



BÁO CÁO ĐỀ XUẤT

**Phát triển du lịch nội địa
tiến tới hồi phục ngành du lịch Việt Nam
trong bối cảnh đại dịch COVID-19**

Hà Nội, tháng 8/2021

LỜI NÓI ĐẦU

Trong bối cảnh dịch COVID-19 diễn biến phức tạp, du lịch quốc tế chưa thể phục hồi, chúng tôi thực hiện báo cáo đề xuất này nhằm góp phần phục hồi và phát triển du lịch nội địa. Các vấn đề được nêu ra dựa trên các nghiên cứu, khảo sát của nhóm nghiên cứu tính đến ngày 15/8/2021. Nhóm nghiên cứu sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu bao gồm phân tích dữ liệu thứ cấp, điều tra các doanh nghiệp và người lao động trong ngành du lịch, tham vấn chuyên gia, doanh nghiệp và các bên liên quan tới việc phát triển du lịch nội địa.

Liên quan tới các vấn đề đặt ra đối với phát triển du lịch nội địa trong tình hình hiện tại, 4 nhóm giải pháp đề xuất được cấu trúc theo phạm vi tác động từ cả nước, điểm đến du lịch, đến sản phẩm du lịch và khách du lịch. Theo đó, các giải pháp chính sách và hành động tương ứng được sắp xếp theo mức độ đánh giá ưu tiên từ những công việc cần ưu tiên thực hiện ngay; những công việc thực hiện trong kế hoạch ngắn hạn; những công việc thực hiện trong kế hoạch dài.

Để ứng phó tốt hơn với các vấn đề nảy sinh từ các sự kiện không lường trước được, báo cáo này đưa ra một số biện pháp có ý nghĩa xử lý tức thời đối với cuộc khủng hoảng COVID-19 đang diễn ra. Các giải pháp cũng được chia thành 4 nhóm đề cập tới các chủ thể bao gồm cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, điểm đến du lịch, doanh nghiệp du lịch và khách du lịch.

Hy vọng rằng, báo cáo sẽ là nguồn tài liệu tham khảo hữu ích cho các bên liên quan để góp phần phát triển du lịch Việt Nam nói chung và du lịch nội địa nói riêng.

NHÓM TÁC GIẢ

TUYÊN BỐ TRÁCH NHIỆM

Báo cáo đề xuất này được xây dựng với sự hỗ trợ của nhóm chuyên gia gồm những chuyên gia du lịch, giảng viên đào tạo du lịch các trường đại học tại Hà Nội. Nội dung của báo cáo hoàn toàn thuộc trách nhiệm của các chuyên gia tham gia biên soạn, không phản ánh quan điểm của các tổ chức, đơn vị công tác của các tác giả dưới bất kỳ phương diện nào.

Nhóm tác giả

Ông Hoàng Nhân Chính, Trưởng ban Thư ký, Hội đồng Tư vấn Du lịch (TAB);

ThS. Trương Nam Thắng, Chuyên gia Marketing và Chính sách, Chương trình Du lịch Bền vững Thụy Sĩ (SSTP);

PGS. TS. Phạm Trương Hoàng, Đại học Kinh tế Quốc dân;

TS. Vũ An Dân, Đại học Mở Hà Nội – thành viên TAB.

Tham gia biên tập và trình bày:

Vũ Chiến Thắng, Nghiên cứu viên, Hội đồng Tư vấn Du lịch.

Mọi ý kiến đóng góp xin được gửi về cho nhóm nghiên cứu theo địa chỉ:

Hội đồng Tư vấn Du lịch, eSpace, tầng 4, số 1 Đinh Lễ, Hoàn Kiếm, Hà Nội,

Điện thoại: +84 24 382 382 80

Email: researcher@tabvietnam.vn

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	i
TUYÊN BỐ TRÁCH NHIỆM	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	iv
1. GIỚI THIỆU	1
2. ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA DỊCH BỆNH COVID-19 TỚI THÁNG 4/2021 – KẾT QUẢ TỪ ĐIỀU TRA DOANH NGHIỆP VÀ KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA	2
2.1. Tác động của dịch bệnh COVID tới các doanh nghiệp	2
2.2.1. Tác động của đại dịch COVID-19 tới các doanh nghiệp du lịch	2
2.2.2. Ứng phó của doanh nghiệp trong đại dịch COVID-19	3
2.2.3. Mong đợi vào hỗ trợ của Nhà nước	4
2.2. Xu hướng tiêu dùng của khách du lịch nội địa trong dịch bệnh COVID-19	5
2.2.1. Mức độ sẵn sàng đi du lịch.....	5
2.2.2. Các loại hình du lịch được quan tâm.....	5
2.2.3. Quan tâm đến mức độ an toàn của hoạt động du lịch	5
2.2.4. Lựa chọn chuyến đi	5
2.2.5. Cách thức đặt chỗ	6
3. CÁC ĐỀ XUẤT PHÁT TRIỂN DU LỊCH NỘI ĐỊA HƯỚNG TỚI SỰ PHỤC HỒI CỦA NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM	6
3.1. Phát triển du lịch nội địa làm cơ sở duy trì ngành du lịch Việt Nam	6
3.2. Các đề xuất phát triển du lịch an toàn cho khách du lịch nội địa trong bối cảnh COVID-19	7
3.2.1. Chính phủ, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch (phạm vi tác động cả nước)	7
3.2.2. Chính quyền địa phương (phạm vi tác động điểm đến du lịch)	12
3.2.3. Doanh nghiệp du lịch (tác động đến sản phẩm, dịch vụ du lịch)	16
3.2.4. Khách du lịch	19
4. XỬ LÝ KHỦNG HOẢNG VÀ RỦI RO.....	21
4.1. Cơ quan QLNN về du lịch (Bộ VHTTDL với cơ quan tham mưu giúp việc là TCDL)	21
4.2. Chính quyền địa phương.....	22
4.3. Cộng đồng người dân địa phương	23
4.4. Doanh nghiệp du lịch	23
4.4. Khách du lịch	24
LỜI CẢM ƠN.....	26
TÀI LIỆU THAM KHẢO	26

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

QLNN : Quản lý nhà nước

TCDL : Tổng cục Du lịch

VHTTDL : Văn hóa, Thể thao và Du lịch

UBND : Ủy ban nhân dân

UNWTO : (United Nations World Tourism Organization) Tổ chức Du lịch Thế giới

1. GIỚI THIỆU

Dịch bệnh COVID-19 đã bước sang năm thứ 2 gây nên tác động trầm trọng tới ngành du lịch Việt Nam và thế giới. Nguồn lực phát triển du lịch dần trở nên kiệt quệ, đặc biệt là với khu vực các doanh nghiệp. Trong khi thị trường du lịch quốc tế đóng băng, thị trường du lịch nội địa đang có nhiều biến động, chịu tác động mạnh mẽ của bệnh dịch. Dịch bệnh COVID-19 được dự báo sẽ tiếp tục trong năm 2021 thậm chí là năm 2022. Thị trường du lịch quốc tế có thể được khôi phục sau đó và cần nhiều năm hơn mới có thể hồi phục. Một câu hỏi đặt ra tại thời điểm hiện tại tác động của dịch COVID-19 tới ngành du lịch Việt Nam đã tới đâu? Có cơ hội nào cho sự duy trì của ngành du lịch Việt Nam? Những định hướng nào cho sự phát triển của du lịch Việt Nam trong thời gian trước mắt cho tới khi dịch bệnh COVID-19 qua đi.

Từ khi đại dịch COVID-19 bùng phát Hội đồng Tư vấn du lịch (TAB) đã thực hiện một số cuộc khảo như sau:

+ Ba (03) cuộc khảo sát Tìm hiểu xu hướng hành vi chính của khách du lịch nội địa thời COVID-19, gồm: Lần 1, từ ngày 13 - 17/05/2020, có 1.826 người trả lời khảo sát; Lần 2, từ ngày 09 - 22/09/2020, có 1.007 người trả lời khảo sát; Lần 3, từ ngày 15 - 29/03/2021, có 3.755 người trả lời khảo sát.

+ Hai (02) cuộc khảo sát về Khả năng chống chịu của doanh nghiệp du lịch trong COVID-19, gồm: Lần 1, từ ngày 13 - 17/04/2020, có 394 doanh nghiệp du lịch trả lời khảo sát; Lần 2, từ ngày 25/03 - 11/04/2021, có 432 doanh nghiệp du lịch trả lời khảo sát.

+ Một (01) cuộc khảo sát về Công tác quản lý tại các điểm đến du lịch của Việt Nam, từ ngày 26/7 - 10/8/2020, có 497 người trả lời khảo sát.

Báo cáo này, dựa trên những khảo sát, nghiên cứu các doanh nghiệp du lịch và đối tượng khách du lịch nội địa, đánh giá cập nhật về tác động của dịch bệnh COVID-19 tới ngành du lịch Việt Nam tới thời điểm tháng 4/2021 với những phân tích cả phía cung (các doanh nghiệp du lịch) và phía cầu (khách du lịch nội địa); chỉ ra xu hướng tiêu dùng cơ bản của khách du lịch nội địa dưới tác động của dịch bệnh COVID-19; từ đó đề xuất những khuyến nghị thúc đẩy phát triển du lịch nội địa trong các kịch bản dịch bệnh khác nhau như là một giải pháp duy trì và phát triển ngành du lịch trong thời gian dịch bệnh, hướng tới kỳ vọng hồi phục ngành du lịch trong tương lai.

Đại dịch COVID-19 thay đổi rất nhanh với nhiều diễn biến mới khó lường. Tính tới thời điểm tháng 4/2021, Việt Nam vẫn đang được ghi nhận là một trong những nước kiểm soát dịch bệnh tốt nhất trên thế giới. Một trong những mục tiêu của việc phòng chống dịch bệnh là ngăn chặn xâm nhập dịch bệnh từ bên ngoài vào. Tuy vậy, với việc nhiều nước tăng cường tiêm chủng và đạt được những kết quả nhất định vào tháng 5,6, và việc bùng phát dịch mạnh ở Việt Nam và khu vực Đông Nam Á, chiến lược ứng phó với dịch bệnh của Việt Nam có nhiều thay đổi. Tiêm phòng vắc-xin là ưu tiên hàng đầu. Bên cạnh đó, việc nhiều nước kiểm soát được dịch bệnh thúc đẩy du lịch quốc tế dần mở cửa. Các quốc gia dần chuyển từ trạng thái chỉ tập trung vào du lịch nội địa sang trạng thái tìm giải pháp khôi phục lại hoạt động du lịch quốc tế. Việt Nam cũng không nằm ngoài trong xu hướng này. Tuy vậy, những nghiên cứu và đề xuất của báo cáo này chỉ tập trung vào thị trường khách du lịch nội địa. Kể cả khi thị trường khách du lịch quốc tế được khơi thông, việc thúc đẩy phát triển thị trường du lịch nội địa vẫn rất cần thiết với Việt Nam.

2. ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA DỊCH BỆNH COVID-19 TỚI THÁNG 4/2021 – KẾT QUẢ TỪ ĐIỀU TRA DOANH NGHIỆP VÀ KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA

2.1. Tác động của dịch bệnh COVID tới các doanh nghiệp

2.2.1. Tác động của đại dịch COVID-19 tới các doanh nghiệp du lịch

- + Doanh thu của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam sụt giảm nghiêm trọng do tác động của đại dịch COVID-19 trong khi nhiều doanh nghiệp phải đóng cửa

Kết quả điều tra các doanh nghiệp cho thấy cho tới thời điểm 4/2020, 56% số doanh nghiệp du lịch khảo sát ghi nhận mức sụt giảm tới 25% doanh thu. Trong khi có tới gần 30% doanh nghiệp cho biết mức sụt giảm doanh thu tới 49%. Có tới 10% số doanh nghiệp khảo sát cho biết doanh thu của họ sụt giảm tới 74%, gần 4% số doanh nghiệp khảo sát có mức sụt tới 100%. Mức sụt giảm còn kéo dài và trầm trọng hơn từ tháng 5/2021 khi dịch bệnh bùng phát mạnh trên phạm vi cả nước và hoạt động du lịch gần như phải dừng lại hoàn toàn và doanh thu du lịch mất đi 100%.

- + Việc làm trong ngành du lịch giảm mạnh, gây ra tác động dài hạn cho sự phát triển của ngành

Việc làm trong ngành du lịch Việt Nam đã giảm gần 40% việc làm theo kết quả khảo sát của doanh nghiệp tháng 4/2021. Mức sụt giảm việc làm thực tế còn nhiều hơn con số này bởi nhiều doanh nghiệp du lịch đã đóng cửa hoàn toàn và không tham gia khảo sát. Việc làm chắc chắn còn giảm nhiều hơn kể từ tháng 5/2021 khi dịch bùng phát trở lại lần thứ tư.

+ Trong khi doanh thu sụt giảm, các doanh nghiệp tiếp tục phải đối phó với những chi phí phát sinh trong đại dịch

Một nghịch lý xảy ra là mặc dù doanh thu du lịch sụt giảm nghiêm trọng thì một số chi phí mới lại phát sinh, chất thêm gánh nặng cho doanh nghiệp. Các chi phí phát sinh phổ biến nhất là chi phí quản lý doanh nghiệp và trợ cấp cho người lao động (68% và 65% doanh nghiệp phát sinh), chi phí nợ khó đòi (43% doanh nghiệp phát sinh), chi phí khác để chống dịch COVID và chi phí chuyển đổi kinh doanh (41% và 27% doanh nghiệp có phát sinh).

2.2.2. Ứng phó của doanh nghiệp trong đại dịch COVID-19

+ Cắt giảm chi phí lao động

Hàng loạt những giải pháp được các doanh nghiệp đưa ra nhằm ứng phó với đại dịch như giảm giờ làm (58% doanh nghiệp), cho nhân viên cố định nghỉ không lương (34%), cho nhân viên cố định nghỉ việc (33%), cho nhân viên hợp đồng nghỉ không lương (28%), cho nhân viên hợp đồng nghỉ việc (28%), thực hiện làm việc trực tuyến tại nhà (27%), chuyển nhân viên cố định sang làm việc ngắn hạn (23%). Tính tới thời điểm tháng 4/2021, chỉ có khoảng 20% các doanh nghiệp được hỏi hiện vẫn làm việc bình thường. Trong khi đó có 14% các doanh nghiệp được hỏi đã tạm thời cho nghỉ việc toàn bộ.

+ Điều chỉnh định hướng kinh doanh

Điều tra doanh nghiệp vào tháng 4/2021 cho thấy hơn 70% doanh nghiệp đã phải thay đổi hoạt động kinh doanh với các giải pháp như thay đổi thị trường (53% doanh nghiệp), liên kết với các doanh nghiệp khác (19%), tăng cường kinh doanh trực tuyến (17%), hoặc chuyển hướng kinh doanh khác (14%), thu hẹp kinh doanh (31%) tạm đóng cửa (22%). Chỉ có 29% doanh nghiệp vẫn tiến hành hoạt động kinh doanh bình thường, 19% mở rộng kinh doanh.

+ Những giải pháp ưu tiên giúp doanh nghiệp duy trì hoạt động

Các giải pháp thích ứng tập trung vào việc kiểm soát chi phí là công cụ được ưu tiên hàng đầu (4,48/5 điểm về mức độ quan trọng), chuyển đổi số (3,08/5), liên kết với các doanh nghiệp khác (3,08/5) và chuyển đổi mô hình kinh doanh (2,89/5).

2.2.3. Mong đợi vào hỗ trợ của Nhà nước

Đối với ngành du lịch, hỗ trợ của Nhà nước là thiết yếu để duy trì hoạt động của ngành du lịch. Trước hết, đó là những giải pháp tác động trực tiếp tới nguồn tài chính của doanh nghiệp như giãn nộp/giảm thuế, giảm giá điện, miễn hoãn đóng bảo hiểm xã hội, giảm thanh tra, kiểm tra, giảm giá tiền thuê đất, trợ cấp bảo hiểm thất nghiệp (trên 4/5 điểm về mức độ quan trọng). Các giải pháp khác như việc vay ngân hàng lãi suất thấp, chuyển đổi số, giảm tiền ký quỹ, giảm phí cấp phép kinh doanh có mức ưu tiên thấp hơn nhưng vẫn ở mức khá quan trọng (từ 3,5/5 điểm tới 4/5 điểm). Trong số những biện pháp được mong đợi để hỗ trợ người lao động thì mức độ ưu tiên cao nhất (4,52/5) dành cho việc tiêm chủng vắc-xin ngừa COVID-19. Việc thực hiện Nghị quyết 42/NQ-CP ngày 9/4/2020 hỗ trợ người lao động gặp khó khăn vẫn được xem là một giải pháp quan trọng thì việc thực hiện gói hỗ trợ 62 nghìn tỷ đồng hỗ trợ doanh nghiệp gặp khó khăn không còn được xem là thực sự quan trọng (đạt 3,27/5 điểm).

+ Mong đợi các giải pháp quản lý phát triển du lịch

Bên cạnh những giải pháp về tài chính, tài khóa thì các giải pháp quản lý phát triển du lịch cũng được các doanh nghiệp dành nhiều quan tâm. Bên cạnh việc phục hồi du lịch quốc tế trong dài hạn, các giải pháp về quảng bá xúc tiến điềm đến, quản lý khủng hoảng du lịch, các giải pháp trực tiếp trong mùa dịch (hướng dẫn thực hành quy trình du lịch an toàn, xây dựng bàn đồ số du lịch an toàn, chính sách miễn giảm phí tham quan, hoàn hủy vé, bảo hiểm cho khách du lịch hay hỗ trợ chi phí của khách du lịch nội địa) cũng được các doanh nghiệp đánh giá là quan trọng và rất quan trọng trong điều kiện hiện nay.

+ Kỳ vọng vào sự phục hồi của ngành

Tại thời điểm tháng 4/2021 hơn 56% số doanh nghiệp được hỏi cho rằng phải tới năm 2022 ngành du lịch Việt Nam mới được phục hồi. Thậm chí hơn 21% cho rằng phải tới sau năm 2022. Ở chiều hướng ngược lại có khoảng 22% số doanh nghiệp có đánh giá tích cực là ngành du lịch có thể phục hồi trong năm 2021. Tuy vậy, với sự bùng phát của dịch bệnh trong tháng 5/2021 tại Việt Nam và trên thế giới, những đánh giá này có thể thay đổi. Ngược lại, những dấu hiệu tích cực về tác

dụng của vắc-xin phòng bệnh COVID-19 tại một số nước có tỷ lệ tiêm chủng cao dẫn tới việc nới lỏng hạn chế du lịch đem tới những suy nghĩ lạc quan hơn về tương lai của ngành du lịch.

2.2. Xu hướng tiêu dùng của khách du lịch nội địa trong dịch bệnh COVID-19

Xu hướng tiêu dùng khách du lịch nội địa trong dịch bệnh bị ảnh hưởng khá nhiều vào điều kiện dịch bệnh. Điều tra tháng 3-4/2021 thực hiện trong điều kiện dịch bệnh đang được kiểm soát.

2.2.1. Mức độ sẵn sàng đi du lịch

Khách du lịch nội địa khá sẵn sàng quay lại hoạt động du lịch, ngay khi dịch bệnh được kiểm soát. Với kỳ vọng vào việc dịch bệnh được kiểm soát, mức độ quay lại của khách du lịch là khá cao (gần 30% sẵn sàng đi du lịch ngay; trên 50% sẵn sàng đi du lịch trong mùa du lịch tiếp theo, 70% số người trả lời sẽ đi du lịch bằng phương tiện máy bay).

2.2.2. Các loại hình du lịch được quan tâm

Có một số thay đổi nhất định về nhu cầu của khách du lịch nội địa. Bên cạnh các hoạt động du lịch nghỉ dưỡng biển phổ thông, loại hình du lịch khám phá thiên nhiên có nhu cầu ngày một lớn. Vào thời điểm sắp vào hè, hơn 66% số người được hỏi ưu thích loại hình du lịch biển, loại hình khám phá ẩm thực là gần 64% và khám phá thiên nhiên là hơn 47%.

2.2.3. Quan tâm đến mức độ an toàn của hoạt động du lịch

Với những trải nghiệm từ dịch bệnh, các nội dung lên quan tới an toàn và dịch bệnh được quan tâm nổi bật. Các vấn đề quan tâm tới hoạt động du lịch là an toàn dịch bệnh (58% số người trả lời), an ninh và an toàn trong chuyến đi (52%), sự linh hoạt của chính sách hoãn hủy tua (44%), Điểm đáng lưu ý là ý tưởng về bảo hiểm COVID-19 xem ra chưa được người Việt Nam đón nhận nhiều (8,7%).

2.2.4. Lựa chọn chuyến đi

Dưới tác động của dịch bệnh, xu hướng khách du lịch tập trung nhiều hơn vào các chuyến du lịch ngắn ngày và quy mô nhỏ. Du lịch trong ngày không được quan tâm nhiều nhưng các tua 2-3 ngày được lựa chọn nhiều hơn cả (49%), tua 4-5 ngày (37%) và dài ngày hơn thu hút khoảng 13% người Việt Nam. Gần 50% người được

hỏi chọn cách đi du lịch theo gia đình, 28% chọn cách đi theo nhóm bạn bè. Khách trẻ tuổi có xu hướng đi theo nhóm bạn bè nhiều hơn, khách trung niên có xu hướng đi theo nhóm gia đình nhiều hơn và khách lớn tuổi có xu hướng đi theo tour công ty du lịch nhiều hơn.

2.2.5. Cách thức đặt chỗ

Tác động của dịch bệnh dẫn tới những thay đổi về kênh đặt chỗ trong đó kênh trực tuyến được ưu tiên hơn cả (với 42%), tiếp theo là đặt chỗ trực tiếp (36%), đặt chỗ qua các công ty du lịch lớn (15%) và qua công ty du lịch nhỏ và (8%). Xu hướng tăng cường đặt chỗ qua mạng thấy rõ ràng hơn tại đối tượng khách du lịch trẻ tuổi, khách lớn tuổi xu hướng đặt trực tiếp hoặc đặt qua công ty du lịch nhiều hơn.

3. CÁC ĐỀ XUẤT PHÁT TRIỂN DU LỊCH NỘI ĐỊA HƯỚNG TỚI SỰ PHỤC HỒI CỦA NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

3.1. Phát triển du lịch nội địa làm cơ sở duy trì ngành du lịch Việt Nam

Năm 2019, Việt Nam đón 85 triệu lượt khách du lịch nội địa, hơn 18 triệu lượt khách quốc tế, tạo ra 755 nghìn tỷ đồng thu nhập từ khách du lịch (TCDL 2020). Năm 2020, do ảnh hưởng tiêu cực của đại dịch COVID-19, số khách du lịch nội địa giảm còn 56 triệu lượt, số khách du lịch quốc tế giảm còn hơn 3,8 triệu lượt, tổng doanh thu giảm còn 312 nghìn tỷ đồng (TCDL 2021). Trong điều kiện thực hiện mục tiêu kép của chính phủ về việc vừa phòng chống dịch hiệu quả vừa phát triển kinh tế, xã hội, dưới đây là các đề xuất giải pháp phát triển du lịch nội địa làm cơ sở duy trì ngành du lịch Việt Nam.

Qua số liệu của năm 2019 mặc dù mức chi tiêu trên đầu người của khách du lịch quốc tế cao hơn đáng kể so với mức chi tiêu của khách du lịch trong nước, thị trường nội địa với tầng lớp trung lưu phát triển nhanh và mạnh cung cấp khối lượng và nguồn doanh thu ổn định mà ngành có thể dựa vào ngay cả trong thời điểm biến động (ví dụ như đại dịch COVID-19). Chúng tôi nhận định mức chi tiêu trung bình của khách du lịch trong nước sẽ tăng lên khá nhanh khi thu nhập bình quân đầu người vượt qua mốc 3000 đô la Mỹ... Điều này sẽ dẫn đến người dân chi tiêu nhiều hơn cho các hoạt động giải trí. Ngoài ra, ngành du lịch có tiềm năng thu hút 10 triệu người Việt Nam có xu hướng đi du lịch nước ngoài trước dịch COVID-19. Nhiều

người Việt Nam sẽ ngần ngại đi du lịch nước ngoài vì lo ngại liên quan đến đại dịch và những lo ngại này có thể vẫn sẽ kéo dài trong thời gian sau đại dịch.

Một trong những điều kiện để phát triển du lịch trở lại là đảm bảo miễn dịch cộng đồng đối với COVID-19. Trong đó yếu tố cần phải xem xét tiêm chủng cho cộng đồng địa phương đón khách du lịch là rất quan trọng. Theo báo cáo của Bộ Y tế, riêng trong tháng 7 có khoảng hơn 12 triệu liều vắc-xin COVID-19 sẽ được chuyển cho các địa phương đang có dịch; các tỉnh, thành phố là đầu tàu kinh tế, các tỉnh khác để tiêm cho các đối tượng ưu tiên (Bộ Y tế 2021). Như vậy, với thực trạng khan hiếm vắc-xin để tiêm cho đại bộ phận người dân trong năm 2021, việc phát triển du lịch nội địa vẫn phải thực hiện ở những điểm đến du lịch được lựa chọn. Điểm đến lựa chọn cho du lịch nội địa là: (1) ở nơi không có bùng phát dịch bệnh; (2) ở khoảng thời gian không có ca lây nhiễm trong cộng đồng.

3.2. Các đề xuất phát triển du lịch an toàn cho khách du lịch nội địa trong bối cảnh COVID-19

Giải thích ký hiệu:

- *** là những công việc cần ưu tiên thực hiện ngay;
- ** là những công việc thực hiện trong kế hoạch ngắn hạn;
- * là những công việc thực hiện trong kế hoạch dài hạn.

3.2.1. Chính phủ, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch (phạm vi tác động cả nước)

a) Vai trò dẫn dắt của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch - Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Bộ VH-TT-DL), Tổng cục Du lịch (TCDL)

Áp dụng phương thức chỉ đạo trực tuyến ***

Trong thời gian vừa qua việc bùng phát dịch COVID-19 rất phức tạp, khó lường và diễn biến nhanh, điều này đòi hỏi Cơ quan QLNN về du lịch cần áp dụng các phương thức nhanh chóng hơn (như trực tuyến) trong việc hướng dẫn, chỉ đạo các địa phương, các doanh nghiệp du lịch thực hiện hoạt động du lịch an toàn và các biện pháp phòng, chống dịch COVID-19 trong du lịch. Cơ quan QLNN về du lịch chỉ đạo các địa phương xây dựng quy trình kiểm soát và hướng dẫn tổ chức các hoạt động du lịch trong bối cảnh phòng chống dịch COVID-19, gồm: Công bố trực tuyến về phương thức kích cầu du lịch nội địa và giới thiệu sản phẩm, dịch vụ du lịch dựa

trên tiêu chí an toàn theo quyết định số 473 và 474/QĐ-TCDL do TCDL đã ban hành về việc “Hướng dẫn các biện pháp phòng, chống dịch COVID-19, bảo đảm an toàn tại các doanh nghiệp lữ hành, khu, điểm, cơ sở lưu trú du lịch và kinh doanh dịch vụ du lịch”, phù hợp với xu hướng mới.

Thực hiện các chiến dịch truyền thông có định hướng ***

Nhằm giáo dục nhận thức cho khách du lịch để họ có thêm sự tự tin và hứng thú khi đi du lịch. Truyền thông có định hướng cần thực hiện theo một chuỗi hoạt động theo kịch bản, nhờ vào những người có ảnh hưởng (KOL), có định hướng chứ không chỉ trấn an du khách.

Cập nhật và công bố rộng rãi số liệu thống kê du lịch **

Hiện nay, có nhu cầu rất lớn về tìm kiếm số liệu thống kê du lịch. Đặc biệt, dữ liệu về du lịch nội địa rất khó khăn và thiếu cập nhật. Vì vậy các doanh nghiệp thường chỉ dựa trên các cuộc khảo sát nhanh với số lượng mẫu nhỏ, chưa khái quát được hết khả năng phân tích thị trường để có thể xây dựng chiến lược phát triển, kế hoạch và chiến lược kinh doanh phù hợp. Cơ quan QLNN về du lịch cần tổ chức thực hiện khảo sát thống kê du lịch và công bố kết quả rộng rãi trên trang web chính thức cho các bên có liên quan tham khảo.

Cập nhật hoặc điều chỉnh Chiến lược Phát triển du lịch Việt Nam *

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 22/1/2020 (Thủ tướng Chính phủ, 2020) khi chưa xuất hiện dịch COVID-19. Cơ quan QLNN về du lịch cần cập nhật hoặc điều chỉnh Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam bền vững cho giai đoạn trước mắt và lâu dài, có lưu ý và phân tích tác động và hậu quả của cuộc khủng hoảng COVID-19 cũng như những khủng hoảng tiềm tàng khác và đề xuất các định hướng và giải pháp phát triển bền vững cho Du lịch Việt Nam, sau đó sẽ điều chỉnh chiến lược phát triển nguồn nhân sự, chiến lược marketing, chiến lược phát triển sản phẩm du lịch... phù hợp với bối cảnh dịch COVID-19 hiện nay.

Cải thiện các văn bản pháp lý trong luật đầu tư có liên quan đến du lịch *

Một ví dụ là luật và cấp phép sở hữu căn hộ khách sạn condotel không được thực hiện đồng nhất ở tất cả các tỉnh. Một giải pháp nhanh chóng cho vấn đề này có thể giúp giải phóng một lượng lớn các nguồn lực tư nhân đang bị ràng buộc trong các khoản đầu tư đang chờ xử lý và có thể mở ra cánh cửa cho các khoản đầu tư

khổng lồ khác. Chính phủ nên can thiệp để có một chính sách nhất quán trong việc xác nhận sở hữu cá nhân các sản phẩm căn hộ khách sạn condotel và biệt thự nghỉ dưỡng.

b) Ban hành các quy định, tiêu chí, cẩm nang du lịch an toàn

Ngày 31/5/2021, Ban Chỉ đạo Quốc gia phòng, chống dịch COVID-19 vừa ban hành Quyết định 2686/QĐ-BCĐQG về việc “Quy định đánh giá mức độ nguy cơ và các biện pháp hành chính tương ứng trong phòng, chống dịch COVID-19. Theo đó, Quy định chỉ ra các yếu tố dịch tễ cơ bản để xác định mức độ nguy cơ ban đầu, được thể hiện tới cấp xã trên bản đồ chống dịch tương ứng các màu sắc gồm: nguy cơ rất cao (màu đỏ), nguy cơ cao (màu cam), nguy cơ (màu vàng) và mức độ bình thường mới (màu xanh lá cây). Do đó, chúng tôi đề xuất TCDL xây dựng một nền tảng trực tuyến chung (như chuyên trang COVID-19 trên trang web vietnamtourism.gov.vn, trên ứng dụng Du lịch Việt Nam an toàn) để phổ biến rộng rãi cho các bên liên quan chính, bao gồm chính quyền địa phương, doanh nghiệp và người dân. Các văn bản gồm:

Quy định về du lịch an toàn ***

Là các quy định để xác định 3 mức độ an toàn của một điểm đến du lịch: 1) Kiểm soát được dịch bệnh - Màu xanh lá cây: Khách du lịch có thể thực hiện các hoạt động du lịch trong điểm đến; 2) Có nguy cơ dịch bệnh trong cộng đồng - Màu vàng: Hạn chế các hoạt động du lịch đông người tại điểm đến, dừng tiếp nhận khách du lịch mới, những khách du lịch đang ở điểm đến thì có thể tiếp tục đi du lịch nhưng có hạn chế; 3) Có nguy cơ cao và rất cao với dịch bệnh trong cộng đồng - Màu đỏ: Dừng mọi hoạt động du lịch tại điểm đến, những khách du lịch đang ở điểm đến nhanh chóng rời khỏi điểm đến. Các doanh nghiệp du lịch có thể dựa trên quy định này và Bộ quy tắc ứng xử của doanh nghiệp du lịch (xem mục 3.2.3. d) để xử lý hợp lý các chi phí phát sinh giữa các doanh nghiệp do bùng phát dịch.

Chứng nhận du lịch an toàn cho doanh nghiệp ***

Công bố các tiêu chí du lịch an toàn nhằm khuyến khích các doanh nghiệp du lịch tham gia đăng ký cấp chứng nhận du lịch an toàn cho doanh nghiệp du lịch cùng với tỷ lệ trên 80% nhân viên tiêm vắc-xin. Chứng nhận là một văn bản có kèm theo mã QR và đường dẫn truy cập nhanh để có thể công bố, giới thiệu cho khách du lịch và cơ quan QLNN quản lý trực tuyến.

Cẩm nang du lịch an toàn ***

Để các bên liên quan tham khảo, trong đó nêu những kinh nghiệm tốt trong nước và thế giới để các khách sạn, hãng hàng không, sân bay, các ga tàu hỏa và bến xe áp dụng nhằm bảo vệ nhân viên, du khách và cộng đồng khi dịch bệnh bùng phát. Giới thiệu điển hình doanh nghiệp du lịch vượt qua khó khăn, duy trì hoạt động hiệu quả trong bối cảnh COVID-19.

c) Ứng dụng Du lịch Việt Nam an toàn

Bổ sung tính năng của ứng dụng Du lịch Việt Nam an toàn ***

Ứng dụng Du lịch Việt Nam An toàn hiện nay đang có tích hợp bản đồ du lịch, hỏi đáp dành cho khách du lịch và các tiện ích khác. Để ứng dụng Du lịch Việt Nam an toàn đáp ứng nhu cầu sử dụng của các đối tác khác nhau, các tiện ích nên được chia 2 nhánh: Nhánh 1 dành cho khách du lịch và Nhánh 2 dành cho cơ quan QLNN du lịch, chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch và khách du lịch. Vì vậy, chúng tôi đề xuất bổ sung thêm một số tính năng như sau:

+ “Bản đồ số du lịch an toàn”

Tích hợp thêm bản đồ nguy cơ COVID19 của Hệ trí thức Việt số hóa (nguyco.antoancovid.vn) có cập nhật theo thời gian thực thể hiện 4 mức độ an toàn (rất cao, nguy cơ cao, nguy cơ và bình thường mới) của một điểm đến du lịch, đồng thời hiển thị các doanh nghiệp du lịch an toàn COVID-19 trên bản đồ số này.

+ Bổ sung thêm mục “Quy định, tiêu chí, cẩm nang du lịch an toàn”

Chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch và khách du lịch có thể tra cứu thông tin và theo dõi việc áp dụng các quy định du lịch an toàn (Chi tiết tại mục b của phần này).

+ Bổ sung thêm mục “Danh sách các doanh nghiệp du lịch được cấp chứng nhận du lịch an toàn”

Khách du lịch có thể tra cứu thông tin và ưu tiên lựa chọn các doanh nghiệp du lịch được cấp chứng nhận du lịch an toàn

Triển khai chứng nhận Thẻ thông hành an toàn ***

Hiện nay, Việt Nam đang nghiên cứu xây dựng ứng dụng Thẻ thông hành an toàn Việt Nam (hay còn gọi là Chứng nhận kỹ thuật số vắc-xin hoặc hộ chiếu vắc-

xin). Ứng dụng này cùng với chiến dịch tiêm chủng hiện nay có thể làm tăng sự tin tưởng của người dân vào sự an toàn dịch bệnh, nhu cầu đi lại và du lịch sẽ sớm trở lại. Ứng dụng Thẻ thông hành an toàn có thể cho phép xác thực ngay những người đã có đủ điều kiện y tế (như đã được tiêm chủng đầy đủ, đã khỏi bệnh hoặc có xét nghiệm âm tính) để đảm bảo người dân có thể di chuyển tự do hơn cho các mục đích làm việc và giải trí.

TCDL cần xây dựng một hướng dẫn di chuyển an toàn trong bối cảnh COVID-19 vẫn còn tồn tại và chưa tiêm đủ vắc-xin để đạt mức miễn dịch cộng đồng. Hướng dẫn này bao gồm việc đi lại kèm theo cách ly (nếu đi từ vùng màu đỏ đến vùng xanh) và không cách ly (vùng xanh qua vùng xanh khác).

d) Tiêm phòng vắc-xin COVID-19, kiểm soát an toàn dịch bệnh

Hợp nhất các ứng dụng khai báo y tế ***

Hiện nay ở Việt Nam đang tồn tại khá nhiều ứng dụng khai báo y tế, như: Bluezone, Sổ sức khỏe điện tử, Tờ khai y tế (tokhaiyte.vn), Khai báo y tế (VHD - Vietnam Health Declaration), Ncovi, suckhoe.dancuquocgia.gov.vn... Việc hợp nhất các phần mềm ứng dụng khai báo y tế sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch và cơ quan quản lý thu thập và xử lý dữ liệu. Bộ VHTTDL cần kiến nghị việc hợp nhất và thống nhất sử dụng một ứng dụng duy nhất để khai báo y tế, đồng thời tích hợp trên ứng dụng Du lịch Việt Nam an toàn (hiện nay đã có trên ứng dụng này) để thuận tiện cho người dân và khách du lịch khai báo y tế khi đi du lịch.

Tiêm phòng cho người lao động trong ngành du lịch ***

Ưu tiên tiêm vắc-xin để người lao động yên tâm phục vụ trong các doanh nghiệp du lịch; ngược lại doanh nghiệp có trên 80% người lao động được tiêm chủng và đáp ứng các quy định an toàn dịch bệnh đối với doanh nghiệp thì sẽ được cấp chứng nhận doanh nghiệp cung cấp dịch vụ an toàn và sẽ được khách du lịch ưu tiên lựa chọn.

Xã hội hóa việc tiêm chủng vắc-xin **

Để đẩy nhanh tiến trình miễn dịch cộng đồng, cần xem xét cho phép địa phương huy động nguồn lực cộng đồng để mua và tiêm chủng vắc-xin. Đặc biệt, các địa phương có điểm đến du lịch quan trọng như Đà Nẵng, Phú Quốc, Đà Lạt, Nha Trang, Hạ Long... và thị trường nguồn cung cấp khách du lịch của cả nước là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh nên được ưu tiên tiếp cận chương trình mua vắc-xin cho

người dân địa phương. Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch sẵn sàng phối hợp với nhà nước để mua vắc-xin cho người lao động trong doanh nghiệp của mình.

e) Các hỗ trợ cho ngành du lịch

Gói hỗ trợ cho doanh nghiệp và người lao động ***

Chính phủ chỉ đạo các Bộ, ngành, địa phương triển khai giải ngân gói hỗ trợ cho doanh nghiệp và người lao động nói chung và ngành du lịch nói riêng với các thủ tục hành chính giảm thiểu để giảm bớt khó khăn cho doanh nghiệp và người lao động.

Chính sách về tín dụng, tài khóa ***

Bộ VHTTDL cần tổ chức hội nghị với ngành Ngân hàng để đưa ra giải pháp chính sách về tín dụng, hỗ trợ miễn, giảm lãi suất cho các doanh nghiệp du lịch trong và sau dịch bệnh, tạo điều kiện phù hợp để các doanh nghiệp du lịch phục hồi hoạt động kinh doanh.

Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh *

UNWTO đã khẳng định xu hướng của du lịch (cả nội địa và quốc tế) sau đại dịch COVID-19 sẽ là du lịch xanh, khám phá và gần gũi thiên nhiên, bảo vệ môi trường. Chính phủ cần chỉ đạo các Bộ, ngành, địa phương triển khai Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh và phát triển bền vững; tăng cường các biện pháp quản lý tài nguyên thiên nhiên và văn hóa, bảo vệ môi trường, sử dụng năng lượng tái tạo.

3.2.2. Chính quyền địa phương (phạm vi tác động điểm đến du lịch)

a) Xây dựng sản phẩm, dịch vụ du lịch an toàn

Tổ chức các chuyến khảo sát để xây dựng sản phẩm du lịch phù hợp **

Các địa phương tăng cường tổ chức các chuyến khảo sát, kết hợp với hội thảo nhỏ theo chuyên đề với các doanh nghiệp lữ hành được chọn lọc để xây dựng và ra ngay sản phẩm thực tế cho địa phương và doanh nghiệp sau mỗi chuyến đi, thay vì tổ chức các hội nghị diễn đàn lớn, với các nội dung không tập trung.

Khuyến khích du lịch xanh, du lịch an toàn **

Việt Nam nên khám phá các phân khúc sản phẩm du lịch mà cơ sở hạ tầng và nguồn lực hiện tại có thể cho phép, chẳng hạn như du lịch khám phá thiên nhiên và thể thao (như du lịch golf). Khuyến khích doanh nghiệp du lịch phát triển du lịch

xanh, bảo vệ môi trường, sử dụng các sản phẩm du lịch gần gũi và dựa vào thiên nhiên, sử dụng sản phẩm của địa phương, thúc đẩy nghề truyền thống địa phương.

Môi trường xanh, sạch là một trong những yếu tố quan trọng khiến khách du lịch quay trở lại và trong nhiều trường hợp, là yếu tố quan trọng để duy trì các điểm đến trong nhiều năm tới. Cần bắt đầu từ việc đào tạo và nâng cao nhận thức về môi trường, và điều này cần được xây dựng ngay trong chương trình giảng dạy tại nhà trường, để trẻ em lớn lên với tiềm thức về tầm quan trọng của việc giữ gìn và chăm sóc môi trường. Đây cũng là lĩnh vực mà các nhà tài trợ quốc tế vẫn đang tiếp tục hỗ trợ cho Việt Nam. Bảo vệ môi trường nhằm phát triển kinh tế du lịch đồng nghĩa với việc chúng ta phải đánh đổi các dự án công nghiệp, khai thác khoáng sản hay nông nghiệp thiếu bền vững nhằm hỗ trợ bảo tồn và bảo vệ môi trường.

b) Quản lý điểm đến du lịch, tổ chức sự kiện

Xử lý khủng hoảng khi bùng phát dịch ***

Cơ quan QLNN về du lịch ở địa phương cần xây dựng kịch bản xử lý khủng hoảng như trong trường hợp dịch bệnh bùng phát để xử lý kịp thời, tránh những xử lý cực đoan làm ảnh hưởng đến khách và doanh nghiệp du lịch.

Tổ chức sự kiện phù hợp với tình hình bình thường mới **

Lễ hội, festival, hội chợ du lịch, hội nghị, hội thảo... cần được tổ chức phù hợp với tình hình bình thường mới, theo nguyên tắc 5K của Bộ Y tế. Sự kiện phải vừa hiệu quả, vừa tránh khả năng lây nhiễm dịch bệnh. Ban tổ chức sự kiện có thể kiểm soát số lượng người tham dự sự kiện thông qua sử dụng vé vào cửa kỹ thuật số. Áp dụng nhiều hơn hình thức tổ chức trực tuyến cho các sự kiện du lịch, như: hội chợ du lịch, hội nghị, hội thảo...

Điều tiết hoạt động du lịch của điểm đến theo không gian và thời gian **

Dựa trên tiêu chí mức độ vùng dịch (nguy cơ rất cao, có nguy cơ và an toàn với dịch bệnh), cơ quan QLNN về du lịch ở địa phương thực hiện điều tiết hoạt động du lịch theo không gian như gửi tin nhắn cho các thuê bao khi tới địa bàn của địa phương về mức độ an toàn của điểm du lịch. Theo đó, khuyến cáo các thuê bao di động dựa trên cơ sở thông tin này quyết định thực hiện hoạt động du lịch một cách an toàn.

Khuyến nghị cơ quan QLNN về du lịch ở địa phương đưa ra các giải pháp kỹ thuật số cho các doanh nghiệp du lịch nhằm điều tiết hoạt động du lịch theo thời gian

như dự báo trước tình hình nhằm tránh việc tập trung quá đông người vào một vài thời điểm ở một điểm đến.

Cải thiện quản lý điểm đến *

Cải thiện việc quản lý sức chứa điểm đến, nhất là các vùng có đặc điểm địa lý độc lập như các đảo, quần đảo, cù lao... nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ, tăng cường bảo vệ môi trường.

Xây dựng các nhóm sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường mục tiêu. Tạo điều kiện thuận lợi cho khách trải nghiệm trong không gian nghỉ dưỡng khép kín với đầy đủ các yếu tố đảm bảo an toàn dịch bệnh và thân thiện với môi trường, như: du lịch đi theo nhóm nhỏ, nhóm gia đình; du lịch trải nghiệm tự khám phá bằng xe đạp, xe điện; tàu du lịch có nghỉ đêm đi trên vịnh hoặc sông...

c) Quảng bá xúc tiến điểm đến

Quan hệ công chúng và truyền thông ***

Quan hệ công chúng và truyền thông (PR) cần được nâng cao tính chuyên nghiệp theo hướng chú trọng tổ chức tốt các chuyến khảo sát cho các hãng truyền thông và những người có tầm ảnh hưởng từ các thị trường quan trọng.

Xây dựng và triển khai chiến lược quảng bá xúc tiến điểm đến **

Điểm đến an toàn đối với dịch COVID-19 và hấp dẫn khách du lịch cần phải được quảng bá rộng rãi để khách du lịch nhận biết được, củng cố niềm tin và lựa chọn đi du lịch. Việc tiếp thị cần phải được thực hiện bền bỉ và theo kế hoạch dài hạn. Thông điệp truyền tải cần rõ ràng và liên tục. Hình ảnh thương hiệu và khẩu hiệu cho thị trường nội địa đóng vai trò quan trọng đối với hiệu quả của xúc tiến, quảng bá để khách du lịch nội địa tiềm năng trở thành khách hàng thực sự của điểm đến.

Chú trọng và đẩy mạnh tiếp thị kỹ thuật số **

Trong bối cảnh dịch COVID-19 và xu hướng mới của khách du lịch nội địa đặc biệt cần chú trọng tiếp thị kỹ thuật số (digital marketing), bổ sung cho phương thức tiếp thị truyền thống.

Xây dựng trang web và mạng xã hội của điểm đến để phục vụ khách du lịch, nơi chỉ tập trung xúc tiến, quảng bá cho du lịch địa phương và cung cấp thông tin du lịch. Bên cạnh các mục chuyên cho an toàn đối với dịch COVID-19, cần chú trọng

quảng bá sản phẩm du lịch an toàn, hấp dẫn, trong đó cần lưu ý giới thiệu về ẩm thực và sản vật địa phương phong phú. Sử dụng các công cụ mạng xã hội mới nhất (như phát trực tiếp) và các cuộc thi để thu hút người theo dõi.

Đầu tư và sáng tạo nội dung *

Cần xây dựng kho ảnh, bài viết, video và các ảnh 360 độ cho các trải nghiệm du lịch chính. Tạo hướng dẫn âm thanh cho bảo tàng, điểm tham quan để cải thiện trải nghiệm người dùng.

d) Xây dựng niềm tin, sự yên tâm cho doanh nghiệp và khách du lịch

Bảo đảm an toàn dịch bệnh cho khách du lịch ***

Hướng dẫn và có biện pháp bảo đảm an toàn dịch bệnh cho khách du lịch tại các điểm đến, khu du lịch, điểm du lịch và cơ sở dịch vụ du lịch. Tăng cường tuyên truyền, hướng dẫn cho người dân thực hành tốt thông điệp 5K của Bộ Y tế tại điểm đến du lịch.

Xây dựng các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp dài hạn, có lộ trình **

Ban hành chính sách miễn, giảm phí tham quan và các loại thuế phí khác theo kế hoạch dài hạn. Xây dựng chiến lược chuyển đổi số và hỗ trợ cho các doanh nghiệp địa phương chuyển đổi mô hình, đẩy mạnh kinh doanh trực tuyến. Khuyến khích du lịch cộng đồng gắn với sản xuất truyền thống của địa phương.

e) Kiểm tra giám sát thực hiện

Phát triển các kênh tiếp nhận ý kiến ***

Chính quyền địa phương cần có những kênh khác nhau để tiếp nhận ý kiến của khách du lịch, cũng như của doanh nghiệp du lịch như số điện thoại đường dây nóng, mạng xã hội (Zalo, Facebook)...

Rà soát và cập nhật quy định, chính sách **

Chính quyền địa phương cần phải rà soát và cập nhật quy định, chính sách về hỗ trợ việc làm, đổi mới, khởi nghiệp, đánh giá, phân loại lao động. Các bên liên quan cần phải tăng cường hợp tác và trao đổi thông tin về mô hình kinh doanh mới, thị trường và sản phẩm mới và những yêu cầu đặt ra.

Giữ gìn hình ảnh, chất lượng dịch vụ du lịch tại điểm đến *

Giám sát doanh nghiệp du lịch về việc bình ổn giá, không chèn ép khách, bảo vệ môi trường kinh doanh lành mạnh. Việc giám sát phải thường xuyên nhưng không gây cản trở hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp du lịch, thực hiện công khai, minh bạch, theo kế hoạch định kỳ và hạn chế những kiểm tra không cần thiết.

3.2.3. Doanh nghiệp du lịch (tác động đến sản phẩm, dịch vụ du lịch)

a) Cơ sở du lịch

Chứng nhận cơ sở an toàn về dịch bệnh ***

Doanh nghiệp cần chủ động đăng ký trên ứng dụng Du lịch Việt Nam an toàn để được công nhận là cơ sở an toàn về dịch bệnh. Có kế hoạch thường xuyên vệ sinh theo lịch trình. Yêu cầu khách của doanh nghiệp du lịch thực hiện các biện pháp an toàn dịch bệnh.

Phát triển các kênh tiếp nhận ý kiến ***

Doanh nghiệp du lịch công bố cho khách du lịch biết về những kênh tiếp nhận ý kiến như số điện thoại đường dây nóng, trên mạng xã hội (Zalo, Facebook, Tweeter, Viber, Youtube...) để tiếp nhận ý kiến của khách du lịch về các thông tin liên quan đến an toàn dịch bệnh.

b) Nhân lực du lịch

Giữ chân đội ngũ nhân lực nòng cốt ***

Doanh nghiệp du lịch cần có kế hoạch giữ chân đội ngũ nhân lực nòng cốt để tạo nguồn đào tạo lại cho các nhân viên mới khi doanh nghiệp phục hồi kinh doanh du lịch; xem xét việc áp dụng chương trình duy trì mức lương phù hợp. Trong trường hợp doanh nghiệp không có doanh thu hoặc doanh thu rất thấp, có thể hỗ trợ lực lượng lao động tìm kiếm công việc tạm thời trong các lĩnh vực kinh doanh khác như bán hàng tại siêu thị, chuyển phát thư, chăm sóc sức khỏe... (Hospitality and Catering News, 2020). Khuyến khích và tạo điều kiện cho nhân viên trong doanh nghiệp du lịch được tiêm vắc-xin.

Phát triển kỹ năng làm việc nhóm và an toàn cho đội ngũ nhân viên ***

Đây là những kỹ năng quan trọng và cần thiết khi doanh nghiệp phải tổ chức kinh doanh trong tình hình phòng chống dịch COVID-19 với những quy định chặt chẽ về an toàn và số lượng nhân viên hạn chế.

Đào tạo nguồn nhân lực **

Do doanh nghiệp chịu áp lực giảm nhân lực lao động, đồng thời cần chuyển đổi mô hình kinh doanh, nên nhân lực có thể phải được đào tạo thêm các kỹ năng cần thiết để có thể đảm nhiệm được nhiều vị trí khác nhau. Bên cạnh đó, người lao động cần phải học những kỹ năng mới như làm quen với kinh doanh trên nền tảng kỹ thuật số, liên hệ trực tuyến với khách hàng, thanh toán trực tuyến, hoặc sử dụng các ứng dụng như truy cập thông tin từ mã QR, camera nhận diện khuôn mặt, thực tế ảo...

Phối hợp với các cơ sở đào tạo để đào tạo, tư vấn, và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, trong đó đội ngũ đào tạo viên là giảng viên của cơ sở đào tạo và các cán bộ quản lý ở chính doanh nghiệp đó. Tăng cường công tác đào tạo cho đội ngũ quản lý và nhân viên của doanh nghiệp. Trước, trong và hậu COVID-19 sẽ có nhiều thay đổi và điều chỉnh mới như: quy định và quy trình mới, công nghệ và ứng dụng mới, thị trường khách hàng mới, sản phẩm mới... Việc triển khai đào tạo và tập huấn cho đội ngũ quản lý và nhân viên về những điểm mới này sẽ giúp doanh nghiệp nhanh chóng thích ứng và giảm thiểu rủi ro trong hoạt động kinh doanh của mình, tạo ra và quản lý được các trải nghiệm của du khách một cách an toàn. Phương thức và hình thức đào tạo có thể linh hoạt áp dụng trực tuyến và/hoặc trực tiếp.

c) Sản phẩm du lịch

Khảo sát nghiên cứu hành vi tiêu dùng của du khách ***

Tâm lý và hành vi của khách du lịch trong bối cảnh dịch COVID-19 đã thay đổi rất nhiều so với trước đây. Doanh nghiệp cần tham khảo kết quả khảo sát hoặc phối hợp với các cơ quan nghiên cứu làm khảo sát về tâm lý, hành vi tiêu dùng của du khách để xây dựng sản phẩm phù hợp.

Đánh giá, điều chỉnh và xây dựng sản phẩm ***

Đây là thời điểm doanh nghiệp cần có kế hoạch đánh giá, điều chỉnh các sản phẩm đang có, xây dựng các sản phẩm mới nhằm đa dạng hóa sản phẩm phù hợp với xu hướng và nhu cầu của thị trường du lịch trong nước.

Xây dựng sản phẩm du lịch an toàn ***

Là các sản phẩm đáp ứng các nhu cầu mới của khách du lịch trong bối cảnh dịch COVID-19, như du lịch ngắn ngày ở từng điểm đến du lịch; khách du lịch đi theo nhóm nhỏ, gia đình, bạn bè; sản phẩm du lịch khép kín tại điểm đến (ví dụ trong

khu nghỉ dưỡng); sản phẩm du lịch mang tính trải nghiệm nhiều hơn, gần gũi với thiên nhiên, nông thôn.

Xây dựng sản phẩm du lịch ngách **

Doanh nghiệp cần nghiên cứu để xây dựng những sản phẩm du lịch ngách như du lịch cho thế hệ người lớn tuổi, du lịch golf, du lịch kết hợp chữa bệnh, du lịch thể thao... để tạo ra sản phẩm du lịch phù hợp nhất cho từng phân khúc thị trường.

d) Kinh doanh du lịch

Bộ quy tắc ứng xử của doanh nghiệp du lịch ***

Các hiệp hội du lịch, các doanh nghiệp cần xây dựng bộ quy tắc ứng xử của doanh nghiệp du lịch để cùng thỏa thuận về chính sách bán hàng, đảm bảo không phá giá thị trường và cạnh tranh công bằng, chính sách giá bán cho phép hủy hoặc không cho phép hủy dịch vụ. Các đợt bùng phát dịch COVID-19 thường hay tác động dẫn đến những phản ứng đột ngột hoãn, hủy dịch vụ du lịch của du khách. Các doanh nghiệp cần đưa ra thỏa thuận chung để giải quyết tình huống hoãn, hủy các dịch vụ du lịch vì lý do bất khả kháng. Các doanh nghiệp cần phải phối hợp với nhau để đưa ra chính sách thay đổi lịch trình, hoặc hoàn trả du khách bằng voucher trong thời hạn ngắn.

Tăng cường tính linh hoạt trong kinh doanh ***

Tăng cường các biện pháp kiểm soát chi phí, mở rộng thêm các lĩnh vực kinh doanh mới, tìm kiếm và liên kết với các đối tác mới nhằm tìm nguồn doanh thu mới. Sáng tạo mô hình kinh doanh mới như kinh doanh trực tuyến. Điều chỉnh mô hình kinh doanh và cung cấp dịch vụ, ví dụ: cung cấp dịch vụ đồ ăn mang đi, có điều kiện đặt chỗ linh hoạt; có chính sách điều chỉnh giá, giờ hoạt động, làm việc của các bộ phận kinh doanh; cung cấp trải nghiệm kỹ thuật số, sản phẩm và các gói sản phẩm mới; nâng cấp cơ sở vật chất; tái cấu trúc hoạt động kinh doanh.

Thực hiện chuyển đổi số **

Xây dựng mô hình kinh doanh trực tuyến, ứng dụng số cho dịch vụ không tiếp xúc, bán hàng qua mạng, phù hợp với thị trường và nhân lực du lịch của doanh nghiệp sau COVID-19. Chuyển đổi số sẽ là chìa khóa để các khách sạn thu hút khách và cũng để giảm yêu cầu về nhân lực, vốn là yếu tố cần thiết để kiềm chế chi phí khi việc thu hút nguồn nhân lực ngày càng khó khăn hơn. Chuyển đổi số cũng có thể hỗ trợ hướng dẫn khách du lịch bằng những ngôn ngữ chưa được đào tạo. Ngoài ra điều

này tạo thuận lợi cho công ty lữ hành khi khách du lịch có xu hướng lựa chọn chuyển từ các nhóm du lịch lớn sang các nhóm du lịch nhỏ hơn, giúp tiết kiệm chi phí và giải quyết khó khăn do thiếu hụt nhân lực hướng dẫn viên. Mô hình kinh doanh trực tuyến sẽ có thể linh hoạt và ứng phó với biến động. Tiếp thị và chăm sóc khách hàng thông qua nền tảng công nghệ số.

Tăng cường trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp **

Đây là yếu tố quan trọng trong việc giành được niềm tin của chính quyền và cộng đồng địa phương. Một số người dân trong cộng đồng địa phương có quan điểm và thái độ không tích cực với hoạt động du lịch ngay cả khi phát triển đông khách và khi có dịch bệnh. Điều này thúc giục các doanh nghiệp du lịch cần có các phương thức khác nhau trong việc hỗ trợ cộng đồng địa phương và thu hút họ tham gia vào các quá trình tham vấn trong các giai đoạn phục hồi khác nhau.

Mua bảo hiểm gián đoạn kinh doanh *

Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch mua bảo hiểm gián đoạn kinh doanh. Trong bối cảnh dịch COVID-19, bảo hiểm giúp doanh nghiệp giảm bớt mất mát về lợi nhuận gộp do sự giảm sút về doanh thu hoặc gia tăng về chi phí kinh doanh, phát sinh từ việc gián đoạn hoạt động kinh doanh. Một số công ty bảo hiểm cung cấp gói bảo hiểm hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc lập kế hoạch quản lý khủng hoảng và thực hiện đánh giá rủi ro.

3.2.4. Khách du lịch

a) Chuẩn bị trước khi đi du lịch

Tìm hiểu thông tin về du lịch an toàn ***

Tìm hiểu các thông tin về du lịch an toàn, thông tin về điều kiện để thực hiện thay đổi hoặc hoãn, hủy dịch vụ. Thông tin về du lịch an toàn có thể được tham khảo thông qua tư vấn của công ty du lịch, Tìm hiểu các quy định về an toàn dịch bệnh có thể được tìm hiểu từ của các cơ sở cung cấp dịch vụ du lịch tại điểm đến.

Trong bối cảnh dịch COVID-19 chưa hoàn toàn khống chế, chúng tôi khuyến khích khách du lịch mua dịch vụ du lịch với giá cao hơn, nhưng có thêm điều kiện hoãn, hủy dịch vụ để tránh những tổn thất do bùng phát dịch mà không thể biết trước.

Sử dụng các nguồn thông tin chính thống ***

Sử dụng bản đồ du lịch an toàn, tìm thông tin chính thức trên ứng dụng Du lịch Việt Nam an toàn để biết điểm đến có an toàn không và tìm hiểu về các quy định an toàn trong du lịch.

Mua bảo hiểm du lịch ***

Trong bối cảnh phức tạp và khó đoán định của dịch COVID-19, bảo hiểm cho du lịch nội địa cũng như cho du lịch quốc tế có ý nghĩa đặc biệt trong việc đặt và mua vé, dịch vụ sẽ giúp giảm thiểu những thiệt hại, phiền toái cho khách du lịch và đảm bảo quyền lợi cho họ, cũng như hỗ trợ thuận lợi cho các bên trong việc xử lý các vấn đề phát sinh.

b) Trong khi đi du lịch

Thực hiện thông điệp 5K của Bộ Y tế ***

Khách du lịch cần hiểu rõ và đầy đủ về thông điệp 5K (Khẩu trang – Khử khuẩn – Khoảng cách – Không tụ tập – Khai báo y tế) để áp dụng trong từng tình huống, từng địa điểm cụ thể. Việc điền thông tin khai báo y tế vào văn bản giấy mất khá nhiều thời gian, vì vậy du khách cần bố trí thời gian đến địa điểm làm thủ tục đăng ký sớm hơn (như ở sân bay) và nên sử dụng ứng dụng trên điện thoại để thực hiện khai báo y tế.

Tiếp tục theo dõi thông tin dịch bệnh ***

Trong thời gian đi du lịch du khách vẫn tiếp tục cần theo dõi về tình hình dịch bệnh mà Bộ Y tế thông báo, nhất là tại điểm đến du lịch của mình.

Phản hồi thông tin về du lịch an toàn ***

Khách du lịch nên phản hồi ngay thông tin về du lịch khi thiếu các biện pháp an toàn dịch bệnh cho cơ quan QLNN về du lịch tại địa phương hoặc cho doanh nghiệp đang cung cấp dịch vụ du lịch.

c) Sau khi đã về nhà:

Chia sẻ trải nghiệm du lịch *

Du khách nên đưa ra chia sẻ về trải nghiệm du lịch, góp ý về dịch vụ du lịch tại điểm đến cho doanh nghiệp du lịch, hoặc cho cơ quan quản lý điểm đến thông qua các kênh tiếp nhận ý kiến hoặc các trang mạng xã hội, qua đó sẽ giúp các du

khách đến sau sẽ có thêm kinh nghiệm để chuẩn bị cho chuyến đi có an toàn và hiệu quả hơn. Du khách cũng có thể phản hồi thông tin về du lịch an toàn trên tài khoản cá nhân mạng xã hội, trang web của điểm đến, bản đồ Google, ứng dụng Du lịch Việt Nam an toàn.

4. XỬ LÝ KHỦNG HOẢNG VÀ RỦI RO

Quản lý khủng hoảng và rủi ro là một quá trình có kế hoạch, thông qua đó các tổ chức quản lý các cuộc khủng hoảng sẽ diễn ra. Với một kế hoạch có sẵn trong đó phác thảo quy trình quản lý khủng hoảng, các tổ chức có thể thích ứng dễ dàng hơn để đối phó với khủng hoảng. Ngành du lịch hoạt động trong một môi trường năng động bao gồm nhiều lĩnh vực liên kết với nhau. Vì vậy, trong quá trình phát triển của mình, ngành du lịch rất dễ bị ảnh hưởng bởi các cuộc khủng hoảng bất ngờ. Lập kế hoạch và hiểu cách quản lý rủi ro khi khủng hoảng xảy ra và đối phó với các vấn đề nảy sinh từ các sự kiện không lường trước được là chìa khóa để giảm thiểu tác động tiêu cực của khủng hoảng đối với ngành du lịch và các doanh nghiệp du lịch. Tuy nhiên, báo cáo này chỉ đưa ra đề xuất một số biện pháp mang tính chất xử lý tức thời đối với cuộc khủng hoảng COVID-19 đang diễn ra.

4.1. Cơ quan QLNN về du lịch (Bộ VHTTDL với cơ quan tham mưu giúp việc là TC DL)

Xây dựng Kế hoạch quản lý khủng hoảng

- + Thành lập Tổ công tác bao gồm các thành viên của Bộ VHTTDL, Tổng cục Du lịch, Hiệp hội Du lịch Việt Nam và một số doanh nghiệp du lịch có uy tín và tích cực trong ngành
- + Cập nhật tình hình dịch COVID-19
- + Phân tích và đánh giá hậu quả cũng như mức độ rủi ro tiếp theo mà dịch COVID-19 có thể gây ra
- + Xây dựng Quy trình quản lý rủi ro
- + Trao đổi thông tin với các Bộ, Ban, Ngành liên quan
- + Trao đổi thông tin và tư vấn cho các địa phương, điểm đến du lịch
- + Đánh giá các vấn đề mới phát sinh và tình hình phục hồi của ngành du lịch

Xây dựng và triển khai kế hoạch truyền thông khủng hoảng

Bên cạnh việc sử dụng các trang thông tin điện tử của Bộ VHTTDL, TCDL, các địa phương điểm đến du lịch, cần tăng cường phối hợp với các phương tiện thông tin đại chúng và các kênh truyền thông xã hội để đăng thông tin cập nhật và giao tiếp trực tiếp với khách du lịch.

Tăng cường sự kết nối và xây dựng mạng lưới thông tin xử lý khủng hoảng

Tăng cường kết nối và xây dựng mạng lưới thông tin xử lý khủng hoảng với các địa phương điểm đến du lịch thông qua các Sở VHTTDL/Sở Du lịch của các tỉnh, thành phố trên cả nước thông qua các kênh truyền thông trực tuyến.

4.2. Chính quyền địa phương

Xây dựng Kế hoạch quản lý khủng hoảng

Chính quyền địa phương thể hiện cam kết cao về việc có các biện pháp kịp thời để cải thiện điều kiện an toàn sức khỏe cho du khách và cộng đồng, có thể giúp các doanh nghiệp du lịch lấy lại động lực sau một giai đoạn khủng hoảng.

Kế hoạch quản lý khủng hoảng dành riêng cho du lịch địa phương được xây dựng trên cơ sở tham khảo Kế hoạch quản lý khủng hoảng COVID-19 của Bộ VHTTDL, những thông tin trao đổi và ý kiến tư vấn của TCDL, tích hợp với kế hoạch ứng phó với thiên tai cấp quốc gia và định hướng chỉ đạo của UBND tỉnh, thành phố.

Thành lập Tổ công tác xử lý khủng hoảng

UBND tỉnh, thành phố chỉ định thành phần Tổ công tác khủng hoảng du lịch bao gồm đại diện Sở VHTTDL/Sở Du lịch, các Sở, Ban, Ngành liên quan, Hiệp hội Du lịch địa phương và một số doanh nghiệp địa phương có uy tín và tích cực. Tổ công tác có chức năng và trách nhiệm được chỉ định rõ ràng để tham mưu trực tiếp và nhanh chóng cho UBND tỉnh, thành phố các vấn đề liên quan đến khủng hoảng và ngành du lịch địa phương.

Xây dựng mối quan hệ và kênh giao tiếp tốt

Mối quan hệ và kênh giao tiếp giữa các bên liên quan đến du lịch địa phương được xây dựng cụ thể như thông tin liên lạc theo chiều ngang giữa các thành viên trong ngành và liên lạc theo chiều dọc giữa các cơ quan chức năng và các doanh

nghiệp du lịch. Giao tiếp tốt giữa ngành du lịch và cộng đồng địa phương cũng sẽ đảm bảo sự hỗ trợ của cộng đồng đối với ngành du lịch.

Các kênh liên lạc được thiết lập để khách du lịch có thể truy cập bất cứ lúc nào với các trung tâm hỗ trợ 24/7 của địa phương.

Các doanh nghiệp cần được thường xuyên cập nhật và cung cấp thông tin để có thể truyền tải thông điệp đến cho khách hàng của họ. Cần nghiên cứu thị trường kỹ lưỡng và cập nhật để hiểu phản ứng của các tình huống khác nhau. Chính quyền nên đưa ra những thông điệp tích cực để trấn an công chúng và khích lệ các doanh nghiệp.

Thiết lập quan hệ tốt với các kênh truyền thông hiệu quả có uy tín và nhiều người theo dõi đảm bảo hỗ trợ tốt trong trường hợp xảy ra khủng hoảng.

Tư vấn và tạo điều kiện hỗ trợ doanh nghiệp

Doanh nghiệp cần được tư vấn và tạo điều kiện để tồn tại qua khủng hoảng và tham gia vào quá trình phục hồi sau khủng hoảng.

4.3. Cộng đồng người dân địa phương

Thực hiện các quy định về phòng chống dịch COVID-19

Cộng đồng địa phương cần nghiêm túc thực hiện các quy định về phòng, chống dịch COVID-19 để đảm bảo an toàn sức khỏe cho cộng đồng và du khách.

Tham gia các chiến dịch phòng, chống dịch COVID-19

Cộng đồng địa phương tích cực tham gia các chiến dịch phòng, chống dịch bệnh do chính quyền địa phương phát động để thực hiện vừa phòng, chống dịch và phục hồi cuộc sống bình thường sau dịch.

4.4. Doanh nghiệp du lịch

Xây dựng kế hoạch xử lý khủng hoảng

Xây dựng kế hoạch xử lý khủng hoảng cho khách của doanh nghiệp đang bị mắc kẹt phải được tiến hành càng nhanh càng tốt theo nguyên tắc đảm bảo an toàn tối đa và lợi ích cho khách du lịch đồng thời giảm thiểu thiệt hại và tác động tiêu cực cho doanh nghiệp. Mức độ phức tạp và tốc độ xử lý khủng hoảng tùy thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau (loại hình dịch vụ, quy mô doanh nghiệp, mùa vụ, đối tượng khách, số lượng khách...)

Xây dựng Kế hoạch xử lý khủng hoảng giữa các doanh nghiệp du lịch và giữa doanh nghiệp du lịch với các nhà cung cấp dịch vụ khác. Kế hoạch này là cơ sở quan trọng cho việc xây dựng và thực hiện Kế hoạch xử lý khủng hoảng cho khách đã đề cập ở trên. Nó đòi hỏi thông tin minh bạch và cởi mở, sự đồng cảm chia sẻ khó khăn và hợp tác thiện chí giữa các bạn hàng với nhau.

Thúc đẩy hoạt động kinh doanh an toàn

Đảm bảo sự an toàn của tất cả khách hàng và nhân viên là ưu tiên hàng đầu. Tất cả các doanh nghiệp du lịch phải chịu trách nhiệm về sự an toàn và trải nghiệm của khách hàng tại doanh nghiệp và điểm đến. Vì vậy, các doanh nghiệp du lịch cần thiết lập mới các quy trình và thủ tục trong phục vụ khách và trong các trường hợp khẩn cấp.

Điều chỉnh các quy trình và phương thức hoạt động của doanh nghiệp

Quy trình phục vụ và phương thức hoạt động của doanh nghiệp được điều chỉnh để phù hợp với thị trường khách trong tình hình “bình thường mới”. Với các doanh nghiệp trước đây chỉ phục vụ thị trường quốc tế thì đây sẽ là một quá trình thay đổi lớn do thị trường khách nội địa khác nhiều so với thị trường khách quốc tế. Ngay cả với các doanh nghiệp đã quen phục vụ khách nội địa thì việc điều chỉnh này vẫn cần thiết do thị trường khách nội địa đã có nhiều thay đổi về nhu cầu, hành vi và xu hướng tiêu dùng. Thị trường khách thay đổi và không ổn định nên mức độ linh hoạt và khả năng thích ứng của doanh nghiệp trong giai đoạn này càng cao sẽ càng giúp doanh nghiệp có khả năng chống chịu tốt.

Kiểm soát chặt chẽ thông tin của doanh nghiệp

Thông tin của doanh nghiệp được truyền tải thông qua các phương tiện và kênh truyền thông xã hội (như trên trang web, Zalo, Tweeter, Viber, Facebook,...) cần được kiểm soát chặt chẽ, đảm bảo thông tin được cập nhật thường xuyên với các thông điệp tích cực và khách quan. Cần có phương án xử lý kịp thời khi xảy ra “sự cố truyền thông” tránh dẫn đến “khủng hoảng truyền thông”.

4.4. Khách du lịch

Tăng cường tìm hiểu, trao đổi và cập nhật thông tin tại chỗ

Khách du lịch thực hiện tìm hiểu và cập nhật thông tin tại chỗ thông qua các phương tiện truyền thông, mạng xã hội và kỹ thuật số. Trao đổi thông tin, đưa ra yêu cầu và hợp tác thiện chí với doanh nghiệp du lịch và với chính quyền địa phương.

Phối hợp với chính quyền địa phương và doanh nghiệp du lịch cùng xử lý khủng hoảng

Để cùng thống nhất phương thức giải quyết vấn đề và xử lý khủng hoảng một cách nhanh nhất và giảm thiểu rủi ro và thiệt hại cho tất cả các bên.

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực hiện báo cáo này, chúng tôi đã khảo sát các đối tượng khác nhau gồm doanh nghiệp du lịch, khách du lịch và tham vấn ý kiến doanh nghiệp và các chuyên gia. Một lần nữa, nhóm nghiên cứu xin chân thành cảm ơn các thành viên TAB, các chuyên gia của Chương trình Du lịch Bền vững Thụy Sĩ (SSTP), Ban Nghiên cứu Phát triển kinh tế tư nhân (Ban IV – trực thuộc Hội đồng Tư vấn cải cách thủ tục hành chính), báo điện tử VnExpress, Khoa Du lịch và Khách sạn – Đại học Kinh tế Quốc dân, Khoa Du lịch – Đại học Mở Hà Nội, các Sở Du lịch/VHTTDL, các Hiệp hội du lịch và các doanh nghiệp du lịch của 18 tỉnh, thành phố tham gia khảo sát (bao gồm Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Hà Giang, Lào Cai, Quảng Ninh, Hải Phòng, Ninh Bình, Quảng Bình, Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Lâm Đồng, Bình Thuận, Cần Thơ và Kiên Giang) và các bên liên quan khác đã hỗ trợ nhóm tác giả hoàn thành báo cáo này.



TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bộ Y tế. 2021. “Bộ Trưởng Bộ Y Tế: Trong Tháng 7, Sẽ Chuyển Khoảng 12 Triệu Liều Vắc Xin COVID-19 Cho Các Địa Phương Đang Có Dịch.” *Trang Tin về Dịch Bệnh Viêm Đường Hô Hấp Cấp COVID-19*. Retrieved August 21, 2021 (<https://ncov.moh.gov.vn/web/guest/-/6847912-354>).

Hospitality and Catering News. 2020. “Supermarkets Open Recruitment Doors to Hospitality Workers.” *Hospitality and Catering News*. Retrieved (<https://www.hospitalityandcateringnews.com/2020/03/supermarkets-open-recruitment-doors-hospitality-workers/>).

TCDL. 2020. *Báo Cáo Thường Niên Du Lịch Việt Nam*. Hà Nội: Lao Động.

TCDL. 2021. *Báo Cáo Kết Quả Chủ Yếu Của Ngành Du Lịch Giai Đoạn 2016 - 2020 và Một Số Nhiệm vụ Trọng Tâm Thời Gian Tới*. Hà Nội.

Thủ tướng Chính phủ. 2020. “Quyết Định 147/QĐ-TTg Ngày 22/1/2020 về Việc Phê Duyệt Chiến Lược Phát Triển Du Lịch Việt Nam Đến Năm 2030.”