

HÀNH VI DU LỊCH TẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH MỚI: HƯỚNG TỚI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

NGUYỄN HỒNG HẢI* - PHAN THỊ QUỲNH DAO** - CAO VĂN TÙNG*** - PHAN THỊ NGÀN****

Tóm tắt: Tại Việt Nam, phát triển du lịch bền vững là nguyên tắc cốt lõi, gắn với bảo vệ môi trường, bảo tồn di sản văn hóa và thúc đẩy du lịch có trách nhiệm. Hành vi du lịch bền vững giúp giảm tác động tiêu cực và hỗ trợ phát triển hài hòa giữa kinh tế, xã hội và môi trường. Trong bối cảnh mới, đặc biệt sau đại dịch COVID-19, hành vi tiêu dùng du lịch đã thay đổi đáng kể. Du lịch nội địa gia tăng, trong khi du lịch quốc tế giảm; phương tiện cá nhân được ưu tiên hơn phương tiện công cộng; nhu cầu về không gian mở và an toàn sức khỏe trở nên quan trọng. Những thay đổi này có thể chỉ là tạm thời hoặc lâu dài, ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển bền vững của ngành Du lịch.

Từ khóa: hành vi tiêu dùng, hành vi tiêu dùng du lịch, bối cảnh mới.

Abstract: In Vietnam, sustainable tourism development is a core principle, closely linked to environmental protection, cultural heritage preservation, and the promotion of responsible tourism. Sustainable travel behavior helps minimize negative impacts and supports a balanced development between economic, social, and environmental aspects. In the new context, especially after the COVID-19 pandemic, tourism consumption behavior has changed significantly. Domestic tourism has increased, while international travel has declined; personal vehicles are preferred over public transportation; and the demand for open spaces and health safety has become a priority. These changes may be temporary or long-term, directly affecting the sustainable development of the tourism industry. This study aims to analyze the changes in tourism behavior in Vietnam, explore their causes and impacts, and propose solutions for promoting sustainable tourism development in the future.

Keywords: consumer behavior, tourism consumer behavior, new context.

1. Đặt vấn đề

Du lịch ảnh hưởng sâu rộng đến kinh tế, xã hội và môi trường, do đó phát triển du lịch bền vững được xem là công cụ quan trọng để đạt các mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp quốc. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), du lịch bền vững là loại hình du lịch cân bằng giữa các tác động hiện tại và tương lai, đáp ứng nhu cầu của du khách, ngành công nghiệp, cộng đồng và môi trường. Đặc biệt, trong bối cảnh hậu COVID-19, du lịch bền vững càng được coi là động lực chính cho sự phục hồi của ngành.

Tại Việt Nam, Nghị quyết 08-NQ/TW (2017) khẳng định phát triển du lịch bền vững phải gắn với bảo vệ môi trường và phát huy di sản văn hóa. Trong đó, hành vi du lịch bền vững như lựa chọn các hoạt động có trách nhiệm, tôn trọng cộng đồng và tiêu dùng tiết kiệm, đóng vai trò thiết yếu trong việc giảm tác động tiêu cực, đồng thời bảo tồn các giá trị văn hóa và sinh thái.

Đại dịch COVID-19 đã tạo ra sự thay đổi lớn trong hành vi tiêu dùng du lịch: du lịch nội địa tăng, ưu tiên phương tiện cá nhân, du lịch ngắn ngày và quan tâm đến yếu tố an toàn sức khỏe. Tuy nhiên, câu hỏi đặt ra là liệu những thay đổi này mang tính ngắn hạn hay là xu hướng lâu dài góp phần thúc đẩy du lịch bền vững? Trên cơ sở đó, nghiên cứu này nhằm cung cấp cái nhìn toàn diện về sự thay đổi hành vi du lịch tại Việt Nam trong bối cảnh hậu đại dịch, phân tích các yếu tố tác động và đưa ra những gợi ý nhằm khuyến khích hành vi du lịch bền vững trong tương lai.

2. Hành vi du lịch tại Việt Nam trong bối cảnh mới

Các lựa chọn du lịch an toàn và tiện lợi

Trong bối cảnh mới, yếu tố an toàn trở thành ưu tiên hàng đầu đối với khách du lịch. Họ chú trọng đến vấn đề an toàn và vệ sinh của các điểm đến và dịch vụ du lịch. Việc chọn lựa các điểm đến an toàn,

tuân thủ các biện pháp phòng chống dịch bệnh và bảo vệ sức khỏe giúp khách du lịch cảm thấy yên tâm hơn khi đi du lịch. Họ cũng tìm kiếm chỗ ở và dịch vụ tuân thủ nghiêm ngặt các biện pháp an toàn. Đồng thời, các lựa chọn tiện lợi, dễ tiếp cận và đáng tin cậy, với các biện pháp an toàn như vệ sinh định kỳ, khử khuẩn và các dịch vụ không tiếp xúc nhằm giảm thiểu rủi ro lây nhiễm được ưu tiên hơn. Những yếu tố này đã trở thành tiêu chí quan trọng khi quyết định nơi ở, phương tiện di chuyển và hoạt động du lịch. Điều này cũng thúc đẩy các doanh nghiệp du lịch không ngừng cải thiện các biện pháp bảo vệ sức khỏe và tăng cường các dịch vụ đảm bảo an toàn cho khách du lịch, từ việc ứng dụng công nghệ cho đến việc đảm bảo chất lượng vệ sinh của các cơ sở lưu trú và điểm tham quan.

Ngoài ra, các hoạt động ngoài trời, như du lịch biển, núi và khám phá thiên nhiên, được yêu thích vì chúng không chỉ mang lại trải nghiệm mới mẻ mà còn giúp khách du lịch cảm thấy an toàn hơn trong không gian mở, tránh xa các khu vực đông đúc. Thêm vào đó, sự gia tăng sử dụng các dịch vụ không tiếp xúc, như check-in tự động và thanh toán không tiền mặt... đã giúp khách du lịch giảm thiểu tiếp xúc trực tiếp và tăng cường sự an toàn.

Chú trọng vào du lịch địa phương

Kể từ khi đại dịch bùng phát, cho đến trong bối cảnh mới hiện nay, khách du lịch đã chú trọng nhiều hơn đến du lịch địa phương, với xu hướng du lịch tại chỗ (*staycation*) và các chuyến đi ngắn ngày bằng đường bộ. Họ ưa chuộng các điểm đến gần nhà, vừa tiện lợi vừa giảm thiểu nguy cơ lây nhiễm từ các chuyến bay dài. Đồng thời, khách du lịch cũng muốn khám phá văn hóa ẩm thực địa phương, nhằm tìm kiếm những trải nghiệm độc đáo và gần gũi với cộng đồng bản địa. Những chuyến đi ngắn này không chỉ giúp khách du lịch tiết kiệm chi phí mà còn tăng cường kết nối với cộng đồng và văn hóa địa phương. Khách du lịch ngày càng có xu hướng tham gia các hoạt động giao lưu văn hóa và tìm hiểu các phong tục tập quán của các cộng đồng nơi họ đến, điều này giúp tạo ra một sự kết nối sâu sắc hơn giữa khách du lịch và các điểm đến. Sự phát triển mạnh mẽ của du lịch địa phương cũng thúc đẩy nền kinh tế tại các vùng miền, giúp nâng cao thu nhập và chất lượng cuộc sống của cư dân địa phương.

Gia tăng sử dụng công nghệ và dịch vụ số

Hiện nay, mạng xã hội và các nền tảng số đã trở thành công cụ quan trọng trong việc chia sẻ trải nghiệm hằng ngày và khi đi du lịch. Đặc biệt, Việt

Nam thuộc nhóm các quốc gia có tỷ lệ người dân sử dụng mạng xã hội cao trên toàn cầu, với xu hướng chia sẻ và tìm kiếm thông tin trên mạng xã hội ngày càng phổ biến. Vì vậy, khách du lịch thường xuyên sử dụng Instagram, Facebook, TikTok và YouTube để chia sẻ hình ảnh, video và các khoảnh khắc đáng nhớ của chuyến đi. Việc chia sẻ thông qua stories, reels và livestream giúp họ kết nối với bạn bè và người thân một cách tức thời. Đồng thời, các nền tảng này cũng giúp khách du lịch dễ dàng tìm kiếm thông tin về điểm đến, nhà hàng, khách sạn và các hoạt động giải trí khác.

Đại dịch COVID-19 đã trở thành động lực thúc đẩy Việt Nam tăng tốc chuyển đổi số. Điều này thể hiện qua việc triển khai hàng loạt ứng dụng hỗ trợ phòng, chống dịch bệnh như Bluezone, PC-COVID... hay sự phổ biến của các kênh đại lý du lịch (OTA) trực tuyến như *Booking.com, Agoda, Expedia, Traveloka, Klook, Mytour.vn, Vntrip...* Vì vậy, việc sử dụng các dịch vụ số với du lịch trong việc đặt chỗ, thanh toán, quản lý hành trình... trở nên phổ biến. Khách du lịch chủ yếu tự túc đặt các dịch vụ du lịch qua các nền tảng OTA hoặc đặt các dịch vụ riêng lẻ, thay vì tham gia các chương trình du lịch trọn gói. Điều này không chỉ giúp khách du lịch linh hoạt hơn trong việc lựa chọn dịch vụ mà còn giúp họ quản lý chi phí du lịch hiệu quả. Sự gia tăng sử dụng công nghệ trong ngành Du lịch đã thay đổi toàn diện cách thức khách du lịch tiếp cận và tổ chức các chuyến đi, từ việc lập kế hoạch đến trải nghiệm thực tế. Việc phát triển các dịch vụ số trong du lịch không chỉ nâng cao trải nghiệm cho người dùng mà còn tạo ra sự thay đổi lớn trong cách thức tổ chức và quản lý ngành công nghiệp du lịch, đem lại nhiều tiện ích và cơ hội mới cho khách du lịch và các doanh nghiệp.

Chuyển hướng sang du lịch bền vững

Một trong những ảnh hưởng tích cực hiếm có của đại dịch COVID-19 là việc nâng cao nhận thức về tính bền vững khi cho thấy lợi ích môi trường từ việc giảm các hoạt động của con người, như không khí và nguồn nước sạch hơn trong thời gian phong tỏa. Đại dịch cũng làm nổi bật mối liên hệ giữa sức khỏe cộng đồng và bảo vệ môi trường, nhấn mạnh sự cần thiết phải giải quyết các vấn đề về môi trường và thay đổi hành vi tiêu dùng theo hướng bền vững hơn, đồng thời thúc đẩy doanh nghiệp áp dụng các giải pháp xanh. Từ đó, ý thức bảo vệ môi trường và phát triển bền vững ngày càng được khách du lịch chú trọng. Sau đại dịch, khách du lịch có xu hướng chuyển sang du lịch xanh, lựa chọn các điểm đến có phong cảnh

thiên nhiên đẹp và sạch sẽ. Họ tìm đến các khu vực thiên nhiên hoang sơ, nơi không khí trong lành và các hoạt động du lịch thân thiện với môi trường.

Bên cạnh đó, khách du lịch cũng ưu tiên lựa chọn các sản phẩm du lịch tốt cho sức khỏe, như thực phẩm hữu cơ, các hoạt động thể thao ngoài trời, các hoạt động du lịch và dịch vụ chăm sóc sức khỏe. Những thay đổi này phản ánh mối quan tâm ngày càng lớn của khách du lịch đối với việc giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, đồng thời góp phần thúc đẩy ngành Du lịch phát triển bền vững trong tương lai. Khách du lịch cũng tìm đến những điểm du lịch không chỉ đáp ứng nhu cầu thư giãn mà còn giúp bảo vệ và duy trì vẻ đẹp tự nhiên, qua đó nâng cao ý thức cộng đồng về tầm quan trọng của việc bảo vệ thiên nhiên và di sản văn hóa.

Hành vi du lịch cụ thể trong mỗi chuyến đi

Ngoài những thay đổi xu hướng du lịch chung kể trên, sau đại dịch COVID-19, các hành vi du lịch trong mỗi chuyến đi cũng thay đổi một cách đáng kể. Một thay đổi đáng chú ý trong hành vi du lịch là thời gian chuẩn bị được rút ngắn, thể hiện qua việc khách du lịch có xu hướng lập kế hoạch muộn hơn và đặt chỗ sát ngày khởi hành. Xu hướng này có thể xuất phát từ sự không chắc chắn trong bối cảnh kinh tế và xã hội hiện nay, cùng với những thay đổi trong thói quen tiêu dùng và tâm lý ưu tiên tính linh hoạt. Nhiều khách du lịch lựa chọn chờ đợi đến phút cuối để đảm bảo các yếu tố như thời tiết, chi phí hay tình hình an toàn tại điểm đến phù hợp hơn trước khi đưa ra quyết định. Điều này cũng thúc đẩy các doanh nghiệp du lịch phải điều chỉnh chiến lược, chẳng hạn như triển khai các chương trình khuyến mãi đặt chỗ linh hoạt hoặc cung cấp dịch vụ hỗ trợ nhanh chóng để đáp ứng nhu cầu thay đổi của thị trường.

Đồng thời, thay vì lập kế hoạch cho các chuyến đi dài ngày, họ chọn các chuyến đi ngắn ngày nhưng có thể đi nhiều đợt để tận dụng các kỳ nghỉ trong năm. Các chuyến đi với gia đình và bạn bè trở thành xu hướng khi khách du lịch thường tranh thủ du lịch cùng người thân để tạo ra những kỷ niệm đáng nhớ. Đại dịch COVID-19, đặc biệt là trong thời gian giãn cách xã hội, nhiều người nhận ra tầm quan trọng của sự kết nối gần gũi và giá trị của những mối quan hệ thân thiết. Vì vậy, việc đi du lịch với gia đình, người thân giúp họ gắn kết và tận hưởng thời gian bên nhau.

Bên cạnh đó, việc tự túc sắp xếp chuyến đi và đặt các dịch vụ bằng các dịch vụ số, như đã nói ở trên, ngày càng phổ biến, thay thế cho các chương trình

du lịch trọn gói. Khách du lịch cũng trở nên mạnh dạn hơn trong việc đưa ra các đề xuất thay đổi hoặc góp ý để cải thiện chất lượng dịch vụ du lịch. Họ chú trọng đến trải nghiệm cá nhân, riêng tư và thường xuyên ưu tiên các dịch vụ linh hoạt, có khả năng tùy chỉnh cao. Họ mong muốn các lựa chọn phù hợp với nhu cầu riêng, từ việc chọn phòng, hoạt động đến phương tiện vận chuyển. Khách du lịch cũng có xu hướng ưu tiên sử dụng phương tiện cá nhân để đảm bảo an toàn và tiện lợi, vì nó giúp họ kiểm soát được lịch trình và tránh tiếp xúc với đông người. Đặc biệt, sự riêng tư được coi trọng hơn bao giờ hết, với nhu cầu tìm kiếm không gian riêng, như biệt thự hay căn hộ riêng. Sự phát triển của công nghệ và dịch vụ số giúp nâng cao tính tùy chỉnh này, cho phép khách du lịch dễ dàng thay đổi lịch trình và lựa chọn dịch vụ qua các nền tảng trực tuyến. Tuy nhiên, ngân sách du lịch của khách du lịch giảm, khiến họ tìm kiếm các lựa chọn tiết kiệm hơn và chọn các chuyến đi ngắn ngày để giảm chi phí.

3. Nguyên nhân của sự thay đổi hành vi du lịch tại Việt Nam

Nghiên cứu này không chỉ xác định những thay đổi trong hành vi của khách du lịch, mà còn đi sâu tìm hiểu nguyên nhân, nhằm cung cấp cơ sở khoa học để các điểm đến và doanh nghiệp du lịch điều chỉnh chiến lược phù hợp, nâng cao trải nghiệm khách hàng và hướng tới phát triển bền vững. Các nguyên nhân chính bao gồm:

Mối quan tâm về sức khỏe và an toàn trong du lịch

Sau đại dịch COVID-19, yếu tố sức khỏe và an toàn đã trở thành một trong những ưu tiên hàng đầu của khách du lịch. Trước đây, khách thường chú trọng đến giá cả và chất lượng dịch vụ; tuy nhiên, đại dịch đã làm thay đổi nhận thức và hành vi, khi các lo ngại về nguy cơ lây nhiễm, vệ sinh môi trường, chất lượng dịch vụ y tế và khả năng ứng phó khẩn cấp trở nên nổi bật hơn bao giờ hết. Điều này dẫn đến sự thay đổi trong lựa chọn điểm đến, hình thức du lịch, và cách tổ chức chuyến đi. Du khách giờ đây ưu tiên các điểm đến yên tĩnh, ít người, và có hệ thống chăm sóc sức khỏe tốt.

Bên cạnh đó, sự gia tăng nhu cầu chăm sóc sức khỏe toàn diện cũng góp phần thúc đẩy phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe (*wellness tourism*). Khách du lịch tìm kiếm những điểm đến không chỉ để nghỉ dưỡng mà còn để phục hồi thể chất và tinh thần thông qua các hoạt động như thiền, spa, yoga, trị liệu. Những địa điểm gần gũi thiên nhiên, yên bình, ít ô nhiễm đang trở thành lựa chọn ưu tiên, phản ánh sự

dịch chuyển trong nhu cầu từ “giải trí” sang “chăm sóc bản thân” thông minh và bền vững hơn.

Suy giảm kinh tế và xu hướng tiết kiệm

Khủng hoảng kinh tế hậu COVID-19 làm giảm đáng kể khả năng chi tiêu của người dân, dẫn đến xu hướng lựa chọn du lịch tiết kiệm. Nhiều khách chuyển sang du lịch ngắn ngày, chọn các địa điểm gần nơi cư trú để giảm chi phí di chuyển. Du lịch nội địa, đặc biệt là các tour ngắn, nghỉ dưỡng cuối tuần hay staycation trở nên phổ biến. Không chỉ vì lý do tài chính, khách hàng cũng thể hiện nhận thức cao hơn về tiêu dùng bền vững. Họ lựa chọn các dịch vụ giá hợp lý, thân thiện môi trường và hạn chế lãng phí. Điều này làm gia tăng nhu cầu đối với các sản phẩm du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng và du lịch xanh. Bên cạnh mục tiêu tiết kiệm, khách du lịch cũng mong muốn góp phần vào bảo vệ môi trường và xây dựng thói quen tiêu dùng có trách nhiệm hơn.

Ảnh hưởng từ gia đình và mạng xã hội

Gia đình luôn là yếu tố quan trọng trong việc ra quyết định du lịch, đặc biệt là sau đại dịch. Mọi lo ngại về sức khỏe khiến các thành viên trong gia đình ưu tiên những điểm đến an toàn, ít đông người, nhằm đảm bảo sức khỏe chung. Các chuyến đi gia đình hiện nay không chỉ là kỳ nghỉ thư giãn mà còn là cơ hội gắn kết và tạo kỷ niệm đáng nhớ.

Song song với đó, mạng xã hội ngày càng đóng vai trò lớn trong hành vi du lịch. Nền tảng như Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Zalo... đã trở thành kênh tham khảo phổ biến để tìm kiếm thông tin và cảm hứng cho chuyến đi. Hình ảnh, video, câu chuyện du lịch được chia sẻ rộng rãi thúc đẩy tâm lý “muốn được trải nghiệm như người khác”. Không chỉ vậy, khách du lịch còn sử dụng mạng xã hội để đánh giá, phản hồi, hoặc tìm kiếm review nhằm tối ưu hóa kế hoạch cá nhân. Điều này mở rộng đáng kể phạm vi ảnh hưởng và vai trò của mạng xã hội trong hành vi du lịch hiện đại.

Sự phát triển của du lịch nội địa và du lịch tại chỗ (staycation)

Khi việc di chuyển quốc tế gặp nhiều hạn chế và rủi ro, khách du lịch đã chuyển hướng sang các điểm đến nội địa. Tại Việt Nam, chiến dịch “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam” đã góp phần kích cầu, khuyến khích người dân khám phá các điểm đến trong nước. Các điểm đến gần nhà, thuận tiện về giao thông, ít rủi ro, đã trở nên phổ biến hơn bao giờ hết.

Du lịch tại chỗ (staycation), tức nghỉ dưỡng, khám phá ngay trong địa phương cũng được ưa chuộng. Khách du lịch tận hưởng kỳ nghỉ tại các

khách sạn, resort gần nơi sinh sống, hoặc tham gia các hoạt động giải trí trong phạm vi thành phố. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm chi phí mà còn góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương. Bên cạnh đó, khách du lịch ngày càng quan tâm đến trải nghiệm văn hóa bản địa, như tham gia lễ hội, thưởng thức ẩm thực hoặc học nghề truyền thống. Những hoạt động này mang lại sự kết nối sâu sắc với cộng đồng, tăng cường nhận thức về di sản văn hóa và góp phần phát triển du lịch văn hóa bền vững.

Sự phát triển của chuyển đổi số trong du lịch

Chuyển đổi số đã tạo ra một cuộc cách mạng trong ngành Du lịch. Các nền tảng đặt dịch vụ trực tuyến như Booking.com, Agoda, Traveloka, Klook... trở thành công cụ không thể thiếu trong quá trình lên kế hoạch du lịch. Việc đặt vé, tìm kiếm khách sạn, lên lịch trình... giờ đây có thể thực hiện dễ dàng thông qua ứng dụng di động hoặc trang web.

Tại Việt Nam, nhiều điểm đến đã số hóa thông tin và dịch vụ như: bản đồ du lịch số, cổng thông tin điện tử, thực tế ảo 360 độ, tích hợp dữ liệu du lịch trên Google Earth hoặc Google Map. Một số địa phương còn phát triển chương trình du lịch ảo và các tour trải nghiệm trực tuyến. Ngoài ra, công nghệ không tiếp xúc như vé điện tử, check-in tự động, thanh toán qua ví điện tử, sử dụng mã QR, nhận diện khuôn mặt... giúp đảm bảo an toàn và giảm thiểu tiếp xúc. Việc này đáp ứng tốt nhu cầu bảo vệ sức khỏe, đồng thời tăng tính cá nhân hóa, linh hoạt và tiện lợi cho khách du lịch. Mạng xã hội tiếp tục đóng vai trò lớn trong chia sẻ và quảng bá điểm đến. Các nền tảng như TikTok, YouTube... đã trở thành nơi quảng bá du lịch sống động, chân thực và dễ lan truyền. Những nội dung do người dùng tạo ra (UGC) như vlog du lịch, hướng dẫn trải nghiệm, đánh giá điểm đến trở thành nguồn tham khảo chính cho khách du lịch hiện đại.

Xu hướng du lịch bền vững

Sau đại dịch, khách du lịch quan tâm nhiều hơn đến yếu tố bền vững, bao gồm môi trường, xã hội và kinh tế. Họ tìm kiếm các điểm đến và dịch vụ thân thiện với môi trường, như sử dụng năng lượng tái tạo, hạn chế rác thải nhựa và bảo tồn thiên nhiên. Khái niệm “du lịch xanh”, “du lịch không rác thải” dần trở thành tiêu chuẩn lựa chọn.

Cùng với đó, du lịch gắn liền với cộng đồng, di sản văn hóa và phong tục tập quán được khách du lịch ưu tiên. Những hoạt động như tham gia lễ hội, học nấu ăn truyền thống, trải nghiệm nghề thủ công... không chỉ tạo giá trị trải nghiệm mà còn góp phần bảo tồn và phát triển văn hóa bản địa. Sự quan

tâm đến tính bền vững trong du lịch không chỉ xuất phát từ ý thức môi trường, mà còn từ mong muốn tạo ra tác động tích cực đến cộng đồng.

Ngoài ra, nhu cầu du lịch gắn với sức khỏe, như trekking, du lịch sinh thái, thể thao ngoài trời, ăn uống lành mạnh, đang phát triển mạnh mẽ. Khách du lịch không chỉ thư giãn mà còn hướng tới việc chăm sóc sức khỏe toàn diện, từ thể chất đến tinh thần. Du lịch vì sức khỏe trở thành một phần trong lối sống lành mạnh, góp phần xây dựng xã hội bền vững hơn.

4. Kết luận

Sự thay đổi trong hành vi du lịch sau đại dịch COVID-19 mở ra cơ hội lớn cho phát triển du lịch bền vững. Khách du lịch ngày càng nhận thức rõ hơn về tác động của hoạt động du lịch đến môi trường và cộng đồng, từ đó ưu tiên các trải nghiệm thân thiện với môi trường, an toàn sức khỏe và góp phần phát triển địa phương. Họ có xu hướng lựa chọn điểm đến xanh, sản phẩm gắn với bảo vệ thiên nhiên và dịch vụ hỗ trợ cộng đồng.

Xu hướng ưa chuộng du lịch nội địa, du lịch tại chỗ giúp giảm áp lực lên các điểm đến quá tải, đồng thời tạo điều kiện phát triển những địa phương ít được khai thác. Điều này còn góp phần bảo tồn văn hóa và di sản, tăng cường trải nghiệm bản địa, thúc đẩy sự bền vững về văn hóa, xã hội. Ngoài ra, khách du lịch cũng quan tâm hơn đến việc giảm rác thải nhựa, sử dụng dịch vụ thân thiện với môi trường và lựa chọn các sản phẩm có lợi cho sức khỏe.

Các doanh nghiệp có thể tận dụng xu hướng này bằng cách phát triển du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch biển đảo, những loại hình không chỉ thu hút du khách mà còn bảo vệ tài nguyên. Đồng thời, công nghệ số cũng đóng vai trò quan trọng trong việc số hóa dịch vụ, giảm phát thải và nâng cao trải nghiệm du lịch. Sự dịch chuyển trong hành vi du lịch hướng tới yếu tố bền vững đang tạo đòn bẩy để ngành Du lịch không chỉ phục hồi hậu COVID-19 mà còn phát triển mạnh mẽ theo hướng xanh, an toàn và hài hòa lợi ích giữa môi trường, kinh tế và cộng đồng ■

N.H.H-P.T.Q.D-C.V.T-P.T.N

Tài liệu tham khảo

1. Michie, S., Van Stralen, M. M., & West, R., *The behaviour change wheel: a new method for characterising and designing behaviour change interventions (Giới thiệu mô hình COM-B và vòng tròn thay đổi hành vi để thiết kế can thiệp thay đổi hành vi)*, *Implementation science*, 2011.

2. Budeanu, A., *Sustainable tourist behaviour-a discussion of opportunities for change (Hành vi du lịch bền vững: Thảo luận về cơ hội thay đổi)*, *International journal of consumer studies*, 2007.

3. Bui, T. B., *Applying the extended theory of planned behavior to understand domestic tourists' behaviors in post COVID-19 era (Áp dụng lý thuyết hành vi dự định mở rộng để hiểu hành vi du lịch nội địa thời kỳ hậu COVID-19)*, 2023.

4. Duong, L. H., Phan, Q. D., Nguyen, T. T., Huynh, D. V., Truong, T. T., & Duong, K. Q., *Understanding tourists' behavioral intention and destination support in post-pandemic recovery: the case of the Vietnamese domestic market (Hiểu ý định hành vi và sự ủng hộ điểm đến của du khách Việt Nam sau đại dịch)*, 2022.

5. Huynh, D. V., Duong, L. H., Nguyen, N. T., & Truong, T. T. K., *Tourism Vulnerability Amid the Pandemic Crisis: Impacts and Implications for Rebuilding Resilience of a Local Tourism System in Vietnam (Tổn thương du lịch trong khủng hoảng: Tác động và giải pháp tái xây dựng hệ thống du lịch địa phương tại Việt Nam)*, 2022.

6. Huang, S. S., Shao, Y., Zeng, Y., Liu, X., & Li, Z., *Impacts of COVID-19 on Chinese nationals' tourism preferences (Tác động của COVID-19 đến xu hướng du lịch của người Trung Quốc)*, 2021.

7. MacInnes, S., Grün, B., & Dolnicar, S., *Habit drives sustainable tourist behaviour (Thói quen chi phối hành vi du lịch bền vững)*, 2022.

8. Marques Santos, A., Madrid, C., Haegeman, K., & Rainoldi, A., *Behavioural changes in tourism in times of Covid-19 (Những thay đổi hành vi trong du lịch thời kỳ COVID-19)*, 2020.

9. Moya Calderón, M., Chavarría Esquivel, K., Arrieta García, M. M., & Lozano, C. B., *Tourist behaviour and dynamics of domestic tourism in times of COVID-19 (Hành vi du lịch nội địa thời COVID-19)*, 2022.

10. Palacios-Florencio, B., Santos-Roldán, L., Berbel-Pineda, J. M., & Castillo-Canalejo, A. M., *Sustainable Tourism as a Driving force of the Tourism Industry in a Post-COVID-19 Scenario (Du lịch bền vững như động lực phát triển ngành du lịch hậu đại dịch)*, 2021.

11. Tien, N. H., Ngoc, N. M., & Anh, D. B. H., *Change of consumer behavior in the post Covid-19 period (Thay đổi hành vi tiêu dùng trong thời kỳ hậu COVID-19)*, 2021.

12. Toubes, D. R., Araújo Vila, N., & Fraiz Brea, J. A., *Changes in consumption patterns and tourist promotion after the COVID-19 pandemic (Thay đổi mô hình tiêu dùng và quảng bá du lịch sau đại dịch)*, 2021.

13. Yu, L., Zhao, P., Tang, J., & Pang, L., *Changes in tourist mobility after COVID-19 outbreaks (Thay đổi di chuyển du lịch sau các đợt bùng phát COVID-19)*, 2023.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 20-4-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 20-5-2025; Ngày duyệt đăng: 28-5-2025.