

2022 - năm bùng nổ của du lịch nội địa

Du lịch Việt Nam ghi nhận sự tăng trưởng mạnh của khách nội địa 2022 khi đạt 101,3 triệu lượt, tăng 168,3% so với kế hoạch, vượt mức trước dịch.

Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Du lịch, trước Covid-19, lượng khách nội địa tăng đều qua các năm và đạt đỉnh vào 2019 với 85 triệu lượt. Năm 2022, sau khi gỡ bỏ mọi hạn chế đi lại, lượng khách nội địa cả năm đã đạt 101,3 triệu lượt, tăng 168,3% so với mục tiêu 60 triệu và vượt con số của 2019. Riêng ba tháng hè, lượng khách đạt hơn 35 triệu. Doanh thu đạt 495.000 tỷ đồng, vượt 23% kế hoạch. Nhiều chuyên gia khẳng định, đây là năm hồi sinh của du lịch nội địa.

Triệu lượt Lượng khách nội địa qua các năm Nguồn: Tổng cục Du lịch Lượng khách: 85

Năm	Lượng khách (triệu lượt)
2015	20
2016	20
2017	20
2018	20
2019	85
2020	20
2021	20
2022	101,3

Ông Đặng Mạnh Phước, CEO Outbox, đơn vị chuyên nghiên cứu thị trường và phân tích dữ liệu du lịch, cho rằng một trong những nguyên nhân khiến khách Việt ưu tiên du lịch nội địa sau Covid-19 vì việc di chuyển xa còn nhiều hạn chế, giá cả cao, mức độ an toàn về dịch bệnh chưa đảm bảo. Thời điểm Việt Nam mở cửa, nhiều nước và vùng lãnh thổ trong khu vực và lân cận như Singapore, Malaysia, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan... vẫn chưa mở. Thái Lan đã mở nhưng thủ tục phức tạp, phải xét nghiệm và nhiều lớp khai báo y tế.

Theo báo cáo của Outbox ngày 21/6, du lịch trong nước từ 1 đến 2 đêm được đánh giá ít gây lo ngại nhất (4,34/10 điểm), sau đó tới đi lại trong thành phố (4,58/10 điểm), trong nước dài hơn 2 đêm (4,68/10 điểm). Trong khi đó, việc giải trí ở nước ngoài vẫn gây lo ngại lớn hơn (6,08/10 điểm).

"Đó là lý do giải thích vì sao mùa hè vừa qua, du lịch nội địa nhộn nhịp", ông Phước cho hay. Nhờ chi phí hợp lý, sản phẩm đa dạng, mức độ an toàn về dịch bệnh cao, thậm chí cả "du lịch trả thù" cho những tháng ngày giãn cách nên được nhiều du khách lựa chọn đi trong nước.



Nhóm du khách TPHCM nghe hát Then và trải nghiệm ngồi bè mảng khi tham quan Tuyên Quang. Ảnh: *Vietravel*

Những con số và kết quả khảo sát cho thấy, sau Covid-19, du lịch nội địa là "cứu cánh" cho sự phục hồi và tăng trưởng của toàn ngành. Hoạt động vui chơi tại các trung tâm lớn diễn ra sôi động với nhiều sự kiện nổi bật, có sức lan tỏa. Nhiều địa phương ghi nhận lượng khách tăng cao như Phú Yên đón hơn 2,2 triệu lượt khách, tăng hơn 20% so với trước dịch, Phú Quốc tăng hơn 25% so với kế hoạch năm.

Ghi nhận của *VnExpress*, hơn 90% cơ sở lưu trú trên cả nước đã hoạt động bình thường. Trong dịp cao điểm hè, công suất phòng khách sạn tăng cao. Những ngày cuối tuần mức trung bình cả nước đạt trên 60%, các ngày trong tuần đạt tới 50%. Một số điểm nổi tiếng như Hạ Long (Quảng Ninh), Sa Pa (Lào Cai), Quy Nhơn (Bình Định), Phú Quốc (Kiên Giang) có thời điểm công suất phòng trên 95%.

Ngay sau khi tình hình dịch bệnh được kiểm soát, các doanh nghiệp lữ hành cũng đã quay lại thị trường. Để đáp ứng xu hướng và nhu cầu du lịch của khách nội địa, các công ty xây dựng nhiều nhóm sản phẩm.

"Giai đoạn dịch bệnh bắt đầu được kiểm soát, các doanh nghiệp lữ hành lớn cũng đã có sự chuẩn bị kỹ, chạy đà từ trước để sẵn sàng phục vụ du khách nội địa ngay khi có thể. Kế hoạch

kinh doanh thay đổi liên tục theo tình hình thực tế. Trong giai đoạn hè 2022, chúng tôi đã phục vụ hơn khoảng 30% lượng khách nội địa so với năm 2019", ông Trần Thế Dũng, Tổng giám đốc Lữ hành Fiditour-Vietluxtour, chia sẻ.

Cũng theo ông Dũng, kết quả này không bất ngờ vì thời điểm đó, du lịch trong nước là thị trường trọng tâm và các doanh nghiệp đều tập trung khai thác khi hoạt động outbound (đưa khách Việt Nam đi nước ngoài) chỉ mới giai đoạn khởi động lại. "Cùng với chiến lược rõ ràng, kế hoạch cụ thể và các đơn vị dịch vụ phối hợp nhịp nhàng, cùng hỗ trợ tạo điều kiện để thúc đẩy du lịch nên thị trường nội địa 'bùng nổ' dịp hè", ông Dũng nói thêm.

Các hãng hàng không cũng mở lại tất cả các đường bay nội địa và tăng tần suất dịp hè. Từ 1/6 đến 15/8, Vietnam Airlines Group (bao gồm Vietnam Airlines, Pacific Airlines, VASCO) cung cấp gần 6,3 triệu chỗ bay nội địa, tăng 6% so với năm 2019. Các chặng giữa Hà Nội, TP HCM, Đà Nẵng và các điểm du lịch tăng chỗ gần 30% so với cuối tháng 3.

Vietravel Airlines tăng mỗi ngày thêm 2 chuyến Hà Nội - TP HCM, 2 chuyến Hà Nội - Đà Nẵng, một chuyến Hà Nội - Quy Nhơn, 1-2 chuyến chặng TP HCM - Đà Nẵng/Quy Nhơn/Phú Quốc. Các chuyến bay nội địa trong thời gian từ tháng 6 đến tháng 8 luôn trong tình trạng đầy chỗ. Các chuyến Hà Nội - Đà Nẵng và TP HCM - Phú Quốc được quan tâm nhiều nhất mùa hè.

Bamboo Airways, dịp cao điểm hè cũng tăng khoảng 15% số chỗ với các chuyến bay tăng cường tới các điểm du lịch như Phú Quốc, Đà Nẵng, Nha Trang, Quy Nhơn và đường bay trực Hà Nội - TP HCM - Đà Nẵng.



Hành khách đợi làm thủ tục ở sân bay Nội Bài (Hà Nội) cuối tháng 6, giai đoạn cao điểm du lịch hè. Ảnh: *Ngọc Thành*

Theo nhận định của các chuyên gia, nội địa vẫn tiếp tục là động lực chính của du lịch Việt Nam trong năm 2023. "Trong bối cảnh năng lực phục hồi du lịch quốc tế còn nhiều hạn chế, nội địa sẽ vẫn rất tiềm năng cho các doanh nghiệp và điểm đến khai thác", ông Phước nhận định.

Tuy nhiên, khác với năm 2022, các chuyên gia cũng cho hay thị trường nội địa năm 2023 sẽ có nhiều thử thách hơn khi các nhu cầu kết nối gia đình và nghỉ dưỡng sau dịch bệnh đã được giải quyết nên sẽ khó có sự bùng nổ đột biến. Ngoài ra, kinh tế trong nước giai đoạn cuối năm 2022 sẽ ảnh hưởng đến kế hoạch chi tiêu của người dân đối với hoạt động du lịch trong nửa đầu năm, thậm chí cả năm 2023.

Các doanh nghiệp lữ hành cũng chia sẻ, sự trở lại của du lịch outbound cũng là một áp lực cạnh tranh cho các điểm đến trong nước khi du khách Việt sẽ có xu hướng quay trở lại việc đi nước ngoài với mức chi phí hợp lý hơn, những ưu đãi rõ ràng và sản phẩm độc đáo, nếu so sánh với các sản phẩm đơn thuần nghỉ dưỡng trong nước.

Năm 2023, ngành du lịch Việt Nam đặt mục tiêu đón 110 triệu lượt khách, trong đó khoảng 102 triệu khách nội địa và 8 triệu lượt khách quốc tế. Tổng thu từ du lịch 650.000 tỷ đồng.

Theo chuyên gia, nhằm thúc đẩy du lịch nội địa tăng trưởng, cần xây dựng sản phẩm hấp dẫn, gia tăng trải nghiệm cho khách Việt, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ phù hợp với nhu cầu khách.

"Du lịch nội địa ngày càng phát triển theo hướng bền vững. Vì thế, phải quản lý tốt các điểm đến, không rác và nước thải bẩn. Liên kết vùng là điều cấp thiết để tạo ra sản phẩm mới, hấp dẫn", ông Phạm Hà, Chủ tịch Lux Group, nói và cho biết du lịch liên kết sẽ tạo nên giá trị thu hút được khách nội địa.