

SỰ THAY ĐỔI TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH Ở THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG TRƯỚC VÀ SAU ĐẠI DỊCH COVID-19

Nguyễn Thị Kim Thoa^{1*}, Phạm Thị Minh Chính², Trương Văn Cảnh³,
Nguyễn Phú Thắng⁴ và Nguyễn Thị Hồng⁵

^{1,3,4,5}*Khoa Địa lí, Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng*

²*Khoa Du lịch, Trường Cao đẳng Nghề Đà Nẵng*

Tóm tắt. Đà Nẵng là đô thị trung tâm lớn nhất khu vực duyên hải Nam Trung Bộ, nơi có hệ thống cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật du lịch khá hoàn thiện, tập trung đa dạng các loại tài nguyên du lịch cùng nguồn nhân lực chất lượng cao. Đà Nẵng đã xác định du lịch là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của thành phố cần ưu tiên đầu tư phát triển. Tuy nhiên, dịch bệnh Covid-19 đã gây ra những tác động đáng kể đến nhiều lĩnh vực kinh tế - xã hội khác nhau của Đà Nẵng, đặc biệt là ngành du lịch, trong đó nổi bật nhất là ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động kinh doanh lữ hành, hành vi tiêu dùng và xu hướng tiêu dùng du lịch của du khách. Bằng phương pháp phân tích tài liệu và điều tra xã hội học với hai đối tượng chính là khách du lịch và các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, nghiên cứu đã chỉ ra những thay đổi cơ bản trong hoạt động du lịch ở thành phố Đà Nẵng sau đại dịch Covid-19 trong so sánh với thực trạng trước khi dịch bệnh bùng phát ở các khía cạnh như kết quả của hoạt động kinh doanh lữ hành du lịch, sự thay đổi trong cơ cấu nguồn doanh thu từ các dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành, hành vi tiêu dùng và xu hướng tiêu dùng du lịch của du khách trước và sau đại dịch Covid-19, và từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp giúp các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành thu hút khách hàng và tăng doanh số trong bối cảnh thị trường đang phải đối mặt với nhiều biến động, đặc biệt là những biến động đến từ dịch bệnh.

Từ khóa: Covid-19, kinh doanh lữ hành, hành vi tiêu dùng của khách du lịch, Đà Nẵng, du lịch.

1. Mở đầu

Sự xuất hiện của đại dịch Covid-19 vào cuối năm 2019 đã dẫn đến những thiệt hại to lớn về tài chính và gây ra các cuộc khủng hoảng kinh tế và sức khỏe trên toàn thế giới [1]. Dưới tác động của đại dịch toàn cầu Covid-19, ngành du lịch và dịch vụ du lịch đã bị ảnh hưởng và suy giảm nghiêm trọng. Nghiên cứu của Tổ chức Du lịch Thế giới (2021) [2] cho biết, năm 2021, đại dịch Covid-19 gây thiệt hại cho nền kinh tế toàn cầu khoảng 2,4 nghìn tỉ USD do sự sụp đổ của ngành du lịch quốc tế. Trong số đó, các nước có mức giảm GDP do sụt giảm ngành du lịch vì đại dịch cao nhất thế giới là Thổ Nhĩ Kỳ (-9,1%), Ecuador (-9%), Nam Phi (-8,1%), Ireland (-5,9%)... Tổ chức Lao động Quốc tế (2021) [3] trong báo cáo đánh giá về tác động của đại dịch Covid-19 đối với việc làm đã ghi nhận 1/3 số việc làm mất đi thuộc ngành du lịch. Theo Marques Santos và các cộng sự (2020) [4] đợt bùng phát Covid-19 đã tác động mạnh mẽ đối với việc làm của các quốc gia, do hậu quả của việc hạn chế đi lại và di chuyển, cùng các yếu tố tâm lý và kinh tế khiến cho dòng chảy du lịch bị chậm lại và dẫn tới những thay đổi tiềm ẩn trong hành vi của khách du lịch. Nghiên cứu Chebli, A. (2020) [5] chỉ ra rằng đại dịch Covid-19

đã tác động đến ý định hành vi của khách du lịch, về mặt an toàn cá nhân, chỉ tiêu kinh tế, niềm tin và thái độ của du khách. Riêng ở Việt Nam, hoạt động du lịch cũng đã bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi dịch bệnh, với lượng khách, doanh thu và các hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch đều sụt giảm. Tác động của đại dịch Covid-19 đến ngành du lịch Việt Nam đã được khá nhiều nghiên cứu và thảo luận bàn đến. Các nghiên cứu của Đỗ Thu Hằng và Lê Thị Hiệp (2020) [6], Lê Kim Anh (2020) [7], Nguyễn Văn Lành (2021) [8], Vũ Thị Kim Oanh (2021) [9] tập trung đánh giá tác động của đại dịch Covid-19 đến ngành du lịch Việt Nam, từ đó đề xuất một số giải pháp trọng tâm để ngành du lịch vượt qua khó khăn trong bối cảnh hiện nay. Nghiên cứu của Hoàng Thị Lan (2022) [10] đi sâu hơn khi đề cập đến một số nội dung cơ bản về thực trạng tác động của đại dịch Covid-19 đến nhân lực ngành du lịch của Việt Nam và đề xuất giải pháp điều chỉnh (về số lượng và chất lượng) nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam để ứng phó với tác động của đại dịch Covid-19 trong thời gian tới.

Đà Nẵng là đô thị trung tâm lớn nhất nằm ở khu vực Duyên hải miền Trung Việt Nam, thành phố xác định du lịch là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của thành phố cần ưu tiên đầu tư phát triển. Tuy nhiên khi dịch bệnh Covid-19 bùng phát và lan rộng trên toàn cầu đã gây ra nhiều tác động đáng kể đến nhiều lĩnh vực kinh tế - xã hội khác nhau của Đà Nẵng, đặc biệt là hoạt động kinh doanh du lịch, trong đó nổi bật nhất là ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động kinh doanh lữ hành, là hoạt động có vai trò liên kết các dịch vụ vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan thành một sản phẩm trọn gói đáp ứng yêu cầu của du khách. Đồng thời dịch bệnh cũng đã ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng du lịch của du khách, đòi hỏi ngành du lịch Thành phố nói chung và các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nói riêng phải có những biện pháp thích ứng. Sở Du lịch TP Đà Nẵng (2020) [11] và Quỹ xúc tiến phát triển du lịch TP Đà Nẵng (2020) [12] đã có báo cáo về tình hình hoạt động của doanh nghiệp du lịch của TP Đà Nẵng do ảnh hưởng dịch Covid-19 và một số giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi trong thời gian tới. Một số nghiên cứu về tác động của đại dịch đến sự phát triển của ngành du lịch thành phố cũng đã được công bố, tiêu biểu phải kể đến như nghiên cứu của tác giả Lê Văn Đỉnh (2021) [13] bàn về thực trạng và các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp du lịch Đà Nẵng trước tác động của đại dịch COVID-19. Cụ thể hơn, nhóm tác giả Cao Thị Cẩm Hương và Phạm Thị Mỹ Linh (2021) [14] đã có những phân tích về sự ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến hành vi tiêu dùng du lịch của người dân tại TP Đà Nẵng, nghiên cứu của Phạm Thị Hoàng Dung (2021) [15] tập trung phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua món ăn qua mạng của khách hàng tại TP Đà Nẵng trong đại dịch, và nghiên cứu của Lê Thái Phương, Tô Văn Hạnh và Phạm Thị Chi (2021) [16] đã xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sức hấp dẫn của điểm đến Đà Nẵng trong bối cảnh dịch Covid-19. Tuy nhiên hiện còn rất hạn chế các nghiên cứu được công bố đánh giá những thay đổi trong hoạt động du lịch ở thành phố Đà Nẵng do ảnh hưởng của Covid-19 dưới góc độ hoạt động kinh doanh lữ hành, sự thay đổi hành vi và xu hướng tiêu dùng du lịch của du khách trước và sau đại dịch Covid-19. Nghiên cứu này của nhóm tác giả tập trung phân tích những thay đổi cơ bản trong hoạt động du lịch ở thành phố Đà Nẵng sau đại dịch Covid-19 trong so sánh với thực trạng trước khi dịch bệnh bùng phát ở các khía cạnh chủ yếu như các kết quả của hoạt động kinh doanh lữ hành du lịch, sự thay đổi trong cơ cấu nguồn doanh thu từ các dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành, hành vi tiêu dùng và xu hướng tiêu dùng du lịch của du khách trước và sau đại dịch Covid-19, và từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp để thu hút khách hàng và tăng doanh số trong bối cảnh thị trường đang phải đối mặt với nhiều biến động, đặc biệt là những biến động đến từ dịch bệnh.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Dữ liệu nghiên cứu

Cơ sở dữ liệu chính được sử dụng trong nghiên cứu gồm các dữ liệu thứ cấp và sơ cấp. Dữ liệu thứ cấp về lượng khách và doanh thu du lịch được nhóm tác giả thu thập từ dữ liệu thống kê

của Thành phố Đà Nẵng. Dữ liệu sơ cấp được nghiên cứu thu thập thông qua phương pháp điều tra xã hội học với đối tượng là các doanh nghiệp lữ hành và khách du lịch nhằm thấy được sự thay đổi về hoạt động lữ hành, hành vi và xu hướng tiêu dùng du lịch của du khách trước và sau đại dịch Covid-19.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng hai phương pháp nghiên cứu chính là phương pháp phân tích và tổng hợp tài liệu, và phương pháp điều tra xã hội học.

- *Phương pháp phân tích và tổng hợp tài liệu:* Phương pháp phân tích, tổng hợp tài liệu được sử dụng để thu thập, xử lý các tài liệu liên quan đến lịch sử nghiên cứu vấn đề, nhất là ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến phát triển du lịch.

- *Phương pháp điều tra xã hội học:* là phương pháp chủ đạo được sử dụng để thu thập dữ liệu sơ cấp để có cơ sở phân tích sự thay đổi trong cơ cấu nguồn doanh thu từ các dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành, hành vi tiêu dùng và xu hướng tiêu dùng du lịch của du khách trước và sau đại dịch Covid-19. Nghiên cứu đã thực hiện khảo sát hai đối tượng chính là khách du lịch và công ti du lịch lữ hành.

+ Đối với khách du lịch, quy mô mẫu tham gia khảo sát được tính dựa trên công thức cụ thể như sau:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Trong đó: (n: cỡ mẫu; N: là tổng số mẫu; e: là mức độ sai số mong muốn ($\pm 5\%$)). Lượng khách du lịch nội địa trong năm 2022 là khoảng hơn 3,6 triệu lượt khách, do đó cỡ mẫu ước lượng cần có của nghiên cứu nếu sai số $e = \pm 0.05$ sẽ là khoảng 400 mẫu đối với khách du lịch.

+ Đối với công ti lữ hành: Theo thống kê của Sở Du lịch TP Đà Nẵng năm 2021, Đà Nẵng có 309 doanh nghiệp lữ hành bao gồm 40 doanh nghiệp lữ hành nội địa, 269 doanh nghiệp lữ hành quốc tế. Tuy nhiên sau đại dịch, khá nhiều công ti và văn phòng đại diện vẫn còn ngừng hoạt động. Vì vậy, khảo sát chỉ thực hiện được với 30 công ti lữ hành nội địa và 45 công ti lữ hành quốc tế. Mẫu được chọn theo cách lấy mẫu thuận tiện. Việc khảo sát phiếu hỏi đối với doanh nghiệp lữ hành nhằm mục đích phân tích về sự thay đổi trong cơ cấu nguồn doanh thu từ các dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành trước và sau dịch Covid-19.

2.3. Kết quả nghiên cứu

2.3.1. Kết quả hoạt động kinh doanh lữ hành trên địa bàn TP Đà Nẵng trước và sau dịch Covid-19

Đà Nẵng nằm ở vị trí trung độ của cả nước, là trung tâm du lịch lớn nhất vùng duyên hải Nam Trung Bộ, nằm trên *Con đường di sản miền Trung*, trên hành lang kinh tế - văn hóa - du lịch Đông Tây, đặc biệt là nằm gần tuyến hàng hải quốc tế (cách 198km), trung tâm của khu vực Đông Nam Á, trên đường Quốc lộ 1A, đường sắt Bắc - Nam, đường Hồ Chí Minh, các tuyến đường bộ xuyên Á. Chính vì vậy, Đà Nẵng đã hội tụ nhiều tiềm năng độc đáo cho phát triển du lịch.

Hoạt động kinh doanh lữ hành của Đà Nẵng phát triển khá ổn định, các đơn vị lữ hành đã khai thác và đưa vào hoạt động nhiều tour, tuyến du lịch hấp dẫn với nhiều loại hình từ đường bộ, đường thủy, đường hàng không... Đồng thời, đã chủ động xây dựng, khai thác các sản phẩm du lịch mới nhằm thu hút khách du lịch; tổ chức các chương trình khai thác khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng đạt hiệu quả tốt, được du khách đánh giá cao. Sự phát triển nhanh nhất có thể kể đến các công ti lữ hành. Tính đến năm 2020 có 309 đơn vị lữ hành, gồm 40 đơn vị lữ hành nội địa, 182 đơn vị lữ hành quốc tế, 52 chi nhánh lữ hành quốc tế, 24 văn phòng đại diện, 6 đại lí du lịch và 5 văn phòng đại diện nước ngoài. Các doanh nghiệp đều có quy mô vừa và nhỏ, cung cấp các dịch vụ trọn gói, dịch vụ từng phần nhằm phục vụ đa dạng đối tượng khách du lịch [11].

Trước khi dịch bệnh Covid-19 bùng phát. Nhờ định vị là điểm đến hấp dẫn với các địa danh nổi tiếng như bán đảo Sơn Trà, Cầu Rồng, Bà Nà Hills và bãi biển Mỹ Khê cùng các sự kiện mang tầm cỡ quốc tế, cùng với hệ thống cơ sở hạ tầng đồng bộ, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch đáp ứng được nhu cầu đa dạng của du khách, Đà Nẵng đã thu hút một lượng lớn khách du lịch từ khắp nơi trên thế giới đến thăm quan nghỉ dưỡng. Thành phố đã ghi nhận một sự tăng trưởng đáng kể về số lượng khách du lịch trước đại dịch Covid-19. Theo Cục Thống kê TP Đà Nẵng, trong giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2019, số lượng khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng đã tăng trưởng khá ấn tượng với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 16,73%/năm; trong đó tốc độ tăng trưởng bình quân lượng khách quốc tế đạt 29,15%/năm; khách nội địa đạt 10,91%/năm. Năm 2019, thành phố Đà Nẵng đã đón tiếp hơn 8,7 triệu lượt khách, tăng trưởng khoảng 3,5 lần so với năm 2015 [17].

Về doanh thu từ các chương trình du lịch trọn gói, theo báo cáo của Sở Du lịch Đà Nẵng, trong giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2019, doanh thu từ lữ hành tại Đà Nẵng đã tăng đáng kể. Tốc độ tăng trưởng bình quân tổng thu du lịch giai đoạn 2015-2019 đạt 24,68%/năm. Năm 2019, doanh thu từ các gói tour tại Đà Nẵng đã đạt khoảng 25,6 nghìn tỉ đồng, tăng trưởng hơn 3 lần so với năm 2015 [11]. Cũng theo báo cáo của Sở Du lịch, kinh doanh lữ hành đóng góp một phần quan trọng vào nền kinh tế của Đà Nẵng, năm 2019, ngành du lịch và lữ hành chiếm 10% tổng sản phẩm quốc nội của thành phố, tạo việc làm cho hàng ngàn người và đóng góp vào quỹ ngân sách địa phương [11].

Tuy nhiên từ năm 2020, trước bối cảnh dịch bệnh diễn biến phức tạp và ảnh hưởng nặng nề đến ngành du lịch thành phố Đà Nẵng với sự sụt giảm mạnh về lượng khách và thị trường trọng điểm, gây ảnh hưởng trực tiếp đến các chỉ tiêu tăng trưởng về du lịch. Năm 2020, số lượt khách do cơ sở lưu trú phục vụ chỉ đạt hơn 2,7 triệu lượt, giảm tới 63,2% so với năm 2019, trong đó khách quốc tế giảm 75,4%; doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống và lữ hành chỉ đạt hơn 13 ngàn tỉ đồng, giảm 38,8% so với năm 2019. Đến năm 2021, số lượt khách cơ sở lưu trú phục vụ tiếp tục giảm mạnh xuống chỉ còn 1,17 triệu lượt khách, giảm 55,8% so với 2020, doanh thu dịch vụ lưu trú và lữ hành chỉ đạt hơn 2,6 nghìn tỉ đồng, giảm 36,6% so với năm 2020 [18].

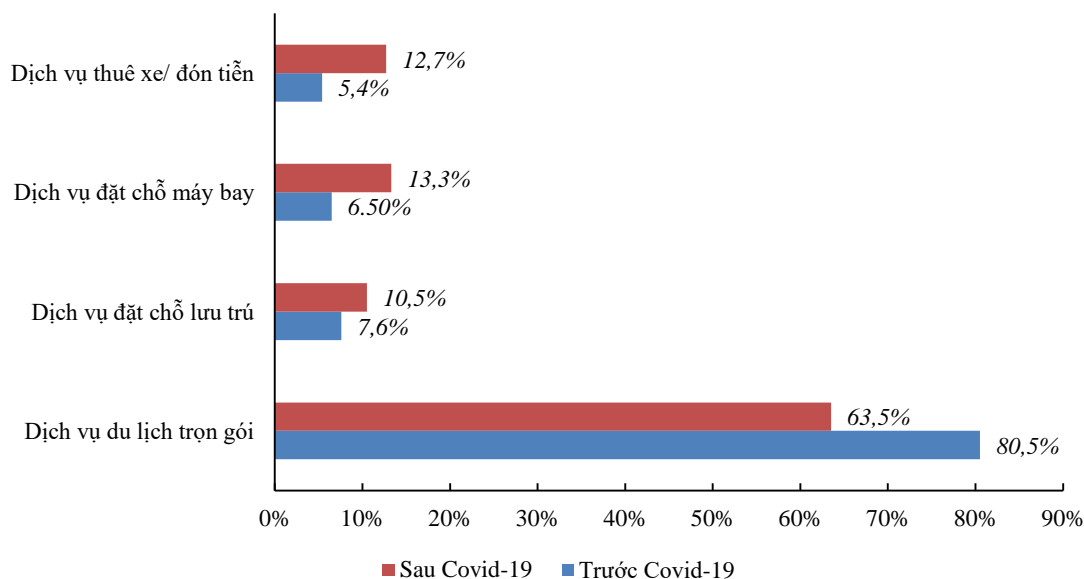
Từ năm 2022, khi dịch bệnh được kiểm soát, du lịch Đà Nẵng đã có sự phục hồi trở lại. Lượng khách do cơ sở lưu trú phục vụ ước đạt 3,69 triệu lượt khách, tăng 3,1 lần so với năm 2021. Trong đó, khách quốc tế ước đạt 483 ngàn lượt, tăng 4,6 lần so với năm 2021; khách nội địa ước đạt 3,2 triệu lượt, tăng 3,0 lần so với năm 2021. Doanh thu lưu trú, lữ hành ước đạt 8.872 ngàn tỉ đồng, tăng hơn 3,5 lần so với năm 2021; Doanh thu lưu trú, ăn uống, lữ hành ước đạt 21,3 ngàn tỉ đồng (chiếm tỉ trọng 17% trong cơ cấu kinh tế thành phố), tăng gần gấp 2 lần năm 2021 và phục hồi tương đương bằng 100% so với năm 2019 (21,39 ngàn tỉ đồng) [19].

2.3.2. Sự thay đổi về cơ cấu nguồn doanh thu từ các dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành trước và sau đại dịch Covid-19

Theo kết quả khảo sát của nhóm tác giả với các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn thành phố Đà Nẵng thì có 4 sản phẩm dịch vụ cơ bản đem về doanh thu cho doanh nghiệp đó là dịch vụ tổ chức chương trình du lịch trọn gói, dịch vụ đặt chỗ lưu trú, dịch vụ đặt chỗ máy bay và dịch vụ cho thuê xe du lịch, đón tiễn khách tại sân bay cũng như các điểm du lịch. Doanh thu từ các dịch vụ này đã có sự thay đổi đáng kể ở 2 thời điểm trước và sau đại dịch Covid-19, cụ thể như Hình 1.

Dịch vụ du lịch trọn gói là sản phẩm chủ lực của các công ty lữ hành giảm đến 17%, lượng khách hàng còn giữ thói quen lựa chọn chương trình du lịch trọn gói phần lớn đến từ các cơ quan, đơn vị nhà nước; khách hàng lẻ hay nhóm nhỏ, hoặc công ty tư nhân chuyển dần sang hình thức du lịch từng phần tức là chỉ đặt các dịch vụ riêng lẻ. Điều này thể hiện ở doanh thu của dịch vụ thuê xe du lịch, dịch vụ đặt chỗ lưu trú và vé máy bay tăng cao so với trước khi đại dịch Covid-19 diễn ra, trong đó dịch vụ thuê xe tăng 7,3%, dịch vụ đặt vé máy bay tăng 6,8%.

Sự thay đổi trong hoạt động du lịch ở thành phố Đà Nẵng trước và sau đại dịch Covid-19



Hình 1. Sự thay đổi về doanh thu từ các dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành trước và sau đại dịch Covid-19

(Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả)

Kết quả này phần nào thể hiện sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng du lịch của khách hàng sau khi du lịch trải qua thời gian dài đóng băng vì dịch bệnh. Nguyên nhân của sự thay đổi này có thể kể đến bao gồm: thứ nhất, bản chất của dịch vụ trọn gói là liên kết các dịch vụ đơn lẻ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí cùng người phục vụ thuyết minh xuyên suốt hành trình, do đó rất khó để hoàn, huỷ, bảo lưu một chương trình du lịch trọn gói theo mong muốn của khách hàng. Trải qua giai đoạn bất ổn định do các chính sách kiểm soát đại dịch Covid đã khiến du khách vẫn còn mang tâm lý bất an và chưa chắc chắn để đặt các dịch vụ trọn gói. Họ vẫn ưu tiên cho các dịch vụ riêng lẻ bởi chính sách hoàn, huỷ, bảo lưu linh hoạt. Nguyên nhân thứ hai chính là sự phát triển của công nghệ và việc số hoá các thông tin dịch vụ khiến khách hàng dễ dàng tiếp cận điểm đến và tự đặt các dịch vụ theo mong muốn cá nhân, hay nói cách khác là sự chuyên dịch từ hình thức trọn gói sang tự túc. Vì vậy mà sau đại dịch Covid-19, các dịch vụ riêng lẻ như lưu trú, đặt vé máy bay và cho thuê xe du lịch do khách hàng đặt thông qua kênh trung gian là các công ty lữ hành tăng hơn so với thời điểm trước đại dịch Covid-19.

2.3.3. Sự thay đổi về hành vi tiêu dùng du lịch của du khách trước và sau đại dịch Covid-19

Dưới đây là bảng mô tả về hành vi tiêu dùng du lịch của khách thời điểm trước và sau đại dịch Covid-19 theo nghiên cứu của nhóm tác giả.

Bảng 1. Hành vi tiêu dùng du lịch của du khách trước và sau đại dịch Covid-19

TT	Trước đại dịch Covid-19	Tỉ lệ đồng ý	Sau đại dịch Covid-19	Tỉ lệ đồng ý
1	Khách du lịch thường chi tiêu nhiều tiền cho trải nghiệm cao cấp và sang trọng, chẳng hạn như khách sạn, spa, mua sắm, ẩm thực, và các hoạt động giải trí	76,5%	Khách du lịch có xu hướng tiết kiệm hơn, tìm kiếm các chương trình khuyến mãi và giá cả phải chăng hơn	85,3%

2	Khách du lịch thường mua sắm nhiều đồ lưu niệm, quà tặng	77,8%	Khách du lịch có xu hướng mua sắm ít hơn và tập trung vào việc trải nghiệm	80,4%
3	Ưu tiên các dịch vụ trọn gói và thường đặt trước qua các ứng dụng di động, website của công ty lữ hành	76,5%	Ưu tiên các dịch vụ riêng lẻ cũng như chính sách hoàn tiền và hủy tour linh hoạt hơn để khách hàng cảm thấy thoải mái hơn khi đặt chỗ	80,3%
4	Khách du lịch thường tìm kiếm những trải nghiệm độc đáo, đặc biệt và mới lạ	73,5%	Khách du lịch có xu hướng tìm kiếm những trải nghiệm bảo đảm an toàn, có giá trị sức khỏe và các hoạt động ngoài trời	78,5%
5	Khách du lịch thường sử dụng tiền mặt và thẻ tín dụng để thanh toán	75,6%	Khách du lịch có xu hướng sử dụng các phương thức thanh toán trực tuyến và không tiếp xúc hơn để giảm thiểu rủi ro lây nhiễm	82,8%
6	Khách du lịch thường sử dụng các phương tiện giao thông công cộng và đưa đón của công ty lữ hành để đi lại	67,8%	Khách du lịch thường ưa thích sử dụng các phương tiện riêng và cá nhân hơn để giảm thiểu rủi ro lây nhiễm	76,5%

(Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả)

Hành vi tiêu dùng trong du lịch là những hành động và quyết định mà du khách thực hiện khi chọn mua, sử dụng và tận hưởng các dịch vụ liên quan đến du lịch, như lưu trú, vận chuyển, ẩm thực, hoạt động giải trí, tham quan, trong suốt chuyến đi của họ. Đại dịch Covid-19 chỉ làm cho nhu cầu du lịch bị kiềm hãm và được phục hồi nhanh chóng sau khi có tín hiệu tốt lành từ việc kiểm soát dịch bệnh. Tuy nhiên, hành vi tiêu dùng sau đại dịch có sự thay đổi khá nhiều, hơn 85% khách du lịch quan tâm nhiều hơn đến các chương trình khuyến mãi, các chuyến đi tiết kiệm, hướng đến các trải nghiệm phục hồi thể lực và tinh thần. Các biện pháp giúp giảm thiểu nguy cơ ảnh hưởng tiêu cực đến sức khỏe cũng như chính sách hoàn tour và hủy tour linh hoạt là những ưu tiên khi du khách quyết định tiêu dùng dịch vụ. Vậy làm thế nào để có thể vừa đảm bảo chất lượng dịch vụ với mức giá tốt nhất có thể, linh hoạt trong thanh toán, hoàn, hủy, bảo lưu chuyến đi mà ít bất lợi cho khách cũng như ít thiệt hại nhất cho đơn vị tổ chức là thách thức không nhỏ với các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành.

2.3.4. Sự thay đổi về xu hướng tiêu dùng du lịch của du khách trước và sau đại dịch Covid-19

Nếu hành vi tiêu dùng là những hành động và quyết định cụ thể mà người tiêu dùng thực hiện trong việc mua hàng và tiêu thụ sản phẩm thì xu hướng tiêu dùng là những thay đổi và sự phát triển chung trong hành vi tiêu dùng trên thị trường. Phân tích xu hướng tiêu dùng du lịch giúp doanh nghiệp hiểu rõ hơn sự thay đổi nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Điều này giúp doanh nghiệp xây dựng các gói tour và trải nghiệm du lịch phù hợp, tối ưu hóa đáp ứng yêu cầu của thị trường. Đại dịch Covid-19 chính là một phép thử và là bài học kinh nghiệm để doanh nghiệp đối phó với sự biến đổi của thị trường trong tương lai. Tìm hiểu sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng du lịch cho phép doanh nghiệp dự báo các thay đổi trong tương lai và điều chỉnh kế hoạch kinh doanh diễn ra trong thời gian dài, giúp họ thích ứng nhanh chóng với sự biến đổi của ngành, tập trung vào những yếu tố và trải nghiệm quan trọng nhất mà khách hàng đang tìm kiếm, từ đó thu hút sự quan tâm và tăng cường khả năng thích ứng.

Từ kết quả trả lời của các du khách nội địa và quốc tế tham gia khảo sát (Bảng 2), nhóm nghiên cứu đã phát hiện 10 xu hướng trong tiêu dùng du lịch do khách đề xuất cùng với mức độ quan tâm của họ ở 2 thời điểm trước và sau đại dịch Covid-19.

Bảng 2. Thay đổi về xu hướng tiêu dùng du lịch của du khách trước và sau đại dịch Covid-19

Xu hướng tiêu dùng du lịch	Trước Covid-19 (Tỉ lệ đồng ý)	Sau Covid-19 (Tỉ lệ đồng ý)	Lí do
Tìm kiếm thông tin trực tuyến	62.6%	87.8%	Khách hàng cần kiểm tra thông tin trước khi đi
Đi du lịch trong nước	67.7%	86.3%	Giảm rủi ro khi đi du lịch nước ngoài
Chọn các địa điểm ít đông đúc	53.6%	61.3%	Phù hợp với yêu cầu an toàn của khách hàng
Lựa chọn các chương trình giảm giá	82.7%	92.4%	Các doanh nghiệp cần lưu tâm vấn đề giá cả vì sau thời gian dài chịu tác động của đại dịch, tình hình kinh tế giảm sút nhưng nhu cầu du lịch vẫn còn cao
Ưu tiên các hoạt động ngoài trời	57.6%	68.7%	An toàn và tận hưởng trọn vẹn trải nghiệm du lịch
Sử dụng các dịch vụ trực tuyến	40.5%	72.8%	Tiện lợi và an toàn hơn trong thời điểm hiện tại
Tập trung vào trải nghiệm địa phương, mang tính bản địa	73.5%	78.4%	Giúp khách hàng có trải nghiệm độc đáo, hướng về những giá trị văn hoá độc đáo
Lựa chọn các phương tiện di chuyển cá nhân	33.6%	45.6%	Tự chủ hơn, giảm rủi ro lây nhiễm
Kiểm soát vệ sinh và an ninh	65.8%	78.7%	Giúp khách hàng yên tâm và an toàn khi đi du lịch
Ưu tiên sức khỏe và an toàn	70.4%	87.6%	Khách hàng cần quan tâm đến sức khỏe và an toàn

(Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả)

Nếu như trước khi đại dịch xảy ra, du khách không quá chú trọng đến việc sử dụng và tìm kiếm thông tin hay các dịch vụ trực tuyến (chỉ 62,6%), ưu tiên cho các chuyến đi xa thì sau đại dịch, yếu tố an toàn, sức khỏe được quan tâm và đặt lên hàng đầu (87,6%), họ chỉ lựa chọn những dịch vụ đáp ứng yêu cầu an toàn, giảm nguy cơ, rủi ro lây nhiễm trong các chuyến đi. Giá cả luôn là yếu tố được du khách cân nhắc trong mỗi chuyến đi nhưng sau đại dịch, họ có xu hướng thắt chặt chi tiêu, khách quan tâm nhiều hơn đến giá, các chương trình khuyến mãi, các trải nghiệm văn hoá bản địa tại nơi họ viếng thăm cũng đang trở thành xu hướng khi lựa chọn điểm đến du lịch.

2.3.5. Đề xuất một số giải pháp cho kinh doanh lữ hành thời kì hậu Covid-19

2.3.5.1. Căn cứ đề xuất giải pháp khôi phục ngành kinh doanh lữ hành trên địa bàn TP Đà Nẵng hậu Covid-19

a. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn công ty lữ hành và các yêu cầu mới của khách hàng sau đại dịch Covid-19

Trong bối cảnh cạnh tranh hiện nay, việc lựa chọn một công ty lữ hành đáng tin cậy và phù hợp là điều mà rất nhiều du khách quan tâm để đảm bảo một kì nghỉ trọn vẹn và đáng nhớ. Ngoài những yếu tố cơ bản như giá cả, chất lượng, sự an toàn trong chuyến đi thì chính sách

linh hoạt cùng các tính năng, tiện ích khi trao đổi, tư vấn và đặt dịch vụ giữa nhà cung cấp với khách hàng là những yếu tố then chốt để khách yên tâm và thoải mái khi quyết định mua tour. Trước mỗi chuyến đi, du khách thường tìm kiếm khá kỹ lưỡng các đánh giá và nhận xét của những khách hàng từng tiêu dùng dịch vụ tại doanh nghiệp lữ hành và xem đây như yếu tố tham khảo để chọn đơn vị đồng hành cùng họ trong các chuyến đi. Do đó, những doanh nghiệp hỗ trợ khách hàng tốt, có cam kết rõ ràng và sẵn sàng chịu trách nhiệm về dịch vụ do mình cung cấp sẽ xây dựng niềm tin với khách hàng tốt hơn.

Bảng 3. Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn công ty lữ hành và các yêu cầu mới của khách hàng sau đại dịch Covid-19

STT	Yếu tố ảnh hưởng	Mô tả
1	Giá cả	Khách hàng sẽ tìm kiếm các gói tour với giá cả phù hợp với tài chính của mình, và mong muốn các giải pháp thanh toán linh hoạt để tránh rủi ro
2	An toàn	Khách hàng sẽ tìm kiếm các công ty lữ hành có các biện pháp bảo đảm an toàn và giảm thiểu nguy cơ lây nhiễm COVID-19 cũng như các dịch bệnh khác trong quá trình đi tour.
3	Chất lượng dịch vụ	Khách hàng sẽ đánh giá các công ty lữ hành dựa trên chất lượng dịch vụ, độ chuyên nghiệp và kinh nghiệm tổ chức chuyến đi của họ.
4	Tính linh hoạt	Khách hàng mong muốn các gói tour có tính linh hoạt cao để dễ dàng thay đổi hoặc hủy bỏ nếu có sự thay đổi trong tình hình dịch bệnh xảy ra bất ngờ
5	Điểm đến	Khách hàng mong muốn đặt chân các điểm đến thân thiện hoặc các điểm đến có ít nguy cơ lây các bệnh truyền nhiễm
6	Tính năng và tiện ích	Khách hàng có thể đánh giá các công ty lữ hành dựa trên tính năng và tiện ích của các gói tour cung cấp chẳng hạn như ăn uống, lưu trú và vận chuyển.
7	Cam kết và trách nhiệm	Khách hàng sẽ tìm kiếm các công ty lữ hành cam kết và chịu trách nhiệm đối với sự an toàn và sức khỏe của khách hàng trong suốt chuyến đi.
8	Đánh giá và nhận xét	Khách hàng có thể đánh giá các công ty lữ hành dựa trên các nhận xét và đánh giá của những người khác đã sử dụng dịch vụ của công ty đó trước đó.
9	Hỗ trợ khách hàng	Khách hàng sẽ mong muốn có sự hỗ trợ nhanh chóng và chuyên nghiệp từ các nhân viên hỗ trợ khách hàng của công ty lữ hành đặc biệt trong tình huống bất khả kháng như dịch bệnh

(Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả)

b. Cơ hội và thách thức đối với hoạt động kinh doanh lữ hành sau đại dịch Covid-19

* Cơ hội đối với hoạt động kinh doanh lữ hành sau đại dịch Covid-19

- Việc triển khai vaccine Covid-19 và việc kiểm soát tốt dịch bệnh giúp tăng lượng khách du lịch.

- Các chính sách hỗ trợ của chính phủ và cơ quan quản lý địa phương đã giúp các công ty lữ hành vượt qua khó khăn về tài chính.

- Sự tăng trưởng của thị trường du lịch sau thời gian dài bị hạn chế dịch chuyển đã tạo cơ hội cho các công ty lữ hành phát triển và mở rộng hoạt động kinh doanh.

* Thách thức đối với hoạt động kinh doanh lữ hành sau đại dịch Covid-19

- Sự xuất hiện các biến thể mới của virus có thể làm gia tăng nguy cơ tái bùng phát dịch bệnh và tạo ra những hạn chế mới cho du lịch.
- Nền kinh tế vẫn đang phục hồi sau đại dịch, điều này có thể làm giảm khả năng chi tiêu của người tiêu dùng cho du lịch.
- Thay đổi hành vi tiêu dùng của du khách: khách hàng có thể thay đổi hành vi và ưa thích đi du lịch độc lập hơn để tránh các nhóm đông người. Sự thay đổi trong tâm lý khách hàng cũng dẫn đến tâm lý lo lắng và sự phân vân khi quyết định đi du lịch.
- Khó khăn trong quản lý tài chính: Với việc giảm số lượng khách hàng tham gia chương trình du lịch trọn gói dẫn đến sự suy giảm doanh thu, các công ty lữ hành có thể gặp khó khăn trong việc quản lý tài chính và giải quyết các khoản nợ.

2.3.5.2. Giải pháp phục hồi và phát triển hoạt động kinh doanh lữ hành sau đại dịch Covid-19

Trên cơ sở các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn công ty lữ hành và các yêu cầu mới của khách hàng và những phân tích liên quan đến cơ hội và thách thức đối với hoạt động kinh doanh lữ hành sau đại dịch Covid-19, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp góp phần phục hồi và phát triển hoạt động kinh doanh lữ hành trên địa bàn TP Đà Nẵng như sau:

- Điều chỉnh các gói tour và giá cả để phù hợp với tình hình mới: Các công ty lữ hành cần thay đổi các gói tour và giá cả để phù hợp với sự thay đổi của nhu cầu và tình hình du lịch sau đại dịch Covid-19. Các công ty cần cân nhắc giảm giá và đưa ra các chương trình khuyến mãi để thu hút khách hàng trở lại.

- Tăng tính linh hoạt trong cung cấp các gói tour và dịch vụ phụ trợ: Các công ty lữ hành cần đáp ứng nhanh chóng và linh hoạt với các yêu cầu của khách hàng trong bối cảnh dịch bệnh. Các công ty cần cung cấp các gói tour có tính linh hoạt cao để khách hàng có thể thay đổi kế hoạch nếu có thay đổi trong tình hình dịch bệnh.

- Tăng cường giới thiệu các dịch vụ trực tuyến: Các công ty lữ hành cần tăng cường giới thiệu các dịch vụ trực tuyến để thu hút khách hàng và giữ chân khách hàng của mình. Các công ty cần cung cấp các gói tour trực tuyến và hỗ trợ khách hàng mua vé và đặt tour trực tuyến.

- Tích cực quảng bá hình ảnh của địa phương: Các công ty lữ hành cần tích cực quảng bá hình ảnh của địa phương để thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Các công ty cần tạo ra các sản phẩm du lịch mới và độc đáo để thu hút sự chú ý của khách hàng.

- Tăng cường an toàn và vệ sinh trong hoạt động du lịch: Các công ty lữ hành cần tăng cường an toàn và vệ sinh trong hoạt động du lịch để đảm bảo sự an toàn cho khách hàng và nhân viên. Các công ty cần cung cấp các thiết bị bảo vệ và đào tạo nhân viên về các biện pháp phòng chống dịch bệnh.

- Tổ chức các chương trình đào tạo cho nhân viên: Các công ty lữ hành cần tổ chức các chương trình đào tạo cho nhân viên để nâng cao chất lượng dịch vụ và sự hài lòng.

3. Kết luận

Sau đại dịch Covid-19, bối cảnh kinh doanh du lịch nói chung và kinh doanh lữ hành nói riêng đã trải qua nhiều thay đổi và những thách thức chưa từng có. Tuy nhiên, cũng có những cơ hội mới mở ra khi các doanh nghiệp tìm cách thích ứng và bắt kịp những xu hướng mới của thị trường. Việc hạn chế di chuyển trong khoảng thời gian dài cũng như sự suy giảm kinh tế sau đại dịch đã làm giảm đáng kể lượng khách du lịch và làm thay đổi đáng kể hành vi và xu hướng tiêu dùng của du khách. Vì vậy các doanh nghiệp lữ hành cần phải có khả năng thích ứng và đổi mới, sáng tạo trong việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới, linh hoạt trong điều chỉnh chiến lược kinh doanh và tiếp thị, và tập trung vào chất lượng dịch vụ để thu hút và giữ chân khách hàng. Tăng cường hoạt động chuyên đổi số để cải thiện trải nghiệm khách hàng và tối ưu

hoạt động kinh doanh là việc cần thiết giúp các doanh nghiệp lữ hành phục hồi và phát triển trong thời kỳ sau đại dịch. Covid-19 là thời kỳ thử nghiệm, kiểm chứng các giá trị cốt lõi của doanh nghiệp và mỗi cá nhân, thế giới luôn tiềm ẩn những nguy cơ và biến động khó lường. Vì vậy việc nghiên cứu về những thay đổi trong hoạt động du lịch của Thành phố Đà Nẵng, đặc biệt là hoạt động kinh doanh lữ hành, cũng như những thay đổi trong hành vi và xu hướng tiêu dùng của khách du lịch sau đại dịch Covid-19 có thể xem như bảng tổng kết thực trạng để tìm ra giải pháp, cung cấp kinh nghiệm vượt qua biến cố, giúp các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng nói riêng và cả nước nói chung có thể thích ứng tốt với những biến động luôn thường trực của ngành kinh doanh du lịch.

***Ghi chú:** Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng trong đề tài có mã số T2022-TN-15.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Roy M Anderson, 2020. How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epidemic?, *The Lancet*, vol. 395, no. 10228, pp. 931-934.
- [2] The World Tourism Organization (UNWTO), 2021. The UNWTO Tourism Data Dashboard, UNWTO.
- [3] International Labour Organization (ILO), 2021. Employment impact of the pandemic.
- [4] Marques Santos, Madrid González, Haeghean, Rainoldi, 2020. Behavioural changes in tourism in times of COVID - 19, JRC Science for Policy Report.
- [5] Chebli, A, 2020. The impact of Covid-19 on tourist consumption behavior: a perspective article. *Annals of tourism research*, vol. 27, no. 3, pp. 785-804.
- [6] Đỗ Thu Hằng và Lê Thị Hiệp, 2020. Ngành Du lịch Việt Nam trong mùa dịch Covid-19 và vấn đề đặt ra. *Tạp chí Tài chính*, vol. 10, pp. 50-62.
- [7] Lê Kim Anh, 2020. Ảnh hưởng của dịch Covid-19 tới ngành Du lịch Việt Nam. *Tạp chí Công Thương*, vol. 6, pp. 12-19.
- [8] Nguyễn Văn Lành, 2021. Bàn giải pháp khôi phục ngành du lịch trước tác động của đại dịch Covid-19. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, vol. 13, no. 5, pp. 19-27.
- [9] Vũ Thị Kim Oanh, 2021. Tác động của đại dịch Covid-19 đến du lịch Việt Nam và giải pháp phát triển trong thời gian tới. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, vol. 19, no. 7, pp. 15-23.
- [10] Phạm Thu Huyền, 2022. Tác động của đại dịch covid-19 đến nhân lực ngành du lịch của Việt Nam. *Tạp chí Công Thương*, vol. 6, no. 4, pp. 18-33.
- [11] Sở Du lịch TP Đà Nẵng, 2020. Báo cáo tình hình hoạt động của doanh nghiệp du lịch ảnh hưởng dịch bệnh Covid-19 và một số giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp.
- [12] Quỹ xúc tiến phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng, 2020. Báo cáo khảo sát tác động Covid-19 đối với các doanh nghiệp du lịch thành phố Đà Nẵng.
- [13] Lê Văn Đính, 2021. Giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp du lịch Thành phố Đà Nẵng trước tác động của đại dịch covid-19. *Tạp chí Lí luận chính trị*, vol. 1, pp. 28-42.
- [14] Cao Thị Cẩm Hương và Phạm Thị Mỹ Linh, 2021. Nghiên cứu sự ảnh hưởng của dịch COVID-19 đến hành vi tiêu dùng du lịch của người dân tại thành phố Đà Nẵng. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Duy Tân*, vol. 3, no. 46, pp. 42-50.
- [15] Phạm Thị Hoàng Dung, 2021. Phân tích về sự ảnh hưởng của dịch Covid-19 đến hành vi tiêu dùng du lịch của người dân tại thành phố Đà Nẵng. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Duy Tân*, vol. 3, no. 46, pp. 89-96.
- [16] Lê Thái Phương, Tô Văn Hạnh và Phạm Thị Chi, 2021. Xác định các nhân tố ảnh hưởng

đến sức hấp dẫn của điểm đến Đà Nẵng trong bối cảnh COVID-19. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Thái Nguyên*, vol. 226, no. 18, pp. 211-220.

- [17] Cục Thống kê TP Đà Nẵng, 2021. *Niên giám Thống kê TP Đà Nẵng 2020*. Nxb Thống kê.
- [18] Sở du lịch TP Đà Nẵng, 2021. Báo cáo kết quả hoạt động du lịch năm 2021 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2022.
- [19] Sở du lịch TP Đà Nẵng, 2022. Báo cáo kết quả hoạt động du lịch năm 2022 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2023.

ABSTRACT

Changes in Tourism Activities in Da Nang City before and after Covid-19 Pandemic

Nguyen Thi Kim Thoa¹, Pham Thi Minh Chinh², Truong Van Canh³,

Nguyen Phu Thang⁴ and Nguyen Thi Hong⁵

^{1,3,4,5}*Faculty of Geography, University of Science and Education, The University of Danang*

²*Faculty of Tourism, Danang Vocational Training College*

Da Nang is the largest urban center in the South-Central Coast region, where there is a fairly complete system of tourism infrastructure, a diverse concentration of tourism resources and high quality of human resources. Da Nang has identified tourism as one of the key economic sectors of the city that needs to be prioritized for development investment. However, the Covid-19 epidemic has caused significant impacts on many different socio-economic areas of Da Nang, especially the tourism industry, the most prominent of which is the strong impact on the tourism business and consumption behavior of tourists. By method of document analysis and sociological investigation with two main objects, tourists and travel businesses, the study has shown fundamental changes in tourism activities in Da Nang city after the Covid-19 pandemic, in comparison with the situation before the outbreak of the disease in some aspects such as the results of the travel and tourism business, the change in the structure of revenue sources from services of the company travel businesses, consumer behavior and travel consumption trends of tourists before and after the COVID-19 pandemic. It thereby proposes appropriate solutions to help travel businesses attract customers and increase sales in the context that the market is facing many fluctuations, especially fluctuations from the epidemic.

Keyword: Covid-19, travel business, consumption behavior of tourists, Da Nang, tourism.