

AWARENESS OF TOURISM IMPACTS AND WILLINGNESS TO PRACTICE RESPONSIBLE TOURISM AMONG YOUNG PEOPLE IN DA NANG AT DESTINATIONS

Phan Kim Ngan

Danang Architecture University

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Received: 07/10/2024 Revised: 06/11/2024 Published: 06/11/2024	Tourism brings many benefits but also holds potential negative impacts if not well managed. Tourists' awareness of these impacts can contribute to protecting destinations and improving the livelihoods of local communities, bringing long-term benefits to both travelers and destinations. The study surveyed 578 people aged 18 to 30 in Da Nang city, representing a young generation with unique travel experience trends, to assess their understanding of the impact of tourism on the environment, economy, culture - society, and their willingness to engage in responsible tourism behaviors at destinations. Survey results show that young people have a good foundation of awareness about the impact of tourism on sustainable development and a fairly positive attitude towards responsible tourism behavior. They are particularly interested in respecting local culture, supporting the community economy, and sharing experiences. However, the level of willingness gradually decreases for behaviors that require more time, effort, or financial commitment. The article also proposes several solutions to further promote the implementation of these behaviors among young people.
KEYWORDS	
Young people	
Sustainable development	
Sustainable tourism	
Responsible tourism	
Da Nang	

NHẬN THỨC VỀ TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH VÀ MỨC ĐỘ SẴN SÀNG THỰC HÀNH DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM CỦA GIỚI TRẺ ĐÀ NẴNG TẠI ĐIỂM ĐẾN

Phan Kim Ngan

Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng

THÔNG TIN BÀI BÁO	TÓM TẮT
Ngày nhận bài: 07/10/2024 Ngày hoàn thiện: 06/11/2024 Ngày đăng: 06/11/2024	Du lịch mang lại nhiều lợi ích nhưng cũng tiềm ẩn những tác động tiêu cực nếu không được quản lý tốt. Việc khách du lịch nhận thức được những tác động có thể góp phần bảo vệ điểm đến và cải thiện đời sống cộng đồng địa phương, mang lại lợi ích lâu dài cho cả du khách và điểm đến. Nghiên cứu đã thực hiện khảo sát 578 người trong độ tuổi từ 18 đến 30 tuổi tại Đà Nẵng, là thế hệ trẻ với các xu hướng trải nghiệm du lịch độc đáo nhằm đánh giá sự hiểu biết của họ về tác động của du lịch đến môi trường, kinh tế, văn hóa – xã hội và mức độ sẵn sàng thực hiện các hành vi du lịch có trách nhiệm tại điểm đến. Kết quả khảo sát cho thấy giới trẻ có nền tảng nhận thức tốt về tác động của du lịch đến phát triển bền vững và thái độ khá tích cực đối với hành vi du lịch có trách nhiệm. Họ đặc biệt quan tâm đến việc tôn trọng văn hóa địa phương, ủng hộ kinh tế cộng đồng và chia sẻ trải nghiệm. Tuy nhiên, mức độ sẵn sàng giảm dần đối với các hành vi đòi hỏi nhiều thời gian, công sức hay cam kết tài chính. Bài viết cũng đã đưa ra một số giải pháp nhằm thúc đẩy hơn nữa việc thực hiện các hành vi này trong giới trẻ.
TỪ KHÓA	
Giới trẻ	
Phát triển bền vững	
Du lịch bền vững	
Du lịch có trách nhiệm	
Đà Nẵng	

DOI: <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.11261>

Email: nganpk@dau.edu.vn

<http://jst.tnu.edu.vn>

123

Email: jst@tnu.edu.vn

1. Giới thiệu

Du lịch là một trong những ngành công nghiệp lớn nhất và phát triển nhanh nhất trên thế giới, đóng góp đáng kể vào nền kinh tế toàn cầu. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của ngành này cũng đặt ra nhiều thách thức về tính bền vững tại điểm đến. Archer và cộng sự [1] chỉ ra rằng du lịch có thể gây ra tính mùa vụ trong việc làm và thu nhập, đồng thời làm tăng chi phí sinh hoạt cho người dân địa phương. Điều này có thể dẫn đến sự bất bình đẳng kinh tế và xã hội trong cộng đồng địa phương. Ở khía cạnh môi trường, nghiên cứu của Gössling và Peeters [2] chỉ ra rằng du lịch đóng góp khoảng 8% lượng khí thải nhà kính toàn cầu, chủ yếu từ vận chuyển và cơ sở lưu trú. Ngoài ra, sự phát triển cơ sở hạ tầng du lịch không kiểm soát có thể dẫn đến suy thoái môi trường, mất đa dạng sinh học và ô nhiễm tại các điểm đến. Bên cạnh đó, McKercher và du Cros [3] cảnh báo rằng du lịch cũng có thể dẫn đến sự thương mại hóa văn hóa và xung đột giữa du khách và cộng đồng địa phương. Sự xâm nhập của du lịch vào các cộng đồng truyền thống có thể làm thay đổi lối sống, giá trị và bản sắc văn hóa của người dân địa phương.

Việc nâng cao nhận thức và thúc đẩy hành vi du lịch có trách nhiệm là chìa khóa để đảm bảo tương lai bền vững cho ngành du lịch và các điểm đến. Du lịch có trách nhiệm là hành động cụ thể của các cá nhân, doanh nghiệp và chính quyền nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực của hoạt động du lịch tại điểm đến. Theo Buffa [4], thế hệ Millennials và Gen Z đang dần đầu xu hướng du lịch có trách nhiệm với sự quan tâm ngày càng tăng đối với các trải nghiệm du lịch bền vững và tác động tích cực đến cộng đồng địa phương. Nghiên cứu của Gössling và cộng sự [5] chỉ ra rằng giới trẻ có xu hướng ưu tiên các điểm đến và doanh nghiệp du lịch có cam kết mạnh mẽ về bền vững, đồng thời sẵn sàng trả giá cao hơn cho các sản phẩm và dịch vụ du lịch thân thiện với môi trường. Hành vi này không chỉ trực tiếp hỗ trợ các hoạt động du lịch bền vững mà còn tạo áp lực buộc ngành du lịch phải thích ứng và áp dụng các thực hành bền vững hơn. Ngoài ra, thông qua việc chia sẻ trải nghiệm du lịch bền vững trên mạng xã hội, giới trẻ đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức và truyền cảm hứng cho những người khác [6]. Tại Việt Nam, Phạm Thị Thúy Nguyệt [7] đã khảo sát nhận thức của du khách trẻ ở thành phố Hồ Chí Minh về nguyên tắc ứng xử du lịch có trách nhiệm nhằm nhận biết cụ thể mức độ hiểu biết về quan điểm cũng như hành vi du lịch có trách nhiệm. Hoàng Thị Thu Trang và nhóm tác giả [8] đã chỉ ra rằng có 3 nhân tố có ảnh hưởng thuận chiều đến nhận thức của giới trẻ về du lịch có trách nhiệm gồm thông tin và truyền thông, tác động của du lịch thiếu trách nhiệm và sự hiểu biết. Phạm Thị Oanh và Từ Thị Thanh Hiệp [9] cho thấy ý kiến ủng hộ các hành động có trách nhiệm của thanh niên Buôn Ma Thuột đối với môi trường tự nhiên, văn hóa và kinh tế địa phương còn thấp và 2 nguyên nhân có liên quan đến nhận thức trách nhiệm xuất phát từ sự ủng hộ của gia đình, bạn bè và hoạt động truyền thông còn hạn chế.

Cùng với xu hướng chung, giới trẻ Đà Nẵng cũng đã dành nhiều thời gian hơn để trải nghiệm các điểm đến mới lạ, mang đậm bản sắc văn hóa địa phương thay vì du lịch nghỉ dưỡng, tham quan, vui chơi giải trí như trước đây. Với sự nhạy cảm và dễ bị tác động nếu các nguyên tắc du lịch có trách nhiệm không được hiểu biết và thực hành, các điểm đến mới này dễ dàng bị ảnh hưởng tiêu cực. Vì vậy, bài viết đã thực hiện khảo sát giới trẻ Đà Nẵng nhằm đánh giá mức độ nhận thức về các tác động của du lịch và sự sẵn sàng thực hiện các hành vi du lịch có trách nhiệm nhằm phát triển du lịch bền vững tại các điểm đến.

2. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập thông qua hoạt động khảo sát. Nội dung khảo sát gồm hai phần chính là thông tin cá nhân và nhận thức, mức độ sẵn sàng thực hành du lịch có trách nhiệm tại điểm đến theo 05 mức tương ứng với 1 – Rất không hiểu biết/sẵn sàng, 2 – Không hiểu biết/sẵn sàng, 3 – Trung bình, 4 – Hiểu biết/sẵn sàng, 5 – Rất hiểu biết/sẵn sàng. Bảng khảo sát được thiết kế trên Google Form và thực hiện khảo sát gần 600 người trong độ tuổi từ 18 đến 30 tuổi đang học tập và làm việc tại Đà Nẵng. Kết quả thu được 592 mẫu, trong đó có 578 mẫu đạt yêu cầu để phân tích (đạt 97,6%). Dựa trên công thức của [10] cho các khảo sát với tỷ lệ ước tính:

$$n = Z^2 x \frac{p x (1 - p)}{e^2} \quad (1)$$

Trong đó:

- **n**: Kích thước mẫu ban đầu.
- **Z**: Hệ số tin cậy, thông thường, độ tin cậy được sử dụng là 95% tương ứng với $Z = 1,96$
- **p**: tỷ lệ ước lượng cỡ mẫu n thành công. Thường chọn $p = 0,5$ để tích số $p(1-p)$ là lớn nhất, điều này đảm bảo an toàn cho mẫu n ước lượng
- **e**: sai số cho phép (thường là 5% hoặc 0,05)

Áp dụng các giá trị phổ biến, kích thước mẫu tối thiểu cần khảo sát là 385 khách du lịch. Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên để đảm bảo tính đại diện của mẫu.

Đặc điểm mẫu nghiên cứu được trình bày ở Bảng 1.

Bảng 1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Đặc điểm	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ trọng (%)
1. Giới tính	578	100	4. Trình trạng học tập/làm việc	578	100
- Nam	326	56,4	- Đang đi học/đi làm	466	80,6
- Nữ	252	43,6	- Chưa có việc làm	112	19,4
2. Độ tuổi	578	100	5. Tần suất đi du lịch hàng năm	578	100
- 18 – 22 tuổi	216	37,4	- 1 – 2 lần	297	51,4
- 23 – 25 tuổi	249	43,1	- 3 – 4 lần	194	33,5
- 26 – 30 tuổi	113	19,5	- 5 – 6 lần	87	15,1
3. Tình trạng hôn nhân	578	100	6. Hình thức đi du lịch	578	100
- Chưa kết hôn	472	81,7	- Đi một mình	125	21,6
- Đã kết hôn	106	18,3	- Đi với bạn bè, đồng nghiệp	274	47,4
			- Đi với người thân, gia đình	179	31,0

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Mẫu nghiên cứu bao gồm 578 người trẻ tại Đà Nẵng với sự phân bố khá đa dạng về các đặc điểm nhân khẩu học và hành vi du lịch. Về giới tính, có sự cân bằng tương đối giữa nam (56,4%) và nữ (43,6%). Độ tuổi tập trung chủ yếu từ 18 – 25 tuổi (80,5%). Đa số người được khảo sát chưa kết hôn (81,7%) và đang đi học hoặc đi làm (80,6%), phù hợp với độ tuổi và đặc điểm của nhóm này. Phần lớn người được khảo sát có tần suất đi du lịch khá thường xuyên với 1 - 2 lần/năm (51,4%) hoặc 3 - 4 lần/năm (33,6%). Hình thức du lịch phổ biến nhất là đi với bạn bè, đồng nghiệp (47,4%), tiếp đến là đi với người thân, gia đình (31%).

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Nhận thức về tác động của du lịch và vai trò của hành vi du lịch có trách nhiệm

Về lý thuyết, du lịch bền vững cần đảm bảo 3 trụ cột quan trọng là bền vững về kinh tế, môi trường và văn hóa – xã hội. Nhận thức toàn diện về những tác động của du lịch đến các khía cạnh phát triển bền vững là nền tảng để thực hiện các hành vi du lịch có trách nhiệm tại điểm đến.

3.1.1. Nhận thức về tác động của du lịch đối với điểm đến

Với mức độ hiểu biết từ 1 đến 5 (1 - Rất không hiểu biết, 2 - Không hiểu biết, 3 – Hiểu biết trung bình, 4 – Hiểu biết, 5 – Rất hiểu biết), kết quả khảo sát tại Bảng 2 cho thấy mức độ hiểu biết trung bình về tác động của du lịch đối với môi trường, kinh tế và văn hóa - xã hội đều đạt trên 3,8 điểm, phản ánh nền tảng nhận thức tốt của giới trẻ về vấn đề này.

Trong lĩnh vực môi trường, 78,8% người được khảo sát thể hiện sự hiểu biết về tầm quan trọng của việc bảo tồn hệ sinh thái địa phương. Tuy nhiên, chỉ có 59,5% nhận thức được mối liên hệ giữa du lịch và biến đổi khí hậu, cho thấy cần tăng cường giáo dục về khía cạnh này. Về mặt kinh tế, 76,1% người được khảo sát hiểu rõ tác động của du lịch đối với phát triển cơ sở hạ tầng địa phương, trong khi 69,2% nhận thức được vai trò của du lịch trong việc tạo công ăn việc làm. Đối với văn hóa - xã hội, 73% giới trẻ nhận thức được tầm quan trọng của việc bảo tồn di sản, nhưng chỉ có 66,6% hiểu về các vấn đề xã hội tiêu cực do du lịch gây ra.

Bảng 2. Nhận thức về tác động của du lịch đối với điểm đến

Khía cạnh	Nội dung	Nhận định (%)					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
Môi trường	Bạn hiểu được ảnh hưởng du lịch đến biến đổi khí hậu.	4,8	9,9	25,8	35,6	23,9	3,84
	Bạn hiểu được tác động của du lịch đến tài nguyên nước, đất đai.	2,6	8,3	22,7	39,6	26,8	
	Bạn hiểu được sự ảnh hưởng của ô nhiễm không khí và tiếng ồn du lịch đến môi trường sinh thái.	2,8	7,4	19,9	46,2	23,7	
	Bạn hiểu được ảnh hưởng của rác thải du lịch đối với môi trường sinh thái.	2,2	5,4	17,5	50,3	24,6	
	Bạn hiểu được tầm quan trọng của việc bảo tồn các hệ sinh thái địa phương.	2,6	4,2	14,4	43,9	34,9	
Kinh tế	Bạn hiểu được vai trò của du lịch trong việc mang lại thu nhập cho cộng đồng địa phương.	2,8	6,7	21,3	47,4	21,8	3,84
	Bạn hiểu được vai trò của du lịch trong việc tạo công việc ổn định cho người dân địa phương.	2,9	8,5	18,3	45,2	25,1	
	Bạn hiểu được tầm quan trọng trong việc chia sẻ lợi ích kinh tế đối với các bên liên quan.	3,6	6,4	22,7	43,6	23,7	
	Bạn hiểu được tác động của du lịch đối với việc phát triển cơ sở vật chất, hạ tầng tại địa phương.	2,6	5,9	15,4	45,5	30,6	
	Bạn hiểu được vai trò của du lịch trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại địa phương.	2,4	5,5	18,9	46,5	26,6	
Văn hóa – Xã hội	Bạn hiểu được tầm quan trọng của việc bảo tồn các di tích lịch sử và văn hóa.	2,2	5,4	19,4	46,4	26,6	3,82
	Bạn hiểu được tầm quan trọng của việc duy trì các nghề truyền thống và sản phẩm thủ công.	3,3	6,2	21,6	45,2	23,7	
	Bạn hiểu được tầm quan trọng của việc tôn trọng tín ngưỡng và tôn giáo địa phương.	2,6	5,7	20,4	46,2	25,1	
	Bạn hiểu được tác động của du lịch đối với lối sống truyền thống của cộng đồng địa phương.	1,9	7,3	17,6	50,3	22,8	
	Bạn hiểu được các vấn đề xã hội tiêu cực (tội phạm, ma túy...) do hoạt động du lịch gây ra tại địa phương.	4,2	8,3	20,9	44,8	21,8	

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng giới trẻ có xu hướng hiểu biết tốt hơn về các vấn đề trực quan và dễ quan sát như rác thải, phát triển cơ sở hạ tầng, bảo tồn di tích... Ngược lại, họ có mức độ hiểu biết thấp hơn về các vấn đề phức tạp như biến đổi khí hậu, chia sẻ lợi ích kinh tế và tác động đến lối sống truyền thống. Điều này có thể được giải thích bởi đặc điểm tiếp cận thông tin nhanh chóng và trực quan của giới trẻ thông qua các phương tiện truyền thông số.

3.1.2. Nhận thức về vai trò của hành vi du lịch có trách nhiệm

Bảng 3. Nhận thức về vai trò của hành vi du lịch có trách nhiệm tại điểm đến

Nội dung	Nhận định (%)					Điểm TB
	1	2	3	4	5	
Bạn nhận thức được tác động của hành vi cá nhân đối với môi trường và cộng đồng địa phương.	2,9	6,1	19,6	47,1	24,4	3,84
Bạn hiểu được sự quan trọng của việc tuân thủ các quy tắc và hướng dẫn về du lịch bền vững.	2,1	5,4	17,8	48,1	26,6	3,92
Bạn hiểu được vai trò của việc sử dụng các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường.	2,9	6,9	20,1	44,8	25,3	3,83
Bạn hiểu biết về giá trị của các trải nghiệm du lịch có tính giáo dục và bền vững.	2,1	6,1	19,0	45,7	27,2	3,90
Bạn nhận thức được tầm quan trọng của việc tôn trọng và học hỏi từ văn hóa địa phương.	2,1	5,4	18,9	48,3	25,4	3,90

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Với sự hiểu biết về những tác động của du lịch đến các khía cạnh phát triển bền vững tại điểm đến, kết quả khảo sát tại Bảng 3 cho thấy giới trẻ có sự nhận thức về vai trò của hành vi du lịch có trách nhiệm khá cao với điểm trung bình dao động từ 3,83 đến 3,92 điểm, thể hiện rằng giới trẻ ngày càng quan tâm đến tác động của hành vi du lịch của mình đối với môi trường, văn hóa và cộng đồng địa phương. Tuy nhiên, vẫn còn khoảng 25 - 30% người được hỏi chưa thực sự nhận thức rõ, cho thấy vẫn cần tiếp tục nâng cao nhận thức trong nhóm đối tượng này.

Có 71,5% người được khảo sát hiểu biết cao về tác động của hành vi cá nhân đối với môi trường và cộng đồng địa phương và 74,7% người khảo sát nhận thức được sự quan trọng của việc tuân thủ các quy tắc và hướng dẫn về du lịch bền vững. Tầm quan trọng của việc tôn trọng và học hỏi từ văn hóa địa phương nhận được sự đồng tình cao với 73,7%, phản ánh xu hướng giới trẻ ngày càng ý thức được tầm quan trọng của việc tuân thủ quy định để bảo vệ môi trường và tôn trọng văn hóa địa phương, tìm kiếm những trải nghiệm du lịch chân thực, tìm hiểu sâu về văn hóa và lối sống của người dân địa phương. Đa số giới trẻ cũng đánh giá cao giá trị của các trải nghiệm du lịch có tính giáo dục và bền vững (72,9%). Bên cạnh đó, 70,1% giới trẻ được khảo sát cho biết họ nhận thức được vai trò của việc sử dụng các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường. Điều này phản ánh xu hướng du lịch trải nghiệm và học hỏi đang ngày càng phát triển trong giới trẻ và là một cơ hội tốt để phát triển các hình thức du lịch văn hóa và du lịch cộng đồng.

3.2. Mức độ sẵn sàng thực hiện hành vi du lịch có trách nhiệm của giới trẻ Đà Nẵng

Bảng 4. Mức độ sẵn sàng thực hiện các hành vi du lịch có trách nhiệm tại điểm đến của giới trẻ Đà Nẵng

Nhóm hành vi	Hành vi	Nhận định (%)					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
Tiêu dùng có trách nhiệm và ủng hộ doanh nghiệp địa phương	Bạn ưu tiên mua đồ lưu niệm và sản phẩm thủ công từ các nghệ nhân địa phương.	2,9	6,9	17,5	44,1	28,5	3,75
	Bạn tìm kiếm và mua sắm tại các chợ truyền thống hoặc cửa hàng nhỏ của người dân bản địa.	3,6	9,2	21,3	40,7	25,3	
	Bạn chọn homestay hoặc nhà nghỉ do người địa phương điều hành thay vì khách sạn lớn.	5,4	10,2	23,2	41,7	19,6	
	Bạn tham gia các tour du lịch do hướng dẫn viên địa phương tổ chức.	2,9	7,6	20,1	45,2	24,2	
	Bạn ăn uống tại các nhà hàng địa phương, quán ăn gia đình thay vì chuỗi nhà hàng quốc tế.	2,1	6,1	17,5	48,1	26,3	
	Bạn ưu tiên sử dụng các sản phẩm có bao bì tái chế hoặc có thể phân hủy sinh học.	4,5	8,8	22,3	41,3	23,0	
	Bạn mua sắm các sản phẩm organic hoặc được sản xuất bền vững.	5,4	10,6	22,3	39,1	22,7	
Du lịch xanh và thân thiện với môi trường	Bạn ưu tiên sử dụng xe buýt, tàu điện hoặc các phương tiện công cộng khác khi di chuyển.	6,1	9,9	20,9	38,1	25,1	3,71
	Bạn sẵn sàng thuê xe đạp để khám phá điểm đến, đặc biệt là ở các khu vực nông thôn hoặc đảo nhỏ.	4,8	9,2	20,1	41,7	24,2	
	Bạn sẵn sàng tham gia các tour du lịch đi bộ hoặc đạp xe để giảm thiểu tác động đến môi trường.	4,2	8,1	25,3	38,9	23,5	
	Bạn luôn thực hành tiết kiệm nước và điện tại nơi lưu trú.	2,9	6,1	17,1	48,1	25,8	
	Bạn sẵn sàng tham gia các chương trình dọn rác bãi biển hoặc công viên.	5,4	9,2	20,1	42,9	22,5	
	Bạn tình nguyện tham gia các dự án trồng cây hoặc bảo tồn động vật hoang dã tại địa phương.	6,1	9,9	22,3	41,3	20,4	
	Bạn ủng hộ các sáng kiến môi trường địa phương thông qua đóng góp hoặc nâng cao nhận thức.	4,5	7,4	20,9	43,6	23,5	
Tôn trọng và bảo tồn văn hóa địa	Bạn tìm hiểu về lịch sử, văn hóa và phong tục của điểm đến trước chuyến đi.	3,6	6,9	17,6	42,9	28,9	3,85
	Bạn tìm hiểu về quy tắc ăn mặc phù hợp, đặc biệt là tại các địa điểm tôn giáo.	4,8	7,8	16,8	40,1	30,4	

Nhóm hành vi	Hành vi	Nhận định (%)					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
phương	Bạn tham dự các lễ hội địa phương với thái độ tôn trọng.	2,9	6,1	18,9	46,4	25,8	
	Bạn sẵn sàng tham gia các lớp học nấu ăn truyền thống hoặc học các nghề thủ công.	4,7	10,4	22,3	37,7	24,9	
	Bạn sẵn sàng trải nghiệm các buổi biểu diễn nghệ thuật truyền thống.	3,3	6,9	20,1	44,1	25,6	
	Bạn tôn trọng các quy tắc ứng xử tại các địa điểm tôn giáo, lịch sử.	1,6	4,3	14,2	50,3	29,6	
Chia sẻ trải nghiệm và nâng cao nhận thức	Bạn sẵn sàng chia sẻ hình ảnh và câu chuyện về các trải nghiệm du lịch bền vững trên mạng xã hội.	2,9	6,1	14,2	45,8	31,0	3,83
	Bạn sẵn sàng chia sẻ kinh nghiệm và lợi ích của du lịch bền vững với bạn bè, người thân.	4,2	6,9	17,8	43,9	27,2	
	Bạn sẵn sàng tổ chức các chuyến đi nhóm tập trung vào các hoạt động bền vững.	4,8	9,7	20,1	42,2	23,2	
	Bạn sẵn sàng chia sẻ trải nghiệm tích cực về các tour du lịch có trách nhiệm trên các diễn đàn du lịch.	3,8	6,9	15,1	47,1	27,2	
	Bạn sẵn sàng gửi phản hồi trực tiếp cho các doanh nghiệp về những nỗ lực bền vững của họ.	6,1	4,7	18,9	43,1	27,3	
	Bạn sẵn sàng để lại nhận xét chi tiết trên các đại lý du lịch trực tuyến về các doanh nghiệp thực hành bền vững.	4,5	8,1	16,4	45,2	25,8	
	Bạn sẵn sàng đăng ký các chương trình dạy tiếng Anh cho trẻ em địa phương.	6,1	10,4	20,4	40,3	22,8	
	Bạn sẵn sàng hỗ trợ các tổ chức phi chính phủ địa phương trong các dự án phát triển cộng đồng.	4,8	9,7	18,9	43,1	23,5	
Tham gia vào các hoạt động tình nguyện và cộng đồng	Bạn ủng hộ tài chính cho các dự án giáo dục hoặc y tế tại điểm đến.	6,9	12,1	19,6	41,3	20,1	3,72
	Bạn ưu tiên mua hàng từ các cửa hàng hoặc quán cà phê có mục đích xã hội.	3,6	7,8	16,1	43,9	28,5	
	Bạn ưu tiên chọn các tour du lịch có một phần lợi nhuận đóng góp vào các dự án cộng đồng.	4,7	8,8	18,2	43,1	25,3	
	Bạn ưu tiên tham gia các chương trình homestay có lợi ích trực tiếp cho gia đình địa phương.	5,2	10,4	19,4	42,9	22,1	
	Bạn ưu tiên các tour du lịch có nội dung giáo dục về văn hóa và môi trường địa phương.	3,6	6,9	16,1	44,8	28,5	

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Nghiên cứu về mức độ sẵn sàng thực hiện các hành vi du lịch có trách nhiệm của giới trẻ cho thấy sự phân hóa đáng kể giữa các nhóm hành vi. Kết quả khảo sát tại Bảng 4 chỉ ra rằng nhóm hành vi tôn trọng và bảo tồn văn hóa địa phương nhận được mức độ sẵn sàng cao nhất với điểm trung bình 3,85 trên thang điểm 5. Đáng chú ý, 79,9% người được khảo sát sẵn sàng tôn trọng quy tắc ứng xử tại các địa điểm tôn giáo và lịch sử, phản ánh ý thức mạnh mẽ của giới trẻ về việc tôn trọng đa dạng văn hóa và mong muốn trải nghiệm sâu sắc văn hóa địa phương.

Nhóm hành vi chia sẻ trải nghiệm và nâng cao nhận thức đạt điểm trung bình 3,83, với 76,8% giới trẻ được khảo sát sẵn sàng chia sẻ hình ảnh và câu chuyện về trải nghiệm du lịch bền vững trên mạng xã hội. Điều này phù hợp với đặc điểm của thế hệ trẻ - những người thường xuyên sử dụng mạng xã hội và sẵn sàng chia sẻ trải nghiệm cá nhân. Tuy nhiên, các hoạt động đòi hỏi nhiều nỗ lực tổ chức như các chuyến đi nhóm tập trung vào hoạt động bền vững nhận được tỷ lệ đồng ý thấp hơn.

Đối với nhóm hành vi tiêu dùng có trách nhiệm và ủng hộ doanh nghiệp địa phương, kết quả cho thấy mức độ sẵn sàng khá tích cực với điểm trung bình 3,75. Cụ thể, 74,4% người được khảo sát sẵn sàng ăn uống tại các nhà hàng địa phương và quán ăn gia đình, trong khi 72,6% sẵn sàng mua đồ lưu niệm từ nghệ nhân địa phương, phản ánh sự quan tâm ngày càng tăng của giới trẻ đối với trải nghiệm văn hóa địa phương đích thực và mong muốn đóng góp trực tiếp vào nền kinh tế của cộng đồng bản địa.

Kết quả khảo sát cũng chỉ ra rằng nhóm hành vi tham gia vào các hoạt động tình nguyện và cộng đồng nhận được mức độ sẵn sàng tương đối với điểm trung bình 3,72. Trong khi trên 72,5% người được khảo sát sẵn sàng chọn các tour du lịch có nội dung giáo dục về văn hóa và môi trường địa phương, các hành vi đòi hỏi cam kết lớn hơn như đăng ký dạy tiếng Anh cho trẻ em địa phương hay ủng hộ tài chính cho các dự án giáo dục, y tế lại có tỷ lệ đồng ý thấp hơn, có thể do giới trẻ còn e ngại về khả năng tài chính và thời gian cũng như năng lực của mình.

Đáng chú ý, nhóm hành vi du lịch xanh và thân thiện với môi trường nhận được mức độ sẵn sàng thấp nhất, mặc dù vẫn ở mức khá với điểm trung bình 3,71. Trong khi 73,9% người được khảo sát sẵn sàng tiết kiệm nước và điện tại nơi lưu trú, chỉ có dưới 65% sẵn sàng tham gia các hoạt động đòi hỏi nỗ lực chủ động hơn như dọn rác bãi biển hay trồng cây.

Kết quả nghiên cứu này chỉ ra rằng mặc dù giới trẻ có nhận thức và thái độ khá tích cực đối với du lịch bền vững, mức độ sẵn sàng của họ giảm dần đối với các hành vi đòi hỏi nhiều thời gian, công sức hay cam kết tài chính. Do đó, cần có thêm các chương trình giáo dục và khuyến khích để thúc đẩy sự tham gia tích cực hơn của giới trẻ vào các hoạt động du lịch bền vững toàn diện, đặc biệt là những hoạt động đòi hỏi sự cam kết lớn hơn.

4. Kết luận và gợi ý một số giải pháp nâng cao nhận thức và thực hành hành vi du lịch có trách nhiệm của giới trẻ

Du khách đóng vai trò như là chủ thể của hoạt động du lịch, là điều kiện cơ bản cho sự hình thành nhu cầu du lịch. Để đạt được du lịch bền vững, đòi hỏi khách du lịch cũng phải là một du khách có trách nhiệm. Nghiên cứu về nhận thức và hành vi du lịch có trách nhiệm của giới trẻ thông qua khảo sát 578 người trong độ tuổi từ 18 – 30 tuổi tại Đà Nẵng cho thấy nhận thức tổng thể về du lịch bền vững của giới trẻ ở mức khá tốt, tuy nhiên có sự chênh lệch giữa nhận thức và hành vi thực tế, điển hình như mức độ sẵn sàng thực hiện các hành vi cụ thể, đặc biệt là những hành vi đòi hỏi nỗ lực cá nhân lớn vẫn còn hạn chế.

Từ những kết quả nghiên cứu trên, bài viết gợi ý một số hoạt động góp phần nâng cao nhận thức và hành vi thực hành có trách nhiệm của giới trẻ Đà Nẵng như sau:

Thứ nhất, nâng cao nhận thức của giới trẻ về tác động của du lịch đến môi trường, kinh tế, xã hội thông qua các hoạt động như tổ chức các chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội, tập trung vào các nền tảng phổ biến với giới trẻ như TikTok, Instagram, Facebook để truyền tải thông điệp về tác động của du lịch. Tổ chức các hội thảo, tọa đàm trực tuyến với sự tham gia của các chuyên gia du lịch bền vững và những người có ảnh hưởng trên mạng xã hội. Lòng ghép nội dung về du lịch bền vững vào chương trình giáo dục phổ thông và đại học, đặc biệt là các môn học liên quan đến địa lý, môi trường và kinh tế. Đặc biệt, đối với những tác động đến môi trường, có thể tạo ra các video ngắn, bản đồ họa thông tin hấp dẫn về mối liên hệ giữa du lịch và biến đổi khí hậu, vì đây là khía cạnh có mức độ nhận thức thấp nhất theo khảo sát.

Thứ hai, nâng cao nhận thức về vai trò của hành vi du lịch có trách nhiệm thông qua phát động các cuộc thi sáng tạo nội dung về du lịch có trách nhiệm trên mạng xã hội nhằm khuyến khích giới trẻ chia sẻ kinh nghiệm và ý tưởng. Tổ chức các chương trình "Đại sứ du lịch có trách nhiệm" cho giới trẻ, tạo cơ hội cho họ trải nghiệm và quảng bá về du lịch bền vững. Xây dựng các bộ hướng dẫn thực hành du lịch có trách nhiệm để tiếp cận và hấp dẫn, phù hợp với sở thích và phong cách sống của giới trẻ. Tổ chức các buổi chia sẻ trực tiếp hoặc trực tuyến từ những người đã thực hiện du lịch có trách nhiệm, để truyền cảm hứng cho giới trẻ.

Thứ ba, để nâng cao mức độ thực hành các hành vi du lịch có trách nhiệm tại điểm đến, cần triển khai các chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt cho các chương trình du lịch bền vững, homestay do người địa phương điều hành và các hoạt động thân thiện với môi trường. Tạo ra các "thử thách du lịch xanh" trên mạng xã hội, khuyến khích giới trẻ tham gia và chia sẻ trải nghiệm du lịch bền vững của mình. Phát triển các ứng dụng di động giúp giới trẻ dễ dàng tìm kiếm và đặt các dịch vụ du lịch bền vững như nhà hàng địa phương, chương trình du lịch có trách nhiệm và các hoạt động bảo tồn môi trường. Bên cạnh đó, cần tổ chức các chương trình tình nguyện ngắn

hạn kết hợp du lịch, phù hợp với khả năng tài chính và thời gian của giới trẻ; hợp tác với các trường đại học và doanh nghiệp để tạo ra các chương trình thực tập về du lịch bền vững, giúp sinh viên có cơ hội trải nghiệm và đóng góp vào sự phát triển của ngành.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1] B. Archer, C. Cooper, and L. Ruhanen, "The positive and negative impacts of tourism," In *Global tourism*. Butterworth-Heinemann, 2005, pp. 79-102.
- [2] S. Gössling and P. Peeters, "Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050," *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 23, no. 5, pp. 639-659, 2015.
- [3] B. McKercher and H. D. Cros, *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge, 2002.
- [4] F. Buffa, "Young tourists and sustainability. Profiles, attitudes, and implications for destination strategies," *Sustainability*, vol. 7, no. 10, pp. 14042-14062, 2015.
- [5] S. Gössling, A. Humpe, and T. Bausch, "Does 'flight shame' affect social norms? Changing perspectives on the desirability of air travel in Germany," *Journal of Cleaner Production*, vol. 266, 2020, Art. no. 122015.
- [6] R. Yadav, M. S. Balaji, and C. Jebarajakirthy, "How psychological and contextual factors contribute to travelers' propensity to choose green hotels?" *International Journal of Hospitality Management*, vol. 77, pp. 385-395, 2019.
- [7] N. T. T. Pham, "Young people's perceptions of the principle of responsible travel behavior in destinations (survey on students in Ho Chi Minh city)," *Science & Technology Development Journal*, vol. 3, no. 2, pp. 63-71, 2019.
- [8] T. T. T. Hoang, "Factors influencing Vietnamese youth's perception of responsible tourism," *Economy and Forecast Review*, no. 12, pp. 117-120, 2022.
- [9] O. T. Pham and H. T. T. Tu, "Awareness survey of the youth in Buon Ma Thuot towards the responsible tourism," *Tay Nguyen Journal of Science*, vol. 16, no. 57, pp. 64-74, 2022.
- [10] W. G. Cochran, *Sampling Techniques*, 3rd Edition. John Wiley & Sons, New York, 1977.