

THỰC TRẠNG ỨNG PHÓ VỚI ĐẠI DỊCH COVID-19 VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC ỨNG PHÓ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH TẠI HÀ NỘI

CURRENT SITUATION OF RESPONDING TO THE COVID-19 PANDEMIC AND SOLUTIONS TO ENHANCE THE RESPONSE CAPACITY OF TRAVEL BUSINESSES IN HANOI

Phạm Thị Lựa

Khoa Kế toán, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đến Tòa soạn ngày 15/08/2022, chấp nhận đăng ngày 30/08/2022

Tóm tắt: Đại dịch COVID-19 hiện tại được coi là một cuộc khủng hoảng ở mức độ chưa từng có. Đối với các doanh nghiệp (DN) lữ hành tại Hà Nội, đại dịch Covid-19 đã gây ra những tác động rất lớn tới DN và người lao động. Đứng trước tình trạng đó, các DN lữ hành tại Hà Nội đã có những chiến lược để ứng phó với những thay đổi từ bên ngoài nhằm giảm tác động và thiệt hại. Trên cơ sở phân tích thực trạng năng lực của các DN ứng phó với đại dịch, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực ứng phó cho các DN lữ hành tại Hà Nội trong môi trường kinh doanh đầy biến động.

Từ khóa: Ứng phó covid 19, năng lực ứng phó, doanh nghiệp lữ hành.

Abstract: The current COVID-19 pandemic is considered a crisis of unprecedented magnitude. For travel businesses in Hanoi, the Covid-19 pandemic has caused great impacts to businesses and employees. Facing that situation, travel businesses in Hanoi have had strategies to respond to changes from the outside in order to reduce immediate damage. On the basis of analyzing the current situation of the capacity of enterprises to respond to the pandemic, the study proposes a number of solutions to respond, recover and develop for travel businesses in Hanoi in the volatile business environment.

Keywords: Responding to covid 19, coping capacity, travel businesses.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch đang phải đối mặt với một cuộc khủng hoảng chưa từng có mà phạm vi ảnh hưởng rộng lớn của nó đang dẫn đến sự chuyển đổi của ngành du lịch trên toàn cầu. Đại dịch COVID-19 hiện tại được coi là một cuộc khủng hoảng ở mức độ chưa từng có, đặc biệt là do tác động toàn cầu của nó. Việc hạn chế đi lại ở nhiều quốc gia và việc áp dụng các biện pháp ngăn cách xã hội để ngăn chặn vi rút, cũng buộc các DN (DN) lữ hành

phải đóng cửa khiến hơn 100 triệu việc làm gặp khó khăn. Tác động của cuộc khủng hoảng đã được ước tính gấp 5 lần so với Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008. Các chính sách và biện pháp đã được thực hiện ở hầu hết các quốc gia nhằm giảm thiểu tác động của COVID-19 đối với các lĩnh vực xã hội, văn hóa và kinh tế.

Đối với các DN lữ hành tại Hà Nội, đại dịch Covid-19 đã gây ra những tác động rất lớn tới DN và người lao động. Hơn 90% DN lữ hành

quốc tế tại Hà Nội đã dừng hoạt động, còn DN du lịch nội địa hoạt động cầm chừng cho đến khi dịch bệnh cơ bản được kiểm soát. Nhiều DN du lịch, lữ hành không có nguồn tiền để trả lương nhân viên. Số lượng khách giảm trầm trọng, khách hàng hủy hợp đồng, thay đổi biến động về nhân sự...c ác DN lữ hành điêu đứng, nhiều DN ngừng hoạt động, phải đóng cửa.

Từ thực tế cho thấy, ngành du lịch chưa có sự chuẩn bị kỹ càng để vượt qua các cuộc khủng hoảng và thảm họa nhưng lại dễ bị tổn thương bởi các sự kiện bên ngoài do tính chất toàn cầu và sự phụ thuộc vào an toàn và an ninh thế giới. Nhiều DN đã nỗ lực đưa ra các chiến lược và hành động để giải quyết tác động của khủng hoảng, đồng thời cần thiết nâng cao năng lực ứng phó với khủng hoảng nói chung và đại dịch covid nói riêng.

2. KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ NĂNG LỰC ỨNG PHÓ CỦA DOANH NGHIỆP KINH DOANH LỮ HÀNH

Ứng phó được hiểu là phản ứng của DN với sự thay đổi nhằm giảm nhẹ những tác động và thiệt hại trước mắt, phục hồi và phát triển trong tương lai.

Năng lực ứng phó được xem là khả năng của DN trong việc huy động và sử dụng các nguồn lực để tồn tại và chịu đựng với những thay đổi từ môi trường bên ngoài (giai đoạn phòng ngừa), giảm thiểu tác động tiêu cực do những thay đổi gây ra (giai đoạn ứng phó) và chuyển sang trạng thái mới để đạt được hiệu quả tốt hơn trong tương lai (giai đoạn phục hồi). Một cách tiếp cận được nhiều nhà khoa học ủng hộ để DN có khả năng ứng phó với khủng hoảng, thảm họa là tiếp cận năng lực động và cách tiếp cận này phù hợp với các đặc điểm kinh doanh của các DN lữ hành. Nghiên cứu này tập trung vào bốn loại năng lực cơ

bản, cốt lõi để ứng phó với khủng hoảng, thảm họa phù hợp với đặc điểm kinh doanh của các DN lữ hành là: năng lực nhận thức, năng lực thích nghi, năng lực sáng tạo, và năng lực kết nối, trong đó:

- *Năng lực nhận thức* là khả năng của DN trong việc tiếp nhận thông tin, xử lý để dự đoán sự thay đổi môi trường từ đó đưa ra các định hướng cho DN.
- *Năng lực thích nghi* được hiểu là “khả năng của một DN trong việc định dạng và phối hợp các nguồn lực nhằm đáp ứng với môi trường thay đổi.
- *Năng lực sáng tạo* được hiểu là “khả năng tạo ra một cách mới để làm một công việc nào đó: ví dụ như đưa ra “sản phẩm mới”; nâng chất lượng lên một “mặt bằng mới”; đề xuất “một phương pháp sản xuất mới”; phát triển “một thị trường mới”; tìm kiếm “một nguồn cung cấp mới” hoặc tái cơ cấu “một cấu trúc tổ chức mới”.
- *Năng lực kết nối chính* là khả năng tạo ra, duy trì và sử dụng hệ thống các mối quan hệ với DN nhằm tận dụng nguồn lực khan hiếm”. “Khi môi trường thay đổi, việc trở thành thành viên của một DN trở nên cần thiết trong việc huy động nguồn lực cũng như phát huy tính kinh tế nhờ quy mô.

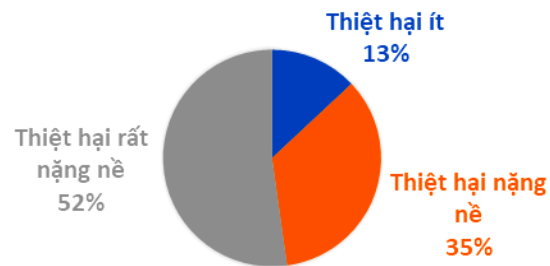
3. THỰC TRẠNG ỨNG PHÓ VỚI ĐẠI DỊCH COVID-19 CỦA CÁC DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH TẠI HÀ NỘI

Cú sốc COVID-19 ảnh hưởng qua nhiều khía cạnh, song mức độ ảnh hưởng và đối tượng ảnh hưởng nặng nề nhất thật khó đoán định. DN lữ hành là lực lượng nòng cốt của ngành du lịch nhưng cũng là đối tượng chịu thiệt hại nặng nề do thực trạng hủy tour hàng loạt và yêu cầu hoàn tiền của khách du lịch. Đại dịch COVID-19 đã, đang gây ra tình trạng nợ đọng

lẫn nhau giữa các DN du lịch, lữ hành, lưu trú, dịch vụ ăn uống...; kèm theo đó là nguy cơ gây ra nợ xấu, nợ quá hạn vốn tín dụng ngân hàng, sụt giảm doanh số thanh toán qua ngân hàng, nợ thuế, nợ bảo hiểm xã hội, người lao động bị mất việc làm kéo dài. Nhiều DN du lịch, lữ hành tại Hà Nội không có nguồn tiền để trả lương nhân viên. Các biện pháp như hạn chế di chuyển, hủy các chuyến bay và đóng cửa các DN du lịch đã có tác động ngay lập tức và làm giảm đáng kể cung và cầu các dịch vụ du lịch nội địa và quốc tế. Việc hạn chế du lịch toàn cầu cũng đang có tác động đáng kể đến du lịch nội địa của các quốc gia và của từng địa phương trong đó có Hà Nội. Tác động của covid 19 ảnh hưởng rất lớn đến kết quả kinh doanh của các DN lữ hành Hà Nội, số lượng khách giảm trầm trọng, khách hàng hủy hợp đồng, thay đổi biến động về nhân sự,... các DN lữ hành điêu đứng, nhiều DN ngừng hoạt động, phải đóng cửa.

Để có thể thấy rõ hơn tác động của đại dịch COVID-19 đến hoạt động kinh doanh của các DN lữ hành tại Hà Nội, tác giả tiến hành khảo sát ý kiến của 23 DN thông qua Google form, đồng thời phỏng vấn sâu 12 lãnh đạo DN, trong đó 8,7% DNNN; 39,1% DN cổ phần; 39,1% là DN TNHH; 13,1% DNTN. Trong số các DN này có 13% DN có quy mô lao động dưới 10 người; 30,4% DN có từ 10-50 lao động và 39,2% DN từ 50-100 người, 17,4% DN trên 100 người. Kết quả khảo sát về tác động của COVID-19 đối với các DN lữ hành tại Hà Nội cho thấy mức độ thiệt hại rất khác nhau, cụ thể: 52,2% số DN bị thiệt hại rất nặng nề (nguy cơ đóng cửa vĩnh viễn nếu không có nguồn lực hỗ trợ); 34,8% số DN bị thiệt hại nặng nề (ảnh hưởng mạnh đến hoạt động kinh doanh, bị gián đoạn kinh doanh); 13% DN thiệt hại ít (biểu đồ 01).

Biểu đồ 1. Tác động của đại dịch COVID-19 tới các DN lữ hành tại Hà Nội



(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát)

Đứng trước thực trạng đó, các DN đã có những phản ứng mang tính chiến lược với khủng hoảng, đồng thời phân tích thực trạng năng lực của các DN để ứng phó với đại dịch trước mắt cũng như phục hồi và phát triển giai đoạn trung và dài hạn.

3.1. Cắt giảm

Phản ứng chiến lược phổ biến nhất là chiến lược cắt giảm được đa số các DN áp dụng, chiến lược này tập trung vào du lịch nội địa và hoãn các chuyến du lịch của khách hàng nước ngoài vào tham quan trong nước và chuyến du lịch của khách hàng trong nước ra nước ngoài. Mục tiêu chính của chiến lược này là giảm chi phí và/hoặc các dòng sản phẩm trong ngắn hạn bằng cách thu hẹp phạm vi hoạt động kinh doanh. Bên cạnh đó, thu hẹp thị trường và hướng mục tiêu đến du lịch nội địa, tập trung vào thị trường nội địa đã được công nhận là một biện pháp hữu hiệu để bù đắp sự thiếu hụt về nhu cầu du lịch quốc tế trong ngắn hạn.

Nhiều DN đã lựa chọn phương án cắt giảm nhân sự hoặc luân chuyển nhân viên ở từng bộ phận để ứng phó với đại dịch. Thực tế cho thấy, nhiều đơn vị kinh doanh lữ hành chỉ giữ lại lực lượng chủ chốt để làm "bộ khung" cho sau này phục hồi. Khi phải lựa chọn giải pháp cuối cùng này, nhiều DN cũng đã lường trước được việc rất khó để "kéo" nguồn nhân sự cao

cấp quay lại làm việc khi du lịch phục hồi

3.2. Duy trì

Biện pháp duy trì kỳ vọng sự phục hồi của du lịch mà các DN áp dụng là: Đào tạo nhân lực, nâng cao tay nghề và bổ sung lực lượng thiếu hụt do lao động chuyển đổi ngành nghề. Hai năm qua, đối mặt với khủng hoảng do đại dịch COVID-19, các DN lữ hành tại Hà Nội phải đóng cửa kéo theo phần lớn lao động trực tiếp và gián tiếp buộc phải chuyển sang ngành nghề khác. Để hạn chế đến mức thấp nhất sự đứt gãy về nguồn lực lao động, bên cạnh việc tìm cách tinh giản bộ máy, chuyển đổi mô hình kinh doanh, cơ cấu lại vị trí việc làm để giữ chân những nhân sự cốt cán, một số DN còn chủ động lên phương án đào tạo, trang bị thêm những kiến thức, kỹ năng mới cho người lao động nhằm đáp ứng những đòi hỏi của du lịch trong điều kiện bình thường mới. Đơn cử, DN lữ hành Hanoitourist vừa qua đã tiến hành đào tạo trực tuyến cho khoảng 60 cán bộ, nhân viên về kỹ năng xây dựng, quảng bá sản phẩm, các yếu tố cần thiết để bảo đảm thực hiện tour du lịch an toàn, cách xử lý tình huống phát sinh khi có ca nghi nhiễm COVID-19... Nhiều DN du lịch ở Hà Nội cũng đã triển khai chương trình đào tạo trực tuyến miễn phí cho các nhân viên du lịch, sinh viên du lịch về quy trình tổ chức tour an toàn nhằm nâng cao khả năng thích ứng của nhân lực du lịch trong giai đoạn hiện nay.

3.3. Đổi mới

Với suy nghĩ rằng chiến lược đổi mới có thể tạo ra giá trị trong dài hạn, các DN cho rằng họ sẽ “hạn chế sự phụ thuộc vào thị trường nước ngoài không bền vững” và “hợp tác với các đối tác có cùng giá trị và tiêu chuẩn để hướng tới phát triển bền vững”. Một nhà quản

lý khi được phỏng vấn nhấn mạnh vai trò của việc đổi mới dịch vụ và nâng cao giá trị người tiêu dùng thông qua việc kích thích khách du lịch bằng các dịch vụ mới và giải quyết các mối quan tâm về sức khỏe và an toàn sẽ là điều cần thiết. Hợp tác với các DN khác trong chuỗi giá trị du lịch để tạo ra các combo du lịch an toàn hơn và rẻ hơn.

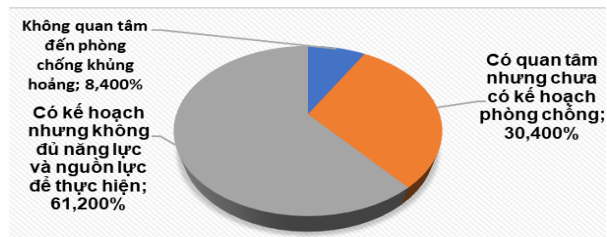
3.4. Rút lui

Đối mặt với nhiều áp lực từ đại dịch, nhiều DN lữ hành đã chọn ngừng hoạt động thậm chí có DN không dự tính thời gian quay trở lại thị trường du lịch. Một số DN hy vọng rằng việc rút lui là một phản ứng tạm thời đối với cuộc khủng hoảng và sau đó DN có thể quay lại với một chiến lược mới khi đại dịch kết thúc hoặc các quốc gia mở cửa cho du lịch quốc tế. Không có gì đáng ngạc nhiên khi các DN lựa chọn rút lui là những DN tập trung vào du khách quốc tế, nơi bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch.

4. ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC ỨNG PHÓ VỚI ĐẠI DỊCH COVID-19 CỦA CÁC DN LỮ HÀNH TẠI HÀ NỘI

4.1. Năng lực nhận thức của DN

Mức độ sẵn sàng ứng phó với khủng hoảng của các DN lữ hành được thể hiện qua việc lập kế hoạch và tổ chức thực hiện các hành động cụ thể. Kết quả khảo sát các DN lữ hành tại Hà Nội cho thấy, trong số 23 DN trả lời có 8,4% số DN không quan tâm đến phòng chống khủng hoảng hoặc không nhận thức được lợi ích của việc phòng chống khủng hoảng; 30,4% DN có quan tâm nhưng chưa có kế hoạch phòng chống và ứng phó với khủng hoảng; 61,2% DN đã có kế hoạch nhưng không đủ năng lực và nguồn lực để thực hiện (biểu đồ 02).

Biểu đồ 2. Mức độ sẵn sàng ứng phó với khủng hoảng của các DN

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát)

Ngoài ra còn một số lý do khác như: chưa đánh giá được mức độ rủi ro mà khủng hoảng có thể gây ra, không dự đoán trước và không chủ động phòng ngừa, kế hoạch phòng chống khủng hoảng chưa được xây dựng một cách cụ thể hoặc chủ quan vì từ trước đến giờ khủng hoảng chưa bao giờ ảnh hưởng đến hoạt động hoạt động sản xuất kinh doanh của DN.

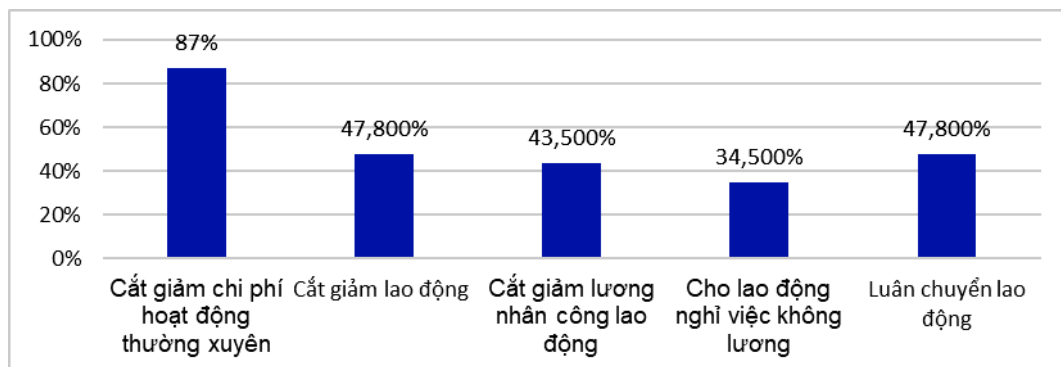
4.2. Năng lực kết nối của các DN

Các DN cũng đã nhận thức được tầm quan trọng của sự hợp tác, hỗ trợ nhau trong và sau

khi xảy ra khủng hoảng là cần thiết, cụ thể: 21,7% DN đã chia sẻ nguồn lực để cùng đối phó trong trường hợp khẩn cấp do khủng hoảng; 73% DN hợp tác với các DN cùng ngành nghề để cùng triển khai các hoạt động giảm nhẹ khủng hoảng là cần thiết. Tuy nhiên, vẫn còn những DN không có hoạt động kết nối, hợp tác (13%)

4.3. Năng lực thích nghi của các DN

Thời gian qua, để ứng phó với khó khăn do khủng hoảng tác động, các DN đã cắt giảm hoặc thay đổi hình thức làm việc của nhân viên, người lao động để giảm tối đa chi phí. Kết quả từ cuộc khảo sát cho thấy, để ứng phó với những khó khăn do tác động của đại dịch, 87% DN thực hiện cắt giảm chi phí hoạt động thường xuyên; 47,8% DN phải cắt giảm lao động; 43,5% phải cắt giảm lương nhân công lao động và 34,5% DN đã phải cho lao động nghỉ việc không lương; 47,8% các DN lựa chọn luân chuyển lao động (biểu đồ 03).

Biểu đồ 3. Mức độ cắt giảm chi phí của các DN

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát)

4.4. Năng lực sáng tạo của DN

Đổi mới sáng tạo sẽ thúc đẩy quá trình thay đổi tư duy, thay đổi các phương thức nghiên cứu, tiếp cận thị trường, vận hành DN, liên kết các chuỗi giá trị và chuỗi cung ứng dựa trên các nền tảng công nghệ. Các DN lữ hành tại Hà Nội đã và đang nỗ lực chuyển đổi số,

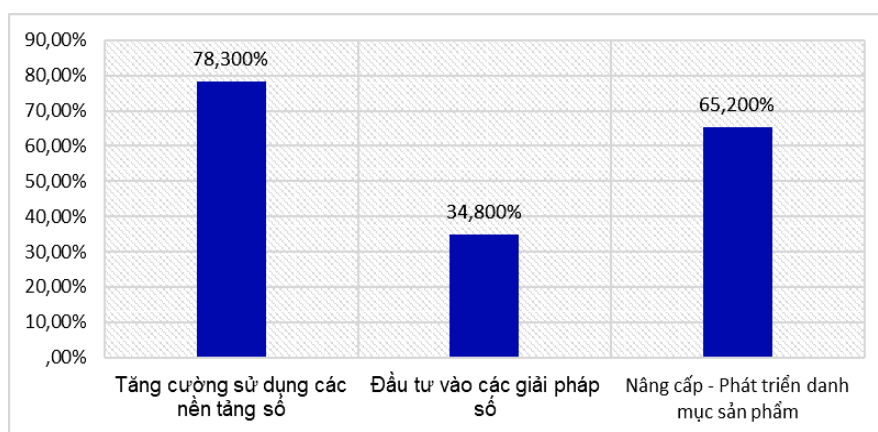
ứng dụng công nghệ vào quản lý và kinh doanh lữ hành nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các đối tượng liên quan trong việc tiếp cận thông tin, hình ảnh và các sản phẩm du lịch. Hoạt động các hệ thống các tài khoản trên mạng xã hội (facebook, youtube, tweeter, TikTok, Instagram...), tổng đài thông tin, tư

vấn, giải đáp du lịch đảm bảo việc cung cấp, khả năng tiếp cận thông tin cho khách du lịch đảm bảo môi trường du lịch minh bạch, an toàn định hướng phát triển thị trường cũng như việc tiếp nhận thông tin của khách, tăng khả năng tương tác và quảng bá hiệu quả điểm đến được triển khai và đẩy mạnh; phát triển

các phần mềm du lịch thông minh hỗ trợ khách du lịch.

Kết quả khảo sát cho thấy: 78,3% số DN đã tăng cường sử dụng các nền tảng số; 34,8% số DN đầu tư vào các giải pháp số; 65,2% DN nâng cấp/phát triển danh mục sản phẩm (biểu đồ 4).

Biểu đồ 4. Mức độ áp dụng công nghệ của các DN



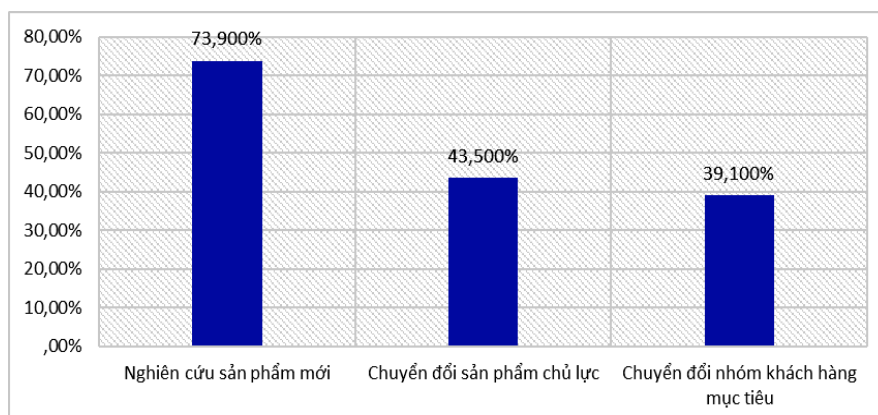
(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát)

Trong đó, các DN lữ hành lớn có xu hướng sử dụng nhiều hơn các nền tảng công nghệ số. Hiện tại, hầu hết ứng dụng nền tảng số tập trung vào các tính năng đầu-cuối như doanh số và phương thức thanh toán, ít phức tạp hơn và có chi phí thấp hơn so với những thay đổi về tính năng nghiệp vụ khác (marketing 34,8%, quản trị quan hệ khách hàng 21,7%,

bán hàng 17,4%).

Ngoài ra, các DN lữ hành tại Hà Nội đã triển khai đổi mới, đa dạng hóa sản phẩm. Kết quả khảo sát cho thấy: 73,9% DN nghiên cứu sản phẩm mới, 43,5% DN chuyển đổi sản phẩm chủ lực; 39,1% chuyển đổi nhóm khách hàng mục tiêu (biểu đồ 5).

Biểu đồ 5. Mức độ đổi mới, đa dạng hóa sản phẩm của DN



(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát)

Quan tâm đến làm mới các sản phẩm, tăng trải nghiệm cho du khách: Dịch COVID-19 đã làm thay đổi thói quen, nhu cầu, hành vi, sở thích của du khách. Do vậy, các đơn vị du lịch, lữ hành nắm bắt xu hướng, không thể mang sản phẩm cũ chào bán mà phải nghiên cứu, làm mới điểm đến, đáp ứng tốt nhất nhu cầu của du khách.

Đánh giá chung: Khi COVID-19 gây ra rối loạn trên toàn cầu, các DN lữ hành phải đối mặt với nhiều trở ngại và thách thức. Bằng cách tìm hiểu phản ứng mang tính chiến lược của các DN lữ hành tại Hà Nội với khủng hoảng COVID-19, cho thấy các DN đã lựa chọn các biện pháp thích nghi. Trong số đó, cắt giảm là định hướng chiến lược được các công ty du lịch áp dụng nhiều nhất. Điều này cho thấy phần lớn các công ty lữ hành tại Hà Nội tập trung vào phát triển các chiến lược ứng phó với khủng hoảng trong ngắn hạn hơn là dài hạn.

Thực tế cho thấy, mặc dù một số DN đã chuẩn bị kế hoạch phòng ngừa hoặc các phản ứng sẵn sàng đối phó các cuộc khủng hoảng, nhưng theo quan điểm của họ, mức độ và tác động của đại dịch này đã không được xem xét trong các kế hoạch quản lý khủng hoảng sẵn có. Quy mô, độ tuổi của DN có tác động đến nhận thức và kế hoạch, quy trình ứng phó. Những DN có sự chuẩn bị về kế hoạch, quy trình ứng phó khi có khủng hoảng xảy ra đa số là các DN có quy mô lớn, có kinh nghiệm và đội ngũ lãnh đạo có tầm nhìn, chiến lược. Sự khác biệt về kiến thức của những người làm ngành du lịch là do vai trò khác nhau của họ trong các kế hoạch quản lý khủng hoảng. Một số người/tổ chức làm ngành du lịch cũng thể hiện sự thiếu hiểu biết, tức là họ nhận ra rằng họ không có kiến thức về quản lý khủng hoảng.

So với các DN nhỏ và vừa, các DN lớn ít phải cắt giảm nhân sự hơn vì họ hiểu rằng việc mất các lao động lành nghề sẽ khiến cho chi phí

phải bỏ ra để đạt được chất lượng mà khách hàng mong đợi cao hơn. Nghiên cứu này khuyến nghị các DN lữ hành tại Hà Nội nói riêng và các DN du lịch nói chung nên tìm cách làm mới hoặc đổi mới chiến lược để đạt được giá trị lâu dài và theo đuổi sự phát triển bền vững. Điều này rất quan trọng vì COVID-19 có khả năng gây ra cú sốc kinh tế lớn và tạo ra những thay đổi cơ cấu trong ngành du lịch. Các DN cần phải “biến đổi” hoặc “thích nghi” thông qua một quá trình động tìm kiếm và học hỏi để thích ứng với môi trường kinh doanh biến động.

Năng lực sáng tạo và năng lực kết nối có tính chất quyết định đến khả năng phục hồi của các DN lữ hành. Hợp tác với các DN khác trong chuỗi giá trị du lịch để phát triển các combo/gói du lịch rẻ hơn và tạo ra trải nghiệm an toàn hơn cho khách hàng; ứng dụng công nghệ số trong kinh doanh cũng là một đổi mới chiến lược tốt nhằm ứng phó với COVID-19. Các DN đơn lẻ đang cố gắng hỗ trợ nhau bằng cả các biện pháp gián tiếp và trực tiếp. Các DN cũng thấy rõ cần tập trung vào các nguồn lực nội tại của họ khi bắt đầu quá trình phục hồi. Như một đối sách hợp lý, sự tập trung mạnh mẽ hơn vào các nguồn lực nội tại đã được nêu rõ trong các cuộc phỏng vấn, phù hợp với các nghiên cứu trước đây về khả năng phục hồi trong ngành du lịch sau COVID-19. Thời kỳ đại dịch COVID-19 đã khiến những DN lữ hành tại Hà Nội rất ý thức về sự cần thiết phải thay đổi.

5. GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC ỨNG PHÓ CỦA CÁC DN LỮ HÀNH TẠI HÀ NỘI TRONG BỐI CẢNH MỚI

5.1. Nâng cao nhận thức và chất lượng nguồn nhân lực du lịch để thích ứng với môi trường kinh doanh biến đổi

Đại dịch COVID-19 đã làm ảnh hưởng đến

công việc của hầu hết lao động hoạt động trong lĩnh vực du lịch, nhiều lao động du lịch đã bỏ ngành, chuyển ngành. Do vậy, sau đại dịch, việc quan trọng đầu tiên là cần có biện pháp giữ chân, thu hút, phục hồi lại lực lượng lao động cho ngành du lịch. Bên cạnh đó, cần tăng cường công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nhân lực du lịch chất lượng cao để bổ sung cho ngành du lịch, đáp ứng nhu cầu phát triển trong giai đoạn mới. Để nâng cao được nhận thức, các DN cần đổi mới trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch và đổi mới trong tuyển dụng nguồn nhân lực du lịch: Các DN cần xây dựng kế hoạch đầu tư nguồn nhân lực trong môi liên hệ và gắn kết hợp tác với các cơ sở đào tạo. Với cách làm này, DN sẽ thu hút được một lượng lao động nhất định, đáp ứng phần nào cầu về nguồn nhân lực.

5.2. Tăng cường ứng dụng chuyển đổi số trong kinh doanh du lịch

Chuyển đổi số ngành du lịch là phát triển du lịch một cách thông minh với sự hỗ trợ của công nghệ số trong việc xây dựng và chào bán sản phẩm, tiếp cận nhanh chóng đến khách hàng các thông tin sản phẩm, cung cấp các dịch vụ thuận tiện nhất cho khách du lịch với chính sách giá hợp lý nhất, quản lý chất lượng dịch vụ và làm du khách hài lòng mang lại hiệu quả cao hơn cho DN.

5.3. Tăng cường liên kết, hợp tác trong kinh doanh du lịch

Các DN lữ hành Hà Nội cần thực hiện các phương châm kinh doanh như sau: Có nhiều sản phẩm, dịch vụ du lịch cho 1 thị trường; Kết hợp nhiều sản phẩm, dịch vụ du lịch cho 1 đối tượng khách hàng, với giá cả thích hợp để thu hút khách du lịch quốc tế và nội địa. Cần tăng cường liên kết liên vùng tạo nên hiệu quả chung trong công việc, các DN LH ở

các địa phương có thể hỗ trợ nhau trong việc cung cấp các sản phẩm du lịch nâng cao chất lượng phục vụ, nâng cao hiệu quả liên kết giữa các Hội viên của Hiệp hội, nâng cao kiến thức, năng lực quản lý, chuyên môn; tạo nên sản phẩm liên kết chất lượng. Tiến hành ký kết hợp tác, gắn du lịch với các ngành nghề kinh doanh liên quan

5.4. Nâng cao hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước nhằm hỗ trợ các DN kinh doanh lữ hành tại Hà Nội

Các cơ quan quản lý Nhà nước cần hoàn thiện các quy định pháp luật về du lịch, xây dựng chiến lược tổng thể, quy chuẩn trong lĩnh vực du lịch; kiện toàn bộ máy quản lý nhà nước, mô hình DN quản lý ngành du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch. Hà Nội cần thực hiện nhanh nhất các thủ tục hỗ trợ cho DN lữ hành, các hướng dẫn viên của các công ty du lịch và người lao động trong lĩnh vực du lịch thuộc đối tượng được hỗ trợ. Sở Du lịch Hà Nội tổ chức hỗ trợ các DN lữ hành hoạt động tuyên truyền, quảng bá về các sản phẩm du lịch, tăng cường nhận diện thương hiệu thông qua các sự kiện, lễ hội, các kênh truyền thông, các hệ thống website, fanpage của thành phố.

Bên cạnh đó, Hà Nội cần xây dựng đề án chuyển đổi số trong ngành du lịch. Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu lớn về du lịch, cập nhật thông tin về hoạt động theo thời gian thực phục vụ hoạt động dự báo phát triển du lịch. Triển khai xây dựng bản đồ số du lịch Hà Nội cho du khách và người dân thông qua hệ thống website hoặc app ứng dụng với các tiện ích, cung cấp đa dạng các tính năng đáp ứng nhu cầu của du khách, đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch và cơ quan quản lý nhà nước

Tóm lại, du lịch là một trong những ngành kinh tế nhạy cảm và dễ bị tổn thương hơn

trước các cuộc khủng hoảng so với các ngành khác. Trong môi trường kinh doanh có nhiều biến động, khó đoán định với những qui luật hoàn toàn mới, điều đó đòi hỏi các DN càng phải nhận thức rõ vai trò của năng lực để ứng

phó và phục hồi. Trên cơ sở đánh giá thực trạng năng lực ứng phó của các DN lữ hành tại Hà Nội, các DN cần có giải pháp để nâng cao năng lực ứng phó nhanh chóng phục hồi và phát triển.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Báo cáo đánh giá tác động của covid 19 đến nền kinh tế và các khuyến nghị chính sách (2020), Trường Đại học Kinh tế quốc dân.
- [2] Binh Do, Clare D'Souza (2021) "Strategic responses to COVID-19: The case of tour operators in Vietnam", Tourism and Hospitality Research, 2022, Vol. 22 (1) 5–17.
- [3] COMCEC (2017), "Risk and Crisis Management in Tourism Sector: Recovery From Crisis in the OIC Member Countries"
- [4] Nguyễn Phúc Nguyên (2016), "Nâng cao năng lực cạnh tranh động của các DN:Nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch", Tạp chí Kinh tế & Phát triển.

Thông tin liên hệ:

Phạm Thị Lua

Điện thoại: 0983232332 - Email: ptlua@uneti.edu.vn

Khoa Kế toán, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.