

TÍNH MÙA VỤ VÀ XU HƯỚNG BIẾN ĐỘNG CỦA LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH ĐẾN THỪA THIÊN HUẾ

Nguyễn Thị Lệ Hương¹, Phan Thanh Hoàn¹

Ngày nhận bài: 20/04/2022

Ngày nhận bản sửa: 12/05/2022

Ngày duyệt đăng: 27/06/2022

Tóm tắt: Ảnh hưởng của đại dịch Covid 19 đã làm cho hoạt động du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế hầu như ngưng trệ từ những tháng đầu năm 2020. Cơ hội cho hoạt động du lịch phục hồi là rất khả quan khi dịch bệnh được kiểm soát tốt. Sử dụng dữ liệu thứ cấp để phân tích tính mùa vụ và sự biến động của lượng khách du lịch, kết hợp với một số nhận định về xu hướng du lịch sau đại dịch Covid 19, bài viết đề xuất 3 nhóm khuyến nghị góp phần tăng cường khả năng thích ứng cho hoạt động đón khách du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế trong thời gian tới.

Từ khóa: Khách du lịch; Mùa vụ du lịch; Covid 19; Thừa Thiên Huế.

1. Mở đầu

Từ những tháng đầu năm 2020, trong khó khăn chung của ngành du lịch thế giới, du lịch Việt Nam phải đối mặt với những tổn thất nghiêm trọng do đại dịch Covid 19 gây ra. Riêng với Thừa Thiên Huế (TTH), cả hệ thống du lịch gần như ngưng trệ mọi hoạt động, khách du lịch giảm mạnh với khoảng 3,1 triệu lượt khách, trong đó khách quốc tế giảm 1,6 triệu lượt, thiệt hại gần 2.000 tỷ đồng so với năm 2019 (Sở du lịch TTH, 2020). Cùng với sự nỗ lực của Chính phủ trong việc kích cầu du lịch nội địa, TTH đã thực hiện đồng thời nhiều biện pháp như hỗ trợ doanh nghiệp và người lao động du lịch, áp dụng các chính sách giảm phí tham quan, thực hiện hoạt động truyền thông tại chỗ thông qua hình ảnh, video clip và thông tin liên quan trên các trang trực tuyến của ngành du lịch như Facebook, Youtube, Tiktok... nhưng với sự chuyển biến phức tạp của dịch bệnh Covid như hiện nay thì kết quả hoạt động du lịch trong thời gian tới khó đạt được như mong đợi.

Kinh nghiệm thực tế cho thấy, giống như những tác động tiêu cực đến ngành du lịch do khủng hoảng tài chính năm 1997 và 2008, dịch hội chứng suy hô hấp cấp tính nghiêm trọng (SARS) năm 2003..., đại dịch COVID-19 chỉ gây ra một cú sốc tạm thời

¹Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, email: ntlhuong@hce.edu.vn

cho ngành du lịch, mọi hoạt động du lịch sẽ được phục hồi khi dịch bệnh kiểm soát (Zhang & cộng sự, 2021). Tuy nhiên, do sự không chắc chắn và tính biến động của đại dịch COVID 19, việc phục hồi du lịch phải bao gồm một quá trình dựa trên các hành động theo từng giai đoạn kế hoạch cho các thị trường tương ứng (World Tourism Cities Federation, 2020).

Tương tự như nhiều quốc gia trên thế giới, để ứng phó với dịch bệnh, Việt Nam chuẩn bị phương án phục hồi du lịch theo các giai đoạn: Nói lỏng hạn chế đi lại; thúc đẩy du lịch nội địa; mở lại các đường bay nội địa và quốc tế; thúc đẩy thị trường khách đi lẻ và thị trường khách đoàn đi số lượng lớn. Hiện nay, khi dịch bệnh Covid 19 đang dần được kiểm soát, bên cạnh việc tiếp tục thực hiện chiến lược kích cầu du lịch nội địa, Chính phủ Việt Nam đã đồng ý cho 5 địa phương là Kiên Giang, Khánh Hòa, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ninh được thí điểm đón khách du lịch quốc tế từ tháng 11.2021 (Văn phòng chính phủ, 2021). Điều này cho thấy, cơ hội khôi phục hoạt động du lịch Việt Nam trong thời gian tới là rất khả quan. Vì vậy, đổi mới ngành du lịch để Việt Nam có thể đẩy nhanh tốc độ phục hồi sau Đại dịch Covid là nội dung đang được quan tâm hiện nay (Constantin & cộng sự, 2021).

Trong quá trình phục hồi du lịch, các nhận định về xu hướng và dự báo nhu cầu du lịch là rất quan trọng để đưa ra các quyết định hành động phù hợp cho từng giai đoạn phục hồi (World Tourism Cities Federation, 2020). Trong khi các phương pháp dự báo truyền thống về du lịch không còn phù hợp trong các giai đoạn khủng hoảng, thì việc kết hợp đặc điểm trong hoạt động du lịch của điểm đến như xu hướng biến động của du khách, tính mùa vụ, đặc trưng hoạt động du lịch... với xu hướng và nhận định về hoạt động du lịch sau dịch Covid là căn cứ quan trọng để xây dựng kế hoạch cho quá trình khôi phục hoạt động du lịch của mỗi điểm đến (Zhang và cs, 2021).

Trong phạm vi nghiên cứu của bài báo, từ kết quả phân tích đặc điểm mùa vụ và xu hướng biến động lượng khách du lịch đến TTH, kết hợp với nhận định về xu hướng du lịch sau đại dịch Covid 19, tác giả đề xuất một số khuyến nghị về tăng cường khả năng thích ứng cho hoạt động đón khách du lịch của TTH trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Một số khái niệm cơ bản

2.1.1. Khách du lịch

Khách du lịch đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển du lịch, hầu hết mọi hoạt động như nâng cao chất lượng phục vụ, đa dạng hóa sản phẩm du lịch, xây dựng hình ảnh điểm đến hay phát triển thương hiệu du lịch... đều nhằm mục đích thu hút du khách.

Theo Luật du lịch Việt Nam (2017), khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc để nhận thu nhập ở nơi đến. Khách du lịch gồm:

Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam, người nước ngoài cư trú ở Việt Nam đi du lịch trong lãnh thổ Việt Nam; khách du lịch quốc tế đến Việt Nam là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch; và khách du lịch ra nước ngoài là công dân Việt Nam và người nước ngoài cư trú ở Việt Nam đi du lịch nước ngoài.

Trong phạm vi nghiên cứu của bài viết, dữ liệu khách du lịch phục vụ cho phân tích gồm khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế đến Việt Nam theo quy định Luật du lịch Việt Nam.

2.1.2. Tính mùa vụ và xu hướng biến động lượng khách du lịch

Sự gia tăng nhanh chóng của lượng khách du lịch trên toàn thế giới trong 10 năm trở lại đã cho thấy một xu thế phát triển ngày càng mạnh mẽ của lĩnh vực du lịch. Cùng với việc không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm du lịch và hoàn thiện các điều kiện về cơ sở vật chất kỹ thuật nhằm thu hút du khách, các điểm đến đồng thời phải có những biện pháp phù hợp trong hoạt động đón khách, chủ động kiểm soát và quản lý khách du lịch nhằm đảm bảo cho sự phát triển bền vững hoạt động du lịch của mình (Shoval & Isaacson, 2007). Nghiên cứu sự biến động của khách du lịch theo thời gian tại các điểm đến là một trong những cách thức cung cấp các thông tin về đặc điểm của lượng khách đến, tối ưu hóa khả năng hiện thực và cải thiện việc sử dụng các nguồn lực, từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho việc quản lý và tổ chức các hoạt động du lịch tại điểm đến một cách hiệu quả (Smallwood & cộng sự 2012; Shao & Zhang, 2017).

Cùng với nghiên cứu xu hướng biến động lượng khách, tính mùa vụ du lịch được xem là đặc điểm nổi bật nhất và là một hiện tượng du lịch toàn cầu được công nhận rộng rãi (Baum & Lundtorp, 2001; Corluka, 2019). Do ảnh hưởng của khí hậu, thời gian rảnh, đặc trưng của sản phẩm du lịch cùng nhiều yếu tố khách quan và chủ quan khác nhau... hầu hết các điểm đến trên thế giới đang phải đối mặt với sự tập trung theo mùa của các hoạt động du lịch. Allcock (1989) khẳng định: tính mùa vụ của du lịch là xu hướng biến động của khách du lịch tập trung cao điểm vào những khoảng thời gian tương đối ngắn một vài tuần hoặc vài tháng bận rộn trong năm. Đây có thể là những nguyên nhân dẫn đến sự quá tải, kém hiệu quả các hoạt động du lịch và là gánh nặng lớn về nguồn lực vật chất và xã hội mà các điểm đến phải đối mặt hàng năm.

Đối với hoạt động du lịch tại một điểm đến, nhu cầu khách du lịch đạt đến đỉnh điểm trong vài tuần hoặc vài tháng trong năm, được lặp lại qua nhiều năm, mang tính hệ thống và hình thành quy luật mùa vụ (Cooper & cộng sự, 2005). Đây là hiện tượng mất cân bằng giữa các thời gian trong năm của hoạt động du lịch, thể hiện qua số lượng du khách, chi tiêu của khách, lưu lượng khách trên các hình thức vận chuyển, cường độ việc làm và tiếp nhận khách du lịch các điểm tham quan... có sự chênh lệch khá lớn. Sự dao động lặp đi, lặp lại về mối quan hệ cung và cầu du lịch không khớp nhau theo thời gian (tháng, quý) tạo ra sự nhàn rỗi hoặc cao điểm của hoạt động du lịch hàng năm. Chính vì vậy, tính mùa vụ du lịch sẽ ảnh hưởng đến tất cả các khía cạnh của các hoạt động cung - cầu du lịch như: giá cả, công suất phòng, nguồn nhân lực, khối lượng dịch vụ cung ứng, các hoạt động và các điểm tham quan sẵn có (Corluka, 2019).

Đối với mỗi điểm đến, thường gắn với những loại hình du lịch đặc trưng (du lịch biển, du lịch sinh thái, du lịch di sản...) đồng thời bị ảnh hưởng bởi các yếu tố khác nhau (khí hậu, thể chế, thời gian rảnh rỗi...) nên tính mùa vụ trong du lịch diễn ra khác nhau. Thực tế cho thấy, nghiên cứu tính mùa vụ du lịch được thực hiện cho nhiều điểm đến nhưng các biện pháp đề xuất về các ứng xử phù hợp nhằm chống lại hoặc giảm thiểu tác động tiêu cực của tính mùa vụ du lịch thường khó đạt được kết quả như mong đợi (Corluka.G, 2019). Tuy nhiên, phân tích quy luật mùa vụ và biến động lượng khách du lịch theo thời gian luôn là một nội dung trọng tâm mà các điểm đến cần thực hiện để chủ động với hoạt động du lịch của mình.

2.2. Đo lường tình mùa vụ và xu hướng biến động lượng khách du lịch theo thời gian

2.2.1. Đo lường tính mùa vụ du lịch

Tính mùa vụ là một đặc điểm nổi bật nhưng khó để loại bỏ những ảnh hưởng tiêu cực của nó trong hoạt động du lịch. Để giải quyết tính mùa vụ du lịch, điều quan trọng là phải nhận diện được nó. Thực tế cho thấy, xác định mùa vụ du lịch được xem như một đặc trưng tiêu chuẩn của ngành, căn cứ vào đó để các điểm đến nỗ lực trong việc sử dụng các biện pháp phù hợp nhằm giảm thiểu hạn chế do tính mùa vụ mang lại (Baum & Lundtorp, 2001). Do vậy, xác định tính mùa vụ du lịch thường xuyên và định kỳ góp phần tăng cường tính chủ động của điểm đến trong hoạt động du lịch.

Khi thực hiện đo lường tính mùa vụ du lịch, cần phân biệt rõ ràng với những thay đổi của hiện tượng nghiên cứu trong chuỗi thời gian như: tính xu hướng, sự biến động theo chu kỳ, biến động do yếu tố ngẫu nhiên (Corluka.G, 2019). Để đo lường tính mùa vụ du lịch, dữ liệu của dãy số thời gian được thu thập theo tháng hoặc quý qua các năm.

Trong phạm vi nghiên cứu của bài báo, tính mùa vụ của khách du lịch được đo lường theo tháng.

Công thức:
$$S_t = \frac{\sum y_t}{n}$$

Trong đó: S_t : Chỉ số thời vụ tháng t ($t = \overline{1,12}$)
 y_t : Lượng khách tháng t
 $\bar{y}$: lượng khách trung bình trượt trung tâm
 n : số mức độ (năm)

Về cách tính lượng khách trung bình trượt trung tâm ($\bar{y}$), sau khi xác định có sự tồn tại biến động của hiện tượng nghiên cứu theo mùa, sử dụng trung bình trượt (theo tháng gồm 12 mức độ; theo quý gồm 4 mức độ) để tách thành phần mùa, thành phần bất thường ra khỏi thành phần xu hướng. Khi sử dụng trung bình trượt với mức độ chẵn, các giá trị có được không tương ứng với các tháng hoặc quý của dữ liệu gốc, do đó sử dụng giá trị trung bình trượt trung tâm gồm 2 mức độ trung bình trượt liền kề để khắc phục (Anderson & cộng sự, 2011).

Đối với kết quả chỉ số mùa vụ theo tháng, những tháng có chỉ số mùa vụ $S_t > 1,0$ (100%) thể hiện sự ảnh hưởng của các yếu tố mùa làm lượng khách du lịch tại điểm đến cao hơn mức trung bình (1 hoặc 100%), gọi là mùa cao điểm và ngược lại, những tháng có chỉ số mùa vụ $S_t < 1,0$ (100%) thể hiện lượng khách du lịch tại điểm đến thấp hơn mức trung bình, gọi là mùa thấp điểm (Lim và McAleer, 2001).

2.2.2. Đo lường xu hướng biến động lượng khách du lịch có khử yếu tố mùa vụ

Các thành phần của một chuỗi thời gian gồm thành phần xu hướng (T_t), thành phần chu kỳ (C_t), thành phần mùa (S_t) và thành phần bất thường (I_t). Sử dụng mô hình nhân để đo lường xu hướng biến động lượng khách du lịch theo thời gian bao gồm 4 thành phần nêu trên.

Trong nghiên cứu thực tế, thành phần chu kỳ (C_t) thường được xác định thông qua chuỗi thời gian dài (≥ 10 năm). Để ước lượng thành phần này, việc thu thập dữ liệu thường gặp khó khăn và sử dụng chuỗi thời gian dài có thể làm ảnh hưởng đến xu hướng của hiện tượng nghiên cứu. Do đó, mô hình nhân gồm 3 thành phần thường được sử dụng (Anderson & cộng sự, 2011).

Công thức:
$$Y_t = T_t \times S_t \times I_t$$

Trong đó: T_t : thành phần xu hướng; S_t : thành phần mùa; I_t : thành phần bất thường.

Các bước thực hiện phân tích xu hướng biến động lượng khách du lịch theo thời gian có khử yếu tố mùa vụ gồm:

Bước 1. Tính chỉ số mùa (S_t)

Bước 2. Tính lượng khách du lịch (KDL) biến động theo thời gian đã khử mùa ($\frac{y_t}{S_t}$)

Bước 3. Dùng chuỗi thời gian đã khử mùa để nhận diện xu hướng biến động KDL

Phương trình xu thế tuyến tính: $T_t = b_0 + b_1t$

Trong đó: T_t : KDL theo chuỗi thời gian đã khử mùa ở kỳ t
 b_0 : Tung độ gốc của đường xu hướng (hệ số chặn)
 b_1 : độ dốc của đường xu hướng
 t : thời gian ($t = 1...n$)

2.3. Nhận định xu hướng du lịch Việt Nam sau đại dịch Covid 19

Dịch Covid-19 diễn ra từ những tháng đầu năm 2020 đã tác động tiêu cực đến nền kinh tế Việt Nam, trong đó, ngành Du lịch bị ảnh hưởng rất nặng nề. Các lệnh cấm bay do áp dụng chỉ thị 15 và 16 của Thủ tướng Chính phủ về các biện pháp phòng, chống dịch Covid-19 cùng với sự lo ngại của du khách về dịch bệnh đã làm cho các khách sạn, nhà hàng và điểm vui chơi giải trí tại các điểm du lịch trở nên vắng khách, kéo theo sự sụt giảm mạnh về kết quả kinh doanh du lịch. So với năm 2019, trong năm 2020 khách quốc tế đến Việt Nam chỉ đạt 3,8 triệu lượt khách, giảm 78,7%; doanh thu từ hoạt động lữ hành giảm 59,5%. Mặc dù đối mặt với những khủng hoảng nhưng du lịch thế giới nói chung và du lịch Việt Nam sẽ phục hồi sau khi đại dịch Covid-19 được kiểm soát (Tổng cục Thống kê Việt Nam, 2020). Để hoạt động du lịch thích ứng với bối cảnh mới, nắm bắt xu hướng và nhận định về du lịch sẽ giúp các điểm đến chủ động với hoạt động đón khách của mình.

Theo Traveloka (2020), dự đoán 4 xu hướng du lịch bùng nổ hậu Covid gồm:

Thứ nhất, xu hướng du lịch không chạm: nghĩa là mọi thông tin sẽ được cập nhật trên hệ thống công nghệ hiện đại. Chẳng hạn, các quy trình tại quầy làm thủ tục, quầy lễ tân sẽ được tự động hóa (check in điện tử, thanh toán điện tử, khai báo hải quan điện tử, nhận dạng khuôn mặt...); trên máy bay, tại các điểm đến du lịch, các nhà hàng, khách sạn... sử dụng thiết bị không chạm hiện đại như vòi nước cảm ứng, cửa đóng/mở tự động... Tất cả sẽ giúp hoạt động du lịch trở nên an toàn và tiện lợi hơn. Xu hướng này, thực chất là khả năng ứng dụng công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo, Internet trong lĩnh vực du lịch (Trần Doãn Cường, 2021)

Thứ hai, xu hướng du lịch tại chỗ (Staycation): là loại hình du lịch trong phạm vi gần, nghĩa là sẽ trải nghiệm du lịch ngay tại địa phương. Với hình thức du lịch này, hạn chế được nguy cơ lây lan dịch bệnh, tiết kiệm đáng kể chi phí và khám phá những nhiều điều thú vị ngay gần bên.

Thứ ba, Du lịch chăm sóc sức khỏe lên ngôi: xu hướng du lịch không chỉ dừng lại ở việc ăn uống sang trọng, thưởng ngoạn cảnh đẹp. Mục đích cốt lõi của du lịch chăm sóc sức khỏe (ngồi thiền, tập yoga, dưỡng sinh, tắm khoáng nóng...) chính là phục hồi thể chất và tái tạo tinh thần.

Thứ tư, Du lịch hướng tới những nơi cô lập và ít được biết đến. Để du lịch an toàn trong thời điểm dịch Covid19 chưa được kiểm soát hoàn toàn, nhiều người có xu hướng

tìm đến những vùng đất hoang sơ, những nơi có tính chất cô lập. Đó có thể là vùng nông thôn yên tĩnh rời xa phố thị ồn ào, là điểm nghỉ dưỡng ở vùng núi cao, là những hòn đảo hay bãi biển chưa được khai thác du lịch.

Ngoài 4 xu hướng du lịch trên, Trần Doãn Cường (2021) và Constantin & cộng sự (2021) đã có thêm một số nhận định cho du lịch Việt Nam như sau:

Thứ nhất, Xu hướng du lịch điểm đến an toàn, thân thiện tiếp tục được duy trì, đặc biệt trong bối cảnh dịch bệnh Covid 19, điểm đến an toàn, kiểm soát được dịch bệnh chính là lựa chọn hàng đầu của du khách.

Thứ hai, Xu hướng du lịch dịch chuyển từ nhu cầu du lịch quốc tế sang nhu cầu du lịch nội địa. Constantin & cộng sự (2021) khẳng định: trong khi viễn cảnh phục hồi trở về trạng thái trước COVID-19 có vẻ như còn rất xa vời, thì ngành du lịch có thể dựa vào các hoạt động trong nước để phục hồi trong ngắn hạn. Năm 2019, du khách Việt Nam chi 15,5 tỷ USD, nhưng có đến 5,9 tỷ USD trong số đó dịch chuyển ra nước ngoài. Giờ đây, phần lớn du khách sẽ đi du lịch trong nước. Vì vậy, đây là cơ hội để các công ty lữ hành khai thác được giá trị này.

Thứ ba, Xu hướng du lịch quốc tế bằng hộ chiếu Vaccine. Chung quan điểm này, Constantin & cộng sự (2021) cho rằng, du khách quốc tế đầu tiên đến Việt Nam sau phục hồi dự kiến sẽ là từ các nước Châu Á như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Thái Lan, Malaysia.

Từ xu hướng và nhận định trên, có thể tóm lược thành 5 điểm cần thực hiện để các điểm đến du lịch Việt Nam có thể nhanh chóng phục hồi trạng thái hoạt động hậu Covid gồm: điểm đến an toàn, thân thiện; phát triển du lịch sau dịch Covid dựa vào khách nội địa; du lịch không chạm; du lịch chăm sóc sức khỏe và du lịch tại chỗ Staycation; và du lịch quốc tế bằng hộ chiếu Vaccine.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng dữ liệu thứ cấp thu thập từ báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh du lịch của Sở Du Lịch Thừa Thiên Huế từ năm 2015 – 2020, báo cáo tình hình khách du lịch của Tổng cục du lịch Việt Nam, bài báo khoa học và các thông tin trên Website liên quan đến nội dung nghiên cứu...

Phương pháp phân tích dữ liệu gồm: thống kê mô tả (số tuyệt đối, số tương đối, số bình quân, đồ thị...) để tóm tắt các dữ liệu nghiên cứu; phương pháp dãy số thời gian để so sánh biến động lượng khách; phương pháp tính chỉ số mùa vụ, hàm xu thế tuyến tính để phân tích xu hướng biến động lượng khách theo thời gian và một số phương pháp khác...

Dữ liệu được xử lý trên Excel và SPSS 22.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Tình hình lượng khách du lịch đến Thừa Thiên Huế giai đoạn 2015 – 2019

Trong giai đoạn 2015 – 2019, du lịch TTH đã có những thay đổi tích cực về các mặt như: cơ sở hạ tầng ngày càng được hoàn thiện, cơ sở lưu trú tăng về số lượng lẫn chất lượng, các hoạt động vui chơi giải trí đã được chú trọng hơn, hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch được đẩy mạnh trong và ngoài nước, quy hoạch về không gian nhất là không gian du lịch trên địa bàn thành phố Huế đã có nhiều đổi thay mang tính tích cực, tạo nên diện mạo và sức hấp dẫn mới cho người dân và du khách... Do đó, hoạt động du lịch đạt được những kết quả đáng kể.

Bảng 1 cho thấy, qua 5 năm tổng lượng khách du lịch đến TTH liên tục tăng, từ 3125,5 nghìn lượt khách năm 2015 lên đến 4819,6 nghìn lượt khách năm 2019, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 11,4%/năm tương ứng với mức tăng 423,5 nghìn lượt khách/năm. Trong đó, khách du lịch quốc tế tăng nhanh với 21%/năm tương ứng mức tăng 291,5 nghìn lượt khách/năm và khách nội địa tăng 5,8%/năm tương ứng với 132 nghìn lượt khách/năm trong giai đoạn trên.

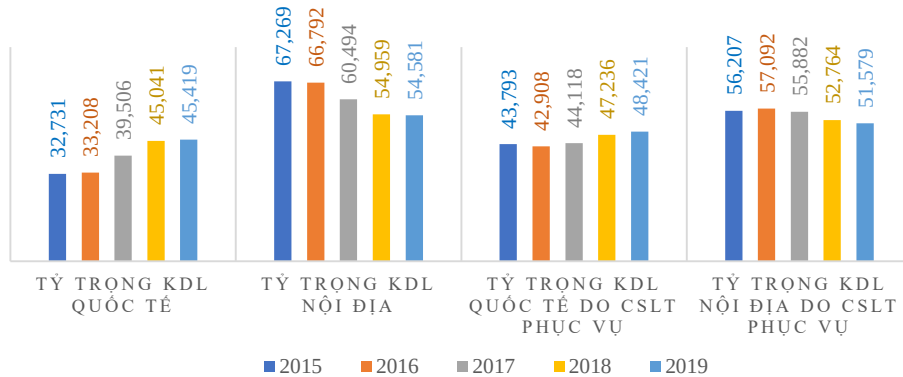
Về lượng khách do CSLT phục vụ, chỉ đạt từ 46,% – 57% trong tổng khách du lịch đến TTH hàng năm và đang có xu hướng giảm, từ 56,9% năm 2015, còn 46,5% năm 2019. Tỷ lệ này đều giảm cho cả khách quốc tế và khách nội địa do CSLT phục vụ trên địa bàn TTH. Về số lượng khách lưu trú, tính riêng năm 2016, do ảnh hưởng ô nhiễm môi trường biển ở các tỉnh miền trung từ tháng 4 nên có sự ảnh hưởng nhất định đến lượng khách lưu trú, cụ thể giảm 33,3 nghìn lượt khách tương ứng giảm 1,87% so với năm 2015. Các năm còn lại, lượng khách tăng với tốc độ tăng trưởng bình quân chậm với khoảng 6%/năm tương ứng với 116,1 nghìn lượt khách/năm.

Bảng 1. Tình hình khách du lịch đến Thừa Thiên Huế giai đoạn 2015 – 2019

Chỉ tiêu	2015	2016	2017	2018	2019	$\bar{A}_{(15-19)}$	$\bar{T}_{(15-19)}$
1. Tổng KDL (1000 lượt khách)	3125,5	3253,6	3800,0	4332,7	4819,6	423,5	111,4
- KDL Quốc tế	1023,0	1080,5	1501,2	1951,5	2189,0	291,5	121,0
- KDL Nội địa	2102,5	2173,2	2298,8	2381,2	2630,6	132,0	105,8
2. Khách do CSLT phục vụ (1000 lượt khách)	1777,1	1743,8	1847,9	2094,6	2241,6	116,1	106,0
- KDL Quốc tế	778,2	748,2	815,2	989,4	1085,4	76,8	108,7
- KDL Nội địa	998,9	995,6	1032,6	1105,2	1156,2	39,3	103,7
3. Khách do CSLT phục vụ/Tổng KDL (%)	56,9	53,6	48,6	48,3	46,5	-	-
- KDL Quốc tế	76,1	69,3	54,3	50,7	49,6	-	-
- KDL Nội địa	47,5	45,8	44,9	46,4	44,0	-	-

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo của Sở Du lịch TTH (2015 – 2019)

Ghi chú: $\bar{A}$: lượng tăng (giảm) tuyệt đối bình quân (đvt: 1000 lượt khách); $\bar{T}$: tốc độ phát triển bình quân (%)



Hình 1. Cơ cấu khách du lịch đến Thừa Thiên Huế giai đoạn 2015 – 2019

(Đvt: %)

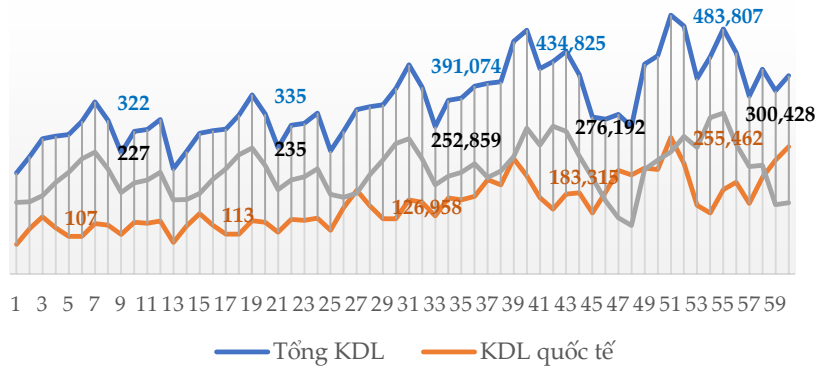
Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo của Sở Du lịch TTH (2015 – 2019)

Cùng với sự gia tăng của khách du lịch qua các năm, cơ cấu nguồn khách đến TTH đang có sự thay đổi rõ nét. Hình 1 thể hiện: tỷ trọng tổng khách quốc tế tăng dần từ 33% năm 2015 lên đến 45% năm 2019 và khách quốc tế do cơ sở lưu trú phục vụ cũng tăng từ 44% - 48% trong thời gian trên. Lượng khách quốc tế tăng cả về số lượng lẫn kết cấu trong thời gian qua nằm trong xu hướng chung của du lịch Việt Nam. Một trong những nguyên nhân là do Việt Nam áp dụng chính sách miễn visa đối với một số quốc gia, vì vậy tạo nên sự tăng trưởng khá mạnh về lượng khách du lịch đến từ châu Âu và một số nước Châu Á như Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan... Đối với TTH, hiện nay khách quốc tế tập trung vào một số thị trường truyền thống như Thái Lan (13%), Pháp (7,7%), Anh (5,8%), Mỹ (5,5%), Đức (4,6%)... đặc biệt, từ năm 2016 Hàn Quốc dẫn đầu danh sách thị trường quốc tế, đến năm 2019 chiếm trên 28% trong tổng khách quốc tế đến TTH (Sở du lịch TTH, 2019). Xu hướng khách Hàn Quốc đến Huế mặc dù tạm dừng do ảnh hưởng của dịch Covid năm 2020 và 2021, tuy nhiên khách Hàn Quốc được nhận định là sẽ tiếp tục trở lại mạnh mẽ vào khoảng nửa cuối năm 2022 (Sở du lịch TTH, 2020). Do đó, chuẩn bị tốt mọi nguồn lực phục vụ cho sự sôi động của thị trường du lịch trong thời gian tới là yêu cầu đặt ra cho TTH nói riêng và các điểm đến tại Việt Nam.

4.2. Chỉ số mùa vụ của khách du lịch đến Thừa Thiên Huế

Giai đoạn 2015 – 2019 lượng khách du lịch đến Huế, gồm cả khách quốc tế và khách nội địa tăng đều qua các năm. Riêng năm 2016, mặc dù ô nhiễm môi trường biển có ảnh hưởng nhất định đến du lịch Thừa Thiên Huế từ tháng 4 – tháng 10 nhưng nhìn chung không có sự biến động đáng kể về lượng khách so với năm trước. Xem xét biến động của lượng khách theo các tháng trong 5 năm từ 2015 – 2019 (Hình 2) cho thấy, sự

biến động lượng khách tập trung vào một số tháng nhất định qua 5 năm và có xu hướng tăng rõ rệt. Cụ thể, đối với tổng lượt khách du lịch, lượng khách tăng mạnh ở tháng 7, trong khi đó khách quốc tế tập trung vào tháng 3, khách nội địa tăng mạnh vào tháng 7 và 8, xu hướng này được lặp đi lặp lại trong 5 năm từ 2015 – 2019. Điều này cho thấy có yếu tố mùa rõ nét trong hoạt động du lịch của tỉnh TTH.

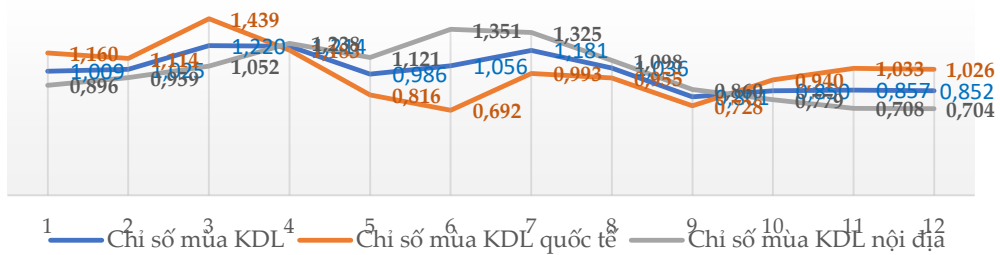


Hình 2. Tình hình khách du lịch đến Thừa Thiên Huế theo tháng qua 5 năm (2015 – 2019) (Đvt: 1000 lượt khách)

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo của Sở Du lịch TTH (2015 – 2019)

Sử dụng dữ liệu 12 tháng trong giai đoạn từ 2015 - 2019 để phân tích biến động thời vụ lượng khách du lịch của tỉnh TTH, kết quả thể hiện ở Hình 3.

Kết quả phân tích chỉ số mùa cho thấy, tổng lượng khách đến TTH đạt và cao hơn mức trung bình rải đều từ tháng 1 đến tháng 8 hàng năm, trong đó lượng khách đạt lớn nhất (mùa cao điểm) tập trung ở các tháng 3, 4 và 7. Chỉ số mùa này có sự khác biệt nhất định khi phân tích theo nguồn khách, thể hiện: khách DL quốc tế đến TTH cao hơn mức trung bình bắt đầu từ tháng 11 và 12, kéo dài đến tháng 4 năm sau, trong đó tập trung lớn nhất thường từ tháng 1 đến tháng 3 hàng năm. Đối với khách nội địa, chỉ số mùa có sự khác biệt nhất định so với khách quốc tế, cụ thể mùa cao điểm sẽ bắt đầu từ tháng 3 đến tháng 8 hàng năm, đỉnh điểm tập trung vào tháng 6 và tháng 7 với chỉ số mùa đạt trên 1,3.



Hình 3. Chỉ số mùa của khách du lịch đến Thừa Thiên Huế

(Đvt: lần)

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả, 2021

Tham chiếu với lượng khách du lịch nội địa đến TTH năm 2020, mặc dù chịu sự ảnh hưởng của dịch bệnh Covid nhưng số lượng khách lớn nhất trong năm vẫn tập trung vào tháng 6 với 124.298 lượt khách và tháng 7 là 188.578 lượt khách. Như vậy, kết quả phân tích mùa vụ du lịch TTH, nhất là đối với khách du lịch nội địa có ý nghĩa trong việc xây dựng kế hoạch hoạt động cho du lịch TTH trong giai đoạn hồi phục sau đại dịch Covid 19.

4.3. Xu thế biến động lượng khách du lịch đến Thừa Thiên Huế

Sau khi xác định chỉ số mùa của khách du lịch đến Thừa Thiên Huế, lấy số lượng khách từng tháng trong 5 năm chia cho chỉ số mùa tương ứng, ta có lượng khách du lịch đã khử mùa. Sử dụng lượng khách này của chuỗi thời gian gồm 60 mức độ (12 tháng x 5 năm) để xây dựng hàm xu thế biểu hiện biến động của lượng khách theo các tháng, kết quả thể hiện ở Bảng 2.

Bảng 2. Nhận diện xu hướng khách du lịch đến Thừa Thiên Huế sau khi khử mùa

Chỉ tiêu	Hàm xu thế	Tiêu chuẩn đánh giá		
		R ² (%)	Kết quả kiểm định	
			Giá trị F	Sig
Tổng KDL	$T_t = 224,492 + 3,227 \cdot t$	72,1	150,096	0,000
KDL Quốc tế	$T_t = 61,953 + 2,225 \cdot t$	86,3	365,907	0,000
KDL nội địa	$T_t = 167,975 + 0,865 \cdot t$	45,2	10,265	0,002

Nguồn: kết quả phân tích dữ liệu của tác giả, 2021

Sử dụng tiêu chuẩn cơ bản để đánh giá hàm xu thế biểu hiện biến động của khách du lịch đến Thừa Thiên Huế theo thời gian, kết quả Bảng 3 cho thấy:

Hệ số xác định R² cho biết: 72,1% sự thay đổi của tổng lượng khách du lịch và 86,3% sự thay đổi của khách quốc tế đến TTH được giải thích bởi mô hình nghiên cứu, trong khi đó hệ số này của khách DL nội địa thấp hơn với khoảng 45,2%. Đánh giá chung, dữ liệu nghiên cứu về cơ bản phù hợp với mô hình xu thế tuyến tính.

Kết quả kiểm định mô hình (F) chứng minh: cả 3 mô hình nghiên cứu xu thế biến động tổng lượng khách, khách quốc tế, khách nội địa đều có ý nghĩa thống kê ($\text{Sig} < 0,05$).

Kết quả phân tích hàm xu thế sau khi loại bỏ yếu tố mùa thể hiện: lượng khách du lịch đến TTH tăng theo thời gian (tháng), cụ thể: trung bình tổng lượng khách DL tăng là 3227 lượt khách, khách DL quốc tế tăng 2.225 lượt khách và khách DL nội địa tăng 865 lượt khách.

4.4. Khuyến nghị

Kết quả phân tích chỉ số mùa vụ và xu thế biến động của khách du lịch đến Huế sau khi loại bỏ chỉ số mùa cho thấy: tính mùa vụ du lịch của tổng khách du lịch, khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa đến TTH có sự khác biệt đáng kể giữa các tháng trong năm. Trong điều kiện không có ảnh hưởng của các yếu tố bất thường, hàm xu thế thể hiện xu hướng gia tăng lượng khách du lịch theo thời gian với số lượng khác nhau đối với từng loại khách. Kết hợp với nhận định về xu hướng du lịch sau dịch bệnh Covid, bài viết đề xuất một số khuyến nghị góp phần tăng cường khả năng thích ứng hoạt động của du lịch Thừa Thiên Huế trong thời gian tới như sau:

Thứ nhất, Nắm bắt đặc điểm mùa vụ du lịch của từng loại khách, kết hợp xu hướng phát triển du lịch dựa vào khách nội địa trong giai đoạn ngắn, sẵn sàng đón khách du lịch quốc tế khi hộ chiếu Vaccine được thông qua để khai thác các sản phẩm du lịch phù hợp với bối cảnh mới.

- Thu hút khách du lịch nội địa là xu hướng và là chủ trương của ngành du lịch để phục hồi hoạt động du lịch trong thời gian trước mắt. Đối với TTH, mùa cao điểm của khách nội địa bắt đầu từ tháng 3 đến tháng 8 hàng năm, đỉnh điểm tập trung vào tháng 6 và tháng 7. Với đặc điểm mùa vụ của khách nội địa, bên cạnh việc tiếp tục khai thác các sản phẩm du lịch truyền thống, TTH cần tập trung khai thác và phát triển các sản phẩm du lịch về chăm sóc sức khỏe dựa trên các nguồn lực sẵn có như suối khoáng nóng, khoáng lưu huỳnh, đầm, hồ, suối, thác, biển ...); tăng cường các điểm du lịch ngoài trời để du khách có thể tận hưởng ánh nắng, bãi biển, núi non và thiên nhiên; đồng thời phát triển các điểm du lịch để khai thác hoạt động du lịch tại chỗ (Staycation) như du lịch sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng, khám phá... ngay tại các huyện trên địa bàn tỉnh TTH; chú trọng khai thác khách địa phương với các chính sách ưu đãi về giá.

- Đối với du lịch quốc tế, Constantin & cộng sự (2021) nhận định, du khách quốc tế đầu tiên đến Việt Nam sau phục hồi dự kiến sẽ là từ các nước Châu Á như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Thái Lan và Malaysia. Đây cũng chính là thị trường khách quốc tế chủ yếu của TTH từ năm 2015 - 2019, trong đó khách Hàn Quốc đang là thị trường khách quốc tế dẫn đầu tại TTH. Điều này cho thấy, đây là cơ hội đón khách quốc tế khá lớn của TTH sau phục hồi từ đại dịch Covid. Với đặc điểm mùa cao điểm của khách du lịch quốc tế có tính liên tục, bắt đầu từ tháng 11, 12 và kéo dài đến

tháng 4 năm sau. Phần lớn thời gian này là mùa mưa lạnh nhưng tập trung nhiều lễ hội truyền thống của TTH. Do đó, khôi phục và tổ chức lễ hội truyền thống cần được chú trọng, đồng thời phân bổ thời gian và địa điểm tổ chức phù hợp để thu hút và kéo dài thời gian lưu trú của du khách.

Thứ hai, Với viễn cảnh phục hồi hoạt động du lịch sau dịch bệnh Covid, lượng khách du lịch tại điểm đến du lịch Thừa Thiên Huế có thể chưa trở lại như giai đoạn trước dịch nhưng việc tăng dần lượng khách là xu hướng đã được dự báo chung cho du lịch Việt Nam. Do đó, để chủ động với hoạt động đón khách, TTH cần:

- Phát huy hình ảnh “điểm đến an toàn, thân thiện” mà du lịch TTH đã đạt được, đồng thời được khẳng định qua các giai đoạn bùng phát của dịch bệnh Covid năm 2020 và 2021 để xác lập lợi thế trong hoạt động du lịch.

Zhang & cộng sự (2021) cho rằng, việc xây dựng thương hiệu cho hình ảnh điểm đến là một yếu tố quan trọng của thị trường du lịch nội địa trong giai đoạn hồi phục ngắn hạn. Zenker & Kock (2020) chỉ ra, nhận thức của khách du lịch về sự an toàn, sức khỏe, cơ sở hạ tầng, các sự kiện du lịch đại chúng... bị ảnh hưởng bởi COVID-19 có thể có khả năng tạo ra nhận thức tiêu cực về hình ảnh điểm đến. Để khôi phục và củng cố niềm tin của du khách, phương tiện thông tin đại chúng có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy giao tiếp giữa điểm đến và khách du lịch tiềm năng, giúp du khách hình dung về một điểm đến, đồng thời thúc đẩy nhận thức tích cực của công chúng về các điểm du lịch (Ritchie & Jiang, 2019). Do đó, cần đẩy mạnh công tác truyền thông, quảng bá, trao gửi thông điệp về một điểm đến an toàn, thân thiện trên nhiều kênh thông tin nhằm tạo niềm tin và thúc đẩy giao tiếp giữa điểm đến du lịch TTH với du khách trong và ngoài nước, góp phần tăng cường sự lựa chọn của du khách ngay khi du lịch phục hồi.

- Đẩy mạnh “Du lịch không chạm” bằng cách tăng cường khả năng ứng dụng công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo, Internet trong lĩnh vực du lịch.

Hiện nay, du lịch TTH nói riêng đang thực hiện “đi trước và đón đầu” các lợi thế về công nghệ thông tin ứng dụng vào lĩnh vực du lịch, cụ thể: xây dựng Website của điểm đến và Website của các đơn vị lữ hành trong và ngoài nước; xây dựng trang Web tiếng Anh, Nhật; đẩy mạnh ứng dụng, quảng bá qua các trang mạng xã hội có uy tín như Tripadvisor, Angoda, Booking.com, Traveloka, Ivivu...; Facebook du lịch Huế và các diễn đàn du lịch trên trang xã hội có uy tín... để tạo ra những tiện ích cho du khách (Sở du lịch TTH, 2019). Cơ hội ứng dụng mạnh mẽ hơn thành tựu công nghệ thông tin (CNTT) trong lĩnh vực du lịch của TTH trong thời gian tới còn được thể hiện qua chủ trương của tỉnh về phát triển ngành công nghiệp CNTT năm 2020 và định hướng đến năm 2025 (UBND tỉnh Thừa Thiên Huế, 2020) và kết quả đạt được vị trí thứ 5 trong Top 10 địa phương đứng đầu Bảng xếp hạng về chỉ số sẵn sàng ứng dụng CNTT-TT (Bộ Thông tin và Truyền thông, 2018).

Từ đó cho thấy, các điều kiện để đẩy mạnh khả năng ứng dụng công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo, Internet trong lĩnh vực du lịch tại TTH đã sẵn sàng. Vì vậy, cần thiết phải xây dựng kế hoạch chi tiết và sự đầu tư đúng mức và đồng bộ cho ngành du lịch TTH nhằm đón đầu xu hướng “du lịch không chạm”, phục vụ cho hoạt động du lịch của du khách.

Thứ ba, Chuẩn bị sẵn sàng nhân lực, vật lực và chính sách du lịch phù hợp để đón khách du lịch ngay khi phục hồi hoạt động du lịch.

Xu hướng du khách phục hồi và gia tăng khi dịch bệnh kiểm soát là một xu hướng tất yếu. Với đặc điểm mùa vụ của tổng khách du lịch đến TTH kéo dài liên tục từ tháng 1 đến tháng 8 hàng năm cho thấy hoạt động du lịch TTH tương đối ổn định. Khi dịch bệnh Covid qua đi, khả năng hoạt động du lịch trở lại trạng thái bình thường sẽ không có những thay đổi bất thường về tính mùa vụ du lịch tại địa phương. Do đó, để sẵn sàng cho các hoạt động đón khách, TTH cần:

- Kích thích du lịch nội địa cần chú trọng đến những sản phẩm dịch vụ phù hợp khả năng chi trả của khách (lưu trú, tham quan, ăn uống), đồng thời duy trì các sản phẩm và trải nghiệm chất lượng cao. Cân nhắc mô hình giá mới để đẩy mạnh số lượng khách du lịch cũng là cách thức cần được chú trọng trong giai đoạn đầu của quá trình phục hồi du lịch.

- Các công ty lữ hành, khách sạn và các dịch vụ khác có thể liên kết để cung cấp dịch vụ trọn gói từ vé máy bay, vé tàu, xe, taxi, đến phòng nghỉ nhằm đảm bảo nguồn thu, sự thuận tiện của du khách và quản lý du khách trong bối cảnh “sống chung” với dịch bệnh.

- Cần chú trọng kiểm soát an toàn, bảo hiểm và linh hoạt trong chính sách cung ứng sản phẩm cho khách du lịch. Cụ thể: thống nhất đồng bộ 1 ứng dụng kiểm soát dịch bệnh (bằng mã quét) cho tất cả du khách trên toàn lãnh thổ Việt Nam, tránh phiền toái khi du khách phải cài đặt nhiều phần mềm ứng dụng tại mỗi điểm đến; cung ứng bảo hiểm dịch bệnh (không bắt buộc) đối với du khách có yêu cầu; có quy định về hủy hoạt động du lịch, thời gian hoàn trả chi phí du lịch đặt trước, khả năng chuyển đổi hình thức, địa điểm du lịch trong điều kiện liên quan đến dịch bệnh nhằm tạo sự an tâm và tin tưởng cho du khách trong bối cảnh dịch Covid.

- Đảm bảo 100% người lao động du lịch được tiêm chủng vaccine Covid đúng quy định. Đây cũng là điều kiện quan trọng tạo nên điểm đến du lịch an toàn và thân thiện.

5. Kết luận

Thừa Thiên Huế là điểm đến du lịch nổi tiếng của Việt Nam, hàng năm thu hút lượng du khách trong và ngoài nước khá lớn đến thăm viếng. Tuy nhiên, từ những tháng đầu năm 2020 đến nay, do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid nên hoạt động du lịch hầu như ngưng trệ. Để chủ động với hoạt động du lịch trong giai đoạn phục hồi sau đại dịch

Covid, trên cơ sở phân tích tình mùa vụ và xu hướng biến động lượng khách du lịch đến TTH, kết hợp với nhận định về xu hướng du lịch sau dịch bệnh Covid, bài viết đề xuất nhóm 3 khuyến nghị về tăng cường khả năng thích ứng hoạt động đón khách du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế gồm: tiếp tục phát huy “điểm đến an toàn, thân thiện” của du lịch TTH và đẩy mạnh ứng dụng xu hướng “Du lịch không chạm”; Nắm bắt đặc điểm mùa vụ du lịch của từng loại khách, kết hợp xu hướng phát triển du lịch dựa vào khách nội địa trong giai đoạn ngắn, sẵn sàng đón khách du lịch quốc tế khi hộ chiếu Vaccine được thông qua để khai thác các sản phẩm du lịch phù hợp với bối cảnh mới; Chuẩn bị sẵn sàng nhân lực, vật lực và chính sách du lịch phù hợp để đón khách du lịch ngay khi phục hồi hoạt động du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Allcock, J. B. (1989), Seasonality, In Witt, S. F. and Moutinho, L. (eds), *Tourism Marketing and Management Handbook*, London, Prentice Hall, 387-392.
- Baum, T., Lundtorp S. (2001), *Seasonality in Tourism*, Pergamon, Oxford, UK.
- Bộ Thông tin và Truyền thông (2018), *Báo cáo tóm tắt chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT-TT Việt Nam năm 2018 - Vietnam ICT Index 2018*, Hà Nội.
- Trần Doãn Cường, (2021), Nhận định một số xu hướng trong thời gian tới đối với ngành du lịch Việt Nam, *Viện nghiên cứu và phát triển du lịch Việt Nam (ITDR)*. http://itdr.org.vn/ngghien_cuu/nhan-dinh-mot-so-xu-huong-trong-thoi-gian-toi-doi-voi-nganh-du-lich-viet-nam/
- Cooper, C., Flechter, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2005), *Tourism Principles and Practice*, (3re ed.), Pearson Education.
- David R.Anderson, Dennis J. Sweeney, Thomas A. Williams (2011), *Statistics for business and Economics, 11th edition*, South – Western Cengage Learning.
- Goran Corluka (2019), Tourism seasonality – An overview, *Journal of Business Paradigms*, Vol 4 No 1, 2019, 21- 43.
- Hanyuan Zhang, Haiyan Song, Long Wen, Chang Liu (2021), *Forecasting tourism recovery amid COVID-19*, University of Nottingham Ningbo China, First published 2021, pp 1- 32. The work is licenced to the University of Nottingham Ningbo China under the Global University Publication Licence: <https://www.nottingham.edu.cn/en/library/documents/research/global-university-publications-licence-2.0.pdf>
- Lim, C., McAleer, M. (2001), Monthly seasonal variations — Asian tourism to Australia, *Annals of Tourism Research* 28(1): 68–82. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00002-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00002-5).

Margaux Constantin, Matthieu Francois và Thao Le (2021), Đổi mới ngành du lịch: Việt Nam có thể đẩy nhanh tốc độ phục hồi như thế nào, *McKinsey & Company*, Tháng 3/2021, 1- 8.

Quốc hội Việt Nam (2017), *Luật du lịch Việt Nam*, Hà Nội.

Ritchie, B., & Jiang, Y. (2019), A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management, *Annals of Tourism Research*, 79, 102812.

Shao, H.; Zhang, Y.; Li, W. (2017), Extraction and analysis of city's tourism districts based on social media data, *Comput. Environ. Urban Syst.* 2017, 65, 66–78.

Shoval, N.; Isaacson, M. (2007), Tracking tourists in the digital age, *Ann. Tour. Res.* 2007, 34, 141–159.

Smallwood, C.B.; Beckley, L.E.; Moore, S.A (2012), An analysis of visitor movement patterns using travel networks in a large marine park, north-western Australia, *Tour. Manag.* 2012, 33, 517–528.

Sở du lịch TTH (2015 – 2020), *Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế từ năm 2015 – 2020*, Thừa Thiên Huế.

Tổng cục Thống Kê Việt Nam (2020), *Du lịch năm 2020 lao đao vì COVID-19*.

<https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/01/du-lich-nam-2020-lao-dao-vi-covid-19/>.

Traveloka (2021), <https://www.traveloka.com/vi-vn/explore/tips/xu-huong-du-lich-sau-covid/88435>

Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế (2020), *Kế hoạch số 20/KH-UBND về phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2020*, Ban hành ngày 3/2/2020.

Văn phòng chính phủ (2021), *Văn bản số 8044/VPCP-KGVX của Văn phòng Chính phủ trả lời về Tờ trình của của Bộ Văn hoá Thể thao và Du lịch về Hướng dẫn tạm thời thí điểm đón khách du lịch quốc tế đến Việt Nam*, Ban hành ngày 3 tháng 11 năm 2021.

World Tourism Cities Federation. (2020), *Report on recovery and development of world tourism amid COVID-19 officially published*, Retrieved September 15, 2020 from the World Tourism Cities Federation website: <https://en.wtcf.org.cn/News/WTCFNews/wzNews/2020090519583.html>

Zenker, S. & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic—a critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164.

SEASONALITY AND TRENDS OF TOURISM TO THUA THIEN HUE

Nguyen Thi Le Huong, Phan Thanh Hoan

Abstract: The impact of the Covid-19 pandemic has made tourism activities in Thua Thien Hue province almost halted since the first months of 2020. However, the opportunity for tourism recovering is very positive when the epidemic is well controlled. Using secondary data to analyze the seasonality and trends of tourists, combined with some comments about tourism after the Covid -19 pandemic, the study suggests three recommendations to strengthen the adaptability for tourism activities of Thua Thien Hue province in the near future.

Keywords: Tourist; Seasonality in tourism; Covid -19 pandemi; Thua Thien Hue.