

# Khai thác hiệu quả thị trường khách du lịch trẻ

(nhandan.vn) Là quốc gia đang sở hữu cơ cấu dân số vàng với tỷ lệ người trẻ cao, Việt Nam có tiềm năng lớn để phát triển phân khúc du lịch hướng đến đối tượng du khách trẻ.

Trao đổi tại hội thảo “Xu hướng du lịch của giới trẻ và giải pháp thu hút khách giới trẻ ở Việt Nam” do Viện Nghiên cứu phát triển du lịch (Tổng cục Du lịch) tổ chức, Viện trưởng, Tiến sĩ Nguyễn Anh Tuấn nhận định: Trước đây, đối tượng khách du lịch truyền thống chủ yếu là những người ở độ tuổi trung niên có thu nhập tương đối ổn định. Song, cùng với sự phát triển của du lịch thế giới và sự đi lên của đời sống kinh tế - xã hội, nhu cầu du lịch của giới trẻ ngày càng tăng lên, do đó đây là thị trường khách vô cùng quan trọng.



Ảnh minh họa

Báo cáo về đề tài nghiên cứu cùng tên tại hội thảo, Tiến sĩ Lê Quang Đăng, Chủ nhiệm đề tài đưa ra số liệu: Theo báo cáo “Sức mạnh của du lịch giới trẻ” của Tổ chức Du lịch thế giới Liên hợp quốc (UNWTO), từ những năm 2010, ước tính có khoảng 20% trong số 940 triệu khách du lịch quốc tế đi du lịch trên thế giới là những người trẻ tuổi (tuổi từ 15 đến 35) với gần 190 triệu chuyến đi quốc tế. UNWTO cũng dự báo từ năm 2020, sẽ có gần 300 triệu chuyến đi quốc tế của thanh niên mỗi năm.

Theo Quỹ Dân số Liên hợp quốc (UNFPA), Việt Nam đang

ở trong thời kỳ tỷ lệ dân số vàng với thành phần thanh thiếu niên (từ 15 đến 35 tuổi) chiếm đến gần 30% tổng dân số và là bộ phận đóng góp nhất trong cơ cấu dân số cả nước. Những con số này khẳng định không chỉ với thế giới mà ngay ở Việt Nam, giới trẻ cũng đang là thế hệ giàu tiềm năng du lịch nhất và là phân khúc đầy triển vọng cho sự bứt phá của ngành công nghiệp không khói nước nhà.

Tiến sĩ Lê Quang Đăng cho hay, du lịch của giới trẻ giờ đây không chỉ đơn thuần là khám phá một địa điểm với hoạt động tham quan, ngắm cảnh mà hướng đến đầu tư nhiều hơn cho những trải nghiệm trong mỗi chuyến đi, tìm kiếm những giá trị lâu dài, ý nghĩa. Với sự năng động, sức trẻ, thú vui ham

xê dịch, ưa tìm tòi những điều mới lạ, những niềm gắn bó, người trẻ đã cập nhật một loạt xu hướng, trào lưu du lịch thú vị như: du lịch một mình, du lịch tự túc, du lịch check-in, du lịch xanh, du lịch kết hợp làm từ thiện, du lịch “phượt”... Điều tra của nhóm nghiên cứu cũng chỉ ra, khách giới trẻ Việt Nam thường lựa chọn du lịch ở những nơi có cảnh quan thiên nhiên đẹp, nguyên sơ để trải nghiệm, khám phá với các hoạt động chính như: check-in, chụp ảnh, dã ngoại, cắm trại, đốt lửa trại, đi bộ, leo núi, tắm suối, tắm biển, team building... Bên cạnh đó là các điểm đến ở những đô thị lớn, náo nhiệt, với các hoạt động chính như tham gia sự kiện, lễ hội, đại nhạc hội, bar, vũ trường, phố đi bộ, chợ đêm...

Liên quan cơ sở lưu trú, phần lớn du khách trẻ tuổi thường không chỉ quá nhiều cho những nơi sang trọng, tốn kém mà lựa chọn những loại hình bình dân hơn như nhà nghỉ du lịch, khách sạn thấp sao, homestay, farmstay, lều trại. Khảo sát với hơn 300 du khách trẻ từ 15 đến 35 tuổi cho thấy, độ dài hành trình du lịch của họ tương đối ngắn, thường chỉ từ 2 đến 4 ngày, tương ứng thời gian nghỉ cuối tuần hay các kỳ nghỉ lễ; cũng có những khách đi du lịch dài hơn 5 ngày nhưng chiếm số lượng khá nhỏ (khoảng 11%), chủ yếu là trong độ tuổi từ 25 đến 35 đã có công việc, thu nhập ổn định.

Nghiên cứu cũng chỉ ra du lịch biển đảo là loại hình du lịch hấp dẫn nhất đối với khách giới trẻ Việt Nam, tiếp theo là du lịch vùng cao, miền núi, du lịch đô thị, du lịch cộng đồng gắn với nông nghiệp nông thôn... Đây có thể xem là cơ sở tham khảo có giá trị để các địa phương, doanh nghiệp du lịch có chiến lược thu hút hiệu quả khách du lịch giới trẻ.

Nhiều chuyên gia cho rằng, mặc dù mức chi cho một chuyến du lịch của khách trẻ tuổi thường không quá cao nhưng đây là đối tượng du khách có nhu cầu du lịch lớn, sẵn sàng lên kế hoạch cho nhiều chuyến đi trong năm, đồng thời là nguồn cung khách du lịch trong tương lai (vì nhu cầu du lịch của người trẻ kéo dài tới cả tuổi trung niên và cao tuổi), cho nên việc xây dựng chiến lược kinh doanh để thúc đẩy thị phần khách du lịch trẻ tuổi là vô cùng quan trọng. Đó là chưa kể với sức trẻ và đam mê du lịch, sự hào hứng khám phá những miền đất mới ở vùng sâu, vùng xa của người trẻ còn

góp phần phát triển du lịch ở những nơi có tiềm năng du lịch nhưng kinh tế chưa phát triển.

Bên cạnh đó, việc tích cực lan tỏa hình ảnh, thông tin về hành trình du lịch với sự thông thạo công nghệ của người trẻ cũng là kênh tuyên truyền, quảng bá du lịch đặc biệt hữu hiệu từ đồng đảo du khách trong nước, quốc tế. Theo các chuyên gia, để kích thích hơn nhu cầu du lịch của giới trẻ, điều quan trọng là cần phát triển được hệ thống sản phẩm đa dạng đáp ứng được sở thích, xu hướng du lịch của thị trường khách này.

Du khách trẻ tuổi khá quan tâm đến yếu tố giá cả cho nên các doanh nghiệp cũng cần có chiến lược kích cầu tiêu dùng phù hợp, tạo ra chuỗi giá trị du lịch, gia tăng trải nghiệm để kích thích chi tiêu, tăng khả năng giữ chân và quay trở lại của khách du lịch trẻ tuổi. Thêm nữa, thay vì lựa chọn tua du lịch trọn gói, những người trẻ ưa xê dịch hiện nay thường chủ động thiết kế lịch trình, lựa chọn điểm đến, đặt dịch vụ thông qua sự giúp sức của công nghệ.

Do đó, các địa phương, doanh nghiệp cần nhanh nhạy và đầu tư hơn nữa cho việc chuyển đổi số trong hoạt động kinh doanh, quản lý du lịch, tích cực quảng bá, truyền thông thông qua các nền tảng trực tuyến, mạng xã hội...; đồng thời gia tăng trải nghiệm số trong hành trình du lịch của du khách giới trẻ. Cùng với đó, cần nỗ lực tuyên truyền nâng cao ý thức trách nhiệm của khách du lịch giới trẻ về du lịch xanh, du lịch văn minh, du lịch có trách nhiệm với cộng đồng và xã hội để bảo đảm phát triển du lịch bền vững...

## GẶP MẶT HỘI ĐỒNG HƯƠNG...

(Tiếp theo trang 1)

văn hóa, hạnh phúc. Nhiều hội viên tích cực kết nối các hoạt động hướng về quê hương Thái Bình, tiếp tục củng cố tình đoàn kết giữa các hội viên và hai địa phương.

Dự và nói chuyện với bà con tình nhà đang sinh sống, công tác tại Hà Giang, đồng chí Chủ tịch Ủy ban MTTQ tỉnh đánh giá cao tình cảm đoàn kết giữa hai địa phương, đồng chí chia sẻ những tình cảm của quê hương luôn dành cho bà con xa quê và mong muốn bà con tiếp tục phát huy tình cảm đồng hương, có thêm nhiều hoạt động thiết thực phát triển kinh tế, gương mẫu trong cuộc sống, phát huy truyền thống của người Thái Bình, cùng chung tay xây dựng tỉnh Hà Giang giàu đẹp.

Tại buổi gặp mặt, đồng chí Chủ tịch Ủy ban MTTQ tỉnh đã thông tin một số kết quả nổi bật trong phát triển kinh tế - xã hội, an ninh, quốc phòng, xây dựng Khu kinh tế Thái Bình, các định hướng lớn của tỉnh năm 2023; trao quà của Tỉnh ủy, HĐND, UBND, Ủy ban MTTQ tỉnh tặng Hội đồng hương.

Nhân dịp này, Hội đồng hương Thái Bình tại Hà Giang tổ chức mừng thọ các hội viên cao tuổi.

## BẢO HIỂM XÃ HỘI...

(Tiếp theo trang 1)

8 học sinh có hoàn cảnh khó khăn Trường THCS An Đồng được trao 8 suất quà, mỗi suất trị giá 300.000 đồng với mong muốn chia sẻ, động viên để các em nỗ lực vượt khó vươn lên học tập tốt.

BHXH huyện Quỳnh Phụ cũng phối hợp với Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển dịch vụ Phúc Thịnh tổ chức ra quân tuyên truyền chính sách bảo hiểm thất nghiệp, BHYT hộ gia đình tại các xã, thị trấn trên địa bàn. Kết quả, đã vận động mới được 101 người tham gia bảo hiểm thất nghiệp và 137 người tham gia BHYT hộ gia đình.

## CÁC CẤP HỘI PHỤ NỮ

### Nhiều hoạt động bảo vệ môi trường

Thời gian qua, các cấp hội phụ nữ trong tỉnh đã tích cực tham gia nhiều phong trào, hoạt động ý nghĩa với nhiều mô hình có tính khả thi, mang lại hiệu quả thiết thực.

Các cấp hội đã vận động cán bộ, hội viên, phụ nữ xây dựng được 75 công trình cây xanh, trồng 332.508 cây xanh các loại. Hội Liên hiệp Phụ nữ tỉnh tổ chức 8 lớp truyền thông nâng cao kiến thức về hạn chế sử dụng túi nilon và đồ nhựa dùng một lần cho 960 hội viên, phụ nữ. Hội liên hiệp phụ nữ các huyện, thành phố và cơ sở đã phối hợp tổ chức truyền thông nâng cao kiến thức bảo vệ môi trường, chống rác thải nhựa, tiếp tục xây dựng, duy trì các mô hình bảo vệ môi trường: phân loại và xử lý rác thải tại gia đình; đoạn đường phụ nữ tự quản; cảnh đống sạch; biển rác thải thành tiền; nhà sạch, vườn đẹp...

XUÂN PHƯƠNG

## BỆNH VIỆN ĐA KHOA ĐÔNG HƯNG

### Tổ chức cắt tóc miễn phí cho bệnh nhân

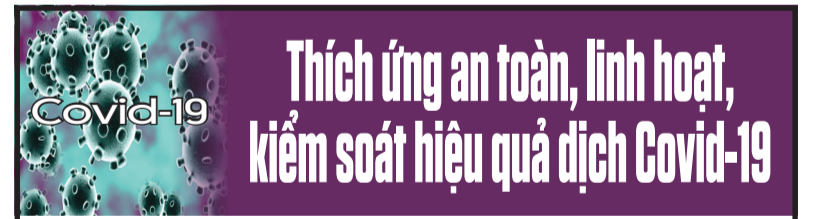
Hưởng tới kỷ niệm 68 năm ngày Thầy thuốc Việt Nam (27/2/1955 - 27/2/2023), Bệnh viện Đa khoa Đông Hưng tổ chức chương trình cắt tóc miễn phí cho bệnh nhân đang điều trị tại Bệnh viện.



Bệnh nhân được cắt tóc miễn phí.

Với sự đồng hành của các tình nguyện viên là chủ các salon tóc trên địa bàn huyện và cán bộ, nhân viên Bệnh viện Đa khoa Đông Hưng, hơn 20 bệnh nhân đang điều trị tại Bệnh viện có nhu cầu đã được cắt tóc miễn phí. Đây là một trong những chương trình ý nghĩa và thiết thực của Bệnh viện đã kết nối với các tổ chức, cá nhân, đơn vị thiện nguyện tổ chức nhằm động viên, chia sẻ với người bệnh trong quá trình điều trị.

TRUNG HIẾU



### Tình hình dịch Covid-19 đến ngày 19/2

**Việt Nam: Số ca mắc Covid-19 mới, ca nặng giảm**  
Bản tin phòng, chống dịch Covid-19 của Bộ Y tế cho biết, ngày 19/2, cả nước ghi nhận 4 ca mắc Covid-19 mới, giảm 3 ca so với ngày 18/2, tiếp tục không ghi nhận bệnh nhân tử vong.

Trong ngày, 1 bệnh nhân được công bố khỏi bệnh, 5 bệnh nhân nặng đang phải thở oxy. Đến nay, cả nước đã tiêm được hơn 266,2 triệu mũi vắc-xin phòng Covid-19.

**Thái Bình: Tỷ lệ người từ 18 tuổi trở lên đã tiêm mũi 3 đạt 95,6%**

Ngày 18/2, các cơ sở y tế tiếp tục không có bệnh nhân Covid-19 mới nhập viện điều trị.

Tính đến hết ngày 18/2, toàn tỉnh đã tiêm được hơn 4.339.500 mũi vắc-xin phòng Covid-19; trong đó, người từ 18 tuổi trở lên đã tiêm mũi 3 đạt 95,6%; trẻ từ 12 - 17 tuổi đã tiêm mũi 3 đạt gần 69,5%; trẻ từ 5 - 11 tuổi đã tiêm mũi 1 đạt hơn 92,7%, tiêm đủ 2 mũi vắc-xin là hơn 70,9%.

HOÀNG LANH

**SỐ ĐIỆN THOẠI TIẾP NHẬN CÁC THÔNG TIN VỀ DỊCH COVID-19**

SỞ Y TẾ: 0969.851.212 / 0227.3640.786

TRUNG TÂM KIỂM SOÁT BỆNH TẬT TỈNH: 0931.581.292 / 0914.590.476 / 0227.3831.885

## QUỲNH PHỤ Huy động 200 máy cấy lúa xuân

Vụ xuân năm nay, huyện Quỳnh Phụ gieo cấy trên 11.000ha. Với quyết tâm đạt năng suất lúa trên 71 tạ/ha, cùng với việc gieo cấy lúa đúng lịch thời vụ, hướng dẫn chăm sóc đúng cách, phòng chuyên môn và các địa phương trong huyện tích cực tuyên truyền, động viên bà con xã viên gieo mạ khay, cấy bằng máy. Với cơ chế hỗ trợ của tỉnh về máy cấy, đến nay nhiều bà con xã viên

trong huyện đã tích tụ ruộng đất, chủ động mua máy cấy phục vụ gia đình và người dân trong huyện.

Theo số liệu thống kê, toàn huyện có khoảng 200 máy cấy; bình quân mỗi máy gieo cấy được khoảng 25ha. Đến ngày 16/2, huyện Quỳnh Phụ đã gieo cấy được trên 8.000ha, phần đầu đến ngày 20/2 sẽ hoàn thành việc gieo cấy.

NGUYỄN CƯỜNG

## Ra mắt tổ liên gia an toàn phòng cháy, chữa cháy, điểm chữa cháy công cộng

Công an thành phố Thái Bình phối hợp với UBND phường Trần Lâm vừa tổ chức ra mắt tổ tự quản an ninh trật tự học đường Trường THCS và tổ liên gia an toàn phòng cháy, chữa cháy, điểm chữa cháy công cộng.

Nhằm giảm thiểu số vụ cháy, nổ xảy ra trên địa bàn với mục đích huy động sức mạnh trong dân cùng phối hợp hỗ trợ công tác bảo đảm an

toàn phòng cháy, chữa cháy, phường Trần Lâm đã rà soát, xác định có 51 ngõ đủ điều kiện xây dựng mô hình “Điểm chữa cháy công cộng”; 13 điểm đủ điều kiện xây dựng mô hình “Tổ liên gia an toàn phòng cháy, chữa cháy”. Trước mắt, tổ chức xây dựng thí điểm 8 mô hình “Điểm chữa cháy công cộng” phục vụ công tác tuyên truyền. Sau đó nhân rộng, phấn đấu hoàn thành trước

MINH NGUYỆT

**PHỔ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT**

**PHỔ BIẾN PHÁP LUẬT VÀ TRỢ GIÚP PHÁP LÝ**

Sở Tư pháp Thái Bình - Báo Thái Bình phối hợp thực hiện

# HỎI ĐÁP VỀ PHÒNG, CHỐNG BẠO LỰC GIA ĐÌNH

(Tiếp theo số 8764, ngày 13/2/2023 và hết)

**Câu 13. Mục đích và yêu cầu của biện pháp thông tin, truyền thông, giáo dục về phòng, chống bạo lực gia đình được quy định như thế nào?**

Theo quy định tại khoản 1 Điều 13 của Luật thi mục đích của biện pháp thông tin, truyền thông, giáo dục về phòng, chống bạo lực gia đình là nhằm nâng cao nhận thức, định hướng hành vi ứng xử, góp phần xóa bỏ bạo lực gia đình.

Để việc thông tin, truyền thông, giáo dục đạt hiệu quả, khoản 2 của Điều luật xác định rõ các yêu cầu cần được thông tin, tuyên truyền sau đây:

- a) Thường xuyên, chính xác, rõ ràng, đơn giản, thiết thực;
- b) Phù hợp với trình độ, lứa tuổi, giới tính, truyền thống, văn hóa, dân tộc, tôn giáo, địa bàn; chú trọng trẻ em, phụ nữ mang thai, phụ nữ đang nuôi con nhỏ dưới 36 tháng tuổi, người cao tuổi, người khuyết tật, người không có khả năng tự chăm sóc bản thân, người sống ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn;
- c) Chú trọng thay đổi hành vi của người có hành vi bạo lực gia đình, người thường xuyên có hành vi cổ xúy cho bạo lực, kỳ thị, phân biệt đối xử về giới, giới tính, định kiến giới;
- c) Bình đẳng giới, bảo vệ danh dự, nhân phẩm, uy tín

của người bị bạo lực gia đình và những người có liên quan;

d) Bảo đảm an toàn thông tin về đời sống riêng tư, bí mật cá nhân và bí mật gia đình.

**Câu 14. Pháp luật quy định như thế nào về nội dung và hình thức của thông tin, truyền thông, giáo dục về phòng, chống bạo lực gia đình?**

Để việc thông tin, truyền thông, giáo dục về phòng, chống bạo lực gia đình có trọng tâm, Điều 14 của Luật quy định cụ thể các nội dung thông tin, truyền thông, giáo dục, gồm:

- Chính sách, pháp luật về phòng, chống bạo lực gia đình;
- Quyền con người, quyền công dân, bình đẳng giới trong gia đình;
- Truyền thống tốt đẹp của con người, gia đình Việt Nam, gương người tốt, việc tốt trong thai, phụ nữ đang nuôi con nhỏ dưới 36 tháng tuổi, người cao tuổi, người khuyết tật, người không có khả năng tự chăm sóc bản thân, người sống ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn;
- Kinh nghiệm phòng, chống bạo lực gia đình trong nước và quốc tế.
- Các nội dung khác có liên quan đến phòng, chống bạo lực gia đình.

Đồng thời, để chuyển tải các nội dung thông tin, truyền thông, giáo dục về phòng, chống bạo

lực gia đình quy định tại Điều 14 nêu trên đến người dân đạt hiệu quả cao nhất, Điều 15 của Luật quy định các hình thức thông tin, truyền thông, giáo dục như sau:

- Hội nghị, hội thảo, tập huấn, nói chuyện chuyên đề; phổ biến pháp luật trực tiếp.
- Thông qua phương tiện thông tin đại chúng, loa truyền thanh, internet, pa nô, áp phích, tranh cổ động;
- Lồng ghép trong chương trình và hoạt động tại cơ sở giáo dục;
- Tổ chức cuộc thi, chiến dịch truyền thông;
- Lồng ghép trong hoạt động văn học, nghệ thuật, thể thao, sinh hoạt đoàn thể, công đồng dân cư; mô hình phòng, chống bạo lực gia đình.
- Hình thức khác phù hợp với quy định của pháp luật.

**Câu 15. Nguyên tắc hòa giải trong phòng, chống bạo lực gia đình được quy định như thế nào?**

Hòa giải trong phòng, chống bạo lực gia đình là việc người tiến hành hòa giải hướng dẫn các bên tự nguyện giải quyết mâu thuẫn, tranh chấp giữa thành viên gia đình để không làm phát sinh, tái diễn hành vi bạo lực gia đình.

Hòa giải trong phòng, chống bạo lực gia đình không thay thế biện pháp xử lý người có hành vi bạo lực gia đình.

Tại khoản 2 Điều 17 Luật Phòng, chống bạo lực gia đình quy định về nguyên tắc hòa giải trong phòng, chống bạo lực gia đình như sau:

- Chủ động, kịp thời, kiên trì.
- Tôn trọng sự tự nguyện của các bên và an toàn của người bị bạo lực gia đình.
- Khách quan, bình đẳng, có lý, có tình, phù hợp với quy định của pháp luật và truyền thống tốt đẹp của dân tộc Việt Nam.
- Bảo đảm bí mật thông tin về đời sống riêng tư của các thành viên gia đình được hòa giải.
- Tôn trọng quyền và lợi ích hợp pháp của người khác; không xâm phạm lợi ích của Nhà nước, lợi ích công cộng.

**Câu 16. Nhà nước có chính sách phát triển các mô hình tư vấn về gia đình hạnh phúc, phòng ngừa bạo lực gia đình. Vậy, nội dung, đối tượng tư vấn về phòng, chống bạo lực gia đình được quy định như thế nào?**

Khoản 1, 2 Điều 16 Luật Phòng, chống bạo lực gia đình quy định cụ thể như sau:

a) Tư vấn về phòng, chống bạo lực gia đình bao gồm các nội dung sau đây:

- Thông tin, kiến thức, pháp luật về phòng, chống bạo lực gia đình, hôn nhân và gia đình, giới, bình đẳng giới và quy định pháp luật có liên quan; quyền và trách nhiệm của người bị