

Nghiên cứu sự ảnh hưởng của dịch COVID-19 đến hành vi tiêu dùng du lịch của người dân tại thành phố Đà Nẵng

Research on the effects of COVID-19 on the customer behaviour in tourism of people in Da Nang City

Cao Thị Cẩm Hương^{a,b*}, Phạm Thị Mỹ Linh^{a,b}
Cao Thi Cam Huong^{a,b*}, Pham Thi My Linh^{a,b}

^aKhoa Lễ Hành Quốc tế, Trường Đại học Duy Tân, Đà Nẵng, Việt Nam

^aFaculty of International Tourism Management, 550000, Vietnam

^bViện Đào tạo và Nghiên cứu Du lịch, Trường Đại học Duy Tân, Đà Nẵng, Việt Nam

^bHospitality and Tourism Institute, Duy Tan University, Danang, 550000, Vietnam

(Ngày nhận bài: 28/4/2021, ngày phản biện xong: 03/5/2021, ngày chấp nhận đăng: 19/5/2021)

Tóm tắt

Bài báo cung cấp thông tin về đại dịch COVID-19 đang diễn ra và ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng du lịch trên thế giới và Việt Nam. Bài báo cũng tìm hiểu và đánh giá những thay đổi trong hành vi tiêu dùng du lịch của người dân tại thành phố Đà Nẵng. Dựa vào những kết quả thu thập và xử lý được, bài báo mong muốn giúp cho các cơ quan chức năng, các doanh nghiệp du lịch và những độc giả quan tâm kịp thời nắm bắt được những thay đổi về tâm lý và hành vi tiêu dùng du lịch của người dân tại Đà Nẵng trong ngắn hạn và trung hạn. Ngoài ra, bài báo cũng đề xuất một số giải pháp phù hợp với những đặc điểm hành vi tiêu dùng của người dân Đà Nẵng thời kỳ hậu COVID-19.

Phương pháp nghiên cứu chính mà bài báo sử dụng là khảo sát, tổng hợp và phân tích số liệu báo cáo từ nhiều nguồn khác nhau về ảnh hưởng của dịch COVID-19 đến hành vi tiêu dùng du lịch của người dân trên Thế giới, Việt Nam và thành phố Đà Nẵng.

Từ khóa: Ảnh hưởng của Covid-19; hành vi tiêu dùng; hành vi tiêu dùng du lịch; ngành du lịch; Tp. Đà Nẵng.

Abstract

The article provides insight into the on-going COVID-19 pandemic and its influence on tourist behaviour over the world and Viet Nam. Besides, the article focuses on researching and evaluating Da Nang residences's tourism consumers behaviour change. Based on the collected data and processed results, the article is expected to help authorities, tourism businesses and interested readers promptly grasp the changes in psychology and behaviour of tourists. By the way, the article also proposes some solutions to suit the consumer behavior characteristics of the people in Da Nang city in the post Covid-19 period.

The main method research used in the paper is survey, synthesizing and analyzing data from various sources in many tourism reports over the world, Viet Nam and in Danang city.

Keywords: Impact of Covid-19; customer behaviour; customer behaviour in tourism; tourism; Da Nang city.

*Corresponding Author: Cao Thi Cam Huong; Faculty of International Tourism Management, Danang, 550000, Vietnam; Hospitality and Tourism Institute, Duy Tan University, Danang, 550000, Vietnam.

Email: caotcamhuong@dtu-hti.edu.vn

1. Giới thiệu

Bắt đầu bùng phát vào cuối tháng 12 năm 2019, đại dịch Covid-19 đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến cuộc sống của người dân trên toàn thế giới. Theo thống kê của Worldometers, tính đến 8 giờ ngày 1/1/2021 (theo giờ Việt Nam), thế giới ghi nhận tổng cộng 83.770.254 ca mắc, trong đó có 1.824.374 ca tử vong và 59.307.030 trường hợp đã hoàn toàn bình phục sau khi mắc Covid-19. Trong đó, quốc gia chịu ảnh hưởng nghiêm trọng nhất là Mỹ, tiếp đến là Ấn Độ và Brazil ở vị trí thứ ba.

Có thể nói, đại dịch Covid-19 đã gây ra cuộc khủng hoảng kinh tế lớn nhất mà trên toàn thế giới phải đối mặt kể từ sau Chiến tranh thế giới thứ hai và là thảm họa kinh tế lớn nhất kể từ cuộc Đại suy thoái năm 1930. Trong báo cáo “Viễn cảnh toàn cầu” mới nhất, Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) gọi vấn đề đang xảy ra do tác động của dịch bệnh COVID-19 là “Đại phong tỏa”, được hiểu như là nền kinh tế toàn cầu đang lâm vào khủng hoảng trầm trọng. Theo Ngân hàng đầu tư Mỹ JPMorgan Chase, tổng sản phẩm quốc nội (GDP) toàn cầu đã giảm 15,6% trong 6 tháng đầu năm 2020, lớn gấp 4 lần so với năm 2008. Nguyên nhân chính là do sự suy giảm nhu cầu tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ của con người. Một số lĩnh vực chịu ảnh hưởng nặng nề như vận tải, dịch vụ và du lịch thể hiện rất rõ.

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), số lượng khách quốc tế trong sáu tháng đầu năm 2020 giảm 65%, được xem là mức sụt giảm chưa từng xảy ra trước đây trong ngành du lịch. Trong đó, khu vực Châu Á và Thái Bình Dương giảm đến 72% và chịu ảnh hưởng lớn nhất. Tiếp đến là khu vực Châu Âu với mức sụt giảm là 66%, Châu Mỹ với 55%, Châu Phi và Trung Đông 57%. Với sự sụt giảm như vậy đã làm cho khách du lịch quốc tế thế giới giảm 440 triệu lượt và tổng thu từ du lịch giảm 460 tỷ USD.

Vì vậy, có thể thấy những quốc gia và thành phố nào phát triển kinh tế chủ yếu dựa vào ngành du lịch sẽ càng chịu tác động mạnh mẽ từ đại dịch Covid-19. Từ đầu năm 2020 đến nay, ngành du lịch Việt Nam cũng đã chịu nhiều thiệt hại nặng nề, kéo theo sự sụt giảm các ngành, lĩnh vực liên quan. Đến hết năm 2020, ước tính khách du lịch quốc tế đến Việt Nam giảm hơn 80%, khách du lịch nội địa giảm 45%, doanh thu du lịch thiệt hại lên tới 23 tỷ USD.

Hiện nay, ở Việt Nam, nhờ sự nỗ lực, cố gắng của Chính phủ và toàn dân, dịch bệnh cũng phần nào được khống chế và kiểm soát. Tuy nhiên, sự ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 vẫn đang còn rất lớn đến ngành du lịch trong tương lai. Và Đà Nẵng - một trong những tâm dịch thời gian vừa qua và cũng là một trong những điểm đến du lịch quan trọng của Việt Nam đã chịu những tổn thất nghiêm trọng. Theo số liệu thống kê từ Sở Du lịch thành phố Đà Nẵng, trong 6 tháng đầu năm, tổng số lượt khách giảm 56.8%, trong đó khách du lịch quốc tế giảm tới 63.4%, khách nội địa giảm 51.9% so với cùng kỳ năm ngoái.

Từ tháng 6 đến tháng 7/2020, ngành du lịch thành phố Đà Nẵng chỉ mới phục hồi trong một thời gian ngắn nhờ các chương trình kích cầu du lịch nội địa như “Danang Thank You 2020”, “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam”. Tuy nhiên, đợt bùng phát dịch lần thứ 2 và tâm dịch lại xảy ra ngay tại thành phố Đà Nẵng nên đã tiếp tục ảnh hưởng tiêu cực đến ngành du lịch ở đây. Cụ thể, trong tháng 8/2020, tổng lượt khách do cơ sở lưu trú phục vụ tại thành phố Đà Nẵng giảm 99.5% so với cùng kỳ năm 2019.

Chính vì vậy, với những bối cảnh đang diễn ra trên thế giới nói chung, Việt Nam và thành phố Đà Nẵng nói riêng, các nhà nghiên cứu du lịch đang rất quan tâm về sự ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến nhận thức rủi ro của người tiêu dùng và từ đó sẽ ảnh hưởng như thế nào đến hành vi tiêu dùng trong du lịch thời kỳ hậu

Covid-19. Qua đó, có cơ sở đưa ra những phương hướng và giải pháp nhằm đối mặt và khắc phục những hậu quả mà đại dịch Covid-19 gây ra cho ngành du lịch. Bài báo này được viết ra như một tài liệu cung cấp thêm những đánh giá về sự ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến nhận thức và hành vi tiêu dùng du lịch đối với người dân tại thành phố Đà Nẵng trong tương lai.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện qua hai giai đoạn: giai đoạn sơ bộ và giai đoạn chính thức.

Giai đoạn sơ bộ được thực hiện bằng phương pháp định tính để đưa ra bảng câu hỏi, nhóm tác giả đã dựa trên một nghiên cứu của TripAdvisor (2016) về tìm hiểu cách mà người dân Đà Nẵng tìm kiếm thông tin và lựa chọn hình thức cũng như cách thức du lịch của mình. Sau khi thảo luận, nhóm nghiên cứu đã lựa chọn một số tiêu chí để hình thành bảng khảo sát sơ bộ. Tiếp đến nhóm có tiến hành thảo luận các tiêu chí này với một nhóm 20 người dân Đà Nẵng với độ tuổi đa dạng từ 20 - 50, có nghề nghiệp từ học sinh đến công nhân, nhân viên văn phòng, nghỉ hưu... và ở nhiều khu vực khác nhau trên địa bàn Đà Nẵng. Kết thúc giai đoạn nghiên cứu sơ bộ đã hình thành một bản khảo sát với 12 tiêu chí.

Giai đoạn chính thức được thực hiện bằng phương pháp định lượng. Trước khi tiến hành lấy khảo sát người dân tại thành phố Đà Nẵng, bảng câu hỏi được gửi đi tham khảo ý kiến của một số chuyên gia là giảng viên đào tạo về du lịch, quản lý tại khách sạn 4 sao, quản lý tại một số công ty du lịch nhằm lấy ý kiến để hoàn thiện tốt hơn về mặt khoa học, chuyên môn, logic của bảng khảo sát.

2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Cuộc khảo sát được thực hiện thông qua khảo sát online từ 01/12/2020 đến 16/12/2020, thu được 614 mẫu sau khi xử lý. Sau khi loại các mẫu khảo sát không điền đủ thông tin,

chúng tôi giữ lại 543 mẫu. Theo số liệu từ Cổng Thông tin điện tử thành phố Đà Nẵng, dân số của Đà Nẵng năm 2019 khoảng 1.134.310 người, trong đó dân số nam là 576.000 người (chiếm 50,7%) và dân số nữ là hơn 558.000 người (chiếm 49,3%). Mẫu điều tra chiếm khoảng 0.05% tỉ lệ dân số.

2.2. Đối tượng nghiên cứu

Cư dân thường trú và tạm trú tại thành phố Đà Nẵng.

Công cụ thu thập dữ liệu: Nhằm nghiên cứu sự ảnh hưởng dịch Covid-19 đến hành vi tiêu dùng du lịch của người dân tại thành phố Đà Nẵng, nhóm nghiên cứu đã thiết kế bảng hỏi để thu thập các loại dữ liệu sau: (1) Thời gian dự định đi du lịch gần nhất; (2) Độ dài thời gian chuyến đi; (3) Phương tiện lựa chọn đi du lịch; (4) Khả năng chi tiêu của bạn cho chuyến đi; (5) Hình thức đi du lịch; (6) Địa điểm đi du lịch; (7) Thái độ e ngại hay không khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh; (8) Mức độ sẵn sàng mua thêm gói bảo hiểm du lịch dành cho khách du lịch trong thời kỳ có nguy cơ dịch bệnh; (9) Những hoạt động nào khách du lịch quan tâm trong chuyến đi; (10) Kênh đặt dịch vụ du lịch; (11) Yếu tố tác động đến kế hoạch du lịch; (12) Cách thức mong muốn nhận được ưu đãi cho các dịch vụ du lịch.

2.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

Chúng tôi sử dụng các phương pháp thống kê đối với từng nhóm chỉ tiêu thu được từ cuộc khảo sát bằng phần mềm SPSS 20.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Đặc điểm mẫu khảo sát

Trong 543 mẫu điều tra có 64.9% người dân được điều tra có hộ khẩu thường trú tại thành phố Đà Nẵng, 35.1% người dân từ nơi khác tạm trú tại thành phố Đà Nẵng. Về giới tính: nữ giới chiếm 56.5%, nam giới: 43.5%; về độ tuổi: từ

18-24 tuổi chiếm 28.1%, 25-34 tuổi chiếm 15.7%, tuổi 35-44 chiếm 26.5%, tuổi 45-54 chiếm 21.8%, 55-64 tuổi chiếm 7.5% và trên 65 tuổi chiếm 0.5%.

3.2. Kết quả điều tra

Kết quả điều tra đặc điểm tiêu dùng du lịch trong tương lai sau khi dịch Covid-19 bùng nổ thể hiện trên 12 nội dung như sau:

1. Thời gian dự định đi du lịch gần nhất: 34.8% người điều tra quyết định đi du lịch vào thời điểm tháng 5 đến tháng 9/2021; 19% quyết định đi du lịch sau thời điểm tháng 5 đến tháng 9/2021; 25% người được điều tra quyết định đi du lịch vào tháng 2-4/2021 (Tết âm lịch và lễ hội đầu năm) và 21.2% quyết định đi du lịch trong dịp Tết dương lịch.

2. Độ dài thời gian chuyến đi: 41.7% người điều tra trả lời đi du lịch khoảng thời gian ngắn 2-3 ngày; 31.5% 4-5 ngày; 11.9% 6-7 ngày; trên 7 ngày 7.9%; trong ngày 6.9%. Như vậy, thời gian du lịch ngắn được ưu tiên hàng đầu trong giai đoạn hậu Covid-19.

3. Phương tiện lựa chọn đi du lịch: máy bay vẫn là phương tiện được ưu tiên lựa chọn hàng đầu với tỉ lệ 49.5%; xe khách/xe vận chuyển du lịch là phương tiện có tỉ lệ ưu tiên lựa chọn thứ 2 với tỉ lệ 19.9%; phương tiện tàu hoả có tỉ lệ 10.4%. Đặc biệt trong thời kỳ dịch bệnh này, phương tiện vận chuyển là xe hơi cá nhân được ưu tiên cao với tỉ lệ 20.2%.

4. Khả năng chi tiêu cho chuyến đi: Chi tiêu trong thời kỳ Covid-19 hầu như bị hạn chế, mức chi tiêu từ 4-6 triệu đồng đạt tỉ lệ cao nhất 28.8%; mức dưới 4 triệu đồng đạt tỉ lệ 22.2%; tiếp đến là mức 6-8 triệu đồng đạt tỉ lệ 19.6%; mức 8-10 triệu đồng đạt tỉ lệ 15.1% và trên 10 triệu đồng có tỉ lệ thấp nhất.

5. Hình thức đi du lịch: Hình thức đi du lịch theo nhóm nhỏ được ưu tiên trong giai đoạn ảnh hưởng của Covid-19, trong đó, đi theo nhóm bạn bè chiếm 46.2%; đi theo nhóm với

gia đình 36.3%. Hình thức du lịch theo chương trình của công ty du lịch chỉ đạt 8.4%. Hai hình thức đi du lịch có tỉ lệ thấp nhất là đi một mình (4.6%) và đi cùng với cơ quan/công ty (4.4%). Đây là một sự thay đổi rất lớn về hành vi tiêu dùng du lịch của người dân do ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 và là một vấn đề quan trọng mà các doanh nghiệp lữ hành, công ty du lịch phải cân nhắc nhiều trong thời gian đến.

6. Địa điểm đi du lịch: Các điểm du lịch ở phía Bắc được ưu tiên lựa chọn nhiều nhất, như Hà Nội (44%), Quảng Ninh (9.1%), Ninh Bình (12.3%); tiếp đến là các điểm du lịch ở phía Nam, như Khánh Hoà (15.4%), Cần Thơ (5.8%), Kiên Giang (2.3%), Bình Thuận (1.8%); việc ưu tiên lựa chọn du lịch tại các điểm tại miền Trung vẫn được quan tâm nhiều, như Huế (15.4%), Nghệ An (3.8%), Thanh Hóa (3%), Bình Định (6.1%), Dak Lak (4.5%).

7. Thái độ e ngại hay không khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh: 65.3% trả lời là e ngại khi du lịch đến các điểm đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh.

8. Mức độ sẵn sàng mua thêm gói bảo hiểm du lịch dành cho khách du lịch trong thời kỳ có nguy cơ dịch bệnh: Số người trả lời sẵn sàng mua thêm gói bảo hiểm này đạt khá cao 40.8%; đồng thời 47.6% người được điều tra trả lời sẽ suy nghĩ về việc mua thêm gói bảo hiểm du lịch này và 11.6% trả lời không quan tâm. Với sự ảnh hưởng từ dịch bệnh, người dân đã nhận thức được cao hơn về tầm quan trọng của bảo hiểm du lịch nhằm đảm bảo sự an toàn và những rủi ro trong chuyến đi.

9. Những hoạt động nào khách du lịch quan tâm trong chuyến đi: Hoạt động được quan tâm nhiều nhất là loại hình du lịch nghỉ dưỡng núi (60%), tiếp đến là hoạt động vui chơi giải trí và mua sắm (45,4%), hoạt động được ưu tiên thứ 3 là loại hình du lịch nghỉ dưỡng biển. Các loại hình du lịch có xu hướng lựa chọn thấp là du lịch tìm hiểu văn hóa, lịch sử 24,7%, loại hình du lịch

liên quan đến hoạt động thể thao 21%, loại hình du lịch tâm linh, tín ngưỡng chỉ có 10.4% và loại hình thăm thân thì rất thấp (khoảng 1%).

10. Kênh đặt dịch vụ du lịch: Dịch vụ trực tiếp được ưu tiên nhất (47%), mức độ ưu tiên thứ 2 là đặt dịch vụ qua nền tảng trực tuyến (24.6), xếp thứ 3 là đặt dịch vụ thông qua công ty du lịch lớn (18.8%), khoảng 9.6% còn lại thuộc các hình thức đặt khác.

11. Yếu tố tác động đến kế hoạch du lịch: Yếu tố tác động đến kế hoạch du lịch thời kỳ covid thể hiện rõ rệt qua mức độ an ninh, an toàn cho du khách. Theo kết quả điều tra, thì điểm đến được ưu tiên lựa chọn đầu tiên khi nơi đó đảm bảo môi trường an ninh và an toàn (31.3%), sau đó là phải đảm bảo dịch vụ và điểm đến du lịch an toàn với dịch bệnh (29.3%), xếp thứ tư mới xét đến khả năng tài chính cho phép (28.4%) và cuối cùng là yếu tố liên quan đến việc không phải trả phí phạt khi thay đổi hoặc hủy bỏ chương trình du lịch.

12. Cách thức mong muốn nhận được ưu đãi cho các dịch vụ du lịch: Khi sử dụng dịch vụ thì người được điều tra mong muốn nhận được ưu đãi dịch vụ với hình thức ưu đãi trực tiếp vào giá chiếm tỉ lệ cao nhất (64.2%), hình thức ưu tiên thứ 2 là tặng thêm dịch vụ, sản phẩm trên

giá gốc (27.2%) và mức thấp nhất là ưu đãi cho lần kế tiếp. Do ảnh hưởng dịch bệnh nên yếu tố về giá cả ảnh hưởng lớn đến quyết định tiêu dùng của người dân, nên việc ưu đãi trực tiếp vào giá sẽ được họ lựa chọn nhiều vì làm cho họ cảm thấy thiết thực nhất trong bối cảnh này.

Đánh giá mối tương quan giữa độ tuổi và các nhân tố còn lại của đặc điểm tiêu dùng du lịch

Để xem xét mối tương quan và các yếu tố thuộc đặc điểm tiêu dùng du lịch trên, chúng tôi sử dụng phân tích bảng chéo giữa yếu tố độ tuổi và 12 yếu tố trên. Tuy nhiên, sau khi xử lý dữ liệu cho thấy yếu tố độ tuổi chỉ có mối quan hệ ý nghĩa khác biệt trên 4 yếu tố: 1. Thời gian dự định đi du lịch gần nhất; 2. Khả năng chi tiêu cho chuyến đi; 3. Thái độ e ngại hay không khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh; 4. Kênh đặt dịch vụ du lịch.

Bảng 1 cho thấy một số nét nổi bật về đặc điểm tiêu dùng du lịch theo độ tuổi như sau:

Độ tuổi 18 - 24: Có thời gian dự định đi du lịch vào dịp hè năm 2021; khả năng chi tiêu cho chuyến đi dưới 4 triệu đồng; Có thái độ không e ngại khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh; Kênh đặt dịch vụ du lịch chủ yếu qua công ty du lịch lớn.

Bảng 1. Kết quả phân tích khác biệt về độ tuổi và đặc điểm tiêu dùng du lịch

Yếu tố	Tuổi						Chi-square	p-value
	Từ 18-24	Từ 25-34	Từ 35-44	Từ 45-54	Từ 55-64	Trên 65		
1. Thời gian dự định đi du lịch gần nhất							894.663	0.000
Tháng 12/2020 - 1/2021 (Giáng sinh và Tết dương lịch)			36.1%	51.8%				
Tháng 2-4/2021 (Tết âm lịch và lễ hội đầu năm)		57.1%	63.9%					
Tháng 5-9/2021 (hè 2021)	100.0%	42.9%				33.3%		
Muộn hơn				48.2%	100.0%	66.7%		

2. Khả năng chi tiêu cho chuyến đi								
Dưới 4 triệu đồng	100.0%	52.4%					1132.759	0.000
4 - 6 triệu đồng				100%	100%	100%		
6 - 8 triệu đồng			69.4%					
8 - 10 triệu đồng		47.6%	30.6%					
Trên 10 triệu đồng								
3. Thái độ e ngại hay không khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh							459.401	0.000
Có		67.9%	100%	100%	100%	100%		
Không	100%	32.1%						
4. Kênh đặt dịch vụ du lịch							1205.011	0.000
Đặt trực tiếp	5.20%		72.1%	100%	100%	100%		
Qua công ty du lịch lớn	64.70%							
Qua công ty nhỏ đáng tin cậy	23.50%							
Nền tảng trực tuyến	6.50%	100%	27.9%					

(Nguồn: Theo xử lý số liệu tự khảo sát)

Độ tuổi từ 25-34: Thời gian dự định đi du lịch vào dịp tháng 2 đến tháng 9 năm 2021; khả năng chi tiêu cho chuyến dưới 10 triệu đồng; Có thái độ e ngại khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh bên cạnh đó có một bộ phận nhỏ lại không; Kênh đặt dịch vụ du lịch chủ yếu qua nền tảng trực tuyến.

Độ tuổi từ 35-44: Thời gian dự định đi du lịch vào tháng 1 đến tháng 4 năm 2021; khả năng chi tiêu cho chuyến từ 6 triệu đồng đến 10 triệu đồng; Có thái độ e ngại khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh; Kênh đặt dịch vụ du lịch chủ yếu qua đặt trực tiếp và một bộ phận nhỏ qua nền tảng trực tuyến.

Độ tuổi từ 45-54: Thời gian dự định đi du lịch vào tháng 1 đến tháng 2 năm 2021 và sau tháng 9 năm 2021; Khả năng chi tiêu cho chuyến từ 4 triệu đến 6 triệu do tâm lý e ngại về kinh tế suy giảm do dịch bệnh; Có thái độ e ngại khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh; Kênh đặt dịch vụ du lịch chủ yếu qua đặt trực tiếp.

Độ tuổi từ 55-64: Thời gian dự định đi du lịch vào sau tháng 9 năm 2021; Khả năng chi tiêu cho chuyến từ 4 triệu đến 6 triệu; Có thái độ e ngại khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh; Kênh đặt dịch vụ du lịch chủ yếu qua đặt trực tiếp.

Độ tuổi trên 65: Thời gian dự định đi du lịch vào sau tháng 5 năm 2021; Khả năng chi tiêu cho chuyến từ 4 triệu đồng đến 6 triệu đồng; Có thái độ e ngại khi du lịch đến các vùng đã từng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh; Kênh đặt dịch vụ du lịch chủ yếu qua đặt trực tiếp.

4. Thảo luận

Theo báo cáo điều tra về khách du lịch nội địa năm 2014 của Tổng cục Du lịch, khách du lịch nội địa có một số đặc điểm tiêu dùng nổi bật sau. Về chi tiêu trung bình: Khoảng 1,3 triệu đồng/ngày; về lưu trú: Chủ yếu sử dụng cơ sở lưu trú bình dân hoặc khách sạn 3 sao; về thông tin tham khảo trước khi đi du lịch: Thường tham khảo qua internet và tivi; về điểm

tham quan được ưu tiên lựa chọn: Tp. Hồ Chí Minh, Hội An, Hạ Long, Sa Pa và Huế.

Từ kết quả điều tra, chúng tôi nhận thấy một số đặc điểm nổi bật về hành vi tiêu dùng của khách du lịch nội địa có sự thay đổi mà các nhà kinh doanh du lịch cần lưu ý để vận dụng vào trong hoạt động thu hút và phục vụ đối tượng khách nội địa một cách hiệu quả hơn trong thời điểm này, như sau:

- Về thời điểm du lịch: Khách du lịch nội địa có xu hướng khá e ngại khi đi du lịch tại thời điểm hiện tại, và lựa chọn du lịch vào thời điểm tháng 5 đến tháng 9 năm 2021. Điều này cho thấy người dân vẫn còn tâm lý lo lắng và e ngại việc đi du lịch lại trong thời gian gần vì sợ dịch sẽ bùng phát trở lại. Có thể thấy du lịch nội địa dự kiến bắt đầu phục hồi trở lại vào quý 3 năm 2021.

- Về độ dài thời gian chuyến đi: Ưu tiên chuyến đi ngắn ngày, từ 2-3 ngày. Như vậy, họ sẽ cảm thấy an tâm hơn cho việc di chuyển đến một nơi khác đi du lịch trong bối cảnh hậu thời kỳ Covid-19. Chính vì vậy, các doanh nghiệp du lịch nên cân nhắc và điều chỉnh lại sản phẩm như chương trình du lịch trọn gói, combo lưu trú với thời gian phù hợp hơn.

- Phương tiện đi du lịch: Máy bay vẫn là phương tiện được ưu tiên vì lợi thế nhanh chóng, di chuyển được xa. Tuy nhiên, nổi bật lên là xu hướng du lịch bằng xe ô tô riêng nhằm đảm bảo sự an toàn và phòng chống dịch bệnh. Đây là điểm đáng lưu ý để các nhà kinh doanh vận chuyển du lịch lưu ý.

- Chi tiêu cho chuyến đi: Do lo lắng về tình hình kinh tế, thu nhập trong tương lai nên việc chi tiêu cho toàn chuyến bị thắt chặt. Mức chi tiêu trung bình cho chuyến đi nằm trong khoảng 4 - 6 triệu đồng. Điều này vốn dễ hiểu do kinh tế bị suy thoái từ ảnh hưởng của dịch Covid-19, người dân cắt giảm chi tiêu nhiều cho những hàng hoá, dịch vụ ít thiết yếu. Trong đó, chi tiêu cho du lịch là một trong sự ảnh hưởng lớn nhất, giảm đáng kể trong hệ thống

chi tiêu của người dân. Họ sẽ hiếm khi nghĩ đến việc chi tiêu cho du lịch hơn hoặc nếu có thì sẽ nhạy cảm với giá cả từ doanh nghiệp đưa ra.

- Về hình thức chuyến đi: Du khách có xu hướng đi theo nhóm nhỏ bạn bè hoặc gia đình để đảm bảo tính an toàn và riêng tư cao hơn. Đây cũng là một điểm đáng lưu ý cho các doanh nghiệp du lịch khi xây dựng các sản phẩm, dịch vụ cần tính toán về mặt số lượng khách có thể phục vụ một cách phù hợp, đem lại sự yên tâm cho khách hàng. Có thể thấy, nhu cầu về các chương trình du lịch, dịch vụ du lịch được thiết kế riêng theo yêu cầu sẽ có xu hướng tăng cao trong thời gian đến.

- Về thái độ e ngại khi lựa chọn điểm du lịch có dịch bệnh được đánh giá khá cao. Trong thời gian vừa qua, thành phố Đà Nẵng cũng từng là tâm dịch của cả nước, nên người dân sống ở đây càng hiểu hơn những vấn đề trở ngại và tâm lý khó khăn nếu bản thân trở thành du khách đang và sẽ đi du lịch đến địa điểm có xảy ra dịch. Do đó, khi thiết kế chương trình du lịch, các công ty du lịch cần chú ý các phương án dự phòng rủi ro để đối phó với các tình huống bất ngờ như các tỉnh du lịch phát sinh dịch bệnh. Hoặc nghiên cứu đến các tuyến du lịch mới đảm bảo an toàn cho khách khi các điểm du lịch truyền thống có phát sinh dịch bệnh và du khách không muốn du lịch vì lý do an toàn. Trong thời gian ngắn hạn, người dân sẽ ưu tiên đi du lịch nội địa trước. Điều này cho thấy những doanh nghiệp du lịch cần tập trung vào việc quảng bá du lịch trong nước để phục hồi ngành du lịch của đất nước họ và khởi động ngành du lịch toàn cầu trong trung hạn.

- Về loại hình du lịch mà du khách ưu tiên lựa chọn trong giai đoạn này là nghỉ dưỡng núi, nghỉ dưỡng biển và vui chơi giải trí, mua sắm. Các loại hình du lịch du khách e ngại lựa chọn vì tính an toàn như tìm hiểu văn hoá, tâm linh, thể thao và thăm thân. Đồng thời, trong sản phẩm du lịch khách hàng cũng rất quan tâm đến

gói bảo hiểm liên quan đến dịch bệnh. Do đó, doanh nghiệp nên bổ sung thêm dịch vụ này vào trong sản phẩm trọn gói để tăng thêm sự an tâm cho du khách.

- Về kênh đặt dịch vụ: Vì tính chất biến động bất ngờ của dịch bệnh, du khách ưu tiên đặt dịch vụ trực tiếp với doanh nghiệp du lịch để có thể trao đổi thông tin về nơi cung cấp dịch vụ một cách thuận lợi nhất, và thứ 2 là ưu tiên đặt dịch vụ qua nền tảng trực tuyến. Do đó, các nơi cung cấp dịch vụ cần chú ý đến hai kênh bán hàng này của doanh nghiệp.

- Về yếu tố tác động mạnh mẽ đến kế hoạch du lịch của du khách không giống như trước đây là phụ thuộc vào sự nổi tiếng, sức hấp dẫn của tài nguyên tại điểm đến hay yếu tố về tài chính của du khách. Ngược lại, hiện tại yếu tố về an ninh, an toàn về dịch bệnh tại điểm đến là yếu tố hàng đầu ảnh hưởng đến kế hoạch lựa chọn điểm du lịch. Do đó, các doanh nghiệp cần chú trọng nhiều đến công tác phòng chống dịch bệnh từ cơ sở vật chất, dịch vụ và con người phục vụ.

- Về yếu tố liên quan đến chính sách marketing, các doanh nghiệp du lịch cần lưu ý trong tình huống hiện tại, du khách khi mua sản phẩm du lịch họ quan tâm nhiều nhất đến việc nhận được ưu đãi dịch vụ với hình thức ưu đãi trực tiếp vào giá. Do đó, việc điều chỉnh chính sách giá giảm sẽ hiệu quả hơn so với hình thức tặng thêm dịch vụ hoặc ưu đãi cho lần sử dụng kế tiếp.

5. Kết luận

Cho đến thời điểm hiện tại, tình hình dịch bệnh trên thế giới và ở Việt Nam vẫn còn diễn ra phức tạp và tiềm ẩn nhiều rủi ro đối với cuộc sống của người dân. Tuy nhiên, Chính phủ và người dân Việt Nam đều đang rất nỗ lực phòng chống dịch bệnh một cách chặt chẽ nhất, hiệu quả nhất có thể. Chúng ta cũng đã được thế giới ghi nhận điều đó trong công tác phòng chống

dịch Covid-19 thời gian qua. Điều này cũng hứa hẹn nền kinh tế nói chung và ngành du lịch nói riêng ở Việt Nam sẽ sớm phục hồi trở lại sau đại dịch. Việt Nam sẽ trở thành một trong những điểm đến an toàn được nhiều bạn bè trên thế giới lựa chọn và tìm đến du lịch trong thời kỳ hậu Covid-19. Chính vì vậy, việc nghiên cứu hành vi tiêu dùng du lịch của người dân thay đổi như thế nào thời kỳ hậu Covid-19 sẽ được rất quan tâm và lưu ý của những chuyên gia, các nhà doanh nghiệp du lịch. Từ đó, các doanh nghiệp du lịch có thể nắm bắt được tâm lý, thái độ, hành vi của khách hàng và đưa ra được những chiến lược marketing cũng như các cách thức để vận hành doanh nghiệp của mình một cách phù hợp hơn.

Như đã phân tích những dữ liệu ở trên, mặc dù đối tượng nghiên cứu là người dân sống tại thành phố Đà Nẵng nhưng đây cũng sẽ là xu hướng chung của người dân ở nhiều nơi khác. Bài viết một phần sẽ tạo thêm động lực, gợi ý cho các bài viết nghiên cứu khác. Vì với sự ảnh hưởng mạnh mẽ của đại dịch Covid-19, khách hàng hầu hết sẽ có xu hướng thay đổi nhiều về hành vi, tâm lý, thái độ trong tiêu dùng đối với hoạt động du lịch. Các doanh nghiệp cần phải nghiên cứu để xác định lại thị trường khai thác của mình, thay đổi về các sản phẩm, dịch vụ và cách thức phục vụ phù hợp trong thời kỳ Covid-19 và hậu thời kỳ Covid-19. Vì lúc này, vấn đề an toàn và đảm bảo cho sức khỏe là ưu tiên hàng đầu nếu như khách hàng có quay trở lại với các dịch vụ du lịch. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần nghiên cứu thêm, đa dạng về các chương trình kích cầu hấp dẫn vì yếu tố giá cả cũng ảnh hưởng lớn đến quyết định tiêu dùng của khách hàng trong kế hoạch chi tiêu. Tóm lại, các doanh nghiệp du lịch cần nỗ lực hơn nữa trong việc nghiên cứu để hiểu sâu sắc hơn khách hàng của mình trong thời kỳ hậu covid, họ đã thay đổi như thế nào và doanh nghiệp cần phải thay đổi phù hợp về sản phẩm, cách thức phục vụ, kênh phân phối và các hoạt động truyền thông.

Tài liệu tham khảo

- [1.] Hữu Long (2020), *Du lịch Đà Nẵng giảm 99,5% lượt khách đến trong tháng 8*, <https://dulich.laodong.vn/tin-tuc/du-lich-da-nang-giam-995-luot-khach-den-trong-thang-8-835025.html>, ngày 25/01/2021.
- [2.] H.H (2020), *Gần 84 triệu ca mắc Covid-19 sau một năm đại dịch bùng phát*, <https://nhandan.com.vn/tin-tuc-the-gioi/gan-84-trieu-ca-mac-covid-19-sau-mot-nam-dai-dich-bung-phat-630329/>, ngày 25/01/2021.
- [3.] N.T (2020), *UNWTO: Khách du lịch quốc tế giảm chưa có tiền lệ*, <https://nhandan.com.vn/tin-tuc-du-lich/unwto-khach-du-lich-quoc-te-giam-chua-co-tien-le-616966/>, ngày 27/01/2021.
- [4.] Nhật Minh (2020), *Kinh tế thế giới trước dịch bệnh COVID-19*, <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/the-gioi-van-de-su-kien/-/2018/820140/kinh-te-the-gioi-truoc-dich-benh-covid-19.aspx>, ngày 27/01/2021.
- [5.] Marques Santos, Madrid González, Haegean, Rainoldi. *Behavioural changes in tourism in times of COVID - 19*. JRC Science for Policy Report. 2020.
- [6.] Patrick Allen Singleton (2013). *A Theory of Travel Decision-Making with Applications for Modeling Active Travel Demand*. Portland State University
- [7] <http://baochinhphu.vn/Thi-truong/Du-lich-Viet-Nam-thiet-hai-23-ty-USD-do-COVID19/415411.vgp>.