



POSTER

NHẬN THỨC CỦA GEN Z VỀ TRẢI NGHIỆM WORKSHOP TRONG DỊCH VỤ KHÁCH SẠN VÀ XU HƯỚNG HÌNH THÀNH Ý ĐỊNH SAYCATION: NGHIÊN CỨU TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Tác giả:

Phạm Công Danh

Lê Thu Hoài

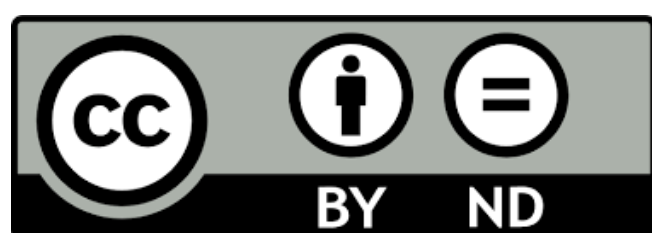
Lê Thành Đạt

Đơn vị:

Khoa Du lịch

Năm xuất bản:

2026



Nhận thức của gen Z về trải nghiệm workshop trong dịch vụ khách sạn và xu hướng hình thành ý định Saycation: Nghiên cứu tại Thành phố Hồ Chí Minh © 2026 bởi **Phạm Công Danh, Lê Thu Hoài, Lê Thành Đạt** được cấp phép theo **CC BY-ND 4.0**.

NHẬN THỨC CỦA GEN Z VỀ TRẢI NGHIỆM WORKSHOP TRONG DỊCH VỤ KHÁCH SẠN VÀ XU HƯỚNG HÌNH THÀNH Ý ĐỊNH STAYCATION

NGHIÊN CỨU TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: ThS. Đặng Kim Phụng
NHÓM NGHIÊN CỨU: Phạm Công Danh - Lê Thu Hoài - Lê Thành Đạt

GIỚI THIỆU

Nghiên cứu tìm hiểu nhận thức của Gen Z về workshop trong khách sạn và xu hướng hình thành ý định staycation tại TP. Hồ Chí Minh. Dữ liệu được thu thập bằng khảo sát trực tuyến và phân tích bằng SPSS. Kết quả cho thấy Gen Z đánh giá tích cực các hoạt động workshop, đặc biệt ở tính mới lạ, tính giải trí, tính tương tác và cảm xúc tích cực. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp phát triển sản phẩm staycation kết hợp workshop phù hợp với nhu cầu khách hàng trẻ.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU



Nghiên cứu tài liệu

Nghiên cứu định lượng kết hợp nghiên cứu tài liệu



Khảo sát bằng bảng hỏi

Thu thập dữ liệu từ đối tượng Gen Z đang sinh sống, học tập và làm việc tại TP. HCM



Phân tích dữ liệu

Phần mềm SPSS với thống kê mô tả, tần suất, tỷ lệ phần trăm, giá trị trung bình (Mean) và độ lệch chuẩn (SD)

MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

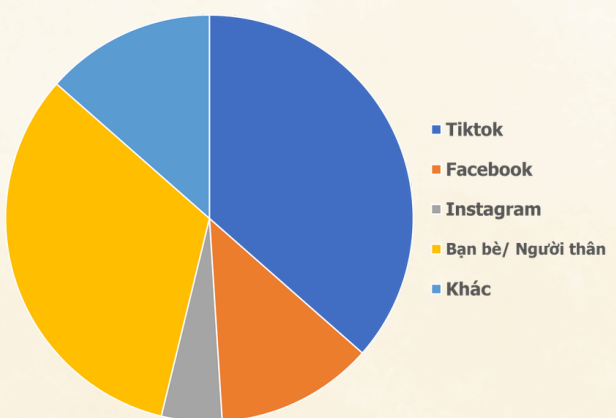
- Tìm hiểu nhận thức của Gen Z về trải nghiệm workshop trong dịch vụ khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh.
- Mô tả xu hướng hình thành ý định staycation của Gen Z khi khách sạn tổ chức các hoạt động workshop trong khách sạn.
- Đề xuất các giải pháp giúp các khách sạn phát triển hoạt động workshop phù hợp với nhu cầu của khách hàng trẻ.

BỐ CỤC ĐỀ TÀI

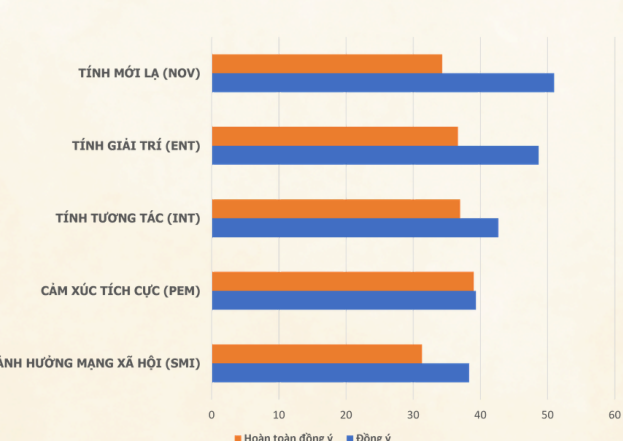
- Chương 1:** Cơ sở lý luận về trải nghiệm workshop và staycation.
- Chương 2:** Thực trạng và kết quả khảo sát.
- Chương 3:** Giải pháp phát triển hoạt động workshop.

SỐ LIỆU KHẢO SÁT

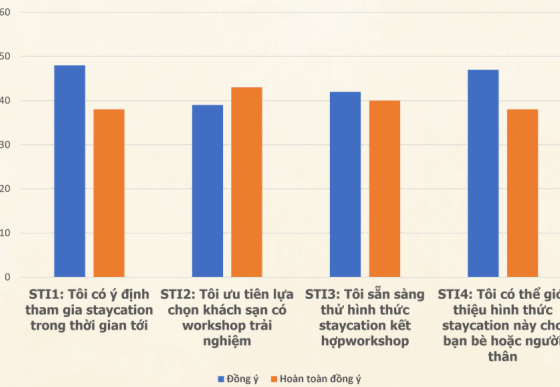
Biết đến Staycation qua các kênh



Nhận thức của GenZ về workshop (Tỷ lệ chọn mức 4 - 5)



Ý định Staycation (Tỷ lệ chọn mức 4 - 5)



KẾT LUẬN

Nghiên cứu cho thấy Gen Z có nhận thức tích cực đối với các hoạt động workshop trong khách sạn và thể hiện xu hướng quan tâm đến mô hình staycation kết hợp workshop. Điều này mở ra cơ hội cho các khách sạn phát triển các sản phẩm trải nghiệm phù hợp với khách hàng trẻ.

Thành phố Hồ Chí Minh, 06/2026

