

# NHU CẦU DU LỊCH KẾT HỢP CHỤP ẢNH KỸ YẾU CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

TOURISM DEMAND IN COMBINATION WITH YEARBOOK PHOTOGRAPHY OF STUDENTS OF HANOI UNIVERSITY OF INDUSTRY

Phạm Thị Xuân<sup>1</sup>, Trần Thị Ngân<sup>2</sup>,  
Hà Như Quỳnh<sup>3</sup>, Bùi Phú Mỹ<sup>4</sup>

## TÓM TẮT

Mục đích của bài nghiên cứu là đánh giá thực trạng, đưa ra giải pháp cho nhu cầu du lịch kết hợp chụp ảnh kỹ yếu của sinh viên Đại học Công nghiệp Hà Nội. Nghiên cứu được thực hiện dựa trên việc thu thập và phân tích số liệu từ 200 sinh viên trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Các phương pháp thu thập thông tin sơ cấp và nghiên cứu thông tin thứ cấp, phương pháp tổng hợp và xử lý số liệu, đánh giá và so sánh số liệu để đánh giá thực trạng của nhu cầu đi du lịch kết hợp chụp ảnh kỹ yếu của sinh viên Đại học Công nghiệp Hà Nội. Kết quả cho thấy sinh viên Đại học Công nghiệp Hà Nội có nhu cầu lớn trong việc đi du lịch kết hợp chụp ảnh kỹ yếu. Kết quả nhấn mạnh sự cần thiết có một giải pháp thỏa mãn nhu cầu đi du lịch kết hợp chụp ảnh kỹ yếu của sinh viên Đại học Công nghiệp Hà Nội.

**Từ khóa:** Nhu cầu du lịch, du lịch kỹ yếu, sinh viên, Đại học Công nghiệp Hà Nội.

## ABSTRACT

The purpose of the research to assess the status, provide a solution to the need to combine yearbook photography of Hanoi University of Industry students. The research was conducted based on data collected and analyzed from 200 students of Hanoi University of Industry. Methods of primary information collection and information secondary research, methods of data synthesis and processing, evaluation and comparison of data to assess the reality of travel demand combined with yearbook photography Weak concept of students of Hanoi University of Industry. Results for students of Hanoi University of Industry who have great demand in the work of traveling combined with yearbook photography. Strongly ends the need for a solution to satisfy the needs of traveling combined with yearbook photography of Hanoi University of Industry students.

**Keywords:** Tourism demand; combination travel, student, Hanoi University of Industry.

<sup>1</sup>Lớp ĐH Quản trị Du lịch 02 - K12, Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

<sup>2</sup>Lớp ĐH Quản trị du lịch 03- K12, Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

<sup>3</sup>Lớp Quản trị Du lịch 01- K12, Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

<sup>4</sup>Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

\*Email: mybp@hau.edu.vn

## 1. GIỚI THIỆU

Hiện nay, hoạt động du lịch ngày càng phổ biến trong bộ phận sinh viên, đặc biệt là sinh viên Đại học Công nghiệp Hà Nội. Nhu cầu chụp ảnh kỹ yếu cho sinh viên năm

cuối ngày càng cao, do vậy nhu du lịch kết hợp chụp ảnh kỹ yếu đang phổ biến đối với sinh viên nói chung và sinh viên Đại học Công nghiệp Hà Nội nói riêng.

Đại học Công nghiệp Hà Nội là một trường đại học lớn với gần 30.000 sinh viên đang học tập thuộc 39 ngành nghề. Với sứ mệnh cung cấp dịch vụ giáo dục, đào tạo, nghiên cứu khoa học, tư vấn, ứng dụng và chuyển giao công nghệ đáp ứng được yêu cầu công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước và hội nhập quốc tế, trường Đại học Công nghiệp Hà Nội không chỉ hướng tới mục tiêu cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cho thị trường lao động trong nước và quốc tế mà còn hướng tới khơi dậy và cung cấp cho đất nước một đội ngũ doanh nhân có kiến thức và khát khao khởi nghiệp để mang lại sự phồn vinh cho đất nước. Hằng năm có hàng nghìn cử nhân sắp ra trường, do vậy nhu cầu chụp ảnh kỹ yếu là rất cao trong mỗi khóa, ngoài ra các bạn sinh viên trường Đại học Công nghiệp Hà Nội có nhu cầu khá cao trong việc đi du lịch.

Để trả lời câu hỏi: (1) Nhu cầu đi du lịch kết hợp kỹ yếu của sinh viên Đại học Công nghiệp Hà Nội như thế nào? Và (2) Giải pháp thỏa mãn nhu cầu đi du lịch kết hợp chụp ảnh kỹ yếu của sinh viên Đại học Công nghiệp Hà Nội?

Nghiên cứu mong muốn cung cấp những cơ sở lý luận về nhu cầu đi du lịch kết hợp chụp ảnh kỹ yếu của sinh viên trường Đại học Công nghiệp Hà Nội đồng thời cũng chỉ ra một số giải pháp cho nhu cầu này của sinh viên. Kết quả nghiên cứu cho thấy sinh viên quan tâm nhiều đến đi du lịch kết hợp chụp ảnh kỹ yếu và có động cơ cao, ảnh hưởng bởi một số yếu tố như môi trường, giáo dục và kinh tế.

Với sự phát triển của xã hội, du lịch đang là ngành phát triển không ngừng. Theo dự đoán thì sinh viên là thị trường khách du lịch tiềm năng, đến năm 2025 thị trường khách du lịch là giới trẻ, sinh viên và hình thức du lịch vì mục đích học tập sẽ đạt khoảng 300 triệu lượt khách, giá trị lên đến khoảng 320 tỷ USD. Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội là một trường có số lượng sinh viên lớn, hơn 300.000 sinh viên. Do đó có thể thấy mỗi sinh viên có động cơ đi du lịch khác nhau nhưng họ sẽ là những người trực tiếp có ảnh hưởng đến hoạt động du lịch, hoạt động kinh doanh du lịch. Liệu các tổ chức, các doanh nghiệp có nắm bắt, xác định sinh viên là một trong những thị trường

khách hành mục tiêu mà họ hướng đến để tạo ra ưu thế khác biệt cho mình.

## 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

### 2.1. Đặc điểm du lịch kết hợp

Đối với những người kết hợp trong chuyến đi để thực hiện các nhiệm vụ công tác cá nhân như tham dự hội nghị, hội thảo, triển lãm, tìm kiếm cơ hội đầu tư, chữa bệnh, thăm người thân, học tập nghiên cứu... được coi là mục đích kết hợp.

Do mục đích du lịch không phải mục đích chính trong chuyến đi nên du lịch kết hợp thường mang một số đặc điểm đó là :

Chương trình được thiết kế cho đối tượng khách du lịch kết hợp thường có lịch trình ngắn ngày. ( Có thể một ngày, hai ngày... tùy vào khoảng thời gian hoàn thành công việc chính của chuyến đi sớm hay muộn).

Lịch trình không dày đặc các hoạt động, điểm đến như các lịch trình du lịch khác. Các điểm đến thường là những điểm du lịch đặc trưng, nổi tiếng, hấp dẫn nhất, gần và tiện đi lại với nơi thực hiện mục đích chính của chuyến đi.

Chi phí dành cho việc đi du lịch kết hợp này ít hơn bởi thời gian ngắn, nhu cầu cho chuyến đi cũng ít hơn.

Bạn đồng hành trong chuyến đi này thường là bạn bè, đồng nghiệp với nhau hơn là đi cùng gia đình.

Khách hàng ít mua tour chọn gói hoặc mua tour trước quá lâu. Khách hàng thường mua khi sắp kết thúc hoặc sau khi kết thúc công việc chính của chuyến đi. Ngoài ra, để thuận tiện cho đoàn hơn thì khách sẽ tự tổ chức đi du lịch với nhau

### 2.2. Đặc điểm của khách du lịch sinh viên

*Đặc điểm theo nhân khẩu học:*

Khách du lịch sinh viên là những khách có độ tuổi từ 18 - 22. Đây là những người trẻ năng động, hoạt bát và ưa thích sự mới mẻ thêm một chút mạo hiểm.

Khách sinh viên là đối tượng khách có trình độ học vấn, những người thích tìm tòi, học hỏi những điều mới lạ trong cuộc sống. Việc đi du lịch không chỉ là thư giãn sau những giờ học căng thẳng trên giảng đường mà còn để mở mang kiến thức, để trải nghiệm thực tế.

Sinh viên có nguồn gốc quê quán từ khắp các vùng miền, dân tộc, tôn giáo,... đến tập trung học tập tại các trường đại học do đó họ luôn mong muốn được đi du lịch đến các vùng miền khác, dân tộc khác để được tìm hiểu khám phá nét mới tại các địa điểm khác nơi mình thường cư trú.

Khả năng chi trả của sinh viên thường ở mức trung bình. Nguồn thu nhập của đối tượng này còn phụ thuộc vào gia đình. Ngoài ra, cũng có thể từ những công việc làm thêm.

*Đặc điểm tâm lý tiêu dùng:*

- Có khả năng tự chủ cao trong tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ du lịch. Sinh viên có khả năng đồng thời muốn tự quyết các hoạt động của bản thân [3].

- Tìm hiểu khám phá các sản phẩm tiêu dùng du lịch mang tính thời đại mới. Đây là đối tượng khách dám nghĩ dám làm, luôn khát vọng cái mới và tri thức mới. Họ muốn tìm hiểu những vùng miền mới với những sắc thái mới để khám phá và cảm nhận. Trong tiêu dùng du lịch, sinh viên thường chạy theo mốt, thể hiện tính thời đại. Hành vi tiêu dùng du lịch của họ thường chịu ảnh hưởng rất nhiều xu hướng mốt và phương tiện truyền thông [3].

- Họ luôn nhìn nhận đánh giá sát vấn đề sát với thực tế cuộc sống, đôi khi có sự lãng mạng bay bổng [3].

- Mặt khác, điều kiện về khả năng trả lại hạn chế, họ lựa chọn những sản phẩm, dịch vụ hợp tác du lịch giữa thẩm định giá trị, giá trị sử dụng với thực tế tình hình của bản thân [3].

- Được phân phối nhiều bởi cảm xúc. Trong tiêu sử dụng du lịch của họ dễ xúc động, dễ thay đổi quyết định. Mâu thuẫn giữa vị trí và tình cảm thường xảy ra khi chọn sản phẩm, dịch vụ và phân tích lớn mang tính cảm xúc.

### 2.3. Đặc điểm của nhu cầu du lịch

Nhu cầu du lịch là một loại nhu cầu xã hội đặc biệt và mang tính tổng hợp cao biểu hiện sự mong muốn tạm thời thời nơi ở thường xuyên để đến với thiên nhiên và văn hoá ở một nơi khác; là nguyện vọng cần thiết của con người được giải phóng khỏi sự căng thẳng, tiếng ồn, ô nhiễm môi trường để nghỉ dưỡng, giải trí, tăng cường sự hiểu biết, phục hồi sức khỏe... Nhu cầu du lịch thể hiện ở 3 mức nhu cầu du lịch của cá nhân, nhu cầu du lịch của nhóm người và nhu cầu du lịch xã hội. Nhu cầu du lịch của nhóm bao gồm những mong muốn và nguyện vọng của mọi con người cụ thể về các hoạt động du lịch thì nhu cầu du lịch của nhóm là đòi hỏi đi du lịch của một nhóm dân cư có đặc điểm như sinh viên, phụ nữ, giới thương nhân... Tổng thể nhu cầu du lịch của các thành viên trong xã hội được gọi là nhu cầu xã hội. Tuy nhiên, nhu cầu xã hội không phải là tổng đại số đơn thuần của nhu cầu du lịch cá nhân, hoặc nhu cầu du lịch của các nhóm dân cư trong xã hội. Giữa các nhu cầu của mỗi thành viên trong xã hội và các nhóm có những phần chồng lấn hoặc cộng hưởng. Nhu cầu du lịch của xã hội, của nhóm người và nhu cầu du lịch cá nhân không tồn tại riêng lẻ mà tác động qua lại, gắn bó với nhau trong mối quan hệ biện chứng. Trong hệ thống du lịch với ba cấp như vậy, nhu cầu du lịch cá nhân là thành tố quan trọng tạo lập các nhu cầu du lịch nhóm và nhu cầu du lịch xã hội; trong khi nhu cầu du lịch của nhóm và xã hội định hướng, hình thành và công nhận nhu cầu du lịch cá nhân [1].

Nhu cầu du lịch rất đa dạng và phong phú, phụ thuộc rất nhiều vào nhận thức, ý thích của từng cá nhân, mỗi gia đình, nhóm người, phong tục tập quán của tổng cộng đồng dân cư, thời gian, tâm trạng, sức khoẻ của họ.

## 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Qua những phân tích trên có thể thấy, động cơ đi du lịch kết hợp chụp ảnh kỉ yếu của sinh viên tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội là khá cao. Đối tượng nghiên cứu có nhu cầu về du lịch ở nhiều địa địa điểm, với thời gian lưu

trú tương đối ngắn ngày với mức chi phí thấp. Động cơ du lịch của sinh viên cũng đa dạng, phong phú, mỗi sinh viên đi du lịch đều đặt ra cho mình những mục đích khác nhau của chuyến đi, tuy nhiên đa phần các bạn sinh viên đi du lịch với mục đích để giải trí, thích khám phá những vùng đất mới lạ cùng với đó là mục đích chụp kỉ yếu. Theo kết quả tác giả điều tra, trong năm 2021, tỷ lệ sinh viên của trường có dự định đi du lịch chiếm 89,5% trong tổng số đối tượng nghiên cứu. Sinh viên trường Đại học Công nghiệp Hà Nội chịu tác động bởi một số tác nhân mà tác nhân lớn nhất đó là chi phí chuyến đi du lịch kết hợp du lịch kỉ yếu do xuất thân của sinh viên chủ yếu từ nông thôn, chi phí còn phụ thuộc vào bố mẹ, công việc làm thêm chưa đủ khiến các bạn sinh viên có thể chi trả một khoản tiền lớn cho nhu cầu đi du lịch kết hợp chụp kỉ yếu của mình.

Thời điểm các bạn sinh viên đi du lịch nhiều nhất thường rơi vào giữa tháng 10 - tháng 12. Cũng có số đông các bạn cho rằng mình thích thì mình đi du lịch vào bất cứ thời gian nào rảnh rỗi. Nguồn thông tin trên mạng xã hội và từ bạn bè người thân là những thông tin được đối tượng nghiên cứu quan tâm khi tìm hiểu thông tin về các chuyến đi du lịch.

Sinh viên đi du lịch với nhiều hình thức khác nhau, nhưng chủ yếu phần lớn là du lịch do các bạn tự chủ động tổ chức, việc thông qua các công ty du lịch cũng có các bạn sinh viên lựa chọn nhưng không được nhiều. Nếu đi theo công ty du lịch thì hầu hết các bạn sinh viên thích tự tìm hiểu trên mạng những review về các tour mà những công ty du lịch tổ chức và tự tìm đến các công ty để trực tiếp liên hệ đặt tour. Cũng qua kết quả phân tích, điều tra cho thấy, những nhân tố tác động đến việc lựa chọn công ty du lịch của sinh viên trên địa bàn Hà Nội đó là: giá cả, điểm đến, tính Trendy của điểm đến và sự an toàn trong chuyến đi. Với các chương trình khuyến mãi của công ty du lịch thì hình thức giảm giá luôn hấp dẫn đối với khách du lịch. Khả năng chi tiêu cho du lịch của sinh viên trường Đại học Công nghiệp Hà Nội hay mức độ sẵn lòng chi trả cho một hoạt động du lịch bình thường cho một đối tượng là dưới 3 triệu đồng, mức chi tiêu này bị ảnh hưởng bởi các yếu tố như: giới tính, hoạt động tại điểm du lịch, thu nhập hàng tháng.

Nhìn chung từ những kết quả phân tích trên đã phần nào tìm ra những nhu cầu du lịch kết hợp chụp ảnh kỉ yếu của sinh viên trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Đây là những yếu tố mà các cấp chính quyền, các sở ban ngành, các công ty du lịch cũng như các tổ chức Đoàn Thanh niên - Hội Sinh viên cần quan tâm và có các chính sách, biện pháp cụ thể nhằm đáp ứng và khác thác tốt nhu cầu, du lịch của sinh viên, đồng thời góp phần củng cố và phát triển một sân chơi giải trí, lành mạnh, một môi trường giáo dục tích cực dành cho thế hệ trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Bên cạnh đó cũng góp phần làm cho Đoàn Thanh niên, ban giám hiệu có thể quản lí an toàn của sinh viên trong quá trình Chụp ảnh kỉ yếu. Giúp các bạn sinh viên có thể tìm hoặc xây dựng một tương trình du lịch kết hợp chụp ảnh kỉ yếu phù hợp với nhu cầu của mình.

## 4. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

### 4.1. Lựa chọn điểm đến

Qua số liệu thu thập và phân tích đã cho thấy những người được phỏng vấn không ai chưa từng tham gia hoạt động du lịch: sinh viên năm nhất có xu hướng chọn những chuyến du lịch để tập thể mới làm quen và thân thiện với nhau hơn, cơ sở ở Hà Nam, rất gần với khu du lịch chùa Tam Trúc, nên cũng thu hút lượng lớn sinh viên đến thăm quan trải nghiệm. Theo phỏng vấn, đến 90% sinh viên năm nhất tại cơ sở 3 ĐHCNHN đã từng đến thăm quan tại chùa Tam Trúc, cho thấy được sinh viên ĐHCNHN rất quan tâm, thích và mong muốn đi du lịch. Sinh viên năm hai chọn những chuyến du lịch, dã ngoại để tăng cường tinh thần đoàn kết đồng thời mở rộng kiến thức sau khi đã trải qua giai đoạn "bỡ ngỡ", đi theo trào lưu trên mạng xã hội đang rất phát triển như "săn mây", "Phượt", "đổ đèo"... Sinh viên năm ba muốn có thêm những kỉ niệm qua những chuyến du lịch, khi bước vào giai đoạn tốt nghiệp. Và các nhóm chơi thân cũng có nhu cầu đi chơi và giải trí với nhau... Tuy nhiên quy mô của những chuyến du lịch, dã ngoại chỉ ở mức nhỏ và tương đối (dưới 20 người hoặc từ 20 - 50 người).

### 4.2. Lịch trình du lịch

Điều kiện học tập, mức thu nhập với số lượng thời gian ngày nghỉ, thời gian rảnh trong một năm sẽ là điều kiện để sinh viên có thời gian đi du lịch dài ngày hay ngắn ngày, thời gian lưu trú lại điểm du lịch sẽ là nhiều hay ít.

Cùng liên quan đến việc lưu trú, trong đề tài nghiên cứu, tác giả cũng tiến hành khảo sát về loại hình lưu trú của đối tượng nghiên cứu. Đa số sinh viên chọn cơ sở lưu trú nhiều nhất là nhà nghỉ, homestay, khách sạn và resort.

### 4.3. Lựa chọn dịch vụ trong chuyến đi

Sinh viên thường lựa chọn cách tự đi du lịch. Hơn nữa dưới sức mạnh của công nghệ thông tin việc tìm hiểu thông tin cũng trở nên dễ dàng hơn tuy mức độ chính xác là không tuyệt đối. Nếu thực sự có một trung tâm hoặc công ty chuyên cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác thì việc tổ chức một chuyến du lịch, dã ngoại sẽ trở nên dễ dàng hơn. Đồng thời với việc hỗ trợ hoặc có những tour du lịch trọn gói với mức giá sinh viên sẽ khắc phục được những khó khăn về phương tiện đi lại, sự ép giá về các dịch vụ nhà nghỉ và ăn uống, địa điểm cũng không trùng lặp tránh tạo nên sự nhàm chán... sự thỏa mãn dành cho các chuyến du lịch cũng tăng lên - tạo nên uy tín cho trung tâm.

Mỗi sinh viên sẽ có một sở thích, mong muốn riêng nên sẽ lựa chọn những dịch vụ khác nhau. Có người muốn sử dụng những dịch vụ từ 4 đến 5 sao, có người chỉ muốn sử dụng những dịch vụ bình dân, cơ bản ở tầm trung phù hợp với túi tiền của mình. Trong quá trình nghiên cứu, nhóm tác giả đã nghiên cứu và có kết luận như sau: Những phong cách chụp ảnh mà các bạn sinh viên muốn hướng đến phải xây dựng thành một câu chuyện, có sự liên kết và nhắc lại những kỉ niệm đã cùng nhau trải qua trong quá trình học tập cùng nhau. Các bạn luôn muốn ảnh kỷ yếu của lớp mình mang một màu sắc riêng, nét độc đáo riêng và không

bị trùng lặp với các nhóm hoặc lớp khác. Những xu hướng, phong cách chụp ảnh được các bạn sinh viên lựa chọn hàng đầu như: vintage, trẻ trung, cổ điển, hiện đại, đường phố,...

---

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Lê Thu Hương, 2015. *Nhập môn Du lịch học*. NXB Giáo dục Việt Nam
- [2]. Trần Đức Thanh, 2005. *Nhập môn khoa học Du lịch*. NXB Đại học Quốc Gia Hà Nội.
- [3]. Dương Đình Bắc, 2015. *Giáo trình Tâm lý học Du lịch*. NXB Giáo dục Việt Nam
- [4]. Lê Thu Hương, 2015. *Nghiệp vụ kinh doanh Lữ hành*. NXB Giáo dục.
- [5]. Huỳnh Thiệu Phong, 2015. *Nhu cầu lựa chọn sản phẩm du lịch của sinh viên ngành Việt Nam học trường Đại học Sài Gòn (giai đoạn 2011 - 2014)*. Báo cáo tổng kết đề tài nghiên cứu khoa học sinh viên.
- [6]. Trần Đức Thanh, 2005. *Nhập môn khoa học Du lịch*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [7]. Luật Du lịch 2017
- [8]. Sarah Gardiner, Brian King, Hugh Wilkins. *Nghiên cứu về các hành vi du lịch của sinh viên quốc tế: Dựa trên quốc tịch ràng buộc và những cơ hội*.
- [9]. Elena Cavagnaro, Simona Staffieri. *Nghiên cứu về giá trị và nhu cầu của khách du lịch sinh viên để thiết lập các mô hình tương lai và thông tin chi tiết .J*.