

Giải pháp cho du lịch Quảng Bình sau ảnh hưởng của Đại dịch Covid-19

Nguyễn Thế Thìn*, Đào Thị Cẩm Nhung*

*ThS. Trường Đại học Kinh tế Huế

Received: 17/4/2022; Accepted: 5/5/2022; Published: 10/5/2022

Tóm tắt: Theo thống kê của tỉnh Quảng Bình do ảnh hưởng của đại dịch, 9 tháng năm 2021 tổng số khách du lịch đến Quảng Bình giảm mạnh, ước đạt 547.600 lượt khách, giảm 66% so với cùng kỳ. Điều này đặt ra một nhiệm vụ cực kỳ cấp thiết cho tỉnh Quảng Bình đối với ngành du lịch là phải có những giải pháp phù hợp nhằm phục hồi trở lại du lịch tỉnh nhà trong bối cảnh “bình thường mới”.

Từ khóa: Giải pháp phát triển, Covid 19, du lịch, tỉnh Quảng Bình.

1. Ảnh hưởng của dịch Covid 19 đến du lịch Quảng Bình

Gần 2 năm qua, do tác động của dịch bệnh, hoạt động du lịch của tỉnh Quảng Bình đã gặp rất nhiều khó khăn. Thị trường quốc tế đã đóng cửa từ tháng 2/2020. Thị trường chủ yếu là khách nội địa nhưng số lượng rất hạn chế do các địa phương trên toàn quốc phải thực hiện các biện pháp giãn cách xã hội để phòng, chống dịch Covid-19, khách du lịch nội tỉnh số lượng ít và cơ bản tạm dừng từ cuối tháng 7/2021. Dịch vụ lưu trú, ăn uống, du lịch lữ hành 6 tháng đầu năm bị ảnh hưởng nặng của dịch Covid-19. Dịp Lễ 30/4/ 1/5, lượng khách du lịch đến Quảng Bình khá đông so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên sau đó, dịch Covid-19 bùng phát mạnh ở một số tỉnh, thành phố nên lượng khách du lịch đến Quảng Bình giảm mạnh tác động đến dịch vụ lưu trú, ăn uống, du lịch lữ hành, thể hiện cụ thể như sau:

Các chỉ tiêu như: số lượt khách đến lưu trú tại các cơ sở dịch vụ ở Tỉnh; số khách nghỉ trong ngày, đêm và số ngày khách ở đều giảm mạnh trong giai đoạn 2020-2021. Cụ thể giai đoạn 2020-2018: số lượt khách giảm 34,89% (từ 820.874 lượt xuống còn 534.477 lượt); số ngày khách lưu trú tại các cơ sở cũng giảm từ 1.037.178 ngày xuống còn 652.175 ngày (với tỷ lệ giảm tương đương 37,12%).

Năm 2021, mặc dù chúng ta đã chấp nhận sống chung với đại dịch, các cơ sở kinh doanh du lịch cũng dần được mở cửa trở lại tuy nhiên vẫn chưa thể phục hồi như thời kì trước khi dịch bùng phát. Năm 2021, số lượt khách lưu trú quý II đạt 118.495 lượt khách, tăng 36,7% so với quý trước nhưng vẫn giảm 16% so với cùng kỳ. Tính chung, 6 tháng đầu năm năm 2021 đạt 205.181 lượt khách, giảm 28,6% so với cùng kỳ. Trong đó, số lượt khách quốc tế lưu trú 6 tháng đầu

năm đạt 5.182 lượt khách, giảm 83,5% so với cùng kỳ. Ngày khách quý II ước tính đạt 113.842 ngày khách, tăng 36,7% so với quý trước và giảm 20,4% so với cùng kỳ; 6 tháng đầu năm đạt 231.719 ngày khách, giảm 30,1% so với cùng kỳ.

Số lượng khách đến lưu trú giảm, đồng nghĩa với việc doanh thu của các cơ sở lưu trú trên địa bàn tỉnh Quảng Bình cũng giảm theo. Nếu năm 2018, khi dịch chưa bùng phát doanh thu của cơ sở lưu trú ở đây là 263,9 tỷ đồng (cao hơn 27 tỷ so với năm 2017) thì đến năm 2020 chỉ đạt 168,9 tỷ (giảm 95 tỷ (khu vực nhà nước giảm 7,4 tỷ, khu vực tư nhân giảm 87,6 tỷ đồng) tương đương với 36%). Sáu tháng đầu năm 2021 doanh thu lưu trú chỉ đạt 72,5 tỷ đồng, giảm 21,2% so với cùng kỳ năm 2020.

Các cơ sở lữ hành trên địa bàn cũng nằm trong vòng xoáy ảnh hưởng của dịch, doanh thu trong lĩnh vực này cũng giảm hơn 50% trong giai đoạn 2018-2020 từ 268,9 tỷ đồng xuống còn 129,8 tỷ, trong đó các cơ sở lữ hành của doanh nghiệp tư nhân là chịu ảnh hưởng nặng nề nhất với tỷ lệ 54,64% ứng với 104,6 tỷ đồng.

Đối với dịch vụ ăn uống, doanh thu giảm từ 3.488,1 tỷ đồng năm 2018 xuống còn 3.045,2 tỷ đồng năm 2020 (tức giảm 442,9 tỷ đồng tương đương 18,5%). Trong ba dịch vụ, lưu trú, ăn uống và lữ hành thì nhìn chung dịch vụ ăn uống ít chịu ảnh hưởng từ đại dịch hơn có thể lý giải là do đặc thù của ngành nghề, dù giãn cách, ít khách du lịch thì cũng có thể phục vụ online tận dụng nguồn khách trong nội tỉnh bên cạnh đó do nhu cầu ăn uống, mở tiệc của người dân ngày càng tăng, đặc biệt trong các sự kiện quan trọng, dịp nghỉ lễ. Vì vậy, năm 2021 khi các cơ sở kinh doanh ăn uống làm quen dần với kênh dịch vụ online thì doanh thu ăn uống quý II đạt 989,8 tỷ đồng,

tăng 42,8% so với quý trước và tăng 24,4% so với cùng kỳ. Sáu tháng đầu năm 2021 doanh thu dịch vụ ăn uống đạt 1.683,1 tỷ đồng, tăng 6,5% so với cùng kỳ.

2. Giải pháp thúc đẩy du lịch Quảng Bình trong bối cảnh “bình thường mới”

Một là, tranh thủ củng cố cơ sở vật chất, tập trung phát triển du lịch nội địa

Trong bối cảnh đại dịch, du lịch nội địa đã xác định được vị trí vô cùng quan trọng. Minh chứng rõ nhất là mỗi khi dịch Covid-19 được kiểm soát tốt thì du lịch nội địa lại khởi sắc, giúp các doanh nghiệp du lịch cầm cự, chống chọi với khó khăn. Tuy nhiên, phải nhìn nhận thực tế, thị trường du lịch nội địa chưa được các doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là doanh nghiệp lớn, chú trọng. Do vậy, từ xây dựng sản phẩm, nghiên cứu thói quen, sở thích của du khách trong nước hầu như chưa được quan tâm. Từ trước đến nay, du lịch nội địa được coi như hoạt động tự phát và không được điều tiết.

Thời điểm khó khăn hiện nay chính là cơ hội để xóa dần sự ngăn cách giữa du lịch nội địa và quốc tế, đẩy mạnh việc tiếp cận của người Việt đến những dịch vụ đẳng cấp quốc tế, sang trọng. Đây là lúc chúng ta cần xác định rõ vai trò, vị trí của du lịch nội địa; tham khảo kinh nghiệm các nước; định hướng khai thác những tài nguyên thiên nhiên và văn hóa Việt Nam để phục vụ cho người Việt Nam. Chúng ta cần cân bằng mức đầu tư giữa thị trường nội địa và thị trường quốc tế; coi nội địa là thị trường chiến lược và lâu dài.

Sự tàn phá của dịch bệnh khiến du lịch Quảng Bình bị trì trệ một thời gian dài. Nhưng đây cũng là khoảng thời gian để các doanh nghiệp cũng như sở du lịch có cơ hội đào sâu, tìm hiểu kỹ hơn về các dịch vụ, tối ưu và nâng cấp cơ sở vật chất để có một màn chào hỏi mới mẻ hơn sau dịch.

Được biết Quảng Bình sở hữu nhiều danh lam thắng cảnh đẹp của đất nước, tuy nhiên cách tổ chức các tour du lịch trên địa bàn tỉnh đang còn thô sơ, mang tính “cây nhà lá vườn”. Cũng đã có nhiều công ty chuyên nghiệp khai thác tour như Oxalis, Netin Travel, ... nhưng số lượng đang còn hạn chế, chưa tạo được đòn bẩy mạnh mẽ để hút khách du lịch về với Quảng Bình. Chính vì thế, các sở ban ngành và các công ty khai thác tour cần có một kế hoạch rõ ràng trong việc nâng cấp, tu sửa cũng như tối ưu hóa dịch vụ để du khách có một trải nghiệm tuyệt vời hơn trong thời gian tới.

Hai là, thực hiện du lịch linh hoạt, mở các tour khép kín

Mỗi một doanh nghiệp du lịch sẽ có những chính sách hoàn, hủy tour riêng. Tuy nhiên, thông thường nếu khách hủy trước 5 - 10 ngày khởi hành sẽ chịu phạt từ 30 - 50% giá tour, từ 3 - 5 ngày là 75%. Trong trường hợp hủy chuyển du lịch trong vòng từ 0 - 3 ngày trước khởi hành sẽ chịu phí 100% giá vé tour.

Nếu việc hủy tour do phía đơn vị lữ hành thì đơn vị này phải có trách nhiệm hoàn tiền 100% cho khách. Trường hợp bị hủy bỏ do bất khả kháng thiên tai, dịch bệnh,... thì hai bên sẽ cố gắng tối đa thương lượng các phương án để cùng chia sẻ, giảm thiệt hại. Đồng thời trước khi nhận đặt tour với khách hàng, phía công ty cũng đã có trao đổi về hướng giải quyết nếu dịch bệnh bùng phát trở lại, trong đó có phương án lùi lại thời điểm tour đến khi dịch đã được kiểm soát. Điều này sẽ giúp cho các công ty lữ hành, khách sạn và du khách không mất quá nhiều chi phí mà vẫn đảm bảo được lịch trình.

Hiện nay các tour du lịch khép kín tại Quảng Bình đã đón khách ngoại tỉnh, với nhiều trải nghiệm hấp dẫn, hướng về thiên nhiên. Bản chất của tour du lịch này là các “mắt xích” tham gia đều an toàn. Điểm đầu, điểm cuối trong tour đều an toàn, những nơi du khách ghé thăm đều được kiểm soát dịch bệnh theo quy định của ngành y tế. Như vậy tour du lịch sẽ ‘xanh’ về mọi mặt và được giám sát chặt chẽ

Dù gọi là tour khép kín nhưng các sản phẩm du lịch này đều hướng tới không gian mở và khám phá thiên nhiên như sông, rừng núi, hang động... Đây cũng là thế mạnh từ trước đến nay của ngành du lịch Quảng Bình, nhờ sở hữu Di sản thế giới Vườn quốc gia Phong Nha – Kẻ Bàng cùng hệ thống hang động kỳ vĩ với hang Sơn Đoòng nổi tiếng thế giới. Ngoài ra, việc tỉnh Quảng Bình giảm một số loại phí tham quan và doanh nghiệp tự cắt giảm lợi nhuận giúp cho nhiều tour khép kín rẻ hơn 10-20% so với thông thường.

Ba là, đa dạng hoá sản phẩm du lịch

Theo Sở Du lịch tỉnh Quảng Bình, do ảnh hưởng của dịch Covid-19 nên năm 2021 là thời gian hết sức khó khăn đối với ngành du lịch cả nước nói chung, địa phương nói riêng. Nhiều tour, tuyến du lịch phải hủy bỏ, nhiều điểm du lịch nổi tiếng tại Quảng Bình đóng cửa, kéo theo đó là lượng du khách đến Quảng Bình cũng giảm sâu.

Trong bối cảnh đó, du lịch Quảng Bình đã có nhiều nỗ lực, cố gắng, duy trì kết nối thường xuyên, liên tục với các thị trường khách du lịch trong nước và quốc tế qua các nền tảng số và hoạt động liên kết, hợp tác với các đơn vị trong nước và nước ngoài.

Đặc biệt là đa dạng hóa các sản phẩm và nâng cao

chất lượng dịch vụ du lịch, phát triển các sản phẩm du lịch thích ứng với điều kiện khắc nghiệt của thời tiết và biến đổi khí hậu. Chủ động đón đầu xu hướng thị trường khách trong trạng thái bình thường mới, thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch Covid-19 để sẵn sàng đón khách, thực hiện các chiến dịch quảng bá, xúc tiến thu hút khách du lịch.

Xu hướng đi du lịch của du khách hiện nay đã thay đổi nhiều so với trước khi xảy ra dịch. Vì vậy, việc đa dạng hóa các sản phẩm, tạo ra các sản phẩm mới rất quan trọng đối với các đơn vị lữ hành. Ông Nguyễn Công Hoan - Tổng Giám đốc Flamingo Redtours, Trưởng ban Truyền thông Hiệp hội Lữ hành Việt Nam (VISTA) cho biết, cần đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, bổ sung thêm những giá trị mới nhằm kích thích nhu cầu ngoài yếu tố giảm giá. Chương trình kích cầu lần 2 vào tháng 9 năm 2020 khi tình hình dịch bệnh do Covid được kiểm soát thì yếu tố kích cầu bằng cách giảm giá không còn là yếu tố tiên quyết vì giá đã giảm sâu, không còn dư địa để giảm. Cần xác định du lịch trong nước là chiếc phao cứu sinh của ngành Du lịch nói chung và lữ hành nói riêng trong năm 2022. Khi thị phần chỉ gói gọn trong thị trường nội địa, du khách sẽ khắt khe hơn, đòi hỏi cao hơn về sản phẩm cũng như chất lượng dịch vụ. Giảm giá không còn là yếu tố hấp dẫn hàng đầu mà quan trọng hơn là sản phẩm cần có tính cá biệt hóa cao, đem lại nhiều giá trị, trải nghiệm thú vị từ đó kích thích nhu cầu du lịch của khách hàng. Bên cạnh đó, cần làm mới các điểm đến cũ, bổ sung thêm những dịch vụ gia tăng để thu hút khách chi tiêu quay trở lại nhiều lần.

Tình hình dịch bệnh khó khăn khiến mỗi đơn vị du lịch đều phải vật lộn tự tìm kiếm lối thoát. Nhưng dựa trên nền tảng là tôn trọng và phát triển du lịch bền vững, từ đó cho ra những sản phẩm mới đa dạng, phù hợp với những nhu cầu khác nhau và khắt khe hơn của du khách, nhiều đơn vị đã bước đầu vượt qua được khó khăn và lấy lại sự hồi phục.

Bốn là, đẩy mạnh truyền thông trong du lịch

Quảng Bình đang trên đà chú trọng xây dựng, phát triển các nền tảng số. Đây là cơ sở hoàn thiện hệ thống du lịch thông minh tích hợp với chính quyền điện tử, đô thị thông minh để nâng cao hiệu quả công tác quảng bá, xúc tiến, thu hút khách du lịch góp phần xây dựng du lịch Quảng Bình xây dựng ngành thành công du lịch chất lượng cao và du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh.

Quảng Bình đang triển khai hoàn thiện hệ thống các website của du lịch Quảng Bình (<https://quangbinhtourism.gov.vn/>) với 2 ngôn ngữ cơ bản

là tiếng Anh và tiếng Việt với giao diện thân thiện, hiện đại, nội dung phong phú, cập nhật. Fanpage du lịch Quảng Bình trên nền tảng Facebook; kênh cung cấp các video clip giới thiệu Quảng Bình trên nền tảng Youtube; zalo OA; Instagram...

Ngành Du lịch tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền quảng bá về việc nâng cao nhận thức về phát triển du lịch tại địa phương và chung tay phát triển du lịch bền vững thông qua các phương tiện truyền thông nhằm quảng bá du lịch Quảng Bình đến các thị trường tiềm năng trong nước và quốc tế theo từng phân khúc với chủ đề “Quảng Bình - điểm đến thiên nhiên, an toàn và khác biệt”.

3. Kết luận

Với một số ý kiến trên, hi vọng rằng Quảng Bình trong năm 2022 sẽ có một bước đệm thật vững chắc cho ngành du lịch, mở ra nhiều cơ hội việc làm cho doanh nghiệp, người dân nội địa cũng như khai thác triệt để các tài nguyên thiên nhiên sẵn có của tỉnh nhà.

Tài liệu tham khảo

[1]. 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.

[2]. 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-phovoi-dai-dich-covid-19-tung-buoc-phuc-hoi-trong-nam-2022-20210923215750059.htm>.

[3]. 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>

[4]. Tổng Cục Thống kê (2021). *Doanh thu du lịch lữ hành giảm sâu do dịch bệnh covid 19*. <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=IwAR1CqNkvA3lZlUb7pkEtm7-wgxQ-VRZxtzRxljdOTDi2lgoCjABcel53g>.

[5]. Tiên, N. H., Sơn, T. V., & Một, Đ. H. T. D. (2020). *Phát triển bền vững ngành du lịch kỳ hậu covid-19 tại việt nam-cách tiếp cận marketing*. ResearchGate. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21677.72167>.