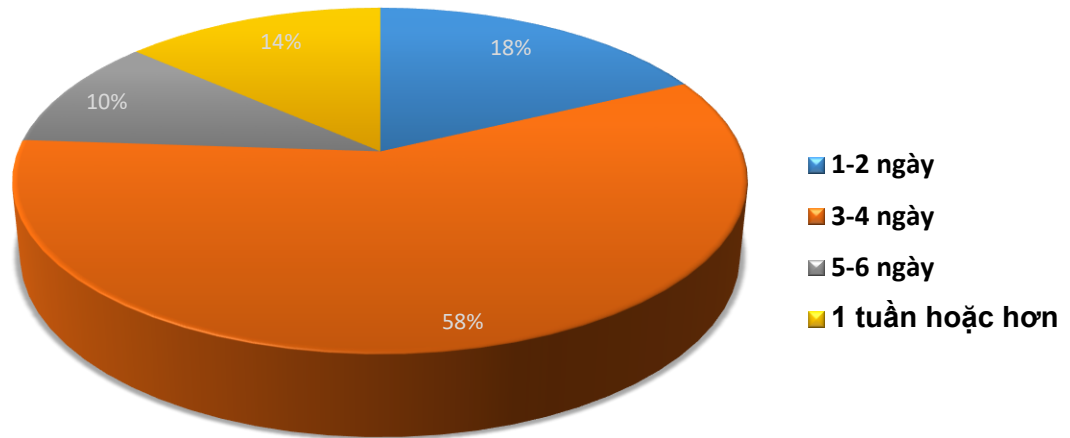


Hình 7: Thời điểm mong muốn tham gia du lịch tự túc

*Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019*

### 2.3. Khoảng thời gian mong muốn tham gia du lịch tự túc:

Ta có thể thấy rằng khoảng thời gian được đáp viên lựa chọn nhiều nhất là 3-4 ngày với 58%. Bên cạnh đó, những chuyến đi ngắn 1-2 ngày được 18% người quan tâm. Như vậy, với tính chất đa số công việc và độ dài của các kì nghỉ trong năm thì thời gian từ 3-4 ngày trong một chuyến du lịch là hoàn toàn hợp lý.

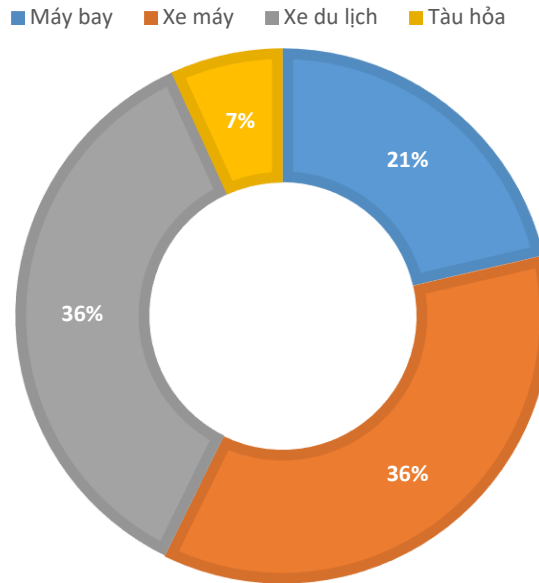


Hình 7: Khoảng thời gian mong muốn tham gia du lịch tự túc

*Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019*

#### **2.4. Phương tiện lựa chọn khi tham gia du lịch tự túc:**

Với khoảng thời gian trung bình cho một chuyến du lịch tự túc là 3-4 ngày (như khảo sát trên) thì những địa điểm du lịch gần Thành phố Hồ Chí Minh đang được các bạn trẻ rất quan tâm. Phương tiện di chuyển đến các địa điểm ấy thường không quá tốn kém. Vì vậy, có đến 36% người chọn xe máy và xe du lịch là phương tiện tốt nhất, chi phí tiết kiệm nhất cho chuyến du lịch tự túc của mình.



Hình 8: Phương tiện lựa chọn khi tham gia du lịch tự túc

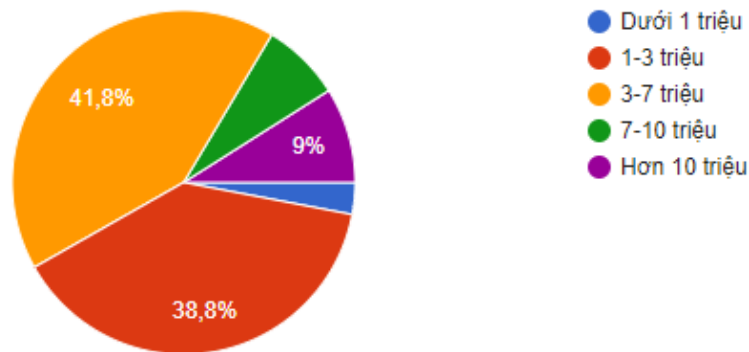
*Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019*

### 2.5. Tổng chi phí sẵn sàng bỏ ra cho một chuyến du lịch tự túc:

Nhóm thế hệ Millennial cũng được chia ra hai phân khúc bao gồm:

- 18-22: Những người còn đang đi học, chưa có khả năng tự chủ về tài chính. Nguồn thu nhập chính của họ chủ yếu là từ gia đình cung cấp hoặc từ những công việc làm thêm.
- 23-30: Đây là nhóm người đã có việc làm, độc lập về tài chính. Họ cũng là đối tượng tiềm năng cho thị trường du lịch Việt Nam bởi vì với thu nhập căn bản mỗi tháng, họ có thể chi tiêu nhiều hơn cho những hoạt động du lịch.

Với mức thu nhập trung bình hằng tháng của cả hai phân khúc thuộc thế hệ gen Y thì tổng chi phí sẵn sàng chi cho một chuyến du lịch sẽ dao động từ 1 đến 7 triệu đồng. Đây cũng là mức chi phí hợp lý mà du khách có thể tìm kiếm các tour du lịch trọn gói từ các công ty du lịch cũng như những chuyến du lịch tự túc dễ dàng.



Hình 9: Tổng chi phí sẵn sàng bỏ ra cho một chuyến du lịch tự túc

*Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019*

## 2.6. Những loại hình du lịch mà du khách mong muốn được trải nghiệm trong chuyến du lịch tự túc:

Trên thực tế, du lịch Việt Nam vẫn đang có nhiều tiềm năng, những lợi thế du lịch chỉ được khai thác ở mức độ cơ bản. Tuy vậy, với những bước thử nghiệm về các loại hình du lịch mới, du lịch Việt Nam bước đầu đã gặt hái được những thành công đáng kể (6 LOẠI HÌNH DU LỊCH TẠI VIỆT NAM ĐANG RẤT ĐƯỢC YÊU THÍCH, 2017). Một số loại hình du lịch mà các đáp viên quan tâm đến là:

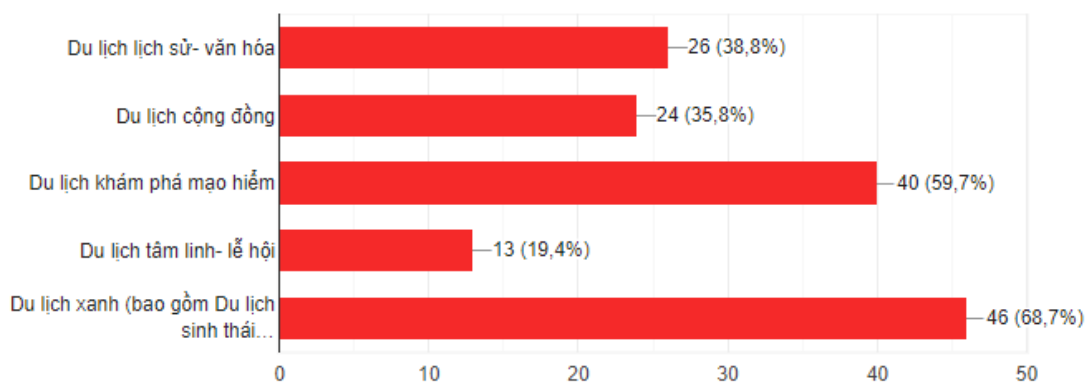
- Du lịch lịch sử- văn hóa (38.8%): Loại hình này thu hút những người mà mối quan tâm chủ yếu của họ là truyền thống lịch sử, phong tục tập quán, nền văn hóa nghệ thuật... của điểm đến. Những du khách này sẽ viếng thăm các viện bảo tàng, nghỉ tại các quán trọ đồng quê, tham dự các lễ hội truyền thống và các

sinh hoạt văn hóa nghệ thuật dân gian của địa phương. Du lịch lễ hội, du lịch hoa: điển hình như Festival Huế, Festival hoa Đà Lạt, hội chùa Hương, hội Lim, tết cổ truyền... Với loại hình du lịch này du khách có thể vừa tham quan vừa kết hợp du lịch văn hóa.

- Du lịch cộng đồng (35.8%): Hấp dẫn những người mà đối với họ sự tiếp xúc, giao lưu với những người khác là quan trọng nhất. Đối với một số người khi được đồng hành với các thành viên của một nhóm xã hội trong các tour du lịch cũng làm họ thoải mái, hài lòng. Một số người khác tìm kiếm cơ hội được hòa nhập với cư dân bản xứ ở điểm đến. Hình 10: Những loại hình du lịch mong muốn được trải nghiệm
- Du lịch khám phá mạo hiểm (59.7%): Loại hình du lịch này thu hút khách bằng một hoạt động xác định trước và thách thức phải hoàn thành trong chuyến đi, trong kỳ nghỉ của họ. Thu hút những người ham mê thể thao để nâng cao thể chất, sức khỏe. Tham gia chơi các môn thể thao như quần vợt, đánh gôn, bóng chuyền bãi biển, lướt sóng, trượt tuyết, đi xe đạp đường trường... là những ví dụ cho các hoạt động phù hợp với loại hình du lịch này.
- Du lịch tâm linh- lễ hội (19.4%): thỏa mãn nhu cầu tín ngưỡng đặc biệt của những người theo các đạo phái khác nhau. Nó bộc lộ trong các cuộc hành hương đến những nơi có ý nghĩa tâm linh hay những địa điểm tôn giáo được tôn kính. Đây là loại hình du lịch lâu đời nhất và vẫn còn phổ biến đến ngày nay.
- Du lịch xanh (68.7%): Gần đây du lịch hướng về thiên nhiên trở thành một xu hướng chung không chỉ ở Việt Nam mà còn cả trên thế giới. Hình thức du lịch

này gần gũi, đồng thời có thể phát huy hết vai trò của yếu tố thiên nhiên, lợi thế tự nhiên của một quốc gia.

- ✓ Du lịch sinh thái: các khu du lịch sinh thái nổi tiếng của Việt Nam có thể kể đến như Nhà vườn Huế, bãi biển Lăng Cô, rừng Cúc Phương, hồ Ba Bể, vườn quốc gia Cát Tiên, U Minh Thượng, U Minh Hạ...
- ✓ Du lịch nghỉ dưỡng và chữa bệnh: tắm nước khoáng Kim Bôi – Hòa Bình, nhà nghỉ ở Phan Thiết, Nha Trang, châm cứu ở Hà Nội...



Hình 10: Những loại hình du lịch du khách mong muốn được trải nghiệm

Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh , năm 2019

## 2.7. Bất cập trong du lịch tự túc:

Du lịch tự túc nghĩa là bạn tự làm hết các khâu A, B, C... đến Z, nghĩa là bạn sẽ tự đặt vé máy bay, vé tàu, phải biết cách sử dụng trang web đặt vé của hãng vận chuyển hoặc sử dụng một dịch vụ du lịch để được trợ giúp, lời khuyên và đặt vé/phòng giá rẻ... Bạn sẽ tự tìm chỗ ăn ngon, tìm chỗ ăn nổi tiếng tại nơi du lịch... cũng như thông tin các điểm tham quan du lịch và lựa chọn,



---

sắp xếp theo ưu tiên và điều kiện cho phép. Bạn còn phải tự đặt phòng khách sạn và chọn lựa nơi địa điểm khách sạn theo ý thích của mình. Đồng thời tự chuẩn bị các giấy tờ cần thiết - một kỹ năng sống không chỉ áp dụng trong du lịch mà còn hữu ích cho cả về các khía cạnh khác như du học, công tác... (Khê, 2018)

Tuy nhiên đó là một quá trình không phải là dễ dàng vì có những bất cập mà các các đáp viên trong khảo sát của MESSY lo lắng nhất:

- Không có nhiều thông tin về địa điểm du lịch (64.2%): Nếu đi du lịch trọn gói, du khách sẽ không cần quan tâm về vấn đề này vì tất cả đã có hướng dẫn viên truyền đạt tường tận. Tuy nhiên, với du lịch tự túc thì đây là vấn đề lớn vì ta không biết tìm kiếm thông tin về địa điểm du lịch mà mình muốn đến như thế nào? Nguồn tin nào là chính xác và đáng tin cậy nhất?
- Điều khó khăn thứ hai là không rõ về lộ trình (49.3%): với những địa điểm du lịch mới lạ thì việc sắp xếp lộ trình hợp lý, tiết kiệm chi phí và thời gian cũng là một vấn đề lớn.
- Tiếp theo, có 41.8% người lo ngại việc đi du lịch tự túc thì không có bảo hiểm. Chính du khách là người chịu hoàn toàn cách rủi ro và thiệt hại của mình.
- 32.8% người lo sợ “vung tay quá trán” cho việc chi tiêu khi đi du lịch tự túc, hoặc đến những địa điểm có giá cả quá cao do không có giá niêm yết.

Những bất cập trong du lịch tự túc	Tần số (người)	Tỷ lệ (%)
Chi phí phát sinh cao	22	32.8%
Không rõ lộ trình	33	49.3%
Không có nhiều thông tin về địa điểm du lịch	43	64.2%
Không có bảo hiểm	28	41.8%

Bảng: Bất cập trong du lịch tự túc

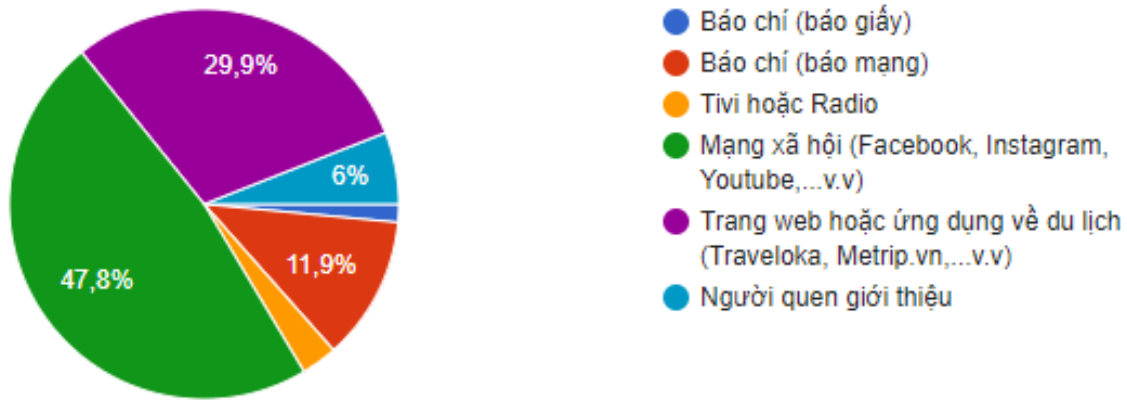
*Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2019*

## 2.8. Xu hướng tìm kiếm thông tin trước khi thực hiện chuyến du lịch tự túc

Theo khảo sát cho thấy rằng (Treksoft, 2018):

- Có đến 70% khách hàng đã nghiên cứu thông tin về chuyến du lịch bằng smartphone của mình.
- 50% trong 1000 khách du lịch đã khám phá ra những công ty du lịch mới khi họ lướt di động.

Với sự hỗ trợ của công nghệ thì hiện nay đa số các bạn thuộc thế hệ gen Y có thể dễ dàng tham khảo, tìm kiếm các thông tin trước khi đi du lịch tự túc phần lớn qua mạng xã hội (chiếm 47.8%) và các trang mạng điện tử hoặc ứng dụng về du lịch như TripAdvisor.com, Traveloka, Metip.vn,...v.v (chiếm 29.9%). Bên cạnh đó, cũng có thói quen tham khảo qua các bài báo điện tử hoặc từ người quen (bạn bè, người thân....v.v).



Hình 11: Xu hướng tìm kiếm thông tin trước khi thực hiện chuyến du lịch tự túc

*Nguồn: Kết quả khảo sát 100 đáp viên tại Thành phố Hồ Chí Minh , năm 2019*

## 7. KẾT LUẬN & KIẾN NGHỊ:

### A. Kết luận:

Qua kết quả khảo sát 100 đáp viên thuộc thế hệ gen Y tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh năm 2019 do nhóm MESSY thực hiện, ta có thể thấy được rằng xu hướng du lịch hiện nay đang dần được thay đổi. Khi nghĩ đến du lịch, người ta không còn quá tập trung vào các tour trọn gói của các công ty du lịch nữa. Mà thay vào đó có thể tự thiết kế những chuyến đi cho chính mình một cách dễ dàng nhờ có những phương tiện, thiết bị công nghệ hỗ trợ. Bắt đầu từ việc nảy sinh nhu cầu du lịch, tìm kiếm thông tin, đánh giá các lựa chọn đến quyết định thực hiện đối với du khách thuộc thế hệ gen Y không còn phải phụ thuộc vào các tour du lịch trọn gói truyền thống. Chúng ta có thể kết luận được rằng xu hướng du lịch của những du khách thuộc thế hệ gen Y tại Thành phố Hồ Chí Minh đã chuyển đổi từ du lịch theo tour trọn gói sang du lịch tự túc vì những yếu tố thời gian, lịch trình, chi phí và dịch vụ của các công ty du lịch truyền thống không đáp ứng, thỏa mãn được nhu cầu của họ. Bởi lẽ, du khách muốn nhận lại được những điều “hơn cả một chuyến đi”. Đó là sự tự do khám phá, trải nghiệm những góc ngách nhỏ nhất, những khía cạnh

chân thật nhất của đời sống địa phương tại địa điểm du lịch họ muốn đến. Tất cả họ muốn hiện nay không chỉ dừng là ở một chuyến du lịch mà đã trở thành một cuộc hành trình đầy ắp những trải nghiệm mới mẻ.

## **B. Kiến nghị:**

Như vậy, theo xu hướng biến đổi về hành vi du lịch của thế hệ trẻ Việt Nam hiện nay, các nhân tố trong ngành du lịch Việt nên có những chủ trương & thay đổi tích cực để đáp ứng được nhu cầu của du khách trong nước, đặt biệt là thế hệ trẻ. Bởi lẽ, khi con người cảm thấy yêu thích chính đất nước của mình thì họ mới có thể truyền bá đến với những du khách quốc tế bằng chính cảm nhận, tình yêu chân thật nhất của họ. Đặc biệt là đối với thế hệ gen Y, những công dân trẻ, đang hòa mình vào nhịp sống phát triển vượt bậc của thời đại, của xu hướng toàn cầu hóa, sẽ là những nhân tố tiềm năng giúp quảng bá du lịch Việt Nam một cách dễ dàng và nhanh chóng nhất đến bạn bè quốc tế. Từ đó, du lịch Việt Nam sẽ có thể thu hút một số lượng lớn du khách quốc tế và trở thành một ngành công nghiệp mũi nhọn của nền kinh tế Việt Nam trong một tương lai gần nhất.

Dưới đây là một vài kiến nghị mà MESSY đề xuất với mong muốn ngành du lịch Việt có thể nắm bắt được xu hướng và có những bước chuyển mình tích cực trong công cuộc đưa ngành du lịch trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam.

### **a) Đối với các địa điểm du lịch:**

Cơ quan quản lý cần đẩy mạnh công tác xã hội hóa huy động mọi thành phần kinh tế, nguồn lực đầu tư cho cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch; Cần quy hoạch sắp xếp và xây dựng các cơ sở dịch vụ: nhà nghỉ, y tế, ăn uống, vui chơi giải trí...; Quản lý chặt chẽ các loại dịch vụ, phí dịch vụ phục

---

vụ du khách; Nâng cao ý thức phục vụ trong kinh doanh, tránh làm mất giá trị văn hóa truyền thống của người Việt.

Phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, nhất là các chuỗi liên kết và dịch vụ, đáp ứng các bộ tiêu chuẩn du lịch quốc tế, đi đôi với bảo tồn, phát triển, quảng bá hình ảnh và phát huy vai trò các vùng di tích lịch sử, các điểm đến và khu du lịch; Xây dựng hình ảnh và thương hiệu, nhận diện du lịch quốc gia có chiều sâu và tầm cao.

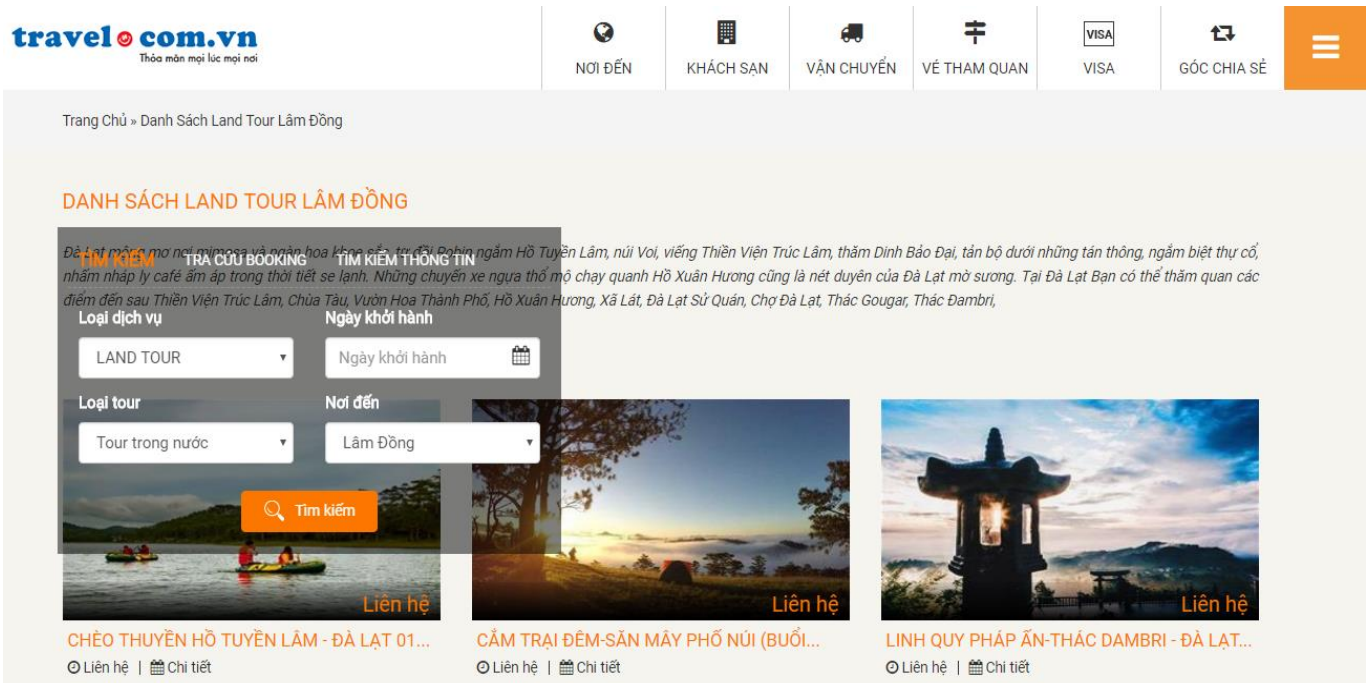
Bên cạnh đó, cần xây dựng môi trường du lịch nhân văn, bền vững. Đẩy mạnh công tác truyền thông, định hướng, nâng cao nhận thức của xã hội, cộng đồng về trách nhiệm bảo vệ môi trường du lịch; Tăng cường tuyên truyền, phổ biến sâu rộng, nâng cao nhận thức của các tầng lớp nhân dân tích cực tham gia xây dựng phong trào ứng xử văn minh thân thiện với du khách, giữ gìn trật tự trị an, vệ sinh môi trường...

Tăng cường quản lý bảo đảm về an ninh trật tự, vệ sinh môi trường; Cung cấp thông tin về dịch vụ tại địa phương cho du khách qua internet và hệ thống các ấn phẩm quảng bá du lịch. (Tùng, 2017)

**b) Đối với các công ty du lịch hiện hành:**

Các công ty du lịch hiện hành nên cân nhắc những tour du lịch ngắn ngày (nửa ngày hoặc 1 ngày). Vì với xu hướng rời bỏ du lịch tour trọn gói để tự túc trong việc du lịch của du khách như hiện nay sẽ tạo nên bài toán doanh thu phức tạp cho các doanh nghiệp trong ngành du lịch. Các tour du lịch nên được cá nhân hóa để đáp ứng được nhu cầu thị trường. Hiện nay, nên chia nhỏ những gói tour du lịch để du khách dễ dàng chọn theo ý muốn.

Mô hình tour du lịch ngắn ngày này không phải là quá mới lạ đối với thị trường du lịch Việt Nam. Công ty Du lịch và lữ hành VietTravel là đơn vị tiên phong cho mô hình du lịch mới này.



Hình: Loại dịch vụ du lịch LAND TOUR của công ty Viettravel

Nguồn: <http://fe.travel.com.vn/tim-tour/0/1/0/41/17/0001-01-01/ket-qua>

Ngoài ra, các doanh nghiệp có thể tập trung vào hình thức giao dịch bán tour trực tuyến thông qua các trang mạng điện tử hoặc ứng dụng di động, kết hợp tư vấn trực tuyến giúp gợi mở nhu cầu du lịch của khách hàng, giúp họ dễ dàng tìm kiếm thông tin và được tư vấn tận tình hơn.

**c) Đối với các nhà khởi nghiệp tương lai:**

Du lịch đã được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn trong thời gian tới, với mục tiêu đến năm 2020, Việt Nam thu hút được 17-20 triệu lượt khách du lịch quốc tế, 82 triệu lượt khách du lịch nội địa.

---

Hiện thị phần du lịch của Việt Nam còn rất nhiều tiềm năng để khai thác, đây chính là cơ hội cho các bạn trẻ khởi nghiệp trong lĩnh vực này, nếu nhanh chóng nắm bắt xu hướng công nghệ để tạo ra các sản phẩm du lịch đặc sắc. (Thu, 2017)

Có thể nói, thị trường du lịch trong nước đang mở ra cơ hội khởi nghiệp bình đẳng và vô hạn với tất cả các bạn trẻ. Tính kết nối, quảng bá, giới thiệu ngày càng thuận lợi do sự phát triển của công nghệ thông tin và công nghệ truyền thông hiện đại. Hiện đang xuất hiện nhiều mô hình kinh doanh dịch vụ du lịch trực tiếp, nhiều website du lịch uy tín nhận đặt tour, đặt vé máy bay, khách sạn trực tuyến cho khách hàng trong và ngoài nước đến Việt Nam như: Mytour.vn, ivivu.com, travel.com.vn, saigon-tourist.com, dulichviet.com.vn... Điều này cho thấy khởi nghiệp du lịch là khởi nghiệp cạnh tranh, tuy dư địa của thị trường ngành cũng không còn nhiều nhưng phương châm hành động là vẻ đẹp Việt bất tận, sức quyến rũ quốc gia và địa phương càng ngày càng tăng, nhu cầu của con người ngày càng cao, thu nhập ngày càng lớn và phần ngân sách dành cho du lịch có xu hướng tăng thì khởi nghiệp du lịch càng phải có tính đón đầu lớn.

Ban đầu có thể chỉ là những cá nhân tham gia cung ứng dịch vụ trong một tuyến du lịch như bán vé, cho thuê phương tiện vận tải, hướng dẫn viên để học việc và thấu hiểu sâu sắc những tiêu chuẩn của nghề nghiệp. Dần dần sẽ có sự tham gia của những doanh nghiệp lớn hơn trong việc tiếp cận khách hàng trong và ngoài nước, thậm chí trở thành một mắt xích trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch. Chất lượng càng cao, thái độ phục vụ thân thiện, giá cả cạnh tranh và có chiến lược phát triển từng bước, thương hiệu sẽ chuyển từ “nhỏ” thành “vừa” và từ “vừa” lên “lớn” về quy mô là cần thiết. Điều này đòi hỏi sự toàn tâm, toàn ý với nghề nghiệp, có lòng yêu nghề, chịu khó học hỏi của bạn trẻ khởi nghiệp và sự ủng hộ của những DN du lịch đi trước. Đồng thời, các bạn trẻ cần có phương pháp tiếp cận với nghề nghiệp thông qua các khóa đào tạo nghiệp vụ, kiên trì các hoạt động tập sự mô phỏng qua mạng internet hoặc thông qua quá trình học hỏi, tập sự tại

các cơ sở kinh doanh du lịch, coi đó là “lòng ấp khởi nghiệp” để sau đó 2 - 3 năm có thể tự tạo một chỗ đứng khá tự tin trên thị trường. (LẠNG, 2017)

## **8. TÀI LIỆU THAM KHẢO**