

## SOLO TRAVEL TRENDS AND SOLO TRAVEL NEEDS AMONG YOUNG PEOPLE: A STUDY IN DA NANG CITY

Phan Kim Ngan

Danang Architecture University

ARTICLE INFO		ABSTRACT
Received:	21/11/2024	Solo travel is becoming a prominent trend, especially in the post-Covid-19 context, as travelers seek more personalized and free experiences. This study surveyed 482 individuals aged 18-30 in Da Nang to clarify the advantages, challenges, and needs associated with solo travel. The results show that solo travel is becoming popular among young people due to freedom, flexibility, and opportunities for self-discovery. Most trips are short-term with average costs under 5 million Vietnamese dong. However, the main barriers include concerns about personal safety, feelings of loneliness, and social stigma pressures. The study also highlights key needs such as detailed destination information, safety support services, and local cultural experiences. Consequently, the research proposes solutions to better support and capitalize on this travel trend. The paper suggests future research on technological solutions to support solo travelers, such as mobile applications or online platforms that facilitate connection, information sharing, and reduce security concerns.
Revised:	27/3/2025	
Published:	28/3/2025	

### KEYWORDS

Young people  
Tourism  
Solo travel  
Experience  
Da Nang

## XU HƯỚNG DU LỊCH MỘT MÌNH VÀ NHU CẦU DU LỊCH MỘT MÌNH CỦA GIỚI TRẺ: NGHIÊN CỨU TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

Phan Kim Ngan

Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng

THÔNG TIN BÀI BÁO		TÓM TẮT
Ngày nhận bài:	21/11/2024	Du lịch một mình (solo travel) đang trở thành một xu hướng nổi bật, đặc biệt trong bối cảnh hậu đại dịch Covid-19 khi du khách tìm kiếm những trải nghiệm cá nhân hóa và tự do hơn. Nghiên cứu đã thực hiện khảo sát 482 người trong độ tuổi từ 18 – 30 tại Đà Nẵng nhằm làm rõ những thuận lợi, thách thức và nhu cầu khi đi du lịch một mình. Kết quả cho thấy du lịch một mình đang trở thành xu hướng phổ biến trong giới trẻ nhờ sự tự do, linh hoạt và cơ hội khám phá bản thân. Phần lớn các chuyến đi là ngắn ngày và có chi phí trung bình dưới 5 triệu đồng. Tuy nhiên, các rào cản chính bao gồm lo ngại về an toàn cá nhân, cảm giác cô đơn và áp lực từ định kiến xã hội. Nghiên cứu còn chỉ ra các nhu cầu nổi bật như thông tin chi tiết về điểm đến, dịch vụ hỗ trợ an toàn và trải nghiệm văn hóa địa phương. Từ đó, bài báo đề xuất các giải pháp nhằm khai thác và hỗ trợ tốt hơn cho nhóm du khách yêu thích xu hướng du lịch này. Bài báo có thể gợi ý cho các nghiên cứu tiếp theo về giải pháp công nghệ hỗ trợ khách du lịch một mình như ứng dụng di động hoặc nền tảng trực tuyến giúp kết nối, chia sẻ thông tin và giảm bớt lo ngại về an ninh.
Ngày hoàn thiện:	27/3/2025	
Ngày đăng:	28/3/2025	

### TỪ KHÓA

Giới trẻ  
Du lịch  
Du lịch một mình  
Trải nghiệm  
Đà Nẵng

DOI: <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.11581>

Email: [nganpk@dau.edu.vn](mailto:nganpk@dau.edu.vn)

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

## 1. Giới thiệu

Du lịch một mình (solo travel) là hình thức du lịch mà người tham gia thực hiện chuyến đi một mình, không có người thân hay bạn bè đi cùng. Đây không chỉ là một xu hướng ngày càng phổ biến mà còn là một phong cách sống, nơi du khách tự mình trải nghiệm và khám phá thế giới. Du lịch một mình thường gắn liền với sự tự do, tính linh hoạt và cơ hội để tập trung khám phá bản thân cũng như kết nối với văn hóa địa phương theo cách độc đáo.

Các nghiên cứu quốc tế đã chỉ ra rằng du lịch một mình đang trở thành một phân khúc du lịch phát triển nhanh chóng với sự tham gia ngày càng đông đảo của các nhóm du khách. Nghiên cứu của Christian Laesser và cộng sự [1] cho thấy du khách một mình chủ yếu nhằm duy trì mạng lưới xã hội hoặc khám phá sự mới lạ, mở rộng các mối quan hệ. B. Heimtun, và B. Abelsen, [2] chỉ ra rằng sinh viên rất miễn cưỡng khi đi một mình đến các khu nghỉ dưỡng biển vì có thể tạo cảm giác cô lập nhưng sẵn sàng đi một mình với các hình thức như đi ba lô, du lịch thành phố hoặc đến những nơi quen thuộc. Bianchi [3] đã khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tiếp tục du lịch một mình của du khách như sự hài lòng, niềm vui và sự phát triển bản thân. Đặc biệt, phụ nữ là nhóm khách yêu thích loại hình du lịch này. Theo khảo sát của Booking.com [4], 72% phụ nữ Mỹ thích đi du lịch một mình và du lịch một mình được dự đoán sẽ tăng trưởng cao nhất vào năm 2027, trong đó phụ nữ chiếm 55%. Nghiên cứu của Abdul Shukor và Kattiyapornpong [5] nhấn mạnh rằng phụ nữ là nhóm chủ yếu trong xu hướng này, do sự kết hợp giữa động lực cá nhân và sự phát triển kinh tế, xã hội. Tuy nhiên, các yếu tố rủi ro như an toàn cá nhân và định kiến xã hội vẫn là thách thức lớn đối với phụ nữ đi du lịch một mình. Ngoài ra, nghiên cứu của Araújo-Vila và Fraiz-Brea [6] nhấn mạnh sự thay đổi xã hội, bao gồm sự gia tăng độc lập kinh tế và xã hội của phụ nữ đã góp phần làm gia tăng tỷ lệ phụ nữ chọn du lịch một mình. Sheeba Hamid và cộng sự [7] lại cho thấy du lịch một mình mang lại nhiều lợi ích quan trọng đối với phụ nữ như vượt qua stress và trầm cảm, tạo sự thay đổi tích cực trong cuộc sống, giải thoát bản thân khỏi áp lực, tìm kiếm hạnh phúc, nâng cao năng lực cá nhân, phát triển bản thân và đạt được sự tự nhận thức.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về du lịch một mình vẫn còn hạn chế nhưng đang thu hút sự quan tâm ngày càng lớn. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch [8] chỉ ra rằng giới trẻ đang chiếm tỷ lệ lớn trong nhóm du khách lựa chọn hình thức này. Yếu tố thúc đẩy chủ yếu bao gồm mong muốn tự do khám phá, trải nghiệm văn hóa địa phương và tận dụng công nghệ số để lập kế hoạch du lịch dễ dàng hơn. Bên cạnh đó, những rào cản văn hóa và tâm lý như quan niệm truyền thống về vai trò giới vẫn là vấn đề lớn đối với phụ nữ Việt Nam khi đi du lịch một mình.

Trong khi các nghiên cứu trước đây tập trung vào xu hướng chung và sự dịch chuyển của đối tượng tham gia của du lịch một mình, vẫn còn thiếu những phân tích cụ thể về hành vi và nhu cầu của nhóm du khách trẻ - những người đang dẫn dắt xu hướng này. Vì vậy, nghiên cứu này sẽ tập trung khảo sát gần 500 người trẻ trong độ tuổi từ 18 đến 30 tại thành phố Đà Nẵng, nhằm xác định những thuận lợi, hạn chế và nhu cầu khi đi du lịch một mình của họ. Kết quả nghiên cứu không chỉ góp phần làm rõ đặc điểm du lịch một mình của giới trẻ Đà Nẵng mà còn cung cấp cơ sở để phát triển các sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu của nhóm đối tượng này.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện dựa trên phương pháp tiếp cận hỗn hợp, kết hợp giữa nghiên cứu định tính và định lượng nhằm đảm bảo tính toàn diện và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu. Ở khía cạnh định tính, nghiên cứu tiến hành thu thập và phân tích các tài liệu thứ cấp liên quan đến du lịch một mình.

Về phương diện định lượng, nghiên cứu sử dụng phương pháp điều tra bằng bảng hỏi được thiết kế trên nền tảng Google Form. Bảng khảo sát được cấu trúc thành hai phần chính: phần thứ nhất thu thập thông tin nhân khẩu học của đối tượng khảo sát; phần thứ hai đánh giá những thuận lợi, khó khăn và nhu cầu khi đi du lịch một mình thông qua thang đo Likert 5 điểm, từ mức 1

(Rất không đồng ý/quan trọng) đến mức 5 (Rất đồng ý/quan trọng).

Mẫu nghiên cứu bao gồm 500 đối tượng trong độ tuổi từ 18 đến 30, đang sinh sống và làm việc tại thành phố Đà Nẵng. Kết quả thu về 494 mẫu khảo sát, trong đó có 482 mẫu đạt yêu cầu, chiếm tỷ lệ 95,6% tổng số mẫu thu về. Các mẫu hợp lệ này được sử dụng làm cơ sở cho các phân tích tiếp theo của nghiên cứu.

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 (%)
<b>1. Giới tính</b>	<b>482</b>	<b>100</b>	<b>4. Thu nhập bình quân hàng tháng</b>	<b>482</b>	<b>100</b>
- Nam	279	57,9	- Dưới 5 triệu đồng	49	10,2
- Nữ	203	42,1	- 5-10 triệu đồng	219	45,4
<b>2. Độ tuổi</b>	<b>482</b>	<b>100</b>	- 10-15 triệu đồng	173	35,9
- 18 – 22 tuổi	70	14,5	- Trên 15 triệu đồng	41	8,5
- 23 - 25 tuổi	189	39,2	<b>5. Tình trạng hôn nhân:</b>	<b>482</b>	<b>100</b>
- 26 - 30 tuổi	223	46,3	- Độc thân		
<b>3. Trình trạng học tập/làm việc</b>	<b>482</b>	<b>100</b>	- Đã kết hôn	349	72,4
- Đang đi học/đi làm	391	81,1			
- Chưa có việc làm	91	18,9		133	27,6

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

Mẫu khảo sát gồm 482 người, trong đó tỷ lệ nam (57,9%) cao hơn nữ (42,1%). Mẫu tập trung chủ yếu ở nhóm từ 23 - 25 tuổi (39,2%) và 26 - 30 tuổi (46,3%). Đa số người tham gia khảo sát (81,1%) đang đi học hoặc đi làm, trong khi chỉ 18,9% chưa có việc làm, phù hợp với đặc điểm của đối tượng mục tiêu là những người trẻ có khả năng tài chính và có ý định tham gia các hoạt động du lịch. Thu nhập bình quân hàng tháng đa số ở mức trung bình khá, chủ yếu nằm trong khoảng 5 - 10 triệu đồng (45,4%) và 10 - 15 triệu đồng (35,9%). Đây là mức thu nhập trung bình khá, cho thấy đối tượng khảo sát có tiềm năng chi trả cho các chuyến du lịch cá nhân. Tuy nhiên, một bộ phận nhỏ (10,2%) có thu nhập dưới 5 triệu đồng, có thể bị hạn chế về khả năng tài chính cho việc du lịch. Tình trạng hôn nhân cho thấy phần lớn đối tượng khảo sát (72,4%) đang độc thân, là nhóm có khả năng đi du lịch một mình.

### 3. Kết quả nghiên cứu

#### 3.1. Xu hướng du lịch một mình trên thế giới hiện nay qua các nghiên cứu trước đây

Du lịch một mình đã trở thành một hiện tượng văn hóa - xã hội nổi bật trong thập niên gần đây, với những chuyên viên sâu sắc về nhân khẩu học và hành vi du lịch. Khảo sát của Agoda [9] về xu hướng du lịch một mình năm 2018 cho thấy rằng những động lực chính của hình thức du lịch này xuất phát từ nhu cầu thư giãn và thoát khỏi cuộc sống căng thẳng hiện đại. Khảo sát của Agoda cũng chỉ ra rằng 61% du khách lựa chọn du lịch một mình nhằm mục đích nghỉ ngơi, so với 48% khi đi cùng bạn bè. Các động lực khác bao gồm việc thoát khỏi thói quen hàng ngày (52%) và khám phá các nền văn hóa mới (45%). Nghiên cứu còn phát hiện những khác biệt thú vị giữa du khách châu Á và phương Tây. Khách du lịch châu Á có xu hướng trẻ hơn, chủ yếu là Millennials (41%) và thế hệ Z (những người có năm sinh trong khoảng từ 1997 đến 2012) (38%), trong khi ở phương Tây, du lịch một mình phổ biến hơn ở nhóm Baby Boomers (thế hệ sinh ra ở giai đoạn bùng nổ trẻ sơ sinh từ năm 1946 – 1964) (39%) và Thế hệ X (những người được sinh ra trong khoảng từ năm 1965 đến năm 1980) (24%). Về thời gian du lịch, du khách phương Tây có xu hướng đi du lịch dài ngày hơn với 34% chọn các chuyến đi từ 4 - 7 ngày và 20% đi trên 14 ngày, so với 10% ở châu Á.

Một điểm đáng chú ý khác là xu hướng sử dụng công nghệ. Du khách du lịch một mình dành nhiều thời gian hơn trước màn hình, trung bình 119 phút mỗi ngày so với 100 phút khi đi cùng

bạn bè và 86 phút khi đi cùng gia đình. Đặc biệt, du khách châu Á kết nối số hóa mạnh mẽ hơn, với 31% dành trên 4 giờ mỗi ngày trên các thiết bị điện tử, so với chỉ 12% ở phương Tây.

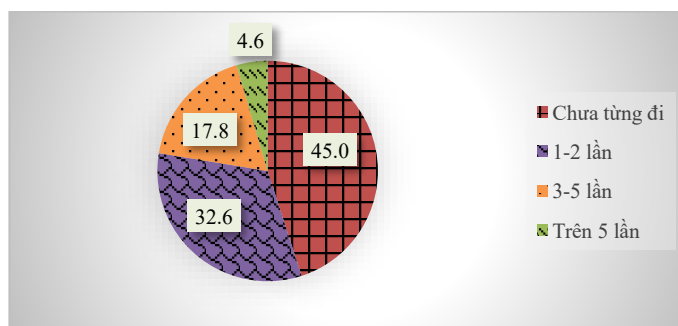
Về điểm đến, kết quả trong nghiên cứu của Agoda cũng chỉ ra các thành phố quốc tế chiếm ưu thế. Bangkok (Thái Lan) là điểm đến hàng đầu cho du khách châu Á, trong khi London (Vương quốc Anh) là lựa chọn số một cho du khách phương Tây. Tokyo (Nhật Bản) nằm trong top 3 cho cả hai nhóm du khách với nhiều lựa chọn ẩm thực, văn hóa và chỗ ở đa dạng từ khách sạn bình dân đến những khu nghỉ dưỡng sang trọng.

Mới đây nhất, theo Báo cáo xu hướng du lịch toàn cầu năm 2024 [10], 76% thế hệ Millennials và Gen Z (so với 69% tổng số người được hỏi) cho biết họ đang có kế hoạch thực hiện chuyến đi một mình vào năm 2024; 66% số người được hỏi có kế hoạch đi du lịch một mình đang lên kế hoạch cho chuyến đi tập trung vào việc yêu bản thân và tự thưởng cho mình; 60% số người được hỏi có kế hoạch đi du lịch một mình trong năm nay có ý định thực hiện hai hoặc nhiều chuyến đi một mình; 57% số người được hỏi đồng ý rằng họ có nhiều khả năng sẽ đi du lịch một mình vào cuối tuần hơn là một chuyến đi dài hơn hoặc tốn kém hơn. Trong số những người đi du lịch một mình, 29% cho biết họ sẽ đi du lịch đến một thành phố mới, 27% sẽ đi du lịch trong nước và 22% sẽ đến thăm các bãi biển hoặc đảo.

Nghiên cứu về xu hướng du lịch một mình của người Việt Nam cho thấy một xu hướng đang phát triển mạnh mẽ. 19,8% người Việt lựa chọn du lịch một mình với 43% khẳng định sẽ tiếp tục và 33% có kế hoạch du lịch độc hành trong tương lai. Các địa danh trong nước chiếm ưu thế với 43,3% so với 28,4% chọn điểm đến quốc tế. Yếu tố quyết định lựa chọn điểm đến không chỉ dừng lại ở địa lý mà còn ở trải nghiệm và tính độc đáo. Nhóm du khách đi du lịch một mình chủ yếu là thế hệ Millennials (21-34 tuổi). Về nghề nghiệp, 52,3% là nhân viên văn phòng, tốt nghiệp đại học và làm việc toàn thời gian, cho thấy đây là nhóm có trình độ học vấn và thu nhập ổn định. Quá trình lên kế hoạch du lịch của người Việt cũng khá ngẫu hứng với 29% chỉ cần một tuần và 37% mất 2 - 4 tuần để chuẩn bị. Điều này phản ánh tính linh hoạt và sự chủ động trong việc lựa chọn hình thức du lịch của thế hệ trẻ [11].

### 3.2. Đánh giá về du lịch một mình và nhu cầu khi đi du lịch một mình của giới trẻ Đà Nẵng

#### 3.2.1. Tình hình đi du lịch một mình của giới trẻ Đà Nẵng



(Nguồn: tổng hợp từ kết quả khảo sát)

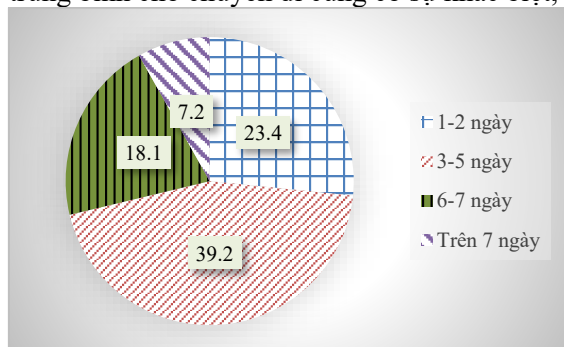
**Hình 1.** Tình hình đi du lịch một mình của giới trẻ Đà Nẵng

Kết quả khảo sát tại Hình 1 cho thấy phần lớn đối tượng khảo sát (45%) chưa từng đi du lịch một mình, có thể vì đây là một hình thức du lịch tương đối mới và nhóm này có thể chưa sẵn sàng hoặc chưa có điều kiện phù hợp để trải nghiệm loại hình du lịch này. Tuy nhiên, một tỷ lệ đáng kể (32,6%) đã từng thử du lịch một mình từ 1-2 lần, cho thấy có một nhóm đối tượng bước đầu quan tâm và thử nghiệm hình thức này.

Nhóm đã đi du lịch một mình từ 3 - 5 lần chiếm 17,8%, cho thấy sự gia tăng mức độ quen thuộc và chấp nhận hình thức du lịch cá nhân ở một bộ phận giới trẻ. Nhóm đã đi du lịch một mình trên 5 lần chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ (4,6%) nhưng đây có thể là nhóm đối tượng có sở thích

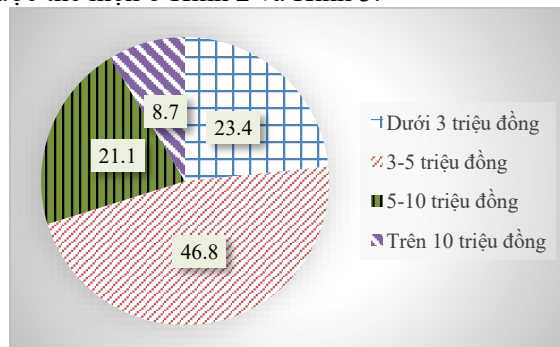
và kinh nghiệm cao với loại hình du lịch này, đồng thời đóng vai trò là nhóm đại diện tiềm năng trong việc thúc đẩy xu hướng du lịch một mình.

Trong số 265 người (55%) được khảo sát đã từng đi du lịch một mình, số ngày và chi tiêu trung bình cho chuyến đi cũng có sự khác biệt, được thể hiện ở Hình 2 và Hình 3.



(Nguồn: tổng hợp từ kết quả khảo sát)

**Hình 2.** Trung bình số ngày du lịch một mình của giới trẻ



(Nguồn: tổng hợp từ kết quả khảo sát)

**Hình 3.** Trung bình chi tiêu trong một chuyến du lịch một mình của giới trẻ

Về thời gian trung bình của mỗi chuyến du lịch, phần lớn giới trẻ lựa chọn các chuyến đi ngắn ngày với 39,2% người được khảo sát dành 3 - 5 ngày và 23,4% người được khảo sát chỉ từ 1 - 2 ngày. Trong khi đó, tỷ lệ chọn các chuyến đi kéo dài 6 - 7 ngày (18,1%) và trên 7 ngày (7,2%) thấp hơn đáng kể, cho thấy giới trẻ thường ưu tiên các chuyến du lịch ngắn, có thể do hạn chế về thời gian hoặc tính chất của loại hình du lịch một mình, vốn thường được coi là cơ hội khám phá trong ngắn hạn hơn là hành trình dài hạn.

Về chi tiêu trung bình, nhóm có mức chi từ 3 - 5 triệu đồng chiếm tỷ lệ cao nhất (46,8%), tiếp đến là nhóm chi tiêu dưới 3 triệu đồng (23,4%). Các mức chi cao hơn, bao gồm 5 - 10 triệu đồng (21,1%) và trên 10 triệu đồng (8,7%) có tỷ lệ thấp hơn, cho thấy rằng giới trẻ thường lựa chọn những chuyến đi tiết kiệm, phù hợp với khả năng tài chính, trong đó phần lớn tập trung vào ngân sách dưới 5 triệu đồng.

Như vậy, có thể thấy rằng các chuyến du lịch một mình của giới trẻ thường có xu hướng ngắn ngày và chi phí vừa phải, phù hợp với đặc điểm của những người trẻ đang học tập hoặc làm việc, có thu nhập trung bình và quỹ thời gian hạn chế.

### 3.2.2. Thuận lợi và khó khăn khi đi du lịch một mình của giới trẻ

**Bảng 2.** Nhận định về thuận lợi khi du lịch một mình của giới trẻ

Yếu tố	Nội dung	Nhận định (%)					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
Thời gian	Tự do lựa chọn thời điểm đi	2,5	4,6	14,7	37,6	40,7	3,92
	Linh hoạt trong việc thay đổi lịch trình	3,1	7,5	19,1	35,1	35,3	
	Không phụ thuộc vào lịch trình của người khác	3,9	9,5	25,1	30,5	30,9	
Tài chính	Tự quyết định ngân sách	2,9	7,3	16,8	40,2	32,8	3,78
	Linh hoạt trong việc chi tiêu	3,9	10,2	19,9	38,4	27,6	
	Đễ dàng kiểm soát chi phí	4,6	11,8	22,4	35,1	26,1	
Trải nghiệm cá nhân	Có thời gian tự khám phá bản thân	2,1	5,6	14,9	40,5	36,9	3,92
	Tăng cường kỹ năng sống độc lập	2,9	7,1	19,9	35,1	35,1	
	Tự do khám phá theo sở thích cá nhân	5,4	9,1	22,4	32,6	30,5	
	Đễ dàng kết bạn mới trong hành trình	3,9	3,5	24,9	27,2	40,5	

Đánh giá những thuận lợi và khó khăn khi du lịch một mình với 5 mức độ từ 1 – Rất không đồng ý đến 5 – Rất đồng ý, kết quả khảo sát tại Bảng 2 cho thấy du lịch một mình đã trở thành một xu hướng đáng chú ý và được giới trẻ đánh giá cao. Về mặt thời gian, du lịch một mình mang lại sự tự do tối đa cho người trẻ với điểm trung bình 3,92 điểm. Khả năng tự do lựa chọn

thời điểm đi và không phụ thuộc vào lịch trình của người khác (tương ứng 78,3% và 61,4% đồng ý và rất đồng ý) cho thấy sự ưu tiên của thế hệ trẻ đối với tính linh hoạt và quyền tự quyết. Về tài chính, khảo sát cho thấy du lịch một mình được đánh giá ở mức 3,78 điểm, với ưu điểm nổi bật về khả năng tự quyết định ngân sách (73% đồng ý và rất đồng ý) và tính linh hoạt trong chi tiêu (66% đồng ý và rất đồng ý). Khả năng kiểm soát chi phí một cách dễ dàng cho phép du khách trẻ tối ưu hóa trải nghiệm du lịch theo khả năng tài chính của mình.

Đặc biệt, trải nghiệm cá nhân được đánh giá cao nhất với điểm trung bình 3,92 điểm. Khả năng tự khám phá bản thân (77,4% đồng ý và rất đồng ý), tăng cường kỹ năng sống độc lập (70,2% đồng ý và rất đồng ý) và dễ dàng kết bạn mới (67,7% đồng ý và rất đồng ý) cho thấy du lịch một mình không chỉ là một hình thức di chuyển mà còn là một phương thức phát triển, khám phá bản thân, mở rộng mạng lưới xã hội qua các trải nghiệm độc lập.

**Bảng 3.** Nhận định về khó khăn khi du lịch một mình của giới trẻ

Yếu tố	Nội dung	Nhận định (%)					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
An ninh, an toàn	Lo ngại về an ninh cá nhân	4,4	4,8	19,1	34,4	37,3	3,93
	Khó khăn khi gặp sự cố sức khỏe	3,9	7,5	19,7	32,8	36,1	
	Rủi ro về tài sản	2,9	7,1	18,5	35,9	35,7	
Tâm lý	Cảm giác cô đơn	2,9	6,2	18,3	40,5	32,2	3,79
	Thiếu người chia sẻ trải nghiệm	2,1	5,2	14,9	39,2	38,6	
	Áp lực từ định kiến xã hội	4,8	12,7	25,1	30,1	27,4	
	Lo lắng về phản ứng của gia đình	7,1	13,9	24,9	27,2	27	
Tổ chức	Chi phí cao hơn khi đi một mình	3,9	7,1	22,4	30,9	35,7	3,62
	Khó khăn trong việc chụp ảnh/quay video	10,8	14,1	19,9	26,1	29,0	
	Hạn chế trong việc thử nhiều món ăn	8,1	10,8	23,9	30,1	27,2	
	Khó khăn khi di chuyển với hành lý	7,1	13,9	22,4	30,1	26,6	

Tuy nhiên, việc đi du lịch một mình của giới trẻ hiện nay vẫn đang chứng kiến những thách thức đa chiều, được thể hiện tại Bảng 3. Về mặt an ninh và an toàn, những lo ngại của du khách khá rõ ràng với điểm trung bình cao nhất là 3,93 điểm. Có đến 71,7% người được hỏi bày tỏ mức độ lo lắng về an ninh cá nhân. Các rủi ro về sức khỏe và tài sản cũng được quan tâm đáng kể với 68,9% và 70,6% người khảo sát đồng tình.

Về mặt tâm lý, nghiên cứu cho thấy cảm giác cô đơn và thiếu người chia sẻ trải nghiệm là những yếu tố đáng chú ý với lần lượt 72,6% và 77,8% người tham gia khảo sát đồng ý và rất đồng ý. Các áp lực từ định kiến xã hội và phản ứng của gia đình không phải là điều quá đáng ngại khi chỉ có 55,7% và 54,1% người được khảo sát đồng ý đó là một khó khăn khi du lịch một mình. Các khó khăn về chi phí, chụp ảnh, thưởng thức ẩm thực và di chuyển với hành lý có điểm trung bình khá thấp (3,62 điểm) với tỷ lệ người được khảo sát đồng ý đó là những khó khăn nằm trong khoảng 55,2 – 66,6%, bởi với sự phát triển của công nghệ và mạng xã hội hiện nay, việc đi du lịch một mình trở nên thuận lợi hơn nhờ khả năng kết nối và hỗ trợ nhanh chóng qua các ứng dụng di động hoặc cộng đồng trực tuyến. Đồng thời, sự sáng tạo, độc lập và kỹ năng xử lý các vấn đề cá nhân cũng là một ưu điểm của giới trẻ hiện nay.

### 3.2.3. Nhu cầu khi du lịch một mình của giới trẻ

Với 5 mức độ từ 1 – Rất không quan trọng đến 5 – Rất quan trọng, nhu cầu khi du lịch một mình trên các khía cạnh được thể hiện tại Bảng 4. Về mặt thông tin, giới trẻ thể hiện nhu cầu cao đối với các nguồn thông tin chi tiết và đáng tin cậy, thể hiện qua điểm trung bình đạt 3,97 điểm. 78,6% người được khảo sát cho rằng thông tin chi tiết về điểm đến là quan trọng và rất quan trọng. Đáng chú ý, các thông tin về đánh giá từ những du khách đi trước, hướng dẫn an toàn cho du khách đi một mình cùng thông tin về chi phí và ngân sách đều nhận được sự quan tâm đáng kể.

**Bảng 4.** Nhu cầu khi du lịch một mình của giới trẻ

Yếu tố	Nội dung	Nhận định (%)					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
Thông tin	Thông tin chi tiết về điểm đến	2,1	4,4	14,9	38,8	39,8	3,97
	Đánh giá và phản hồi từ người đi trước	2,9	6,8	16,4	36,1	37,8	
	Hướng dẫn an toàn cho người đi một mình	3,9	9,5	19,1	35,1	32,4	
	Thông tin về chi phí và ngân sách	2,3	5,6	18,9	38,2	35,1	
Dịch vụ	Dịch vụ hỗ trợ khẩn cấp 24/7	2,9	7,1	18,7	36,1	35,3	3,73
	Gói tour linh hoạt cho người đi một mình	3,9	10,4	19,9	34,2	31,5	
	Dịch vụ đưa đón riêng	19,1	13,9	25,1	23,7	18,3	
	Chỗ ở an toàn và thân thiện	2,1	5,2	14,9	37,1	40,7	
Trải nghiệm	Hoạt động giao lưu với người bản địa	2,9	7,7	19,7	35,1	34,6	3,92
	Cơ hội kết nối với các du khách đơn lẻ khác	3,9	9,5	22,4	30,9	33,2	
	Trải nghiệm văn hóa địa phương	2,1	5,8	17,8	36,1	38,2	
	Hoạt động phù hợp với người đi một mình	2,9	7,1	19,9	34,2	35,9	

Về các dịch vụ, chỗ ở an toàn và thân thiện là yếu tố được đánh giá cao nhất với 77,8% cho rằng đây là yếu tố quan trọng. Dịch vụ hỗ trợ khẩn cấp 24/7 cũng nhận được sự chú ý đáng kể. Tuy nhiên, các dịch vụ như đưa đón riêng lại được đánh giá thấp hơn, cho thấy sự khác biệt trong ưu tiên của du khách trẻ.

Đặc biệt, trải nghiệm văn hóa và xã hội là một điểm nhấn quan trọng với điểm trung bình 3,92 điểm. Trải nghiệm văn hóa địa phương được đánh giá cao với 74,3% người được khảo sát cho rằng quan trọng và rất quan trọng. Bên cạnh đó, giới trẻ cũng mong muốn các hoạt động giao lưu với người bản địa (69,7% cho rằng quan trọng và rất quan trọng), phản ánh xu hướng du lịch trải nghiệm và mong muốn kết nối sâu sắc của thế hệ trẻ hiện nay.

Kết quả khảo sát cho thấy du khách trẻ không chỉ quan tâm đến việc di chuyển và lưu trú đơn thuần, mà còn tìm kiếm các trải nghiệm có ý nghĩa, an toàn và phong phú. Xu hướng du lịch một mình của giới trẻ đang được định hình bởi các giá trị như tự do, khám phá, học hỏi văn hóa và kết nối cộng đồng.

#### 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

Với khao khát khám phá bản thân và tự khẳng định mình, xu hướng trải nghiệm du lịch một mình đang dần trở nên phổ biến trong giới trẻ hiện nay. Bên cạnh những mặt thuận lợi, du lịch một mình cũng đối mặt với một số trở ngại đáng kể. Nghiên cứu đã thực hiện khảo sát 482 người trong độ tuổi từ 18 – 30 tuổi nhằm làm rõ những thuận lợi, khó khăn cũng như nhu cầu khi du lịch một mình của giới trẻ. Kết quả cho thấy du lịch một mình giúp giới trẻ có nhiều sự chủ động hơn về thời gian, chi phí, trải nghiệm nhưng vẫn còn trở ngại về vấn đề an ninh, an toàn và tâm lý. Nghiên cứu cũng đã tìm ra một số nhu cầu về thông tin, dịch vụ và trải nghiệm dành riêng cho khách du lịch một mình.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu gợi ý một số khuyến nghị nhằm khai thác và hỗ trợ tốt hơn nhu cầu du lịch một mình của giới trẻ hiện nay như sau:

*Thứ nhất*, các doanh nghiệp lữ hành nên phát triển các gói du lịch dành riêng cho khách du lịch một mình, tập trung vào việc cá nhân hóa trải nghiệm, bao gồm cung cấp dịch vụ hướng dẫn viên cá nhân, lịch trình linh hoạt và các hoạt động phù hợp với sở thích riêng của từng cá nhân. Việc cá nhân hóa sẽ giúp tăng sự hài lòng và thu hút đối tượng khách hàng này.

*Thứ hai*, tăng cường hỗ trợ an ninh và an toàn. Một trong những lo ngại lớn nhất của du khách một mình là vấn đề an toàn. Do đó, các điểm đến cần cải thiện cơ sở hạ tầng an ninh như hệ thống giám sát, thông tin liên lạc khẩn cấp và cung cấp hướng dẫn an toàn cho du khách. Đồng thời, cần tổ chức các chương trình đào tạo nhân viên du lịch để hỗ trợ kịp thời trong trường hợp khách gặp khó khăn.

*Thứ ba*, phát triển cộng đồng kết nối cho du khách dựa trên các nền tảng trực tuyến hoặc ứng dụng di động để kết nối những người có cùng sở thích du lịch một mình. Thông qua các diễn đàn, sự kiện hoặc nhóm du lịch, du khách có thể dễ dàng tìm bạn đồng hành tạm thời hoặc chia sẻ kinh nghiệm, từ đó giảm bớt cảm giác cô đơn và tăng cơ hội giao lưu văn hóa.

*Thứ tư*, khuyến khích sự tham gia của địa phương để tạo trải nghiệm độc đáo và gần gũi và cung cấp các hoạt động như tham gia lễ hội, học nghề thủ công truyền thống hoặc trải nghiệm ẩm thực tại nhà dân. Những hoạt động này không chỉ tăng tính hấp dẫn cho chuyến đi mà còn thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững cho địa phương.

*Cuối cùng*, cần xây dựng các chiến dịch tiếp thị nhấn mạnh lợi ích của du lịch một mình như sự tự do, khả năng khám phá bản thân và cơ hội trải nghiệm đa dạng. Đồng thời, sử dụng các kênh truyền thông xã hội, nội dung từ những người ảnh hưởng và video trải nghiệm thực tế để truyền cảm hứng và thu hút nhóm đối tượng này.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1] C. Laesser, P. Beritelli, and T. Bieger, "Solo travel: Explorative insights from a mature market (Switzerland)," *Journal of Vacation Marketing*, vol. 15, no. 3, pp. 217-227, 2009.
- [2] B. Heimtun and B. Abelsen, "Singles and Solo Travel: Gender and Type of Holiday," *Tourism Culture & Communication, Cognizant Communication Corporation*, vol. 13, no. 3, pp. 161-174, 2013.
- [3] C. Bianchi, "Antecedents of tourists' solo travel intentions," *Tourism Review*, vol. 77, no. 3, pp. 780-795, 2022.
- [4] VnExpress, "More and more women like to travel alone," March 7, 2024. [Online]. Available: <https://vnexpress.net/ngay-cang-nhieu-phu-nu-thich-du-lich-mot-minh-4718305.html>. [Accessed Nov. 2, 2024].
- [5] S. A. Shukor and U. Kattiyapornpong, "Solo female travelers: a systematic literature review and future research agenda," *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, vol. 19, no. 3, pp. 366-382, 2024.
- [6] A. Otegui-Carles *et al.*, "Solo Travel Research and Its Gender Perspective: A Critical Bibliometric Review," *Tourism and Hospitality*, vol. 3, no. 3, pp. 733-751, 2022.
- [7] H. Sheeba *et al.*, "Solo Travel and Well-Being Amongst Women: An Exploratory Study," *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, vol. 2, no. 1, pp. 1-13, 2021.
- [8] Institute for Tourism Development Research, "Main travel trends of Vietnamese youth today," December 14<sup>th</sup>, 2022. [Online]. Available: [https://itdr.org.vn/ngghien\\_cuu\\_xu\\_huong\\_du\\_lich\\_chinh\\_cua\\_gioi\\_tre\\_viet\\_nam\\_hien\\_nay/](https://itdr.org.vn/ngghien_cuu_xu_huong_du_lich_chinh_cua_gioi_tre_viet_nam_hien_nay/). [Accessed Nov. 2, 2024].
- [9] Agoda, "Whether for business, leisure or 'bleisure', travelers are going solo," October 3<sup>rd</sup>, 2018. [Online]. Available: <https://www.agoda.com/press/solo-travel/>. [Accessed Nov. 2, 2024].
- [10] American Express Travel, *2024 Global Travel Trends Report*, USA: American Express, 2024.
- [11] Vietnamtourism, "Solo Travel - A New Wave in Vietnam," May 19, 2020. [Online]. Available: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/32608>. [Accessed Nov. 2, 2024].