

TÁC ĐỘNG CỦA DỊCH BỆNH COVID – 19 ĐẾN NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

Đinh Thị Tuyết , Nguyễn Thị Thu Thủy, Nguyễn Thị Thanh Nhân,

Trần Việt Hoàng, Đỗ Văn Phúc

Đại học Quốc gia Hà Nội, Việt Nam

Hà Nội , ngày 14/12/2021

Preprint DOI: <https://osf.io/bjdek/>

Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, ngày càng có vị trí quan trọng đối với phát triển kinh tế, chính trị, xã hội và bảo vệ tài nguyên môi trường. Tuy nhiên, hiện nay ngành “Công nghiệp không khói” này đã và đang chịu ảnh hưởng rất nghiêm trọng bởi đại dịch COVID-19. Tác động của COVID – 19 tới ngành du lịch được dự báo là rất lớn, vượt xa những đợt dịch bệnh mà Việt Nam trải qua trong vài thập kỷ gần đây. Theo Tổng cục thống kê năm 2021 (TCTK, 2021), lượng khách du lịch quốc tế cũng như du lịch trong nước sụt giảm nghiêm trọng so với trước khi dịch bệnh xuất hiện. Tính chung 5 tháng đầu năm 2021, khách quốc tế đến nước ta ước tính đạt 81 nghìn lượt người, giảm 97,8% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khách đến bằng đường hàng không đạt 50,5 nghìn lượt người, giảm 98,3%, bằng đường bộ đạt 30,3 nghìn lượt người, giảm 94,5% ; bằng đường biển đạt 193 lượt người, giảm 99,9%.

Có thể nói, dịch bệnh COVID – 19 đã có ảnh hưởng đến toàn bộ nền kinh tế (La et al., 2020), đặc biệt là đối với các doanh nghiệp du lịch tại Việt Nam (Huynh et al., 2021). Có tới 98,3 % các doanh nghiệp khảo sát cho biết dịch bệnh COVID – 19 đang tác động đến hoạt động kinh doanh du lịch của mình [3]. Các thách thức mà doanh nghiệp phải đối mặt bao gồm : Tổ chức hoạt động kinh doanh trong thời kỳ dịch bệnh , khách hàng hủy hợp đồng, thay đổi biến động về nhân sự,... Theo Tổng cục thống kê năm 2020 [4]: Doanh thu dịch vụ lưu trú , ăn uống trong kỳ ước đạt 126.200 tỷ đồng, tương đương 10% doanh thu hoạt động thương mại , dịch vụ của cả nước, giảm 9,6 % so với quý I/2019. Doanh thu du lịch lữ hành quý I/2020 ước đạt 7.800 tỷ đồng , chiếm 0,6% tổng mức và giảm 27,8% .

Hiện nay, mặc dù dịch COVID – 19 phần nào đã được kiểm soát, du lịch nội địa đã được hoạt động trở lại nhưng liên tục bị gián đoạn bởi các đợt giãn cách xã hội khi dịch bệnh bùng phát. Các doanh nghiệp, ngành Du lịch lữ hành đều đứng, nhiều doanh nghiệp ngừng hoạt động, các khách sạn phải đóng cửa.

Vậy ngành Du lịch Việt Nam sẽ cần làm gì để có thể vượt qua những khó khăn đó, để có thể đứng vững và phát triển hơn?. Trước một dịch bệnh nghiêm trọng, ảnh hưởng đến phạm vi toàn cầu, nhiều nước trên thế giới đã đưa ra những giải pháp khẩn cấp nhằm cứu nguy nền kinh tế, đưa ra những gói cứu trợ lớn hỗ trợ doanh nghiệp, kích thích tiêu dùng...[5]. Chính phủ Việt Nam cũng đã nhanh chóng có những giải pháp đưa ra những chính sách và gói cứu trợ cụ thể để giúp cho Ngành du lịch có thể chống đỡ và tồn tại trong dịch bệnh Covid-19.

Cũng theo các chuyên gia, du lịch là ngành chịu ảnh hưởng của đại dịch rõ ràng nhất. Tuy nhiên nó cũng là một trong những ngành có khả năng phục hồi nhanh nhất. Nếu nắm bắt được xu thế du lịch mới, Việt Nam sẽ có cơ hội bứt phá. Tại COP26, Thủ tướng Phạm Minh Chính đại diện cho phái đoàn Việt Nam đã chính thức cam kết với thế giới giảm mức phát thải về 0 vào năm 2050. Đây vừa là thách thức nhưng cũng là cơ hội tốt cho ngành du lịch của Việt Nam. Trong bối cảnh biến đổi khí hậu ngày càng trầm trọng, hướng phát triển lâu dài bền vững ngành du lịch cần gắn với bảo vệ môi trường, giảm phát thải carbon gắn với chuyển đổi và nâng cao văn hóa môi trường (Khuc, 2021b, 2021a; Q.-H. Vuong, 2021; Q. Vuong, 2020; Q. H. Vuong, 2021; Q. H. Vuong et al., 2021).

Du lịch Việt Nam cần đồng thời triển khai nhiều nhóm giải pháp mới có thể “Vượt khó” trong đại dịch [6], vừa có thể thực hiện tốt nhiệm vụ “vừa phát triển kinh tế, vừa chống dịch”. Trước hết, để phục hồi ngành du lịch, Việt Nam cần đẩy mạnh công tác nghiên cứu nhận thức của người dân để đẩy mạnh tiêm chủng vắc xin COVID-19 cho mọi thành phần trong xã hội (Nguyen et al., 2021; Van Khuc et al., 2021), tập trung xây dựng khu du lịch an toàn và điểm đến an toàn [7]. Yếu tố cơ bản đó là trên 70% du khách và người dân trong khu du lịch cần được tiêm đủ Vaccine COVID-19.

Việc xây dựng nhiều chương trình hưởng ứng “Kích cầu du lịch nội địa” [8] với sự liên kết, hợp tác tạo ra nhiều gói sản phẩm du lịch khuyến mãi hấp dẫn để giới thiệu tới du khách, của Các đơn vị cung cấp dịch vụ trong ngành (địa phương, doanh nghiệp du lịch, hãng hàng không...) là giải pháp cứu cánh đối để giúp toàn ngành du lịch Việt Nam. Điều đó sẽ giúp ngành có thể đứng

vững và phát triển trên đôi chân của mình cả trong giai đoạn khó khăn do COVID 19, cũng như ở trạng thái “ bình thường mới”.

Bên cạnh đó, cần có phương hướng Marketing phù hợp để giúp thu hút nhiều du khách hơn, tăng doanh thu và phát triển. Sử dụng Digital Marketing [9] là một trong những phương hướng tiếp cận thị trường thành công nhất với hình thức ứng dụng công nghệ số trong quảng bá, giới thiệu điểm đến du lịch nội địa với hình ảnh “An Toàn- Thân Thiện - Chất lượng”; thông qua việc quét mã QR; quảng bá du lịch trên các kênh truyền thông, mạng xã hội, truyền thông về quy trình đón khách an toàn (bằng video), xây dựng chương trình “du lịch trực tuyến” hướng đến du khách nội địa.

Tóm lại, dịch bệnh COVID-19 đã tác động sâu sắc đến toàn bộ nền kinh tế và ảnh hưởng nặng nề đến ngành du lịch. Để giúp ngành vượt qua thách thức này, chính phủ cần có những giải pháp hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch, nhanh chóng khôi phục kinh doanh sau đó. Bằng việc hạn chế kiểm tra hành chính trong thời điểm hiện nay; để doanh nghiệp hoạt động thuận lợi; giảm tiền thuê đất; hỗ trợ tiêm vắc xin cho toàn bộ lao động du lịch.... Phía doanh nghiệp cũng cần phải chuẩn bị sẵn sàng để ngay sau khi dịch bệnh qua đi thị trường du lịch sẽ có những khởi sắc, có những sản phẩm du lịch phù hợp phục vụ du khách.

Tài liệu tham khảo

- Huynh, D. Van, Truong, T. T. K., Duong, L. H., Nguyen, N. T., Dao, G. V. H., & Dao, C. N. (2021). The COVID-19 Pandemic and Its Impacts on Tourism Business in a Developing City: Insight from Vietnam. *Economies*, 9(4), 172.
<https://doi.org/10.3390/economies9040172>
- Khánh, M. (2021). Ngành du lịch “chuyển mình” để ứng phó với đại dịch Covid-19, từng bước phục hồi trong năm 2022. <https://bvhttdl.gov.vn/nganh-du-lich-chuyen-minh-de-ung-pho-voi-dai-dich-covid-19-tung-buoc-phuc-hoi-trong-nam-2022-20210923215750059.htm>
- Khuc, Q. Van. (2021a). A new hierarchy of human motives updates environmental culture thoughts. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/vx69u>
- Khuc, Q. Van. (2021b). Environmental culture thoughts to make a better world for our nature and children. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/g5zex>
- La, V., Pham, T., Ho, M., Nguyen, M., Nguyen, K.-L. P., Voun, T.-T., Nguyen, T. H.-K., Tran, T., Khuc, V.-Q., Ho, M.-T., & Vuong, Q.-H. (2020). Policy response, social media and

- science journalism for the sustainability of the public health system amid COVID-19 outbreak: The Vietnam lessons. *Sustainability*, 12. <https://doi.org/10.3390/su12072931>
- Nguyen, L. H., Hoang, M. T., Nguyen, L. D., Ninh, L. T., Nguyen, H. T. T., Nguyen, A. D., Vu, L. G., Vu, G. T., Doan, L. P., Latkin, C. A., Tran, B. X., Ho, C. S. H., & Ho, R. C. M. (2021). Acceptance and willingness to pay for COVID-19 vaccines among pregnant women in Vietnam. *Tropical Medicine and International Health*, 26(10), 1303–1313. <https://doi.org/10.1111/tmi.13666>
- TCTK. (2021). *Doanh thu du lịch lữ hành giảm sâu do dịch bệnh covid 19*. Tổng Cục Thống Kê. <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/06/doanh-thu-du-lich-lu-hanh-giam-sau-do-dich-covid-19/?fbclid=IwAR1CqNkvA3lZIUb7pkEtm7-wgxQ-VRZXt-zRxljdOTDi2ljgoCjABceI53g>
- Tiến, N. H., Son, T. V., & Một, Đ. H. T. D. (2020). Phát triển bền vững ngành du lịch thời kỳ hậu covid-19 tại việt nam-cách tiếp cận marketing. *ResearchGate*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21677.72167>
- Van Khuc, Q., Nguyen, T., Nguyen, T., Pham, L., Le, D. T., Ho, H. H., Truong, T. B., & Tran, Q. K. (2021). Young adults' intentions and rationales for covid-19 vaccination participation: Evidence from a student survey in Ho chi minh city, Vietnam. *Vaccines*, 9(7). <https://doi.org/10.3390/vaccines9070794>
- Vuong, Q.-H. (2021). Western monopoly of climate science is creating an eco-deficit culture. *Economy, Land & Climate Insight*, 1–9.
- Vuong, Q. (2020). From children's literature to sustainability science, and young scientists for a more sustainable Earth. *Journal of Sustainability Education*, 24(December).
- Vuong, Q. H. (2021). The semiconducting principle of monetary and environmental values exchange. *Economics and Business Letters*, 10(3), 284–290. <https://doi.org/10.17811/eb1.10.3.2021.284-290>
- Vuong, Q. H., Ho, M. T., Nguyen, M. H., Pham, T. H., Vuong, T. T., Khuc, Q., Ho, H. A., & La, V. P. (2021). On the environment-destructive probabilistic trends: A perceptual and behavioral study on video game players. *Technology in Society*, 65(January), 101530. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101530>