

Du lịch Việt: Cách nào khai thác “túi tiền”?

17:04 29/03/2018

Thiếu các trung tâm mua sắm “made in Vietnam”, thiếu những điểm giải trí hấp dẫn, những tuần lễ giảm giá lớn để thu hút du khách... khiến ngành du lịch đứng trước bài toán khó khi mức chi tiêu của du khách ngày càng giảm.

Không biết... mua gì

Theo thống kê của Tổng cục Du lịch, kết thúc năm 2017, lượng khách quốc tế đến Việt Nam tăng kỷ lục với 12,9 triệu lượt, gần bằng 1/6 lượng khách nội địa, đóng góp 58% trong tổng doanh thu từ khách du lịch.

Tuy nhiên, nhìn từ thực tế, mức chi tiêu của du khách quốc tế đang giảm dần theo từng năm (hiện nay mức chi tiêu chưa đến 1.000 USD/người).



Đại diện Tổng cục Du lịch cho biết, 5 năm trở lại đây, chi phí khách quốc tế bỏ ra khi đi du lịch tại Việt Nam chủ yếu dành cho hoạt động đi lại, đặt khách sạn, ăn uống, trong khi mua sắm, vui chơi và giải trí rất ít: Chi thuê phòng lưu trú và ăn uống chiếm 56 - 60%, tuy nhiên, thường được trả qua các công ty du lịch ở nước ngoài; chi mua hàng hóa, đồ lưu niệm, tham quan, vui chơi, giải trí chiếm 20%; số còn lại cho chi phí khác. Còn nếu chỉ tính chi phí tham quan kèm vui chơi giải trí, chỉ bằng 7 - 10% trong tổng chi phí.

Nhận định vấn đề trên, hầu hết các chuyên gia cho rằng, đây là nghịch lý đáng buồn trong thu hút khách du lịch hiện nay, mức tăng trưởng về doanh thu không tương xứng với lượng khách đến.

Làm thế nào để khai thác tối đa nhất "túi tiền" của khách quốc tế lẫn khách nội địa - đang là câu hỏi lớn cho ngành du lịch.

Theo các chuyên gia, dư địa để phát triển ngành công nghiệp không khói ở Việt Nam là rất lớn. Bởi Việt Nam có ưu thế về cảnh quan thiên nhiên mà nhiều nước trong khu vực không có được. Tuy nhiên, hiện nay, việc phát triển các dịch vụ đi kèm còn hạn chế nên khách muốn chi tiền cũng không biết chi vào đâu.

Chị Bích Ngọc, nhân viên lễ hành Công ty Du lịch NewStartour cho biết, khách du lịch đến Việt Nam thường muốn tìm đến những điểm bán các sản phẩm "made in Vietnam", tuy nhiên, các khu vui chơi thường ít có những gian hàng này, hoặc có cũng nghèo nàn về sản phẩm, kém về chất lượng, không có những sản phẩm đặc trưng của vùng đó.

Nên học các nước!

Tại một cuộc hội thảo về phát triển kinh tế du lịch mới đây, hầu hết các công ty lễ hành cho rằng, Việt Nam cần phát triển các dịch vụ du lịch đa dạng trong ngày, để thời điểm nào khách cũng có thể tiêu tiền.

Đại diện Công ty Newstartour cho rằng: "Ngành du lịch cần đa dạng hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ để du khách chi tiêu nhiều hơn. Phải đảm bảo hàng là sản phẩm "made in Vietnam", mức giá hợp lý. Bên cạnh đó, cần xây dựng trung tâm mua sắm lớn và có chính sách kiểm soát vận hành để khách an tâm tiêu tiền".

Các chuyên gia thừa nhận, Việt Nam làm du lịch chưa chuyên nghiệp, thiếu bài bản. Để lấy được tiền của khách, Việt Nam nên học các nước trong khu vực. Chẳng hạn, ở Hàn Quốc, Thái Lan, Nhật Bản, các hướng dẫn viên thường dẫn

khách vào các cửa hiệu bán hàng đặc trưng của đất nước đó như: Hàn Quốc có trung tâm về sâm, Thái Lan có trung tâm thương mại của Hoàng gia Thái Lan...

Tại đây, du khách thấy rất nhiều ảnh chụp của các nguyên thủ quốc tế nên dù giá sản phẩm cao gấp 2 - 3 lần bên ngoài, song ai cũng yên tâm mua. Chẳng hạn, một hộp kem ốc sên bán tại thị trường Thái Lan, có giá khoảng 700.000 VND, thì tại Trung tâm Hoàng gia Thái Lan, giá 1.500.000 VND, nhưng rất nhiều du khách lựa chọn mua ở đây.

"Chúng ta cần nghiên cứu những mặt hàng đặc sản phù hợp với khách du lịch để Nhà nước công nhận thương hiệu. Với các cơ sở mua sắm như thế, khách sẽ yên tâm hơn, không còn lo bị "chặt chém", ông Lương Ngân, Giám đốc Công ty Newstartour nói.

Trong khi theo ông Nguyễn Công Hoan, Phó tổng giám đốc Công ty Hanoi Red Tour, với du khách, ngoài tiền ăn ở, tham quan, di chuyển thì còn có mấy loại dịch vụ thường được khách lựa chọn, để thu thêm tiền là bar, spa hoặc các show biểu diễn.

Về mua sắm, Việt Nam khó cạnh tranh với các thương hiệu nổi tiếng, do đó chúng ta nên chọn khai thác các sản phẩm đặc trưng Việt Nam, hàng thủ công mỹ nghệ. Cũng có thể, tập trung cho những hoạt động du lịch chuyên đề, ví dụ lịch MICE, du lịch chữa bệnh.

Thế Long - Huyền Anh