

TÁC ĐỘNG VÀ GIẢI PHÁP PHỤC HỒI DU LỊCH HẬU COVID-19: MINH CHỨNG TỪ THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Trần Bá Duy và Vũ Đình Hòa*

Khoa Du lịch, Trường Đại học Phenikaa

Tóm tắt. Nghiên cứu này phân tích thực trạng tác động của đại dịch COVID-19 cũng như các giải pháp phục hồi của ngành du lịch thành phố Hà Nội sau khi đại dịch COVID-19 được kiểm soát. Phương pháp nghiên cứu được vận dụng trong bài viết là phương pháp định tính dựa trên nguồn số liệu thống kê từ Sở Du lịch thành phố Hà Nội và Ban chỉ đạo quốc gia về phòng chống dịch COVID-19 Việt Nam. Thông qua các số liệu thống kê, nghiên cứu đã đưa ra những phân tích về tác động của COVID-19 tới ngành du lịch của thành phố Hà Nội từ đó đề xuất một số giải pháp phục hồi ngành du lịch của thành phố sau COVID-19. Kết quả của nghiên cứu được xem là một tài liệu tham khảo hữu ích cho các đơn vị quản lý du lịch của thành phố trong việc tìm kiếm giải pháp hiệu quả để giải quyết các vấn đề liên quan đến phát triển bền vững ngành du lịch hậu COVID-19.

Từ khóa: Du lịch, đại dịch COVID-19, Hà Nội, phát triển bền vững.

1. Mở đầu

Đại dịch COVID-19 được phát hiện lần đầu tiên tại Vũ Hán (Trung Quốc) vào tháng 12 năm 2019 và trở thành đại dịch toàn cầu vào tháng 3 năm 2020, đã gây ra những tác động tiêu cực đáng kể đến sự phát triển của mỗi quốc gia nói riêng và phạm vi toàn cầu nói chung trên khía cạnh môi trường, khía cạnh kinh tế và khía cạnh xã hội [1]. Đối với ngành du lịch đại dịch COVID-19 đã gây ra những tổn thất nặng nề. Theo Yan (2020) [2], tác động của đại dịch COVID-19 đến ngành du lịch trên phạm vi toàn cầu có thể xem xét cả ở hai góc độ cung và cầu du lịch. Về phía cung, nhiều quốc gia thực hiện biện pháp đóng cửa biên giới, cấm nhập cảnh và đình chỉ thị thực du lịch... đã làm cho nguồn cung của ngành vận chuyển hành khách, cơ sở lưu trú, ăn uống, dịch vụ du lịch giảm đi đáng kể. Về phía cầu, thu nhập của nhiều bộ phận dân bị cắt giảm do mất các cơ hội kinh tế, đồng thời việc cân nhắc an toàn sức khỏe, vệ sinh gây ra do dịch bệnh cũng làm giảm lượng cầu đáng kể đối với ngành du lịch [2,3,4]. Như vậy, về cơ bản có thể thấy việc sụt giảm cả về phía cung và cầu đã làm cho ngành du lịch của các quốc gia trên thế giới nói chung và của Việt Nam nói riêng gặp rất nhiều khó khăn.

Hà Nội là thủ đô, là trung tâm du lịch quan trọng của Việt Nam. Trong giai đoạn 2016 - 2019, ngành du lịch của thành phố không ngừng phát triển, lượng khách du lịch đến Hà Nội tăng khá nhanh và ổn định, năm sau cao hơn năm trước, mức tăng bình quân đạt 10,1%/năm. Tuy nhiên, do tác động của dịch COVID-19 nên trong năm 2020, tất cả các chỉ tiêu của ngành du lịch của thành phố Hà Nội đều giảm mạnh, trong đó, lượng khách du lịch quốc tế giảm 84,2%; khách nội địa giảm 65,6%; tổng thu từ khách du lịch giảm 73%; công suất sử dụng buồng phòng giảm 38% so với năm 2019 [5]. Đến thời điểm hiện tại, Việt Nam nói chung và Hà

Nội nói riêng đã cơ bản khống chế được tình hình dịch bệnh, nhiều hoạt động kinh doanh, văn hóa - xã hội đã trở lại bình thường, du lịch đã có dấu hiệu hồi sinh. Tuy nhiên, ngành du lịch Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng vẫn đang đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức. Nhu cầu và mức chi tiêu của khách du lịch có nhiều thay đổi sau thời gian dài thực hiện giãn cách xã hội, lượng khách đến Hà Nội còn ở mức thấp, chủ yếu là khách nội vùng, thời gian lưu trú ngắn. Do vậy nghiên cứu này được thực hiện nhằm trả lời các câu hỏi:

- (i) Ngành du lịch của thành phố Hà Nội đã chịu tác động như thế nào bởi đại dịch COVID-19?
- (ii) Giải pháp nào cần được thực hiện để khôi phục và phát triển ngành du lịch của thành phố hậu COVID-19?

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu định tính là phương pháp được sử dụng trong bài viết này. Trong bối cảnh đại dịch COVID-19 vẫn đang diễn biến phức tạp trên phạm vi toàn cầu và tác động của nó đối với các khía cạnh kinh tế - xã hội - môi trường còn chưa được xác định rõ ràng, thì nghiên cứu định tính thông qua các phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm được xem là tương đối phù hợp nhằm khám phá ra những ý tưởng quan trọng có thể vượt ra ngoài các phân tích thống kê đơn thuần của phương pháp nghiên cứu định lượng [6,7]. Tác giả đã tiến hành phỏng vấn theo hình thức bán cấu trúc đối với 10 chuyên gia và lao động trong ngành du lịch để làm rõ hơn những tác động của đại dịch COVID-19 đến ngành du lịch của thành phố cũng như bổ sung các căn cứ để đề xuất giải pháp phục hồi ngành du lịch hậu COVID-19.

Về dữ liệu, nghiên cứu sử dụng chủ yếu các số liệu sơ cấp và thứ cấp:

(i) Dữ liệu sơ cấp được tác giả thu thập thông qua quá trình phỏng vấn 04 chuyên gia (bao gồm các chuyên gia của Tổng cục Du lịch, Sở du lịch thành phố) và 06 người lao động trong lĩnh vực kinh doanh lữ hành và khách sạn trên địa bàn thành phố (Bảng 1). Các chuyên gia và người lao động đều là những người có trình độ cao, có kinh nghiệm với nghề có đủ khả năng để cung cấp các thông tin hữu ích với nghiên cứu của tác giả. Các cuộc phỏng vấn được tiến hành trong khoảng tháng 7 đến tháng 8 năm 2021. Do tình hình dịch bệnh trên thành phố đang diễn biến phức tạp nên các cuộc phỏng vấn đều được tác giả tiến hành trực tuyến thông qua phần mềm zoom cloud meeting. Sau phần giới thiệu khái quát, các chuyên gia và người lao động đã trả lời các câu hỏi liên quan đến tác động của đại dịch COVID-19 đến ngành du lịch của thành phố và các gợi ý để phục hồi ngành du lịch sau đại dịch. Các thông tin cá nhân của người phỏng vấn được giữ kín, nội dung trả lời được tác giả xử lý chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu trong phạm vi của bài báo này.

Bảng 1. Thông tin các thành viên tham gia phỏng vấn

Người phỏng vấn	Tuổi	Giới tính	Kinh nghiệm trong ngành du lịch (Năm)	Cơ quan
Chuyên gia				
1	52	Nữ	20	Tổng cục Du lịch
2	45	Nữ	23	Viện NCPT Du lịch
3	48	Nữ	25	Sở Du lịch thành phố Hà Nội
4	40	Nam	10	Giám đốc công ty lữ hành

<i>Người lao động</i>				
5	25	Nam	6	Hướng dẫn viên
6	30	Nam	10	Hướng dẫn viên
7	27	Nữ	5	Lễ tân khách sạn
8	41	Nam	8	Điều hành tour
9	32	Nam	6	Hướng dẫn viên
10	34	Nữ	12	Bộ phận buồng

(ii) Các dữ liệu thứ cấp được tác giả thu thập bao gồm số liệu về khách du lịch, doanh thu, lao động trong ngành du lịch của Hà Nội trước và sau dịch bệnh từ Sở Du lịch và các cơ quan khác như Tổng cục Du lịch, Tổng cục thống kê để phân tích số liệu phục vụ các nhận định và đánh giá trong nghiên cứu.

2.2. Tác động của đại dịch COVID-19 đến hoạt động du lịch của thành phố Hà Nội

Theo báo cáo của Sở du lịch thành phố Hà Nội và kết quả phỏng vấn, ngành du lịch của thành phố bị ảnh hưởng, thiệt hại rất lớn do tác động tiêu cực sau các đợt bùng phát của dịch COVID-19 trong năm 2020.

2.2.1. Tác động đến khách du lịch và doanh thu

Về du khách, trong giai đoạn 2016 - 2019, lượng khách du lịch đến Hà Nội liên tục tăng từ 21,8 triệu lượt (năm 2016) lên 28,9 triệu lượt (năm 2019) và chiếm tỉ trọng lớn trong cơ cấu khách du lịch đến Việt Nam [5]. Theo thống kê của Sở Du lịch Hà Nội, lượng khách quốc tế đến Hà Nội trong giai đoạn 2016 - 2019 luôn chiếm trên 38% so với tổng lượng khách quốc tế trung bình cả nước và lượng khách du lịch nội địa luôn chiếm trên 25% tổng lượng khách du lịch nội địa cả nước trong cùng thời kì. Tuy nhiên, năm 2020 khi đại dịch COVID-19 bùng phát, khách du lịch đến Hà Nội chỉ đạt 8,6 triệu lượt khách, giảm 70% với năm 2019; trong đó khách quốc tế ước đạt 1,1 triệu lượt khách, giảm 84,4%; khách nội địa ước đạt 7,5 triệu lượt khách, giảm 65% (Bảng 2). Trong 6 tháng đầu năm 2021, khách du lịch đến Hà Nội chỉ bao gồm khách du lịch nội địa với số lượng khoảng 2,9 triệu lượt khách, giảm 25% so với cùng kì năm 2020.

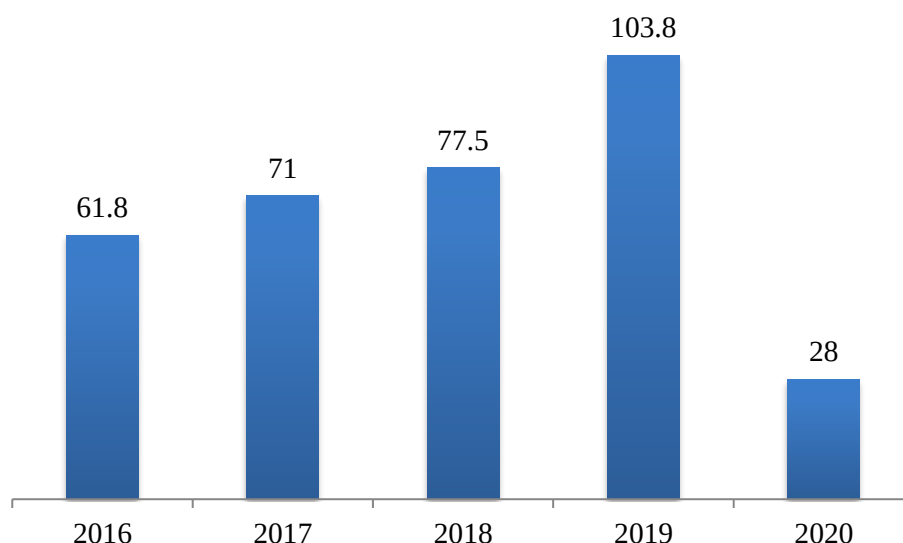
Bảng 2. Số lượng khách du lịch đến Hà Nội, giai đoạn 2016 - 2020

		2016	2017	2018	2019	2020
Khách quốc tế	Số lượt khách (Triệu lượt)	4,0	4,9	6,0	7,0	1,1
	Tỉ trọng so với cả nước (%)	40,1	38,3	38,7	39,0	29
Khách nội địa	Số lượt khách (Triệu lượt)	17,8	18,8	20,3	21,9	7,5
	Tỉ trọng so với cả nước (%)	28,7	25,8	25,4	25,8	14,0
Tổng lượng khách		21,8	23,7	26,3	28,9	8,6

(Nguồn [5])

Doanh thu có mối quan hệ tỉ lệ thuận với số lượng khách nên có sự thay đổi tương đồng với lượng khách du lịch đến Hà Nội giai đoạn 2016 - 2020. Trong giai đoạn trước đại dịch từ 2016 - 2019, doanh thu của ngành du lịch TP Hà Nội liên tục tăng năm 2019 tăng gấp 1,8 lần so với năm 2016 (từ 61,8 nghìn tỉ đồng (2016) lên 103,8 nghìn tỉ đồng năm 2019). Khi đại dịch COVID-19 xuất hiện, làm cho lượng khách giảm. Lượng khách suy giảm, dẫn đến tổng doanh thu của ngành du lịch thành phố cũng có sự thay đổi theo chiều hướng giảm (Hình 1). Theo thống kê, tổng thu từ khách du lịch năm 2020 của thành phố đạt khoảng 28,02 nghìn tỉ đồng

(giảm 73% so với năm 2019, tương đương giảm 75,79 nghìn tỉ đồng). Tổng thu từ khách du lịch nội địa 6 tháng đầu năm 2021 ước đạt 8,1 nghìn tỉ đồng, giảm 57% so với cùng kỳ năm 2020 [5].



Hình 1. Doanh thu du lịch thành phố Hà Nội, giai đoạn 2016 - 2020 (Nghìn tỉ đồng)

(Nguồn: [5])

2.2.2. Tác động đến cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành

Số lượng cơ sở kinh doanh lưu trú trên địa bàn thành phố có sự biến động theo xu hướng giảm do tác động của đại dịch COVID-19. Trên địa bàn Thành phố tính đến năm 2020 có 3.587 cơ sở lưu trú với tổng số 65.158 phòng, trong đó có 77 cơ sở lưu trú cao cấp đạt tiêu chuẩn từ 3 - 5 sao, chiếm 2,15% trên tổng số cơ sở lưu trú và chiếm 18,3% tổng số phòng. Trong 2 đợt bùng phát dịch đã có 950/3.587 cơ sở lưu trú tạm dừng hoạt động; công suất sử dụng phòng trung bình khối khách sạn 1- 5 sao năm 2020, ước đạt khoảng 29,8%, giảm 39,6% so với năm 2019. Tháng 6/2021, công suất sử dụng phòng trung bình khối khách sạn 1- 5 sao ước đạt khoảng 25,7%, giảm 0,7 % so với tháng 5/2021 và giảm 3,5 % so với cùng kỳ năm 2020.

COVID-19 đã có tác động lớn đến hoạt động kinh doanh lữ hành. Theo Sở Du lịch thành phố, năm 2020 Hà Nội đã có 1.201 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế; 106 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa. Tuy nhiên, do tác động của dịch COVID-19 trong năm 2020 có 159 công ty kinh doanh lữ hành quốc tế và 08 công ty kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa đã xin rút giấy phép hoạt động kinh doanh; trong 2 đợt bùng phát dịch đã có khoảng 90% số doanh nghiệp lữ hành đóng cửa, tạm dừng hoạt động. Các doanh nghiệp còn hoạt động nhìn chung đều báo cáo tình trạng thua lỗ kéo dài. Năm 2020, các doanh nghiệp này trên địa bàn thành phố đều báo cáo sụt giảm doanh thu từ 60 - 90% so với năm 2019.

2.2.3. Tác động đối với lao động

Theo báo cáo sơ bộ của Tổng cục thống kê (Việt Nam), người lao động trong ngành du lịch bị ảnh hưởng nặng nề nhất do đại dịch COVID-19, khoảng 60% lao động ngành du lịch Việt Nam mất việc trong năm 2020 do chính sách đóng cửa biên giới của các quốc gia, và việc hạn chế đi lại trong nước do bùng phát các đợt dịch bệnh COVID-19. Theo thống kê của Sở Du lịch Hà Nội tính đến đầu năm 2021 số lao động du lịch của thành phố nghỉ việc, chấm dứt hợp đồng lao động do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 chiếm khoảng 90% tổng số lao động doanh nghiệp lữ hành, tương đương với 12.168 người; khoảng 750/3587 cơ sở lưu trú du lịch tạm dừng hoạt động với khoảng 12.600 lao động tạm thời không có việc làm. Kết quả phỏng vấn của

tác giả cho thấy các chuyên gia và người lao động đều đánh giá lao động du lịch chịu ảnh hưởng rất nặng nề do đại dịch COVID-19. Hầu hết người lao động trong ngành du lịch của thành phố đều đã bị cắt giảm hoặc nếu còn được đi làm thì mức lương chỉ còn đạt khoảng 70% so với trước. Trong số 3 người phỏng vấn là lao động trong các công ty lữ hành thì có 2/3 là hướng dẫn viên đã tạm nghỉ, chỉ còn 1 người là trưởng bộ phận còn duy trì các công việc với mức lương giảm 35% so với trước. *“Nghỉ việc là một quyết định hết sức khó khăn, tuy nhiên dịch bệnh còn kéo dài chưa biết khi nào chấm dứt, tôi đành phải xin nghỉ để chuyển công việc khác kiếm thêm nguồn thu nhập cho gia đình. Các đồng nghiệp của tôi là hướng dẫn viên đều đã nghỉ việc từ làn sóng COVID-19 lần thứ 2 và về cơ bản đều đã chuyển đổi sang các công việc khác để trang trải thu nhập”* (Người phỏng vấn số 8). Tương tự tình trạng của lao động trong lĩnh vực lữ hành, lao động thuộc các cơ sở kinh doanh lưu trú, dịch vụ nhà hàng khách sạn cũng gặp tình huống tương tự. *“Với kinh nghiệm 12 năm trong lĩnh vực phục vụ buồng phòng cho các khách sạn 3 sao, tôi rất mong muốn gắn bó với nghề. Sau làn sóng COVID-19 lần thứ nhất tôi may mắn hơn các đồng nghiệp là vẫn còn được giữ lại làm việc với mức lương 6 triệu đồng tháng bằng ½ so với trước, tuy nhiên sau làn sóng lần thứ 2 khách quốc tế đến Hà Nội không còn, khách nội địa rất ít không đủ kinh phí duy trì, khách sạn của tôi tạm thời đóng cửa chúng tôi đều phải tạm nghỉ không lương.”* (Người phỏng vấn số 10).

2.3. Giải pháp phục hồi và phát triển du lịch TP Hà Nội hậu COVID-19

Sau đại dịch COVID-19, ngành du lịch mở ra những xu hướng mới cần các doanh nghiệp chuyển động để thích ứng, an toàn du lịch trở thành mối quan tâm hàng đầu của du khách cùng với xu hướng lựa chọn các điểm đến gần, du lịch ngắn ngày theo các nhóm nhỏ và du lịch cá nhân. Do vậy để phát triển du lịch thành phố Hà Nội, trên cơ sở thực trạng cũng như xu hướng du lịch mới hậu COVID-19 tác giả đề xuất một số giải pháp cơ bản sau:

Thứ nhất, “Sau đại dịch, nhu cầu của du khách sẽ có sự thay đổi hướng tới các điểm du lịch an toàn, thanh bình gắn với các hoạt động trải nghiệm theo nhóm nhỏ” (Người phỏng vấn số 1) vì vậy thành phố Hà Nội cần tập trung ưu tiên thực hiện nâng cao chất lượng các điểm đến du lịch văn hóa, di sản, làng nghề, làng cổ nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, xây dựng thương hiệu, tăng khả năng cạnh tranh cho các khu điểm du lịch. Bên cạnh đó, cần chú trọng đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch dựa trên lợi thế của từng quận/ huyện; mở rộng hướng phát triển du lịch nông nghiệp, du lịch cộng đồng, du lịch chăm sóc sức khỏe; thúc đẩy phát triển du lịch MICE (du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo, triển lãm và tổ chức sự kiện) gắn với đăng cai tổ chức các sự kiện lớn, tiêu biểu như Seagames và Paragames tổ chức tại Hà Nội vào cuối năm 2021.

Thứ hai, đa dạng hóa thị trường du lịch chính trong nước, hạn chế phụ thuộc vào thị trường nước ngoài không bền vững; thay đổi chiến lược marketing với nội dung trọng tâm triển khai dần các chiến dịch truyền thông marketing như “Hành trình tự hào thủ đô ngàn năm yêu dấu” (khai thác các giá trị văn hóa lịch sử), “Hành trình Hà Nội bình yên” (khai thác các giá trị du lịch sinh thái, du lịch nông thôn tại các vùng ngoại thành). “Các chiến lược quảng bá du lịch của thành phố hậu COVID-19 nên tập trung hướng tới thị trường du khách mục tiêu cả nội địa và quốc tế là nhóm khách độ tuổi từ 35 - 55, sống ở đô thị lớn, thu nhập từ trung cao đến cao, thích đi du lịch nhưng hạn chế đến nơi quá ồn ào náo nhiệt; cần cảm giác an toàn và thoải mái; sẵn sàng chi trả cao hơn và có điều kiện chi trả cao hơn để có những kỳ nghỉ tận hưởng sau tình trạng ngủ đông vì COVID-19 (Người phỏng vấn số 3). Vì vậy, thành phố cần hướng tới phân đoạn hóa các thị trường khách gồm khách du lịch nội địa (tập trung vào phân khúc trung lưu; thu nhập trung và cao cấp; gia đình; nghỉ dưỡng). Khách nước ngoài tập trung vào các thị trường khách Trung Quốc, Châu Âu và Bắc Mỹ đã được tiêm vắc xin có thu nhập cao hoặc trung bình với mục đích tìm kiếm sự an toàn và bình yên; đi từng nhóm nhỏ, gia đình hoặc bạn bè.

Thứ ba, đẩy mạnh chuyển đổi số, phát triển công nghệ trong các sản phẩm du lịch để hỗ trợ khách có những trải nghiệm du lịch mới, thông minh và an toàn hơn. Triển khai Kế hoạch quảng bá điểm đến du lịch Hà Nội trên các kênh VTV, HANOITV1 và quảng bá ngoài trời tại Thành phố Hồ Chí Minh đảm bảo tiến độ, hiệu quả. Điều chỉnh, triển khai Kế hoạch hợp tác tuyên truyền quảng bá thành phố Hà Nội trên kênh truyền hình CNN Quốc tế năm 2021. Chú trọng ứng dụng công nghệ video cá nhân hoá (personalized video) để truyền tải nội dung tác động vào cảm xúc; qua đó người dẫn hỗ trợ ủng hộ kích thích du lịch nội địa; doanh nghiệp tiên phong thúc đẩy marketing thông qua dữ liệu khách hàng; kích thích nhu cầu du lịch nội địa; mở rộng chiến dịch cho du lịch inbound.

Thứ tư, thành phố cần có chính sách hỗ trợ cho các khách sạn, doanh nghiệp du lịch vận chuyển trên địa bàn để giảm giá thành sản phẩm ít nhất 30%, gia tăng giá trị tour du lịch và dịch vụ khác biệt để kích thích nhu cầu du lịch. Bên cạnh chính sách giảm giá vé thắng cảnh, giá dịch vụ, thành phố cần có chính sách và giá khác biệt cho doanh nghiệp lữ hành, hỗ trợ doanh nghiệp đưa điểm đến vào quảng bá du lịch trọn gói năm 2021 - 2022; đầu tư hoặc hỗ trợ doanh nghiệp tổ chức các chương trình du lịch trên địa bàn thành phố hoặc liên tỉnh với các tour ghép thường xuyên dành cho du khách đến nghỉ dưỡng, công tác tại Hà Nội.

Thứ năm, các doanh nghiệp, công ty lữ hành trên địa bàn thành phố cần phải tăng cường liên kết, hợp tác hiệu quả trong khai thác và thu hút khách du lịch đến thành phố Hà Nội. Cụ thể là đưa ra chương trình kích cầu ngắn hạn mang tính chất "phá băng" cho khách du lịch bằng việc phối hợp với các hãng hàng không, nhà hàng, khách sạn, điểm đến, khu du lịch để tạo ra sản phẩm du lịch chất lượng (thời gian 3 - 5 ngày), giá thành hợp lý đến với các di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, các điểm du lịch độc đáo của Hà Nội như: Văn miếu Quốc Tử Giám, Hoàng Thành Thăng Long, Bảo tàng Dân tộc học, khu di tích Cổ Loa, làng nghề Vạn Phúc, Bát Tràng, các khu vực sinh thái tại Ba Vì, Sóc Sơn... Mặt khác cần tạo ra liên minh kích cầu du lịch từ 10 - 20 doanh nghiệp lữ hành lên các tour trọn gói, khởi hành hàng tuần để kích cầu du lịch, tăng tính thân thiện, an toàn của điểm đến du lịch Hà Nội. Bên cạnh tăng cường liên kết giữa các hãng lữ hành trên địa bàn thành phố, địa bàn trong nước, thành phố cần quan tâm đến việc mở rộng tăng cường hợp tác quốc tế về du lịch để tăng cường hội nhập, mở rộng kết nối từ đó tạo niềm tin là điểm đến du lịch an toàn với khách quốc tế.

Thứ sáu, các cơ quan quản lý du lịch của thành phố cũng như các doanh nghiệp phải coi thời gian du lịch bị tác động của đại dịch COVID-19 là thời kì ngủ đông, trong thời gian này cần chú trọng đào tạo, nâng cao kỹ năng của nhân viên để nâng cao chất lượng dịch vụ, tính chuyên nghiệp. Đặc biệt thực hiện tốt việc bảo đảm an toàn cho du khách để tạo niềm tin. Bởi sau dịch bệnh, tâm lý sợ nhiễm bệnh vẫn là nỗi lo. Do đó, yếu tố an toàn cần được quan tâm.

3. Kết luận

Trong đại dịch COVID-19, du lịch là ngành kinh tế chịu những tác động và tổn thất lớn và nặng nề nhất. Thông qua các số liệu sơ cấp của các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch của Việt Nam cũng như thành phố Hà Nội, nghiên cứu đã phân tích thực trạng sự sụt giảm về số lượng khách, doanh thu, cơ hội việc làm tại thành phố Hà Nội trong đại dịch COVID-19. Trên cơ sở đó đã đề xuất các nhóm giải pháp về đổi mới, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, điểm đến an toàn; thay đổi hình thức marketing du lịch, tăng cường chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động du lịch, đẩy mạnh liên kết hợp tác trong du lịch quốc tế và nội địa. Với tình hình diễn biến phức tạp như hiện nay của đại dịch COVID-19, ngành du lịch Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng có thể phải mất tới hai năm hoặc dài hơn để hoàn toàn hồi phục, nhưng rõ ràng, có nhiều cơ sở để lạc quan tin tưởng vào những bước tiến ngoạn mục của ngành trong một tương lai không xa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] UNDP. (2020). How can countries at risk of being left behind build forward from covid-19? with a set of investments aligned with the sustainable development goals (SDGs), countries can chart new development pathways and reduce extreme poverty, <https://sdgintegration.undp.org/covid-impact-low-and-medium-hdi-groups>
- [2] Yan-Kai Fu. (2020). The impact and recovering strategies of the COVID-19 pandemic: Lessons from Taiwan's hospitality industry, *Cogent Social Sciences*, 6:1, 1829806, <https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1829806>.
- [3] Stefanie Benjamin, Alana Dillette & Derek H. Alderman. (2020). We can't return to normal: committing to tourism equity in the post-pandemic age, *Tourism Geographies*, Volume 22, 2020 - Issue 3.
- [4] Yuhong Shao, Zhongyi Hu, Mingzhi Luo, Tingting Huo & Qingxue Zhao. (2021). What is the policy focus for tourism recovery after the outbreak of COVID-19? A co-word analysis, *Current Issues in Tourism*, 24:7, 899-904, <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1806798>
- [5] Sở Du lịch thành phố Hà Nội. (2020), Báo cáo hiện trạng và kết quả phát triển du lịch Thủ đô năm 2020, giải pháp và kế hoạch phát triển năm 2021, Hà Nội.
- [6] Bernard, H. R. (2006). Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches. In *Library* (Vol. 4th). <http://www.loc.gov/catdir/toc/ecip0515/2005018836.html>

ABSTRACT

Impacts and solutions for post-covid-19 tourism recovery: evidence from Hanoi city

Tran Ba Duy and Vu Dinh Hoa

Faculty of Tourism Studies, PHENIKAA University

This study analyzes the current status of impacts of the COVID-19 pandemic and solutions for the recovery of Hanoi's tourism industry after the COVID-19 pandemic is under control. The research method applied in the article is a qualitative method based on statistical data from the Hanoi Tourism Department and the National Steering Committee for COVID-19. Through statistics, the study has analyzed the impact of COVID-19 on Hanoi's tourism industry, thereby proposing solutions to restore the city's tourism industry after COVID-19. The study results are considered a valuable reference for the city's tourism management boards in finding practical solutions to solve problems related to the sustainable development of the tourism industry post-COVID-19.

Keywords: tourism, COVID-19 pandemic, Hanoi, sustainable development.