

Kích cầu du lịch: giải pháp hậu Covid-19 cho các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú tại Khánh Hòa

Đoàn Thị Thanh Vân
Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai

Du lịch có vị trí quan trọng trong nền kinh tế tỉnh Khánh Hòa. Tuy nhiên sự bùng phát của dịch Covid-19 lan rộng tới 215 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, khiến ngành kinh doanh du lịch nói chung và lưu trú nói riêng của Khánh Hòa bị tổn thất nặng nề. Nghiên cứu này được thực hiện để phân tích, đánh giá thực trạng kinh doanh lưu trú tại Khánh Hòa trong tình hình dịch bệnh covid-19, nhằm đóng góp vào cơ sở lý thuyết liên quan. Kết quả nghiên cứu thực nghiệm chỉ ra rằng kinh doanh lưu trú là một trong những yếu tố quan trọng để nâng cao hiệu quả kinh tế của địa phương. Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số hàm ý chính sách liên quan được đề xuất để kích cầu du lịch tại Khánh Hòa hậu Covid-19.

1. Mở đầu

Khánh Hòa là trung tâm du lịch lớn nhất khu vực Duyên Hải Nam Trung Bộ. Từ lâu Du lịch Nha Trang Khánh Hòa đã trở thành thương hiệu nổi tiếng được nhiều du khách lựa chọn. Tốc độ phát triển du lịch ở Khánh Hòa trong những năm gần đây rất ấn tượng. Chỉ tính riêng năm 2019, Khánh Hòa đón hơn 7,2 triệu lượt khách, trong đó 3,56 triệu lượt khách quốc tế, tăng 27,5% so với cùng kỳ 2018, đạt 107,88% so với kế hoạch; Khách nội địa ước đạt 3,44 triệu lượt. Doanh thu du lịch đạt 27.100 tỷ đồng, tăng 24,2% so với cùng kỳ 2018. Cùng với tốc độ tăng trưởng về lượt khách là tốc độ tăng trưởng các cơ sở kinh doanh lưu trú du lịch. Hiện nay tổng số cơ sở lưu trú trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa có 1.082 cơ sở lưu trú du lịch với 49.592 phòng. Trong đó, số cơ sở lưu trú du lịch 3-5 sao đang được công nhận là 85 cơ sở với 21.358 phòng, chiếm gần 50% tổng số phòng trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa. Thế nhưng dịch bệnh Covid - 19 xuất hiện, kéo dài và diễn biến phức tạp trên toàn thế giới, ảnh hưởng nghiêm trọng đến mọi mặt đời sống xã hội, trong đó ngành du lịch chịu thiệt hại nặng nề nhất.

Để vực dậy ngành công nghiệp du lịch không khó, Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Khánh Hòa đã ban hành kế hoạch và thực hiện đồng bộ các giải pháp kích cầu du lịch nhằm phục hồi từng bước hoạt động du lịch trong tình hình đại dịch. Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện còn gặp không ít khó khăn về chính sách, vốn đầu tư, nguồn nhân lực...v.v. Trong khuôn khổ bài viết, tác giả nghiên cứu thực trạng hoạt động kinh doanh lưu trú của tỉnh Khánh Hòa mùa covid 19, phân tích những thách thức mà các doanh nghiệp gặp phải, từ đó đề xuất các giải pháp kích cầu ngành kinh doanh lưu trú của Tỉnh, góp phần chung cho sự phát triển của ngành Du lịch Khánh Hòa trong tình hình dịch bệnh Covid-19.

2. Thực trạng hoạt động kinh doanh lưu trú tại Khánh Hòa

Khánh Hòa được biết đến như là một trong những điểm đến du lịch biển hấp dẫn nhất của Việt Nam, nơi thu hút nhiều du khách trong và ngoài nước bởi thời tiết nắng ấm, đường bờ biển dài và đẹp, nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng và những nét đặc trưng văn hóa tiêu biểu. Du lịch Khánh Hòa đang trên đà phát triển mạnh mẽ trong khoảng 5 năm trở lại đây với sự gia tăng nhanh chóng của dòng khách đến từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Nga. Du lịch Khánh Hòa ngày càng thể hiện được vai trò là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp vào mức độ tăng trưởng của cả nước cũng như tạo ra nhiều việc làm với thu nhập ổn định cho cộng đồng dân cư.

Tuy nhiên, theo Chỉ thị số 05/CT-TTG ngày 28/1/2020 của Thủ Tướng Chính phủ về việc phòng, chống dịch bệnh viêm đường hô hấp cấp do chủng mới của virus Corona gây ra, thì hầu hết các doanh nghiệp đón và phục vụ khách Trung Quốc ở Khánh Hòa đã tạm ngừng hoạt động từ ngày 28/1/2020, chỉ tập trung phục vụ hết lượng khách đã đón từ ngày 23/1/2020 và lượng khách này trở về nước vào cuối tháng 1/2020 (Trang thông tin Tỉnh Ủy Khánh Hòa, 2020). Như vậy, với 70% lượng khách du lịch quốc tế (Trung Quốc) tới Khánh Hòa tạm ngưng thì số người lao động phục vụ trong lĩnh vực kinh doanh lưu trú tạm thời nghỉ việc là rất lớn và nhiều hệ lụy sẽ kéo theo. Năm 2020, du lịch Khánh Hòa chịu tổn thất nặng nề vì dịch Covid-19. Ước tính, toàn tỉnh chỉ đón hơn 1,24 triệu lượt khách lưu trú, giảm gần 82,3% so với năm 2019; công suất phòng lưu trú chỉ đạt 10,6%; tổng thu từ khách du lịch khoảng 6.946 tỷ đồng, giảm gần 82,7% (Sở Văn hóa Thể Thao và Du lịch Khánh Hòa, 2020).

Bên cạnh nguyên nhân chính là dịch bệnh làm cho ngành kinh doanh lưu trú của Khánh Hòa gặp nhiều

khó khăn, thì thông qua trao đổi với khách du lịch, ban quản lý, nhân viên khách sạn và người dân địa phương, chúng tôi nhận thấy còn một số nguyên nhân khách quan và chủ quan khác ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh lưu trú của Khánh Hòa, cụ thể:

Thứ nhất, hoạt động liên kết kích cầu du lịch Khánh Hòa với các địa phương khác trong cả nước còn hạn chế. Mặc dù ngành du lịch tỉnh Khánh Hòa đã đẩy mạnh hợp tác, liên kết phát triển du lịch song phương, đa phương với nhiều tỉnh, thành trong cả nước như với vùng Duyên hải Miền Trung, Khánh Hòa đã ký kết biên bản hợp tác giữa 7 tỉnh Duyên hải Miền Trung; ký biên bản hợp tác phát triển du lịch giữa Khánh Hòa, Hải Phòng và Tổng công ty hàng không Việt Nam (Vietnam Airlines). Tuy nhiên, các mối quan hệ hợp tác nói trên chỉ ở mức gợi mở, chưa đi vào thực chất, chiều sâu, chỉ tập trung vào công tác quảng bá xúc tiến, trong khi những vấn đề như xây dựng sản phẩm, phát triển nguồn nhân lực, hình thành sản phẩm cụ thể..., vẫn chưa được chú trọng đúng mức.

Thứ hai, chiến lược phát triển thị trường khách chưa rõ ràng, thiếu tính khoa học, không nhạy bén với sự biến động của kinh tế, còn bị động phụ thuộc vào một vài thị trường khách lớn. Thực tế cho thấy, năm 2019, Khánh Hòa đón hơn 3,5 triệu lượt du khách quốc tế đến nghỉ dưỡng, tham quan. Trong đó số lượng du khách Trung Quốc chiếm xấp xỉ 2,5 triệu lượt (chiếm 69,6%). Tiếp đó thị trường du khách Nga đứng ở vị trí thứ hai đạt con số hơn 462 nghìn lượt (chiếm tỷ lệ khoảng 13%). Ở vị trí thứ ba là thị trường du khách Hàn Quốc cũng ở mức 304 nghìn lượt (tỷ lệ 8,5%). Cả 3 thị trường du khách này chiếm tổng số 96,6% số lượng khách quốc tế đến Khánh Hòa. Từ đầu năm đến nay, khi dịch COVID - 19 lây lan trên diện rộng tại nhiều quốc gia trên thế giới, ngoài Trung Quốc, Hàn Quốc cũng đang ở vào tình trạng báo động đỏ, khiến lượng khách từ hai thị trường du khách chủ lực này giảm và đến thời điểm này hầu như vắng bóng họ. Trong khi đó, các thị trường khách du lịch quốc tế đến từ Châu Âu giảm từ 15-20% so với những năm trước, rất khó để phục hồi (Tiền Minh, 2020).

Thứ ba, sự xuống cấp, hạn chế về cơ sở vật chất kỹ thuật trong kinh doanh lưu trú tại Khánh Hòa:

+ Việc vắng khách trong thời gian dài đã làm cho cơ sở vật chất thiết bị xuống cấp, không được nâng cấp, thay thế kịp thời những trang thiết bị hư hỏng làm ảnh hưởng rất nhiều đến chất lượng dịch vụ lưu trú.

+ Đa số các cơ sở lưu trú, điểm du lịch tại Nha Trang — trung tâm du lịch của Tỉnh chưa có các bãi đỗ xe từ 29 chỗ ngồi trở lên dẫn đến tình trạng xe vận chuyển khách du lịch dừng, đỗ để đón khách gây ùn tắc, mất an ninh trật tự, mất an toàn giao thông; chất lượng phục vụ, dịch vụ đáp ứng nhu cầu của khách du lịch giảm.

Thứ tư, sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao

tại các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú: (1) Đa số nguồn nhân lực tại các cơ sở kinh doanh lưu trú là người địa phương, chưa được đào tạo bài bản trong ngành khách sạn, nên yếu kỹ năng nghề, kỹ năng giao tiếp và ngoại ngữ; (2) Với tình hình dịch bệnh kéo dài làm cho nhiều nhân viên có kỹ năng, kinh nghiệm nghỉ việc, chuyển qua làm trong các lĩnh vực khác; (3) Đội ngũ cán bộ phụ trách công tác quản lý nhà nước về du lịch từ cơ quan chuyên môn cấp huyện đến cấp xã vừa thiếu về số lượng, lại chưa được trang bị đầy đủ về chuyên môn nghiệp vụ để tiến hành các hoạt động kiểm tra chuyên ngành.

Thứ năm, sản phẩm du lịch chậm đổi mới, theo lối mòn, đơn điệu nên không thu hút được du khách đến và quay trở lại lần thứ 2. Đơn cử là tour du lịch 4 đảo vốn là sản phẩm đặc trưng nhưng trong nhiều năm qua vẫn không có nhiều thay đổi về hình thức, nội dung. Quá trình phát triển sản phẩm chưa được nghiên cứu bài bản, vì vậy chất lượng, giá trị hàm chứa trong sản phẩm thấp.

Thứ sáu, chất lượng dịch vụ tại các cơ sở lưu trú xuống cấp, một phần do ý thức ứng xử văn minh, thái độ lễ phép, thân thiện phục vụ đối với tất cả các nhân viên trong các cơ sở lưu trú du lịch chưa theo đúng tiêu chuẩn sao của khách sạn. Người dân bản địa còn nhiều hành động chèo kéo, chặt chém khách du lịch làm sấu đi hình ảnh du lịch của Khánh Hòa trong lòng du khách.

3. Đề xuất giải pháp kích cầu du lịch hậu covid - 19 cho các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú tại Khánh Hòa

Để vực dậy ngành công nghiệp du lịch không khói này, Khánh hòa cần thực hiện đồng bộ các giải pháp chiến lược để tạo ra sự phát triển của ngành trong thời gian tới, cụ thể:

Một là, đưa ra các gói dịch vụ giảm giá, hấp dẫn để thu hút du khách. Hiện nay các chương trình kích cầu du lịch phần lớn đều do chính doanh nghiệp thực hiện bằng các biện pháp đại hạ giá dịch vụ, như vậy cũng đồng nghĩa là doanh nghiệp chấp nhận “cắt xẻo” chính phần lợi nhuận vốn đã sụt giảm rất mạnh của mình. Ông Vũ Thế Bình - Phó chủ tịch Hiệp hội Du lịch Việt Nam cũng cho rằng, ngành này đặt mục tiêu sau 2 tháng sẽ khôi phục du lịch nội địa để sau đó bàn đến chuyện đưa khách quốc tế đến Việt Nam. Vì vậy sản phẩm trong chương trình được xây dựng hướng tới hấp dẫn du khách theo 2 dạng: giá giảm nhưng dịch vụ không thay đổi và giá không thay đổi nhưng tặng thêm dịch vụ. Đây là giai đoạn kích cầu, vì thế doanh nghiệp phải chấp nhận hy sinh, nhận thiệt hại về mình nhiều hơn. Hiện nay, mức giá đưa ra đã rất có lợi cho du khách nhưng chương trình kích cầu không thể kéo dài mãi mà sẽ tùy tình hình để thay đổi; Cần giảm sâu hơn nữa các loại thuế, phí dịch vụ đi kèm để kích thích du lịch trong bối cảnh hiện nay.

Hai là, phân bổ lại thị trường khách khác nhau, không tập trung một thị trường khách. Để đa dạng hóa nguồn khách, đòi hỏi Khánh Hòa cần có nhiều giải pháp đồng bộ từ nghiên cứu thị trường, lựa chọn phân đoạn thị trường khách du lịch mục tiêu đến các giải pháp marketing điểm đến hấp dẫn nhằm thu hút các đối tượng khách này. Trong thời gian không có khách quốc tế như hiện nay, thị trường nội địa được xác định là thị trường chủ lực, cần nghiên cứu và đưa ra các chiến lược phát triển hợp lý để thay thế, bổ sung và kích thích nhu cầu du lịch của một số địa phương khác trong cả nước hoặc tiến tới đối tượng khách là người nước ngoài đang sinh sống và làm việc tại Việt Nam như Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ... Để từ đó tiếp tục duy trì tăng trưởng ổn định thị trường khách du lịch.

Ba là, nâng cấp hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật trong kinh doanh lưu trú. Muốn thu hút khách và phát triển thị trường đòi hỏi khách sạn phải có cơ sở vật chất, tiện nghi hiện đại, văn minh và đồng bộ để đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi của du khách. Đây được ví như việc “mở đường” để đón khách du lịch quay trở lại với Khánh Hòa. Qua đó góp phần kết nối các khu, điểm, tour, tuyến du lịch nội và ngoại tỉnh một cách hiệu quả. Bên cạnh đó, các cơ quan ban ngành cần thực hiện sát sao việc kiểm tra định kỳ cơ sở vật chất kỹ thuật của cơ sở lưu trú du lịch để đảm bảo việc nâng cấp, tu sửa theo đúng tiêu chuẩn sao mà khách sạn đã đăng ký.

Bốn là, đào tạo kỹ năng của nhân viên để nâng cao chất lượng dịch vụ, tính chuyên nghiệp. Trong giai đoạn khi chưa có nhiều các hoạt động du lịch, khách lưu trú. Các doanh nghiệp cần có những chương trình đào tạo, hướng dẫn nghiệp vụ (ào, trực tuyến) để các doanh nghiệp có bước tiến và sự chuẩn bị tốt hơn cho giai đoạn hậu Covid-19. Việc đào tạo đội ngũ nhân lực tại các cơ sở kinh doanh lưu trú cần phù hợp với yêu cầu nghề nghiệp. Khánh Hòa cần xây dựng được một hệ thống tiêu chuẩn cụ thể làm căn cứ để phát hiện, lựa chọn. Trong quá trình đào tạo cần tăng thời lượng học thực hành, đặc biệt chú trọng đào tạo kỹ năng ngoại ngữ, kỹ năng mềm cho người học.

Năm là, tăng cường hoạt động liên kết kích cầu du lịch Khánh Hòa với các địa phương khác trong cả nước. Đón đầu xu hướng “Một điểm đến mọi nhu cầu”, Khánh Hòa cần tổ chức chương trình liên kết giữa vận tải hàng không, đường sắt và đường bộ, các đơn vị cung ứng dịch vụ, đơn vị lữ hành, khách sạn và điểm mua sắm... để triển khai gói kích cầu quy mô lớn với những sản phẩm, dịch vụ có chính sách giá tốt, thu hút du khách. Đồng thời, tỉnh cần có chính sách, tạo điều kiện để phát triển dịch vụ vui chơi, giải trí, ẩm thực về đêm; đa dạng và đổi mới phương thức truyền thông, đưa công nghệ số vào quảng bá sản phẩm... để hình thành thêm sản phẩm tour đa dạng, góp phần tăng sức hấp dẫn của điểm đến.

Sáu là, làm mới sản phẩm du lịch để thu hút khách du lịch. Đầu tư xây dựng các sản phẩm du lịch độc đáo, có sức thu hút cao, ấn tượng, đa dạng ở từng địa phương trong Tỉnh để không bị trùng lặp như: phát triển đồng thời du lịch biển - đảo, du lịch sinh thái. Bảo tồn và phát triển sản phẩm lễ hội du lịch, tín ngưỡng, văn hóa để thu hút khách du lịch đến với Khánh Hòa, những câu chuyện xung quanh đời sống của người dân bản địa sẽ khơi gợi tính tò mò

Bảy là, Tăng cường tuyên truyền điểm đến an toàn và giáo dục ý thức cộng đồng địa phương, khách du lịch, các cơ sở kinh doanh du lịch về các biện pháp chống dịch Covid-19. Để khách du lịch quốc tế được thuận lợi sau Covid, Việt Nam nói chung và Khánh Hòa nói riêng cần tạo cho du khách quốc tế ấn tượng về điểm đến an toàn từ khách sạn, quy trình thủ tục. Không chỉ đưa ra tiêu chí an toàn mà còn phải lựa chọn thị trường an toàn. Thông điệp "Du lịch Việt Nam an toàn" ngành du lịch đang thực hiện sẽ là tiền đề tạo uy tín lâu dài với du khách, đem đến hình ảnh Việt Nam mới mẻ, hấp dẫn (Phạm Thị Thanh Bình, 2020).

4. Kết luận

Hoạt động kinh doanh lưu trú của tỉnh Khánh Hòa trong thời gian đại dịch covid-19 gặp rất nhiều thách thức. Để kích cầu hoạt động kinh doanh này các doanh nghiệp cần được sự đồng thuận, hỗ trợ của Nhà nước, chính quyền địa phương, các doanh nghiệp để chung tay cùng tháo gỡ khó khăn góp phần xây dựng thương hiệu du lịch Khánh Hòa đến với du khách trong và ngoài nước./.

Tài liệu tham khảo

Lan Hương (2020), Giải pháp mạnh để kích cầu du lịch, Thời báo Ngân Hàng. Ngày truy cập: 17/06/2020. Nguồn: <https://thoibaonganhang.vn/giai-phap-manh-de-kich-cau-du-lich-103038.html>

Tiên Minh (2020), Du lịch Khánh Hòa: Những "lỗ thủng cần vá", Thông tấn xã Việt Nam. Ngày truy cập: 29/2/2020. Nguồn: <https://bnews.vn/du-lich-khanh-hoa-nhung-lo-thung-can-va/148974.html>

Tỉnh ủy Khánh Hòa (2021), Chung tay kích cầu du lịch. Ngày truy cập 21/02/2021. Nguồn: <http://tin-huykhanhhoa.vn/tin-chi-tiet/id/9453/Chung-tay-kich-cau-du-lich>

Sở Văn hóa thể thao và Du lịch Khánh Hòa (2020), Báo cáo hoạt động du lịch 08 tháng đầu năm 2020.

Phạm Thị Thanh Bình (2020), Giải pháp kích cầu du lịch Việt Nam hậu Covid-19, Trang thông tin điện tử tổng hợp Ban Kinh tế Trung ương.