

Phân tích nhu cầu tham gia du lịch trải nghiệm của sinh viên thế hệ gen Z và đề xuất phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm

Huỳnh Thị Kiều Linh

Khoa Du Lịch, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

*htkling@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Mục tiêu của nghiên cứu là phân tích nhu cầu tham gia du lịch trải nghiệm của sinh viên thế hệ gen Z của khối khoa học xã hội và nhân văn tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành. Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát và phân tích các yếu tố bao gồm như (1) thời gian, (2) phương tiện, (3) điểm đến, (4) hoạt động trải nghiệm và (5) thông tin liên quan đến điểm đến mà sinh viên mong muốn tìm hiểu trước khi đi du lịch. Nghiên cứu đã cung cấp tư liệu mới, đã làm phong phú thêm về hiểu biết thực trạng nhu cầu tham gia du lịch trải nghiệm của sinh viên thông qua triển khai khảo sát đánh giá và tìm hiểu. Kết quả phân tích cho thấy du lịch trải nghiệm đang là xu hướng du lịch mới của của sinh viên thế hệ gen Z hiện nay. Bên cạnh đó là đưa ra hàm ý cho nhà quản trị trong việc đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển các sản phẩm du lịch trải nghiệm.

Nhận 28/04/2025

Được duyệt 09/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Phát triển sản phẩm, Du lịch trải nghiệm, Nhu cầu, Sinh viên thế hệ gen Z

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Đặt vấn đề

Trong quá trình phát triển của nền sản xuất xã hội, trình độ kinh tế, xã hội và dân trí đã phát triển thì du lịch trở thành nhu cầu và là một đòi hỏi tất yếu của con người. Nhu cầu về du lịch ngày nay cũng có rất nhiều sự thay đổi một cách nhanh chóng nhằm mục đích đa dạng hóa và nhiều sản phẩm du lịch để đáp ứng một cách tốt nhất về nhu cầu du lịch của đối tượng khách hàng [1, 2]. Trong du lịch, hành vi tiêu dùng du lịch được hiểu là hành vi mà du khách thể hiện trong việc tìm kiếm mua, sử dụng, đánh giá và loại bỏ các sản phẩm du lịch mà họ mong muốn sẽ thỏa mãn nhu cầu trong chuyến du lịch [3]. Doanh nghiệp đã chủ động kết hợp chặt chẽ giữa các loại hình du lịch lại với nhau để phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù nhằm đáp ứng đối tượng khách du lịch, nhu cầu, các hoạt động của khách du lịch trong suốt chuyến đi,... [4, 5].

Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù là một nội dung chiến lược quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam trong phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Nhu cầu du lịch trải nghiệm hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hoá truyền thống (tính khác biệt, đặc sắc, nguyên bản), giá trị tự nhiên (tính nguyên sơ, độc đáo), giá trị sáng tạo và công nghệ cao (tính hiện đại, tiện nghi) [6, 7]. Điều này kích lệ du khách hòa mình vào thực tế cuộc sống tại các điểm đến du lịch không chỉ thông qua việc tìm hiểu thông tin một cách cặn kẽ, chi tiết mà còn tham gia vào các hoạt động cụ thể trong vai

trò là những thành viên trực tiếp của môi trường và cộng đồng bản địa [8, 9].

Gen Z (Zoomers), sinh ra và lớn lên từ năm 1997 đến năm 2012, chiếm gần 25 % dân số toàn cầu. Họ có sức ảnh hưởng mua hàng lên tới hơn 7 nghìn tỷ USD và chiếm khoảng 27 % lực lượng lao động toàn cầu vào năm 2025. Các nghiên cứu liên quan đến tư duy thế hệ trong giáo dục đại học đã nhấn mạnh nhiều đặc điểm riêng biệt của thế hệ này chịu ảnh hưởng đáng kể từ xã hội và hệ thống giáo dục được khuyến khích vận hành nhờ nền tảng công nghệ tiên tiến [10]. Gen Z có bản năng và nhu cầu thể hiện cá tính cá nhân cao hơn so với các thế hệ trước. Thế hệ Gen Z luôn tìm kiếm sự độc lập trong cả suy nghĩ và hành động, có khả năng đảm nhiệm nhiều nhiệm vụ, đưa ra những ý tưởng và khát vọng sáng tạo nhờ tiếp xúc rộng rãi với nhiều loại thông tin qua mạng xã hội [11].

Gen Z đang nhanh chóng trở thành một lực lượng chính trong ngành du lịch, với sở thích và thói quen đặc biệt đang tái định hình thị trường. Du khách Gen Z đang định nghĩa lại cách một phân khúc khách hàng sẽ trải nghiệm và khám phá các sản phẩm du lịch, sẵn sàng trải nghiệm những điều mới mẻ. Thế hệ gen Z lớn lên trong kỷ nguyên của khẩu hiệu “Sống xanh”, sẽ muốn giữ lối sống vì cộng đồng và môi trường khi đi du lịch [12, 13]. Điều này có thể dẫn đến những thay đổi đáng kể trong thị trường du lịch, định hình phát triển các sản phẩm du lịch [14, 15]. Chính vì vậy trong nghiên cứu này tác giả tập trung khảo sát và phân tích sơ bộ về nhu cầu tham

gia du lịch trải nghiệm của sinh viên thế hệ gen Z của khối khoa học xã hội và nhân văn tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành (NTTU). Nghiên cứu nhằm cung cấp thông tin tổng thể, khách quan khoa học từ đó tiến hành các bước nghiên cứu tiếp theo cũng như đề xuất các khuyến cáo cho doanh nghiệp và nhà quản lý trong việc xây dựng thúc đẩy sự phát triển các sản phẩm đặc thù nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển của thị trường tiềm năng này trong tương lai.

2. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập số liệu được sử dụng trong nghiên cứu là số liệu sơ cấp đảm bảo tính chính xác và khoa học vì dữ liệu được tiến hành thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp và online. Đồng thời, đối tượng khảo sát mục tiêu phải là các sinh viên bậc đại học đang theo học khối khoa học xã hội và nhân văn, thích du lịch, có đi du lịch ít nhất 1 lần trong vòng 2 năm trở lại đây.

- Nghiên cứu áp dụng kỹ thuật lấy mẫu thuận tiện (phương pháp chọn mẫu phi xác suất) được áp dụng cho nghiên cứu này, mục tiêu hướng đến của việc chọn mẫu trong nghiên cứu này là sinh viên khối khoa học xã hội và nhân văn đã từng tham gia hoạt động du lịch. Với mục tiêu giảm thiểu tối đa sai số phát sinh trong quá trình chọn mẫu và giúp gia tăng tính đại diện cho tổng thể nên kích thước mẫu chính xác mà tác giả lựa chọn trên 399 mẫu quan sát.

- Phương pháp phân tích số liệu: dùng phần mềm thống kê mô tả (SPSS) là công cụ hỗ trợ cho việc xử lý các số liệu từ các mẫu thu được, sau đó tiến hành phân tích xử lý các mục tiêu cụ thể cũng như các câu hỏi nghiên cứu đã đặt ra.

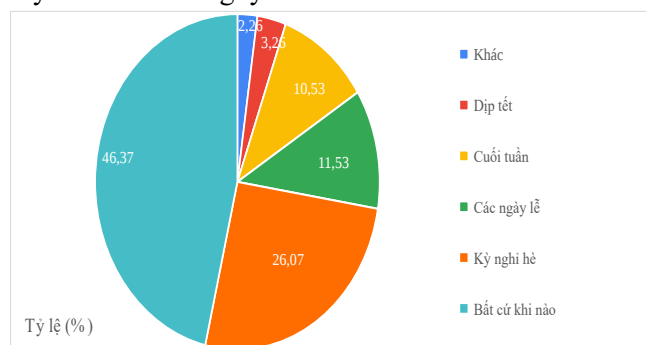
3.2. Phương tiện sinh viên thế hệ gen Z mong muốn sử dụng khi tham gia du lịch trải nghiệm

Nhu cầu vận chuyển là một trong ba thành phần cơ bản của nhu cầu du lịch. Tùy thuộc vào khoảng cách từ nơi ở đến địa điểm du lịch dự định đi và sự phù hợp của phương tiện, mục đích của chuyến đi, khả năng thanh toán, thói quen tiêu dùng của đối tượng nghiên cứu mà mức độ yêu thích các loại phương tiện vận chuyển sẽ khác nhau. Khảo sát phương tiện sử dụng khi đi du lịch thì phần lớn sinh viên thích đi du lịch bằng xe gắn máy và chiếm 44,11 %. Đi du lịch bằng xe máy vừa tiết kiệm chi phí nhất vừa thuận tiện và như một sự trải nghiệm, có thể linh hoạt về thời gian cũng như địa điểm dừng lại để nghỉ ngơi, ăn uống, tham quan và tiếp cận dễ dàng đến đời sống kinh tế-xã hội, văn hóa của điểm đến. Và đây loại hình phương tiện này phù hợp với đối tượng nghiên cứu là sinh viên.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Thời gian sinh viên thế hệ gen Z mong muốn tham gia du lịch trải nghiệm

Dựa vào kết quả khảo sát cho thấy, phần lớn thời điểm sinh viên mong muốn tham gia là bất cứ khi nào họ muốn đi (46,37 %), kỳ nghỉ hè (26,07 %). Các ngày lễ, cuối tuần và dịp Tết chiếm tỷ lệ là 11,53 %; 10,53 %; 3,26 % và một số lượng nhỏ sinh viên cho rằng đi du lịch khi có đủ các điều kiện về mặt kinh tế, hay những sự kiện của gia đình. Đối với sinh viên, đây là độ tuổi yêu thích đi du lịch nên có thể đi vào bất cứ lúc nào họ muốn. Kỳ nghỉ hè cũng là thời gian nhàn rỗi của sinh viên nên các bạn có thể chủ động sắp xếp thời gian để có những chuyến đi trải nghiệm cho bản thân. Xu thế du lịch xã hội (social tourism) được mở rộng theo hướng các đối tượng hạn chế về thu nhập sẽ có cơ hội tham gia vào du lịch. Những người có nhu cầu đi du lịch sẽ có thể truy cập web để tìm kiếm thông tin, tự ra quyết định chuyến đi, lên chương trình chuyến đi theo sở thích cá nhân và không lệ thuộc vào chương trình kiểu tour tuyến của các công ty lữ hành.

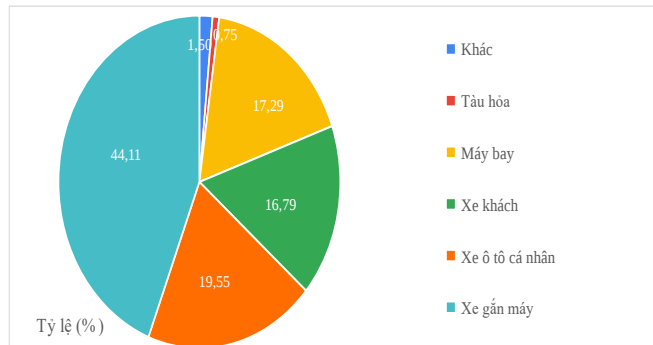


Hình 1. Thời gian sinh viên thế hệ gen Z mong muốn tham gia du lịch trải nghiệm

Phương tiện mong muốn sử dụng khi tham gia là máy bay chiếm tỷ lệ 17,29 %. Hiện nay, số lượng khách đi du lịch bằng máy bay đang ngày càng tăng và nhất là những đối tượng thích đi du lịch ra các đảo để tham quan, nghỉ dưỡng thì việc vận chuyển bằng máy bay sẽ rút ngắn được thời gian, giá cho dịch vụ vận chuyển ngày càng phù hợp hơn. Khi đi du lịch bằng máy bay thì khách du lịch có thể đến địa điểm trong thời gian ngắn nhất và có nhiều thời gian để tham quan, vui chơi, giải trí; trên máy bay có đầy đủ các tiện nghi, trang thiết bị hiện đại. Xe ô tô cá nhân cũng là phương tiện được nhiều sinh viên lựa chọn với 19,55 %, tiếp đến là xe khách với 16,79 %. Xe khách và xe ô tô cá nhân mang lại sự thoải mái, tiện nghi, phù hợp với những điểm đến ở xa và đi nhóm cùng bạn bè, hay với gia đình, người thân. Khi so sánh với đối tượng học sinh, thì học sinh thích tham gia du lịch với bạn bè do nhà trường tổ chức và phương tiện vận chuyển là ô tô. Nhà trường sẽ có

quy mô, tổ chức chặt chẽ hơn, dễ nhận được sự đồng ý của phụ huynh, từ đó học sinh có thể có thêm nhiều cơ hội kết bạn, giao lưu hơn.

Tại điểm đến, thì đa phần đối tượng nghiên cứu chọn việc đi bộ vì việc đi bộ sẽ giúp cho họ có thể tham quan, tận mắt chứng kiến, đối mặt với những thứ mà họ gặp phải khi đi du lịch. Tại những điểm đến du lịch, những địa phương khác nhau có những loại phương tiện vận chuyển chuyên dụng tại địa phương đó ví dụ như: xe ngựa, xe lôi, xe kéo, xe điện, xích lô, xuồng, ghe,... và đây cũng chính là một trong những nét văn hóa, đặc trưng của điểm đến.



Hình 2. Phương tiện sinh viên thế hệ gen Z mong muốn sử dụng khi tham gia du lịch trải nghiệm.

3.3. Điểm đến mong muốn của sinh viên thế hệ gen Z khi đi du lịch trải nghiệm

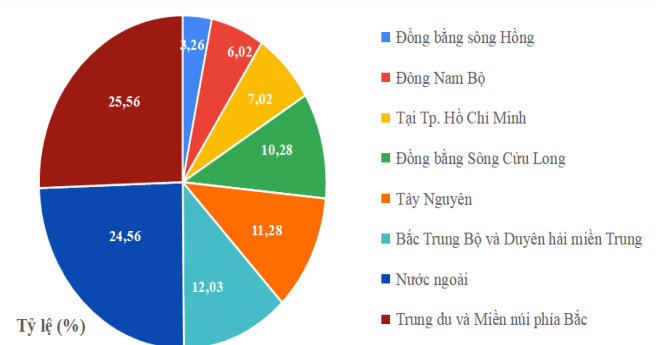
Do sinh viên học tập tại thành phố Hồ Chí Minh và đã từng khám phá du lịch trải nghiệm tại các địa điểm vùng ĐBSCL, Đông Nam Bộ nên họ có nhu cầu đi đến những nơi khác, mới lạ và hấp dẫn hơn. Điểm đến yêu thích mong muốn của sinh viên đối với loại hình du lịch trải nghiệm lần lượt là: Trung du và Miền núi phía Bắc (25,56 %), nước ngoài (24,56 %), Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung (12,03 %); Tây Nguyên (11,28 %)...

Khu vực Trung du và Miền núi phía Bắc là cung đường núi đẹp nhất Việt Nam với những địa danh nổi tiếng Sapa, Mù Cang Chải, Lũng Cú, Đồng Văn, Hà Giang, Mèo Vạc, Điện Biên. Sinh viên mong muốn được chiêm ngưỡng các thửa ruộng bậc thang, ngắm hoa tam giác mạch; hay được tiếp xúc với những người dân tộc miền núi; chinh phục cực bắc với cột cờ Lũng Cú.

Khu vực Bắc Trung bộ với con đường di sản văn hóa Hội An - Đà Nẵng - Huế - Quảng Bình; khám phá đường mòn Hồ Chí Minh dọc dãy Trường Sơn hùng vĩ, trải nghiệm những địa danh nổi tiếng như đèo Hải Vân, động Phong Nha, phá Tam Giang,...Duyên hải miền Trung có cung đường ven biển đẹp và thu hút bởi một bên là núi rừng sừng sững, một bên là biển mênh mông với địa danh nổi tiếng như vịnh Vân Phong, vịnh Cam Ranh, Mũi Né, Vĩnh Hy,...Khu vực Tây Nguyên với

các địa danh nổi tiếng như Bảo Lộc, Đà Lạt, Buôn Mê, Pleiku, Kon Tum. Sinh viên mong muốn được ngắm những con thác, chạy qua những ngọn đồi heo hút, được tìm hiểu về văn hóa công chiêng, thưởng thức rượu cần, ly cà phê nguyên chất.

Bên cạnh đó, vì khả năng tài chính cho chuyến đi nên sinh viên chọn những địa điểm ở Đồng bằng Sông Cửu Long vì chi phí chuyến đi phù hợp hơn. Nếu có điều kiện về kinh tế thì sinh viên sinh viên thế hệ gen Z cũng mong muốn du lịch nước ngoài để trải nghiệm sự khác biệt các nền văn hóa, lịch sử của các quốc gia.



Hình 3. Điểm đến mong muốn của sinh viên thế hệ gen Z khi đi du lịch trải nghiệm.

3.4. Hoạt động sinh viên thế hệ gen Z mong muốn được trải nghiệm

Nghiên cứu cho thấy, Gen Z chịu ảnh hưởng sâu sắc bởi các nền tảng mạng xã hội, các ứng dụng di động; không gặp nhiều khó khăn trong điều kiện kinh tế; họ quyết định đi du lịch khá nhanh mỗi khi có thời gian rỗi; chi phí dành cho chuyến đi không cao nhưng tần suất chuyến đi nhiều hơn so với các thế hệ khác [13]. Du lịch đến những vùng đất mới, trải nghiệm những điều thú vị về tự nhiên và văn hóa một cách trọn vẹn là giá trị hoàn hảo mà sinh viên có thể nhận được khi tham gia các hình thức du lịch trải nghiệm. Trải nghiệm một chuỗi các giá trị từ hệ sinh thái tự nhiên và bản sắc văn hóa địa phương thông qua những hoạt động du lịch cụ thể sẽ giúp các bạn sinh viên làm giàu thêm vốn sống cho bản thân cũng như để lại trong họ một kỷ ức đẹp và ấn tượng về vùng đất và con người. Tổng hợp dữ liệu từ nghiên cứu và tiến hành phân tích các hoạt động mong muốn được trải nghiệm của sinh viên cho thấy đầu tiên là hoạt động tìm hiểu về văn hóa, đặc biệt là văn hóa ẩm thực. Nhóm hoạt động tiếp theo là nhóm thám hiểm, mạo hiểm, đây là các hoạt động được đa số sinh viên lựa chọn, cụ thể như thám hiểm rừng, núi hoặc hang động; chạy xe quanh đèo hay cung đường ven biển; các trò chơi cảm giác mạnh

Nhóm các hoạt động trải nghiệm liên quan đến biển, đảo thì sinh viên nữ lựa chọn ngắm bình minh và đi dạo

trên biển trong khi đó, sinh viên nam lại ưu tiên cho các môn thể thao trên biển. Các hoạt động này gắn với hệ sinh thái rừng như tìm hiểu hệ sinh thái, giáo dục môi trường, trekking xuyên rừng. Các hoạt động này giúp sinh viên có bài học hữu ích về tự nhiên, mở mang thêm vốn hiểu biết về môi trường sinh thái, gia tăng thêm nhận thức và ý thức bảo vệ môi trường. Ngoài ra, nhóm các hoạt động tập thể ngoài trời như các hoạt động team-building, cắm trại, đốt lửa trại; hoạt động văn nghệ nhằm gắn kết các thành viên trong lớp, trong khoa và trong trường với nhau. Một số hoạt động mà sinh viên mong muốn tham gia: tham quan vịnh Hạ Long bằng du thuyền, khám phá hang động Sơn Đoòng, thả đèn hoa đăng ở Hội An, đi xe máy qua vịnh Cam Ranh, tham gia các tour trekking, hoặc trải nghiệm du lịch cộng đồng, khám phá văn hóa bản địa...

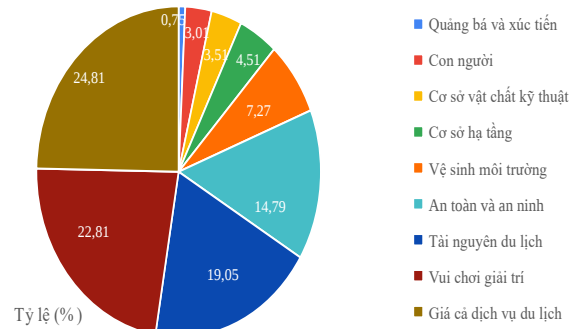


Hình 4: Hình ảnh sinh viên Khoa Du lịch, NTTU tham gia các hoạt động du lịch trải nghiệm với chủ đề “Bật mood xê dịch”

3.5. Thông tin liên quan đến điểm đến mà sinh viên thế hệ gen Z mong muốn tìm hiểu trước khi đi du lịch.

Du lịch trở thành một nhu cầu cần thiết trong cuộc sống; đồng thời du khách đòi hỏi chất lượng ngày càng cao. Việc tìm hiểu các thông tin trước chuyến đi của du khách liên quan trực tiếp đến các nhu cầu và lợi ích của du khách ở điểm đến (tài nguyên du lịch, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, giá cả dịch vụ du lịch, vui chơi giải trí) và liên quan đến nhận thức trách nhiệm và sự quan tâm của du khách với lợi ích của điểm đến (an toàn và an ninh, vệ sinh môi trường, quảng bá và xúc tiến, con người). Sinh viên quan tâm đến những thông tin liên quan trực tiếp đến chuyến đi và các thụ hưởng du lịch của chính họ trong chuyến đi như giá cả dịch vụ du lịch chiếm tỷ lệ 24,81 %, vui chơi giải trí chiếm tỷ lệ 22,81 %. Vì đối với sinh viên thì giá cả các loại dịch vụ bao gồm lưu trú, hàng hoá, dịch vụ có chi phí thấp thì phù hợp với mức thu nhập hiện tại của giới trẻ.

Chủ đề tài nguyên du lịch nhận được 19,05 % quan tâm, trong đó sức hấp dẫn của tài nguyên thiên nhiên, di tích lịch sử, nghệ thuật truyền thống, lễ hội địa phương và các sự kiện cùng chiều đối với sự quan tâm của sinh viên. Ngoài ra, sinh viên lựa chọn thông tin cần tìm hiểu về an toàn và an ninh chiếm tỷ lệ 14,79 %; vệ sinh môi trường chiếm tỷ lệ 7,27 %; cơ sở hạ tầng chiếm 4,51 %; cơ sở vật chất kỹ thuật chiếm 3,51 %; con người chiếm tỷ lệ 3,01 %; quảng bá và xúc tiến chiếm tỷ lệ 0,75 %.



Hình 2.1. Thông tin liên quan đến điểm đến mà sinh viên thế hệ gen Z mong muốn tìm hiểu trước khi đi du lịch.

4. Giải pháp xây dựng các sản phẩm du lịch trải nghiệm cho sinh viên thế hệ gen Z

Từ kết quả đánh giá nhu cầu tham gia du lịch trải nghiệm, một số giải pháp được đề xuất nhằm phát triển các sản phẩm đặc thù cho sinh viên thế hệ gen Z được bền vững hơn trong tương lai như sau:

- Doanh nghiệp xây dựng và đa dạng hoá các sản phẩm phù hợp đề án Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đã đặt ra mục tiêu xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch đặc sắc, đa dạng, đồng bộ, chất lượng cao, giá trị gia tăng cao.
- Xây dựng sản phẩm phù hợp cho sinh viên thế hệ gen Z dựa trên khai thác và bảo tồn đa dạng sinh học, khai thác các nguồn tài nguyên vườn quốc gia, khu bảo tồn biển và rừng ngập mặn có giá trị sinh thái cao; phát triển các chương trình du lịch bảo tồn kết hợp nghiên cứu thiên nhiên có sự tham gia của các nhà khoa học, sinh viên thế hệ gen Z và du khách có ý thức về bảo vệ môi trường.
- Nghiên cứu cho thấy phát hiện chỉ ra rằng thế hệ Z đánh giá cao tính hữu ích của mạng xã hội và họ sử dụng mạng xã hội để tìm kiếm kiến thức, và họ có động lực cao với các điểm đến có đường đi rõ ràng và dễ dàng. Nghiên cứu này sẽ giúp các nhà tiếp thị, đặc biệt là các chuyên gia tiếp thị hiểu rõ hơn về thế hệ Z, từ đó triển khai ứng dụng công nghệ như AI, VR/AR trong thiết kế và quảng bá sản phẩm du lịch sáng tạo cho Gen Z.

- Xây dựng sản phẩm tour trải nghiệm cộng đồng gắn với văn hóa bản địa, bao gồm tham quan các làng truyền thống, học làm nông nghiệp, tham gia các lễ hội địa phương, và trải nghiệm cuộc sống hàng ngày của người dân. Việc này sẽ giúp du khách sinh viên thế hệ gen Z có cái nhìn sâu sắc hơn về văn hóa và lối sống địa phương, đồng thời thúc đẩy bảo tồn văn hóa và phát triển kinh tế bền vững cho cộng đồng.
- Chủ động xây dựng chính sách, chiến lược sản phẩm độc đáo, trong thiết kế sản phẩm tour cần xem xét việc tối đa hóa số điểm đến dọc theo tuyến đường trong lịch trình vì sinh viên thế hệ gen Z đi du lịch thích dừng lại tham quan những địa điểm dọc theo tuyến hành trình. Đối với từng loại hình du lịch như du lịch biển, văn hóa, sinh thái,... cần tạo ra sản phẩm du lịch có những đặc điểm riêng, ấn tượng cho tour du lịch như với loại hình du lịch biển thì ngoài việc tham quan, tắm biển thì cần có thêm những hoạt động trò chơi team building trên biển hay hoạt động chài lưới, đánh bắt hải sản nhằm giúp sinh viên thế hệ gen Z vừa có thể vui chơi giải trí, vừa có thể đúc kết trải nghiệm và kinh nghiệm cho bản thân.
- Khuyến khích sự tham gia của doanh nghiệp trong phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm bền vững cho sinh viên thế hệ gen Z, phát triển đồng bộ cơ sở hạ tầng cùng các sản phẩm du lịch. Xây dựng các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp như giảm thuế, cho vay tài chính, công nhận doanh nghiệp tuân thủ các tiêu chuẩn du lịch bền vững.
- Khuyến khích doanh nghiệp phối hợp và liên kết chặt chẽ với cơ sở đào tạo cung cấp các sản phẩm trải nghiệm và dịch vụ thân thiện với môi trường cho sinh viên thế hệ gen Z. Đây là những cơ sở tổ chức trải

nh nghiệm chính và hiệu quả nhất trong đó sinh viên được tham gia vào quá trình sản xuất, cung cấp dịch vụ nhằm rèn luyện kỹ năng nâng cao năng lực nghề nghiệp.

- Thiết lập các tour dành cho sinh viên thế hệ gen Z phù hợp với mong muốn, nhu cầu; tư vấn cụ thể những vấn đề như điểm đến, thời gian đi, hành trang cần chuẩn bị, giá cả của tour, những điểm lưu ý khi đến tham quan tại những địa phương, những điểm đến có truyền thống sinh hoạt, văn hóa khác với địa phương cư trú của đối tượng, ... nhằm tạo động lực cho doanh nghiệp đầu tư nhiều hơn vào phát triển sản phẩm

5. Kết luận

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy được nhu cầu tham gia sản phẩm du lịch trải nghiệm của sinh viên thế hệ gen Z tại NTTU là khá cao. Nghiên cứu cho thấy thông qua các hoạt động du lịch, gen Z có thêm những trải nghiệm, tích lũy thêm những tri thức, kinh nghiệm thực tế về thiên nhiên, văn hóa-xã hội thông qua việc tham gia các hoạt động cụ thể cùng với cộng đồng tại địa phương. Đối tượng có nhu cầu về du lịch ở nhiều địa điểm và loại hình du lịch khác nhau, du lịch ẩm thực, du lịch mạo hiểm, và du lịch biển đảo là các loại hình du lịch được nhiều sinh viên thế hệ gen Z lựa chọn cho những trải nghiệm của mình. Nghiên cứu cũng đề xuất các giải pháp chiến lược để nhằm xây dựng các sản phẩm đặc thù cho sinh viên thế hệ gen Z cho các doanh nghiệp quan tâm đến việc thúc đẩy các sản phẩm du lịch trải nghiệm.

Lời cảm ơn: Nhóm nghiên cứu xin chân thành cảm ơn sự hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi của tập thể giảng viên và sinh viên Trường ĐH Nguyễn Tất Thành trong việc thiết kế bản câu hỏi, tiến hành khảo sát dữ liệu.

Tài liệu tham khảo

1. Huỳnh Văn Đà, Trần Thái Di (2021), *Như cầu của du khách về du lịch trải nghiệm tại huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ*, Tạp chí Nghiên cứu Địa lý nhân văn, 3(34), 73-81
2. Mondal, S., & Samaddar, K. (2021). *Responsible tourism towards sustainable development: Literature review and research agenda*. Asia Pacific Business Review, 27(2), 229-266.
3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (14th Edition). Shanghai: Shanghai People's Publishing House.
4. Phan Huy Xu, Võ Văn Thành (2018), *Bản về sản phẩm du lịch Việt Nam trong kỳ hội nhập quốc tế*, Tạp chí Khoa học Đại học Văn Lang, 8/2018, 9-20.
5. Phạm Hồng Mơ (2022), *Phát triển sản phẩm du lịch chất lượng cao tại điểm đến du lịch thành phố Vũng Tàu*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm Tp Hồ Chí Minh, Tập 19 - số 4/2022.
6. Nguyễn Đình Thanh, Nguyễn Thị Thuỳ Vinh (2021), *Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi lựa chọn Du lịch xanh ở Việt Nam*, Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế, 142(12), 102-121.
7. Đặng Thị Thúy Hiền, Nguyễn Thị Thanh Nga, Nguyễn Thị Minh Phương (2023), *Nghiên cứu như cầu du lịch có trách nhiệm của khách du lịch nội địa tại thành phố Huế*, Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Khoa học Xã hội và Nhân văn, 132 (6C), 151-170

8. Phạm Thị Thúy Nguyệt (2019), *Khảo sát nhận thức của giới trẻ về nguyên tắc ứng xử du lịch có trách nhiệm tại điểm đến*, Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Khoa học Xã hội và Nhân văn, 3(2), 63-71
10. Szymkowiak, A., Melović, B., Dabić, M., Jeganathan, K., Kundi, G. S. (2021), *Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people*, Technology in Society, 65.
9. Nguyễn Thị Tú Trinh, Nguyễn Hồng Đào và Khru Ngọc Huyền (2018), *Nghiên cứu nhu cầu du lịch trải nghiệm của người dân thành phố Cần Thơ*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 54(7C): 109-116
11. Chicca, J., Shellenbarger, T. (2018), *Connecting with Generation Z: Approaches in nursing education*, Teaching and Learning in Nursing, 13(3), 180-184. <https://doi.org/10.1016/j.teln.2018.03.008>
12. Pricope Vancia, A.P.; Băltescu, C.A.; Brătucu, G.; Tecău, A.S.; Chițu, I.B.; Duguleană, L. (2023), *Examining the Disruptive Potential of Generation Z Tourists on the Travel Industry in the Digital Age*. Sustainability, 15, 8756. <https://doi.org/10.3390/su15118756>
13. Nguyễn Việt Hoàng, Nguyễn Thị Hồng (2019), *Nhu cầu du lịch của thế hệ Z tại thành phố Thanh Hóa*, Tạp chí Du lịch Việt Nam (7), tr. 54-56.
14. Skinner, H., Sarpong, D. and White, G.R.T. (2018), *Meeting the needs of the Millennials and Generation Z: gamification in tourism through geocaching*, Journal of Tourism Futures, 4 (1) 93-104. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0060>
15. Nguyen Viet Hoang, Truong Thi Xuan Dao, Pham Huong Trang, Tran Duc Thanh, Nguyen Pham Hung (2021), *Travel Intention to Visit Tourism Destinations: A Perspective of Generation Z in Vietnam*, Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(2), 1043-1053.

Analysis of Generation Z Students' demand for experimental tourism and Proposals for developing experiential tourism products

Huynh Thi Kieu Linh

Faculty of Tourism, Nguyen Tat Thanh University

*htklingh@ntt.edu.vn

Abstract The objective of the present study is to analyze the need to participate in experiential tourism of generation Z students majoring in social sciences and humanities at Nguyen Tat Thanh University, Viet Nam. The study investigated several factors, including (1) time, (2) means of transportation, (3) destination, (4) experiential activities, and (5) information related to the destination that students want to learn about before traveling. The study also provided new data to understand the current demand of experiential tourism of students. The results indicate that experiential tourism is a new travel trend of Gen Z students today. In addition, this study provided implications for administrators and proposed solutions to promote the development of experiential tourism products.

Keywords: product development, developing products, experimental tourism, demand, Generation Z Students'