



GIẢM THIỂU RÁC THẢI NHỰA TRONG NGÀNH DU LỊCH THÀNH PHỐ HUẾ: NHẬN THỨC, THỰC HÀNH VÀ RÀO CẢN TỪ GÓC NHÌN DOANH NGHIỆP

HOÀNG NGỌC TUỜNG VÂN¹, HOÀNG CÔNG TÍN², TRẦN ANH TUẤN², TRẦN THỊ MAI³,
VŨ HOÀI PHƯƠNG³, LÊ HỮU MINH⁴, NGUYỄN THỊ HOA³, LA THỊ THANH LUYẾN⁴,
TRẦN NGỌC KHÁNH NI^{2*}

¹Tổ chức Quốc tế về Bảo tồn thiên nhiên tại Việt Nam (WWF-Việt Nam)

²Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế

³Trường Cao đẳng Du lịch Huế

⁴Sở Du lịch Thành phố Huế

Tóm tắt

Là trung tâm di sản và du lịch trọng điểm quốc gia, Thành phố Huế đang đẩy mạnh phát triển du lịch xanh, trong đó giảm thiểu rác thải nhựa được xem là một trong những yêu cầu cấp thiết. Trong giai đoạn 2023–2025, với sự hỗ trợ của WWF-Việt Nam thông qua dự án "Huế - Đô thị giảm nhựa ở miền Trung Việt Nam" (TVA), đã có 102 doanh nghiệp ký cam kết giảm nhựa; tuy nhiên, hiện vẫn còn thiếu các phân tích định lượng liên quan từ góc nhìn doanh nghiệp. Nghiên cứu này sử dụng bảng hỏi khảo sát 54 doanh nghiệp lưu trú và lữ hành, kết hợp phân tích tài liệu thứ cấp và kiểm định t-test nhằm đánh giá nhận thức, mức độ áp dụng biện pháp giảm nhựa, rào cản và nhu cầu hỗ trợ. Kết quả cho thấy phần lớn doanh nghiệp có nhận thức tích cực và đã triển khai các biện pháp giảm nhựa ở mức khá cao. Trong khi các cơ sở lưu trú tập trung giảm thiểu đồ nhựa dùng một lần và tăng cường tái sử dụng, doanh nghiệp lữ hành lại ưu tiên nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi du khách. Rào cản lớn nhất là chi phí sản phẩm thay thế, hạn chế ngân sách và thiếu nguồn cung vật liệu thân thiện môi trường. Kiểm định t-test cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ rào cản giữa hai nhóm khảo sát ($p = 0,011$), nhưng không có sự khác biệt về nhận thức ($p = 0,99$). Nghiên cứu đề xuất xây dựng lộ trình giảm nhựa cụ thể, hỗ trợ tài chính – kỹ thuật, kết nối nhà cung cấp xanh và thiết kế giải pháp phù hợp với từng nhóm doanh nghiệp nhằm thúc đẩy du lịch Huế giảm nhựa đến năm 2030.

Từ khóa: Doanh nghiệp du lịch, du lịch xanh, rác thải nhựa, giảm nhựa, Thành phố Huế.

Ngày nhận bài: 22/5/2026; Ngày sửa chữa: 6/6/2026; Ngày duyệt đăng: 22/6/2026.

Plastic waste reduction in Hue city's tourism sector: Awareness, practices, and barriers from the perspective of enterprises

Abstract

As a key national center for heritage and tourism, Hue City is promoting green tourism development, in which reducing plastic waste has become an urgent priority. During the 2023–2025 period, with support from WWF-Viet Nam through the project "Hue – A Plastic Smart City in Central Viet Nam" (TVA), 102 businesses signed commitments to reduce plastic use. However, quantitative analyses from the business perspective remain limited. This study used a questionnaire survey of 54 accommodation and travel businesses, combined with secondary document analysis and t-test analysis, to assess business awareness, the level of adoption of plastic reduction measures, barriers, and support needs. The findings show that most businesses have positive awareness and have implemented plastic reduction measures at a relatively high level. While accommodation establishments mainly focus on reducing single-use plastic items and increasing reuse practices, travel businesses give priority to raising awareness and changing tourist behavior. The main barriers include the high cost of alternative products, limited budgets, and an insufficient supply of environmentally friendly materials. The t-test results indicate a statistically significant difference in the level of barriers between the two groups ($p = 0.011$), but no significant difference in awareness ($p = 0.99$). The study recommends developing a specific plastic reduction roadmap, providing financial and technical support, connecting businesses with green suppliers, and designing solutions tailored to each type of enterprise to promote plastic-reduced tourism in Hue by 2030.

Keywords: Tourism enterprises, green tourism, plastic waste, plastic reduction, Hue City.

JEL Classifications: Q53, Q56, Z32.

1. MỞ ĐẦU

Ô nhiễm rác thải nhựa (RTN), đặc biệt là nhựa sử dụng một lần, đang trở thành một trong những thách thức nghiêm trọng đối với mục tiêu phát triển bền vững toàn cầu. Theo Chương trình Môi trường Liên hợp quốc (UNEP), khoảng 50% lượng nhựa sản xuất trên thế giới được thiết kế để sử dụng một lần hoặc thải bỏ trong thời gian ngắn (UNEP, 2018; Strippoli & cộng sự). Trong lĩnh vực du lịch, vấn đề này càng đáng quan tâm do đặc thù tiêu dùng nhanh và sự phổ biến của các sản phẩm nhựa dùng một lần như chai nước, túi nhựa, ống hút, bao bì và vật dụng cá nhân trong khách sạn (Global Tourism Plastics Initiative, 2021). Vì vậy, giảm thiểu RTN không chỉ góp phần bảo vệ hệ sinh thái mà còn là yếu tố quan trọng để nâng cao hình ảnh điểm đến, thúc đẩy du lịch có trách nhiệm và hướng tới phát triển du lịch bền vững.

Tại Việt Nam, mục tiêu giảm thiểu RTN đã được cụ thể hóa thông qua Kế hoạch hành động quốc gia về quản lý RTN đại dương đến năm 2030 (Thủ tướng Chính phủ, 2019). Trên cơ sở đó, các địa phương có hoạt động du lịch phát triển đã từng bước lồng ghép mục tiêu giảm nhựa vào định hướng phát triển du lịch xanh. Đối với Thành phố Huế, một trung tâm di sản và du lịch trọng điểm của quốc gia, việc giảm thiểu RTN trong ngành du lịch có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Trong những năm gần đây, du lịch Huế phục hồi và tăng trưởng mạnh, kéo theo sự gia tăng nhu cầu lưu trú, ăn uống, vận chuyển và tham quan (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, 2025). Các hoạt động này làm phát sinh đáng kể RTN, nhất là các sản phẩm nhựa dùng một lần trong khách sạn, nhà hàng, điểm tham quan và dịch vụ lữ hành. Do đó, giảm thiểu RTN không chỉ là yêu cầu về bảo vệ môi trường mà còn là điều kiện quan trọng để Huế duy trì hình ảnh điểm đến di sản xanh, sạch và bền vững.

Nhằm thúc đẩy mục tiêu này, ngày 26/10/2023, Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế đã ban hành Kế hoạch số 1741/KH-SDL về giảm thiểu RTN trong ngành du lịch giai đoạn 2023–2025 (Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, 2023). Song hành với chính sách địa phương, dự án “Huế - Đô thị giảm nhựa ở miền Trung Việt Nam” (sau đây gọi tắt là Dự án TVA) do WWF-Na Uy tài trợ thông qua WWF-Việt Nam đã góp phần quan trọng trong việc thúc đẩy sự tham gia của doanh nghiệp du lịch vào các hoạt động giảm nhựa. Dự án tập trung vào nâng cao nhận thức, tập huấn cho doanh nghiệp, vận động ký cam kết giảm nhựa, xây dựng mô hình khách sạn tiên phong và phát triển các tour du lịch cộng đồng theo hướng giảm nhựa. Trong giai đoạn 2023–2025, Huế ghi nhận 102 doanh nghiệp ký cam kết giảm nhựa và 12 khách sạn tiên phong thực hành giảm nhựa (Sở

Du lịch Thành phố Huế, 2025). Những kết quả này cho thấy nền tảng ban đầu tích cực cho quá trình chuyển đổi sang du lịch giảm nhựa tại địa phương.

Tuy nhiên, các báo cáo hiện nay chủ yếu dừng lại ở việc mô tả hoạt động triển khai, trong khi còn thiếu các đánh giá định lượng từ góc nhìn doanh nghiệp về nhận thức, mức độ áp dụng biện pháp giảm nhựa, rào cản vận hành, nhu cầu hỗ trợ và hiệu quả bước đầu của các hoạt động giảm nhựa. Đặc biệt, giữa nhóm cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành có sự khác biệt về nguồn phát sinh RTN, khả năng kiểm soát hành vi tiêu dùng của du khách, điều kiện vận hành và khả năng duy trì các thực hành giảm nhựa. Đây là khoảng trống cần được làm rõ nhằm đề xuất các giải pháp phù hợp hơn với đặc thù của từng nhóm doanh nghiệp trong ngành du lịch Huế.

Xuất phát từ thực trạng trên, nghiên cứu này được thực hiện nhằm: (i) đánh giá nhận thức và thực trạng áp dụng các biện pháp giảm nhựa tại cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành ở Thành phố Huế; (ii) xác định các rào cản, nhu cầu hỗ trợ và hiệu quả bước đầu của các hoạt động giảm nhựa trong giai đoạn 2023–2025 từ góc độ doanh nghiệp; (iii) đề xuất kiến nghị nhằm thúc đẩy lộ trình giảm nhựa trong ngành du lịch Huế đến năm 2030. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng cung cấp thêm bằng chứng thực tiễn cho việc hoàn thiện chính sách du lịch xanh, tăng cường sự tham gia của doanh nghiệp và hỗ trợ Thành phố Huế hướng tới mục tiêu phát triển điểm đến du lịch xanh, giảm nhựa và bền vững.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp thu thập và phân tích tài liệu thứ cấp

Các tài liệu được tham khảo bao gồm văn bản chính sách, báo cáo của cơ quan quản lý du lịch, tài liệu của Dự án TVA, các báo cáo liên quan đến du lịch xanh, quản lý RTN và kinh tế tuần hoàn.

Nguồn dữ liệu thứ cấp được sử dụng để xây dựng bối cảnh nghiên cứu, xác định vấn đề nghiên cứu, hỗ trợ thiết kế bảng hỏi và đối chiếu với kết quả khảo sát. Việc kết hợp dữ liệu sơ cấp và thứ cấp giúp tăng tính thực tiễn của nghiên cứu, đồng thời hỗ trợ diễn giải kết quả trong mối liên hệ với các chính sách và chương trình giảm nhựa đang được triển khai tại Thành phố Huế.

2.2. Phương pháp điều tra, khảo sát và đặc điểm mẫu khảo sát

Nghiên cứu sử dụng phương pháp điều tra bằng bảng hỏi nhằm thu thập dữ liệu sơ cấp từ các doanh nghiệp du lịch tại Thành phố Huế trong năm 2025. Đối tượng khảo sát gồm hai nhóm chính là cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành do đây là hai nhóm doanh nghiệp có vai trò trực tiếp trong cung ứng dịch vụ du



lịch và có khả năng tác động đến phát sinh, kiểm soát và giảm thiểu RTN trong hoạt động du lịch.

Nghiên cứu áp dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất, dựa trên sự thuận tiện, khả năng tiếp cận và sự tự nguyện tham gia của doanh nghiệp. Bảng hỏi được gửi đến 180 khách sạn có quy mô trên 20 phòng và 60 doanh nghiệp lữ hành. Kết quả thu về 54 phiếu hợp lệ, bao gồm 36 cơ sở lưu trú và 18 doanh nghiệp lữ hành. Trong khối lưu trú, khách sạn chiếm đa số (88,9%), còn lại là khu nghỉ dưỡng (11,1%). Về quy mô, 75% cơ sở có trên 50 lao động, 16,7% từ 10 đến 50 và chỉ 8,3% có dưới 10 lao động. Cơ cấu của khối lữ hành khá đa dạng: 50% là doanh nghiệp quốc tế, 38,9% doanh nghiệp tổng hợp và 11,1% doanh nghiệp nội địa. Tuy nhiên, về quy mô nhân sự, có đến 77,8% doanh nghiệp có dưới 10 lao động.

Nội dung bảng hỏi được thiết kế theo các nhóm vấn đề chính, bao gồm: (i) đặc điểm chung của doanh nghiệp; (ii) nhận thức và quan điểm của doanh nghiệp về giảm thiểu RTN; (iii) mức độ áp dụng các biện pháp giảm nhựa trong hoạt động vận hành, quản lý và truyền thông; (iv) các rào cản trong quá trình thực hiện; (v) nhu cầu hỗ trợ của doanh nghiệp; và (vi) đánh giá của doanh nghiệp về hiệu quả các hoạt động giảm nhựa, bao gồm các tác động của Dự án TVA trong giai đoạn 2023-2025.

Các biến khảo sát được đo lường bằng thang đo Likert 5 mức độ, từ 1 đến 5, tương ứng với mức độ đồng ý hoặc mức độ thực hiện từ rất thấp đến rất cao. Trước khi khảo sát chính thức, bảng hỏi được thử nghiệm với 05 doanh nghiệp nhằm kiểm tra mức độ rõ ràng, phù hợp và dễ hiểu của câu hỏi. Sau đó, bảng hỏi được hiệu chỉnh trước khi triển khai rộng rãi. Độ tin cậy của các nhóm thang đo được kiểm định bằng hệ số Cronbach's Alpha, với giá trị dao động từ 0,78 đến 0,85. Kết quả này khẳng định các thang đo có độ tin cậy tốt và đủ điều kiện để thực hiện các phân tích tiếp theo (Gliem, 2003).

2.3. Phương pháp xử lý và phân tích số liệu

Dữ liệu sau khi thu thập được làm sạch, mã hóa và phân tích bằng công cụ Data Analysis trong Microsoft Excel. Phương pháp thống kê mô tả (tần suất, tỷ lệ phần trăm và giá trị trung bình) được sử dụng để phân tích đặc điểm mẫu khảo sát, mức độ nhận thức, mức độ áp dụng các biện pháp giảm nhựa, rào cản, nhu cầu hỗ trợ và đánh giá hiệu quả của doanh nghiệp.

Các biến số chung được so sánh giữa nhóm cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành thông qua kiểm định Independent Samples t-test. Cụ thể, Student's t-test được áp dụng khi phương sai hai nhóm đồng nhất; ngược lại, Welch's t-test được sử dụng khi không đồng nhất hoặc cỡ mẫu có sự chênh lệch (Ruxton, 2006;

Delacre & cộng sự, 2017). Mức ý nghĩa thống kê được xác định với $p < 0,05$; các giá trị nhỏ hơn ngưỡng này khẳng định sự khác biệt giữa hai nhóm có ý nghĩa thống kê (Andrade, 2019).

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Nhận thức và quan điểm về giảm nhựa

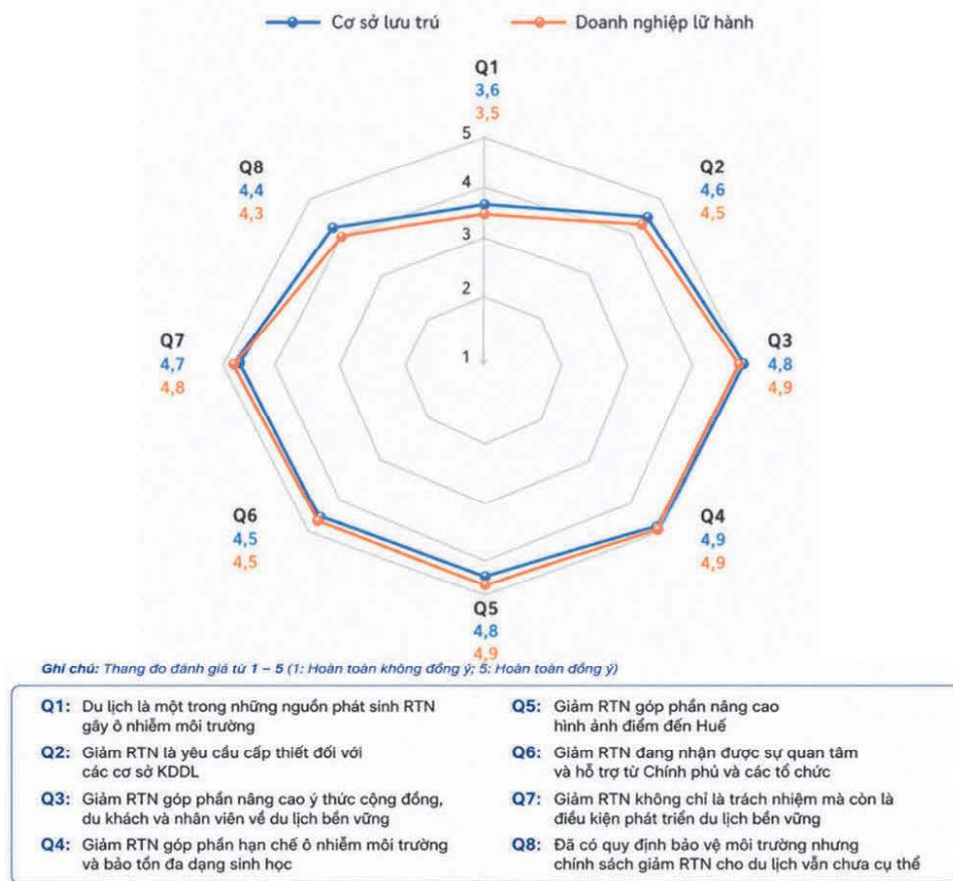
Kết quả khảo sát cho thấy mức độ đồng thuận của doanh nghiệp du lịch tại Huế đối với việc giảm nhựa ở mức cao. Điểm trung bình các nhận định dao động từ 3,59 đến 4,90 (Hình 1), với phần lớn ý kiến tập trung ở mức "đồng ý" và "hoàn toàn đồng ý" (Hình 2). Các nhận định về lợi ích cốt lõi của việc giảm nhựa ghi nhận sự đồng thuận vượt trội, bao gồm: hạn chế ô nhiễm và bảo tồn đa dạng sinh học (Q4); nâng cao ý thức cộng đồng và phát triển du lịch bền vững (Q3); nâng cao hình ảnh điểm đến Huế (Q5); và xác định giảm nhựa là điều kiện tiên quyết cho sự bền vững (Q7).

Đáng chú ý, nhận định Q4 đạt điểm cao nhất (4,9/5,0) với 94,4% doanh nghiệp lựa chọn "hoàn toàn đồng ý", minh chứng cho nhận thức cao của đơn vị về tác động của RTN. Tương tự, các biến Q3, Q5 và Q7 cũng đạt mức điểm từ 4,7 đến 4,9. Cụ thể, tỷ lệ "hoàn toàn đồng ý" cho Q3 đạt trên 88,9% ở cả hai nhóm; Q5 đạt từ 91,6% đến 94,4%; và Q7 đạt 83,3% ở cả hai nhóm (Hình 2). Kết quả này khẳng định các doanh nghiệp du lịch tại Huế đã sẵn sàng và ý thức rõ vai trò của việc giảm nhựa trong chiến lược phát triển dài hạn.

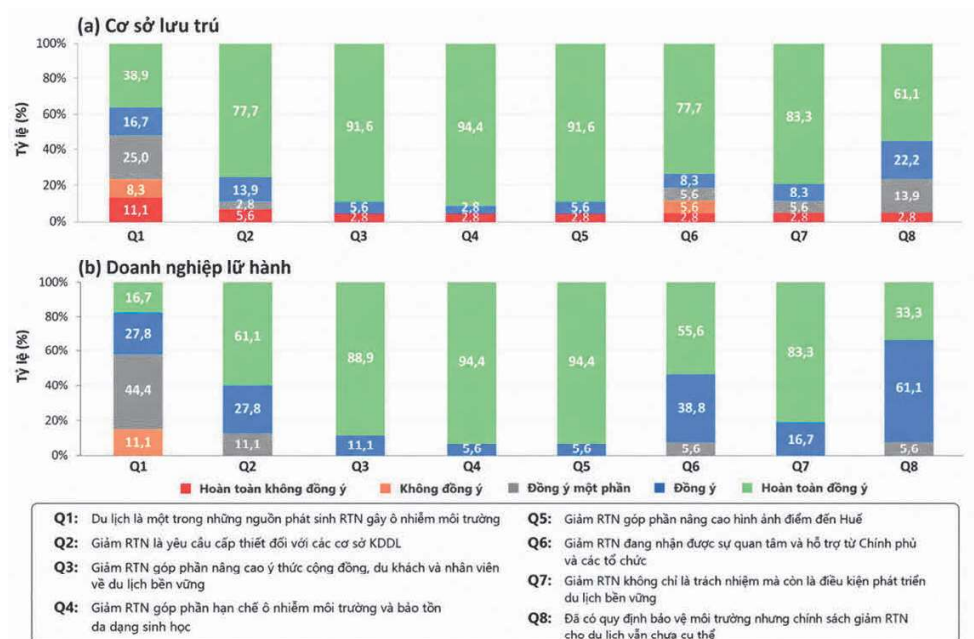
Các nhận định Q2 và Q6 ghi nhận mức đồng thuận khá cao. Với quan điểm thực hành giảm nhựa là yêu cầu cấp thiết (Q2), điểm trung bình đạt 4,5–4,6, trong đó tỷ lệ "hoàn toàn đồng ý" tại cơ sở lưu trú là 77,7% và lữ hành là 61,1%. Đối với nhận định về sự quan tâm, hỗ trợ từ các bên liên quan (Q6), giá trị trung bình cả hai nhóm đạt 4,5, cho thấy doanh nghiệp cảm nhận được sự đồng hành từ xã hội và chính quyền.

Ngược lại, Q1 và Q8 có mức đồng thuận thấp hơn. Nhận định ngành du lịch là nguồn phát sinh RTN chính (Q1) đạt điểm thấp nhất (3,5–3,6). Đặc biệt, khối lữ hành chỉ có 16,7% "hoàn toàn đồng ý" nhưng có tới 44,4% "đồng ý một phần" (Hình 2). Điều này có thể giải thích do đặc thù dịch vụ lữ hành khiến RTN phát sinh phân tán trong chuỗi cung ứng (vận chuyển, ăn uống, điểm đến), dẫn đến việc doanh nghiệp khó định lượng trực tiếp vai trò phát thải của mình. Thực tế, việc sử dụng sản phẩm nhựa dùng một lần phục vụ du khách vẫn khiến ngành du lịch đóng góp đáng kể vào lượng rác thải chung.

Về hệ thống chính sách môi trường (Q8), mức đồng thuận đạt khoảng 4,3-4,4. Các doanh nghiệp đánh giá quy định hiện hành mới dừng lại ở định hướng chung, thiếu các tiêu chí cụ thể và cơ chế hỗ trợ trực tiếp để thúc đẩy chuyển đổi mô hình giảm nhựa.



Hình 1. Đánh giá trung bình về mức độ nhận thức và quan điểm giảm nhựa tại các cơ sở lưu trú và các doanh nghiệp lữ hành tại thành phố Huế



Hình 2. Tỷ lệ mức độ đồng thuận với các nhận định về giảm thiểu RTN của cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành tại thành phố Huế



Kết quả kiểm định t-test đối với điểm trung bình tổng hợp của nhóm biến nhận thức cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành ($p = 0,99 > 0,05$). Giá trị trung bình của hai nhóm gần như tương đương nhau chứng tỏ trong phạm vi mẫu khảo sát, mức độ nhận thức về giảm nhựa giữa hai nhóm doanh nghiệp tương đối tương đồng.

3.2. Thực trạng áp dụng các biện pháp giảm nhựa

Nghiên cứu tiến hành phân loại và đánh giá các biện pháp giảm nhựa tại doanh nghiệp du lịch dựa trên ba cấp độ chính: vận hành, hành vi và quản lý hệ thống. Cách tiếp cận này cho phép phân tích tiến trình liên kết từ các hành động cụ thể hàng ngày đến các cơ chế quản lý tổng thể.

Ở cấp độ vận hành, các biện pháp tập trung vào hoạt động hàng ngày như giảm sử dụng nhựa dùng một lần, thay thế bằng vật liệu thân thiện môi trường, tái sử dụng sản phẩm hoặc bố trí hệ thống phân loại rác. Đặc điểm của nhóm này là dễ áp dụng và mang lại hiệu quả giảm lượng nhựa phát sinh ngay từ đầu.

Cấp độ hành vi hướng đến việc thay đổi nhận thức của nhân viên và du khách thông qua truyền thông, tập huấn và các hoạt động thực hành xanh. Những biện pháp này không chỉ tác động đến lượng RTN mà còn hình thành thói quen tiêu dùng bền vững lâu dài.

Cấp độ quản lý hệ thống bao gồm các hoạt động mang tính chiến lược như theo dõi lượng RTN, lựa chọn đối tác xanh và phát triển các sáng kiến giảm nhựa để tăng cường hiệu quả dài hạn.

Kết quả khảo sát cho thấy các doanh nghiệp du lịch tại Huế đã bước đầu tích hợp các giải pháp giảm nhựa ở nhiều cấp độ khác nhau với mức độ thực hiện khá cao với giá trị trung bình từ 3,8 đến 4,9 (Bảng 1).

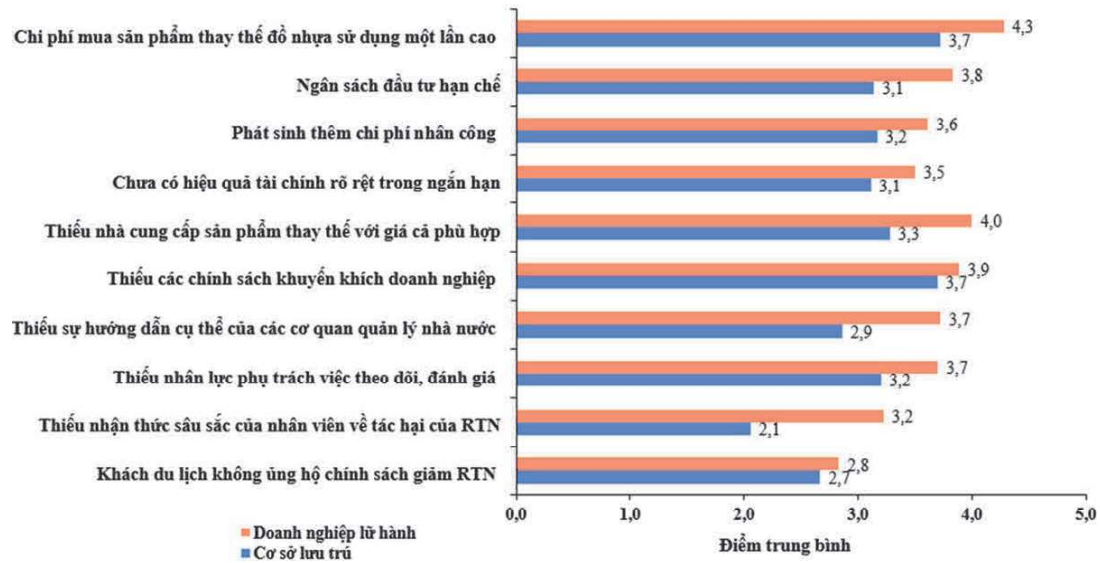
Kết quả cho thấy sự khác biệt rõ rệt trong ưu tiên áp dụng biện pháp giảm nhựa giữa hai nhóm đối tượng nghiên cứu:

- *Cơ sở lưu trú*: Triển khai mạnh mẽ nhất ở cấp độ vận hành. Nhờ khả năng kiểm soát trực tiếp hoạt động tại nguồn, các khách sạn đạt điểm cao trong việc mua sản phẩm đóng gói số lượng lớn (4,5), không dùng đồ nhựa một lần (4,5) và tái sử dụng vật dụng (4,4). Các

Bảng 1. Điểm trung bình của các biện pháp giảm nhựa được áp dụng tại các cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành

Cấp độ	Biện pháp	Cơ sở lưu trú	Doanh nghiệp lữ hành
Vận hành	Giảm số lượng túi nhựa	4,3	4,4
	Giảm cung cấp chai nhựa	4,1	3,8
	Sử dụng sản phẩm thân thiện môi trường/sản phẩm tái chế	4,0	4,3
	Tái sử dụng chai, ly, hộp nhiều lần cho các mục đích khác	4,4	–
	Không sử dụng đồ nhựa dùng một lần	4,5	–
	Mua sản phẩm đóng gói với số lượng lớn	4,5	–
	Đặt thùng rác phân loại, biển báo hướng dẫn việc phân loại	4,1	–
	Cung cấp dù/áo mưa sử dụng nhiều lần cho du khách	–	4,0
	Cung cấp các bình nước lớn trên xe vận chuyển du khách	–	3,8
	Từ chối hoặc hạn chế cung cấp khăn lạnh bọc nhựa	–	3,7
Hành vi	Hướng dẫn du khách bỏ rác đúng nơi quy định	–	4,9
	Khuyến khích du khách mang chai/bình cá nhân	4,3	4,3
	Tập huấn nhân viên về phân loại, thu gom rác thải	4,3	4,0
	Tổ chức / tham gia “Ngày Chủ nhật xanh” hoặc sự kiện cộng đồng làm sạch cho môi trường	4,6	4,0
	Chia sẻ thông tin sáng kiến bảo vệ môi trường	–	3,9
	Phối hợp hướng dẫn viên khuyến khích du khách giảm nhựa	–	4,3
Quản lý hệ thống	Phân loại RTN riêng	4,6	4,4
	Ưu tiên lựa chọn đối tác cung cấp sản phẩm xanh	4,5	4,2
	Theo dõi lượng RTN của đơn vị	4,2	4,1
	Hợp tác với đơn vị thu gom/tái chế	4,1	–
	Có sáng kiến tái sử dụng hoặc tái chế RTN	3,8	3,4
	Tour du lịch gắn với nhặt rác, làm sạch môi trường	–	3,4

Ghi chú: Thang đo đánh giá từ 1-5 (1: rất thấp / 5: rất cao). Dấu (–) biểu thị biện pháp không áp dụng cho nhóm doanh nghiệp tương ứng.



Hình 3. Điểm trung bình về những khó khăn của doanh nghiệp khi thực hành giảm nhựa

thực hành này tương thích với tiêu chí “Quản lý chất thải và tái chế” của Bộ tiêu chí Du lịch xanh Thành phố Huế vừa mới được ban hành theo Quyết định 1431/QĐ-UBND (UBND Thành phố Huế, 2026).

- **Doanh nghiệp lữ hành:** Dù triển khai cấp độ vận hành ở mức thấp hơn so với lưu trú, nhóm này lại dẫn đầu ở cấp độ hành vi. Biện pháp hướng dẫn du khách bỏ rác đúng nơi quy định đạt mức điểm gần như tuyệt đối (4,9). Điều này khẳng định vai trò trung gian quan trọng của lữ hành trong việc định hướng hành vi du khách.

Tại cấp độ quản lý hệ thống, cả hai nhóm đều ghi nhận mức thực hiện thấp hơn so với các cấp độ còn lại. Các hoạt động mang tính đổi mới như sáng kiến tái chế hay thiết kế tour gắn với làm sạch môi trường vẫn còn hạn chế (chỉ đạt 3,4 điểm ở khối lữ hành).

Nhìn chung, nhóm lưu trú tập trung giảm nhựa ở cấp vận hành và quản lý nội bộ, trong khi nhóm lữ hành ưu tiên các biện pháp định hướng hành vi du khách. Sự khác biệt này phản ánh vai trò đặc thù của từng nhóm: cơ sở lưu trú kiểm soát trực tiếp dòng vật liệu và hoạt động tiêu thụ tại điểm cung ứng, còn doanh nghiệp lữ hành kết nối và tác động đến nhận thức, hành vi của du khách. Hai hướng tiếp cận bổ trợ lẫn nhau và đều quan trọng trong giảm nhựa. Hiệu quả giảm nhựa sẽ cao hơn khi các giải pháp kỹ thuật, quản lý và thay đổi hành vi được triển khai đồng bộ, cùng với sự phối hợp giữa các nhóm doanh nghiệp trong toàn chuỗi du lịch.

3.3. Rào cản và nhu cầu hỗ trợ trong thực hành giảm nhựa

Kết quả khảo sát cho thấy các doanh nghiệp du lịch tại Thành phố Huế đang đối mặt với những thách

thức đa diện, tập trung vào ba nhóm rào cản chính: (1) chi phí và nguồn lực tài chính; (2) nguồn cung ứng và chính sách hỗ trợ; (3) nguồn nhân lực và nhận thức.

Thách thức lớn nhất được ghi nhận là chi phí đầu tư cho các sản phẩm thay thế đồ nhựa dùng một lần. Mức độ đồng thuận đối với rào cản này đạt điểm trung bình 4,3 ở nhóm doanh nghiệp lữ hành và 3,7 ở nhóm cơ sở lưu trú (Hình 3). Bên cạnh đó, các doanh nghiệp còn gặp khó khăn do ngân sách hạn chế và phát sinh thêm chi phí nhân công trong quá trình chuyển đổi. Xét về tổng thể, nhóm lữ hành đánh giá mức độ khó khăn về tài chính cao hơn so với khối lưu trú do quy mô nguồn lực hạn chế và sự phụ thuộc lớn vào các đối tác cung ứng.

Ngoài áp lực tài chính, tình trạng thiếu nhà cung cấp sản phẩm thay thế với giá cả phù hợp là rào cản đáng kể, đặc biệt đối với nhóm lữ hành (4,0 điểm). Việc thiếu các chính sách khuyến khích và hướng dẫn cụ thể từ cơ quan quản lý cũng khiến doanh nghiệp lúng túng trong giai đoạn đầu triển khai.

Doanh nghiệp lữ hành gặp khó khăn hơn trong việc bố trí nhân sự chuyên trách và duy trì nhận thức thống nhất của đội ngũ nhân viên (đạt 3,2 điểm so với 2,1 ở nhóm lưu trú). Đặc thù sử dụng lao động linh hoạt và hướng dẫn viên cộng tác khiến việc kiểm soát thực hành xanh trong toàn bộ chuỗi cung ứng của lữ hành gặp nhiều thách thức hơn.

Ngược lại, sự thiếu ủng hộ từ khách du lịch được đánh giá là rào cản thấp nhất (2,7 - 2,8 điểm). Kết quả này phản ánh xu hướng tích cực khi khách du lịch ngày càng có trách nhiệm và sẵn sàng chấp nhận các giải pháp bền vững.



Bảng 2. Tỷ lệ nhu cầu được hỗ trợ của doanh nghiệp

Nhu cầu hỗ trợ	Cơ sở lưu trú (%)	Doanh nghiệp lữ hành (%)
Tập huấn/học tập chia sẻ kinh nghiệm	47,2	22,2
Cơ chế hỗ trợ tài chính	52,8	44,4
Quảng bá về sáng kiến giảm nhựa	58,3	61,1
Hỗ trợ kỹ thuật	75,0	72,2
Kết nối đối tác	77,8	77,8

Để vượt qua các rào cản trên đây, doanh nghiệp bày tỏ nhu cầu cao về hỗ trợ kỹ thuật và kết nối mạng lưới đối tác. Nhu cầu kết nối đối tác và hỗ trợ kỹ thuật chiếm tỷ lệ cao nhất (trên 72%), cho thấy doanh nghiệp rất cần tiếp cận nguồn cung sản phẩm thay thế và các giải pháp thực tiễn. Khối lưu trú quan tâm đến tập huấn chuyên môn nhiều hơn (47,2%) so với lữ hành (22,2%). Ngoài ra, việc quảng bá thương hiệu gắn với sáng kiến giảm nhựa cũng là nhu cầu thiết yếu nhằm tạo lợi thế cạnh tranh (Bảng 2).

Kết quả kiểm định t-test cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ cảm nhận rào cản giữa hai nhóm doanh nghiệp ($p = 0,011 < 0,05$). Trong phạm vi mẫu khảo sát, doanh nghiệp lữ hành ghi nhận mức độ rào cản cao hơn ở tất cả các tiêu chí. Điều này xuất phát từ đặc điểm hoạt động phụ thuộc vào chuỗi cung ứng đa bên (vận chuyển, ăn uống, điểm đến), khiến việc giám sát và kiểm soát trực tiếp các hành vi sử dụng nhựa trở nên phức tạp hơn so với mô hình quản trị nội bộ của các cơ sở lưu trú.

3.4. Hiệu quả hoạt động giảm nhựa và tác động của Dự án “Huế - Đô thị giảm nhựa miền Trung Việt Nam” giai đoạn 2023-2025

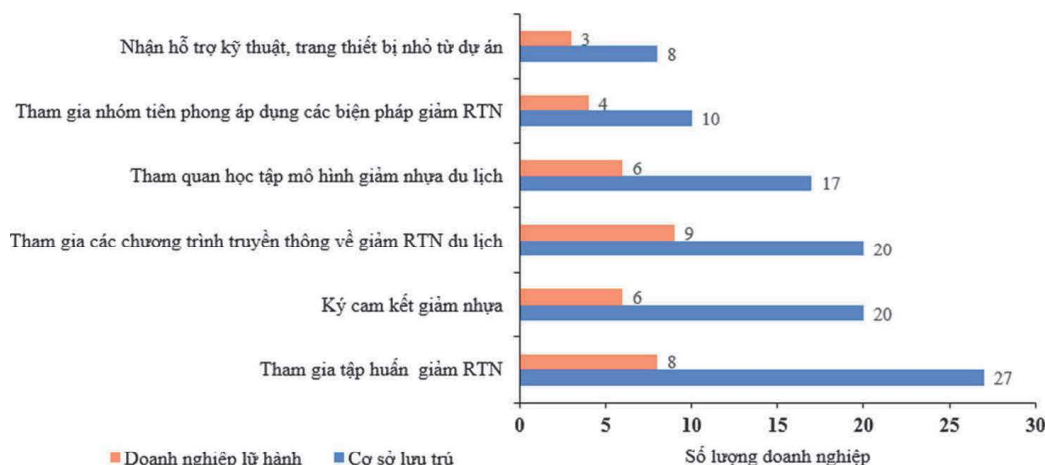
Trong bối cảnh RTN từ hoạt động du lịch ngày càng được quan tâm, Dự án TVA được triển khai từ năm 2021 đã đóng vai trò nòng cốt trong việc thúc đẩy thực hành giảm nhựa bền vững.

Dự án đã phối hợp với các cơ quan chức năng để tập huấn nâng cao nhận thức, vận động ký cam kết và xây dựng lộ trình giảm nhựa cho ngành du lịch giai đoạn 2023-2025. Kết quả khảo sát mức độ tham gia của doanh nghiệp vào dự án cho thấy các hoạt động tập huấn và ký cam kết thu hút sự hưởng ứng đồng đều nhất, trong khi việc tham gia vào các nhóm tiên phong thực hành có hỗ trợ vật dụng vẫn còn ở quy mô hạn chế do các yêu cầu kỹ thuật khắt khe (Hình 4).

Đánh giá về hiệu quả triển khai giai đoạn 2023-2025, các doanh nghiệp du lịch tại Huế ghi nhận sự chuyển biến tích cực, đặc biệt là trong việc nâng cao nhận thức của đội ngũ nhân viên và phản hồi từ phía khách du lịch (Bảng 3). Các nhận định về vai trò của chính sách và tác động của dự án TVA đều đạt điểm trung bình cao (từ 4,1 đến 4,5), khẳng định rằng sự kết hợp giữa các quy định hành chính và hỗ trợ kỹ thuật từ các tổ chức quốc tế là hướng đi đúng đắn để hiện thực hóa lộ trình du lịch giảm nhựa.

Đáng chú ý, nhóm lữ hành đánh giá cao hơn nhóm lưu trú về hiệu quả của công tác truyền thông (4,3 so với 3,8). Điều này phản ánh vai trò đặc thù của lữ hành trong việc định hướng hành vi khách du lịch thông qua hướng dẫn và chia sẻ thông tin xanh. Đồng thời, nhóm này cũng nhận thức rõ hơn tiềm năng của các hoạt động truyền thông trong việc nâng cao hình ảnh thương hiệu và đáp ứng xu hướng du lịch bền vững toàn cầu.

Tuy nhiên, hiệu quả kinh tế của việc giảm nhựa vẫn là mối quan ngại lớn nhất đối với cộng đồng doanh nghiệp du lịch.



Hình 4. Mức độ tham gia của các doanh nghiệp trong Dự án TVA

Bảng 3. Nhận định của doanh nghiệp về hiệu quả giảm nhựa giai đoạn 2023 - 2025

Nội dung	Lưu trú	Lữ hành
Chính sách bắt buộc/khuyến khích giúp giảm nhựa hiệu quả hơn	4,4	4,5
Dự án TVA có tác động tích cực đến lộ trình giảm nhựa	4,3	4,1
Nhận thức cộng đồng được nâng cao và thay đổi hành vi về giảm nhựa	4,2	3,9
Các biện pháp giảm nhựa được các doanh nghiệp du lịch ngày càng quan tâm và tham gia nhiều hơn	4,2	3,9
Khách du lịch có phản hồi tích cực về sáng kiến giảm nhựa.	4,2	3,9
Các điểm đến và doanh nghiệp tiên phong giảm nhựa được quảng bá rộng rãi	4,2	3,9
Lượng RTN từ hoạt động du lịch giảm đáng kể nhờ phân loại và tái chế	4,2	3,8
Tỷ lệ sản phẩm nhựa dùng một lần có xu hướng giảm dần nhờ áp dụng các biện pháp Từ chối, Tiết giảm, Tái sử dụng, Thay thế	4,2	3,3
Một bộ phận du khách có thể chấp nhận giá dịch vụ cao hơn tại các doanh nghiệp có chứng nhận nhãn xanh	4,1	4,0
Quản lý và nhân viên các doanh nghiệp có cơ hội mở rộng kết nối, chia sẻ kinh nghiệm về giải pháp xanh	4,1	3,9
Truyền thông về giảm nhựa được triển khai đa dạng	3,8	4,3
Giảm chi phí vận hành nhờ áp dụng biện pháp giảm nhựa	3,8	3,6
Giảm nhựa không làm tăng tổng chi phí vận hành	3,5	3,3

Các nội dung liên quan đến việc tiết kiệm chi phí vận hành hoặc khả năng triển khai mà không làm tăng tổng chi phí đều nhận được điểm số thấp nhất (dao động từ 3,3 đến 3,8). Nhiều doanh nghiệp lo ngại gánh nặng tài chính phát sinh từ việc đầu tư sản phẩm thay thế và điều chỉnh quy trình vận hành trong giai đoạn đầu. Mặc dù vậy, một bộ phận doanh nghiệp đã bắt đầu nhận thấy du khách sẵn sàng chi trả cao hơn cho các đơn vị đạt tiêu chuẩn môi trường, mở ra triển vọng về lợi thế cạnh tranh dài hạn.

Tóm lại, thực hành giảm nhựa tại Huế đã đạt được những bước tiến quan trọng về mặt nhận thức và thực hiện quy trình. Việc giảm nhựa không chỉ là trách nhiệm môi trường mà còn là chiến lược để nâng cao năng lực cạnh tranh cho điểm đến Huế. Do đó, về dài hạn, các hoạt động giảm nhựa không chỉ góp phần giảm thiểu tác động môi trường mà còn có tiềm năng nâng cao hình ảnh thương hiệu và tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp trong xu hướng phát triển du lịch xanh và bền vững.

4. KIẾN NGHỊ

Kết quả khảo sát cho thấy các doanh nghiệp du lịch tại Thành phố Huế đã có nhận thức tích cực và bước đầu triển khai nhiều biện pháp giảm nhựa. Tuy nhiên, quá trình thực hiện vẫn gặp các rào cản chính về chi phí sản phẩm thay thế, hạn chế ngân sách, thiếu nguồn cung vật liệu thân thiện môi trường và thiếu hướng dẫn cụ thể. Vì vậy, các giải pháp cần tập trung để tháo gỡ những khó khăn trực tiếp này.

Trước hết, cơ quan quản lý cần xây dựng lộ trình giảm nhựa cụ thể cho ngành du lịch, trong đó xác định rõ các sản phẩm nhựa dùng một lần cần ưu tiên cắt giảm như chai nước nhựa, túi nhựa, ống hút, khăn lạnh bọc nhựa và đồ dùng cá nhân trong cơ sở lưu trú. Lộ trình này cần đi kèm hướng dẫn kỹ thuật theo từng nhóm doanh nghiệp, giúp cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành biết rõ biện pháp nào có thể áp dụng, cách theo dõi kết quả và tiêu chí đánh giá thực hiện.

Thứ hai, cần có cơ chế hỗ trợ tài chính và khuyến khích doanh nghiệp trong giai đoạn chuyển đổi ban đầu. Các hình thức hỗ trợ có thể gồm hỗ trợ một phần chi phí sản phẩm thay thế, ưu đãi hoặc ghi nhận đối với doanh nghiệp thực hành tốt, và quảng bá các đơn vị tiên phong trên các kênh xúc tiến du lịch của Thành phố Huế. Điều này sẽ giúp giảm áp lực chi phí, đồng thời tạo động lực để doanh nghiệp duy trì thực hành giảm nhựa lâu dài.

Thứ ba, Sở Du lịch, Hiệp hội Du lịch, WWF-Việt Nam và các bên liên quan cần tăng cường vai trò kết nối giữa doanh nghiệp du lịch với nhà cung cấp sản phẩm xanh, đơn vị thu gom - tái chế và tổ chức hỗ trợ kỹ thuật. Việc xây dựng danh mục nhà cung cấp uy tín, chia sẻ mô hình thực hành tốt và hỗ trợ kỹ thuật sẽ giúp doanh nghiệp khắc phục tình trạng thiếu thông tin, thiếu nguồn cung và khó khăn trong lựa chọn giải pháp phù hợp.

Thứ tư, các giải pháp cần được thiết kế phù hợp với đặc thù của từng nhóm doanh nghiệp. Đối với cơ sở



lưu trú, cần ưu tiên giảm nhựa tại nguồn thông qua thay thế sản phẩm nhựa dùng một lần, mua hàng đóng gói lớn, bố trí trạm refill, phân loại và theo dõi lượng RTN. Đối với doanh nghiệp lữ hành, cần tập trung vào truyền thông cho du khách, tập huấn hướng dẫn viên, khuyến khích du khách mang bình nước cá nhân và lồng ghép yêu cầu giảm nhựa trong hợp tác với nhà xe, nhà hàng, điểm tham quan và cơ sở lưu trú.

Cuối cùng, Dự án “Huế - Đô thị giảm nhựa ở miền Trung Việt Nam” cần tiếp tục phát huy vai trò hỗ trợ kỹ thuật, kết nối đối tác và lan tỏa các mô hình thực hành tốt. Trong giai đoạn tiếp theo, dự án nên ưu tiên xây dựng bộ hướng dẫn giảm nhựa theo loại hình doanh nghiệp, công cụ theo dõi lượng RTN và các chương trình tập huấn thực hành, nhằm chuyển các cam kết giảm nhựa thành hoạt động thường xuyên, có đo lường và có khả năng nhân rộng trong toàn ngành du lịch Huế.

5. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu cho thấy các doanh nghiệp du lịch tại Thành phố Huế có nhận thức rất tích cực về vai trò của giảm nhựa đối với bảo vệ môi trường, nâng cao hình ảnh điểm đến và phát triển du lịch bền vững. Các biện pháp giảm nhựa đã được triển khai ở mức khá cao. Trong đó, các cơ sở lưu trú chủ yếu tập trung vào thay đổi quy trình vận hành và sử dụng sản phẩm thay thế, trong khi các doanh nghiệp lữ hành chú trọng hơn đến các giải pháp truyền thông và định hướng hành vi của du khách. Tuy nhiên, quá trình thực hiện vẫn gặp nhiều khó khăn, chủ yếu liên quan đến chi phí đầu tư, hạn chế về nguồn cung sản phẩm thay thế, thiếu cơ chế hỗ trợ cụ thể và nguồn nhân lực phục vụ giám sát, triển khai hoạt động giảm nhựa. Nghiên cứu cũng ghi nhận vai trò tích cực của Dự án TVA trong việc nâng cao nhận thức, thúc đẩy sự tham gia của doanh nghiệp và hỗ trợ hình thành các mô hình du lịch giảm nhựa tại địa phương. Kết quả nghiên cứu cung cấp cơ sở thực tiễn nhằm hỗ trợ Thành phố Huế xây dựng chính sách và lộ trình giảm nhựa trong ngành du lịch, góp phần hướng tới mục tiêu phát triển “Huế - Thành phố du lịch xanh” và thực hiện định hướng giảm nhựa đến năm 2030. Tuy nhiên, nghiên cứu còn hạn chế về quy mô mẫu và phương pháp chọn mẫu có chủ đích kết hợp thuận tiện, do đó kết quả chưa đại diện đầy đủ cho toàn bộ doanh nghiệp du lịch tại Huế.

Lời cảm ơn: Nhóm tác giả trân trọng cảm ơn WWF-Na Uy và WWF-Việt Nam đã tài trợ và hỗ trợ thông qua Dự án TVA. Chúng tôi cũng xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Sở Du lịch, Hiệp hội Du lịch Thành phố Huế cùng các doanh nghiệp lưu trú, lữ hành đã phối hợp và cung cấp dữ liệu để hoàn thành nghiên cứu này■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Andrade C. *The P value and statistical significance: misunderstandings, explanations, challenges, and alternatives*. *Indian J Psychol Med*. 2019;41(3):210-5. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6532382>
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2025). Huế đặt mục tiêu tổng thu du lịch đạt trên 10.000 tỷ năm 2025. <https://thongke.tourism.vn/index.php/news/items/237>
3. Delacre, M., Lakens, D., & Leys, C. (2017). Why psychologists should by default use Welch's t-test instead of Student's t-test. *International Review of Social Psychology*, 30(1), 92-101. <https://doi.org/10.5334/irsp.82>
4. Gliem, J. A., & Gliem, R. R. (2003). Calculating, interpreting, and reporting Cronbach's alpha reliability coefficient for Likert-type scales. In *Proceedings of the 2003 Midwest Research to Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education* (pp. 82-88).
5. Global Tourism Plastics Initiative. (2021). *Addressing pollution from single-use plastic products: A life cycle approach – Key messages for tourism businesses*. United Nations Environment Programme. <https://web.unwto.org/s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-07/210706-Single-use-plastic-products.pdf>
6. Ruxton, G. D. (2006). The unequal variance t-test is an underused alternative to Student's t-test and the Mann-Whitney U test. *Behavioral Ecology*, 17(4), 688-690. <https://doi.org/10.1093/beheco/ark016>
7. Sở Du lịch Thành phố Huế. (2025). Báo cáo tổng kết lộ trình giảm thiểu rác thải nhựa trong ngành du lịch Thành phố Huế giai đoạn 2023-2025.
8. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế. (2023). Kế hoạch số 1741/KH-SDL ngày 26/10/2023 về giảm thiểu rác thải nhựa của ngành du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2023-2025
9. Strippoli, R., Gallucci, T., & Ingrao, C. (2024). Circular economy and sustainable development in the tourism sector: An overview of the truly-effective strategies and related benefits. *Heliyon*, 10(17), Article e36801. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36801>
10. Thủ tướng Chính phủ. Quyết định số 1746/QĐ-TTg ngày 04 tháng 12 năm 2019 về việc ban hành Kế hoạch hành động quốc gia về quản lý rác thải nhựa đại dương đến năm 2030. *Cổng Thông tin điện tử Chính phủ*; 2019
11. UBND Thành phố Huế. (2026). Quyết định số 1431/QĐ-UBND ngày 04 tháng 5 năm 2026 về việc ban hành Bộ tiêu chí Du lịch xanh Thành phố Huế
12. United Nations Environment Programme. (2018, May 25). Our planet is drowning in plastic pollution. <https://www.unep.org/news-and-stories/story/our-planet-drowning-plastic-pollution>