

Ngành du lịch có chịu ảnh hưởng trực tiếp từ giá xăng dầu?

15:38 22/07/2022

Việc giá xăng dầu liên tục tăng cao đã khiến các doanh nghiệp ngành Du lịch "đứng ngồi không yên", dù đang vào mùa cao điểm du lịch Hè. Để giữ chân du khách, các doanh nghiệp lữ hành buộc phải "gồng mình" giữ giá tour.

Chưa kịp mừng vì sự phục hồi sau đại dịch Covid-19 được bao lâu, các doanh nghiệp (DN) du lịch, vận tải lập tức phải đối mặt với một "cơn bão" mới. Đó chính là "bão giá" nhiên liệu, mà cụ thể là giá xăng, dầu. Vài tháng trở lại đây, giá xăng, dầu liên tục tăng phi mã và liên tiếp tự phá "kỷ lục". Tính đến nay, giá xăng dầu đã trải qua 19 lần điều chỉnh giá, trong đó có 13 lần tăng và 6 lần giảm. Tại kỳ điều hành chiều qua (21/07/2022), Liên Bộ Tài chính, Bộ Công Thương giảm xăng E5 RON 92 là 2.710 đồng/lít, còn xăng RON 95 giảm 3.600 đồng/lít.



Ngành du lịch Việt Nam ảnh hưởng trực tiếp từ giá xăng dầu.

Các dịch vụ đua nhau tăng giá

Bước vào cao điểm du lịch hè năm 2022 từ 30/04 đến nay, nhiều địa phương ghi nhận con số ấn tượng về khách du lịch nội địa và khách quốc tế. Mùa hè chiếm 70-75% doanh thu ngành du lịch nói chung và công ty du lịch nói riêng. Thế nhưng, chưa kịp mừng khách tăng cao sau 02 năm nằm im vì dịch Covid-19, các doanh nghiệp lữ hành phải đối mặt với nhiều khó khăn để duy trì hoạt động.

Ông Vũ Văn Tuyên, Giám đốc Công ty du lịch Travelogy Việt Nam (Travelogy Việt Nam) cho biết, tính từ đầu năm 2022 đến nay, giá xăng dầu trải qua 19 lần điều chỉnh nhưng đến 13 lần tăng giá. Giá xăng tăng lập tức ảnh hưởng đến giá xe du lịch. Theo đó, xe du lịch tăng từ 15-25%. "Xe du lịch tăng từng tuần chứ không phải sau mỗi đợt giá xăng tăng khiến doanh nghiệp lữ hành không biết đường nào xoay sở. Nguyên nhân bởi sau dịch Covid-19, nhiều công ty xe không trụ được tài chính nên giải thể. Bên cạnh đó, nhân sự lái xe thiếu vì lái xe không còn mặn mà với nghề", ông Tuyên nói.



Giá xăng, dầu tăng khiến nhiều doanh nghiệp du lịch gặp khó trong bối cảnh họ đang kích cầu để phục hồi.

“Đừng nhìn vào số khách nội địa đông và nhiều điểm vui chơi quá tải nghỉ ngành du lịch đã hồi phục. Hiện, khách quốc tế vẫn ít trong khi một khách quốc tế chi tiêu bằng 20 khách nội nên chừng nào khách quốc tế chưa đông, doanh nghiệp còn đối mặt với nhiều khó khăn” Đại diện một công ty du lịch.

Ông Tuyên lấy ví dụ, xe ô tô 45 chỗ chạy từ Hà Nội đến Phà Gót đi Cát Bà giá từ 8- 8,5 triệu đồng/lượt đi về. Sau COVID, giá tăng lên từ 9- 9,5 triệu đồng/lượt đi về. Thời điểm này lên tới 10,5- 11 triệu đồng/lượt đi về. Như vậy, chỉ riêng vận tải du lịch tăng lên từ: 30- 35%.

Theo ông Tuyên, không chỉ giá vận tải tăng, suất ăn của khách cũng tăng theo. Cụ thể, trước đây bình dân của khách du lịch từ 150.000- 170.000 đồng/người/bữa đầy đủ món ngon. Nhưng đến thời điểm này, mỗi suất ăn đã lên mức giá mới 200.000- 220.000 đồng/suất.

Ngoài ra, gánh nặng lớn với doanh nghiệp lữ hành là vé máy bay tăng. Theo khảo sát, giá vé chặng nội địa tăng 2,5- 4 triệu đồng/khứ hồi chưa kể ngày cao điểm. Hàng loạt các dịch vụ lưu trú khác như: giặt là tăng từ 20- 25%, kem đánh răng, sữa tắm... tăng 10% khiến giá khách sạn tăng lên.

“Trước đây, các doanh nghiệp lữ hành ký hợp đồng khách sạn theo năm nhưng giờ phía khách sạn chỉ dám ký hợp đồng tháng vì không biết giá cả có tăng nữa hay không”, ông Tuyên nói.

Một giám đốc doanh nghiệp lữ hành ngậm ngùi chia sẻ: “Trước đây, tua đi 3 đêm 4 ngày tại Phú Quốc chỉ khoảng 6- 7 triệu đồng/người thì nay tăng lên 9- 10 triệu đồng/người. Hay như tua Cát Bà giá tăng từ 2,5 triệu đồng lên 3,5 triệu đồng chưa kể giá vé tham quan cũng tăng thêm...Tăng giá tua lên vậy nhưng doanh nghiệp không có lãi vì nhiều chi phí phát sinh khác”.

Vị này cho biết thêm, hiện nay để cạnh tranh khách nội địa, doanh nghiệp lữ hành chỉ lãi khoảng 5- 7% thay vì 10% như trước đây. “Một đoàn 50 khách đi Cát Bà doanh nghiệp mới lãi được vài triệu đồng nếu đầu xuôi đuôi lọt. Mặc dù lỗ nhưng vẫn làm vì phải giữ chân khách hàng”, vị này nói.

Khách đông nhưng vẫn lỗ, doanh nghiệp "gồng mình" kiềm giá

Theo ghi nhận tại nhiều công ty du lịch, nhu cầu đặt tour trọn gói và dịch vụ như vé máy bay, khách sạn, nhà hàng... của du khách tăng mạnh khi ngành du

lịch bước vào mùa cao điểm hè.

Công ty Dịch vụ Lữ hành Saigontourist dự kiến sẽ phục vụ hơn 280.000 lượt khách trong mùa hè 2022. Con số này có thể cao hơn do nhu cầu của thị trường về du lịch trong và ngoài nước vẫn đang tăng mạnh. Với những tour trọn gói đã chốt, giá tour không thay đổi và hiện DN bắt đầu triển khai dịch vụ cho du khách. Lữ hành Saigontourist đang mở bán tour khởi hành từ tháng 10 trở đi hoặc đáp ứng nhu cầu của khách đặt tour lẻ phát sinh.

Với những tour đang bán cho khách, một số DN đã thông báo điều chỉnh giá tour và khó tránh bị khách hàng phản ứng. Khách sẽ cân nhắc đặt tour hoặc chọn những chương trình có chi phí thấp hơn như tour 3 ngày đổi thành 2 ngày; ở khách sạn 5 sao xuống còn 4 sao...



Ngành du lịch có chịu ảnh hưởng trực tiếp từ giá xăng dầu?

<https://thuonghieucongluan.com.vn/nganh-du-lich-co-chiu-anh-huong-truc-tiep-tu-gia-xang-dau-a175953.html>

Hình ảnh khách hàng check in làm thủ tục tại sân bay Cát Bi - Hải Phòng.

Theo ghi nhận của phóng viên, giá vé máy bay rẻ nhất trên các chặng bay nội địa trong cao điểm Hè 2022 đã tăng lên thêm từ 500.000 - 1 triệu đồng/vé so với trước đó. Cụ thể, giá vé các hãng phổ biến trong khoảng 4,3-5,5 triệu đồng. Vietjet Air đang bán giá thấp nhất với mức 4,3 triệu đồng, nhưng hành khách phải bay vào khung giờ 22h30-23h30. Chị Nhung (27 tuổi) chia sẻ: "Tôi đặt vé bay từ Hà Nội vào TP.HCM và giật mình vì giá tăng quá cao nên ngần ngại chưa đặt. Chỉ khoảng vài tiếng sau khi tôi định mua lại, giá vé đã tăng thêm khoảng 500.000 đồng dù đó là chuyến bay khuya".

Giá vé chặng Hà Nội - Phú Quốc cũng tăng cao so với tháng trước. Chuyến bay khứ hồi rẻ nhất có giá 2,8 triệu đồng của Vietjet Air. Nếu bay với Bamboo Airways hay Vietnam Airlines, khách hàng phải trả khoảng 4,5-6 triệu đồng cho chuyến khứ hồi. Chặng Hà Nội - Nha Trang, giá vé rẻ nhất của Vietjet Air đã chạm mức 3,6 triệu đồng khi bay vào đêm khuya. Ở các hãng khác, giá vé dao động khoảng 4-5 triệu đồng. Chặng Hà Nội - Đà Lạt có giá khoảng 4,3-5 triệu đồng và không có sự chênh lệch nhiều giữa các hãng. Khách hàng khó lòng tìm được một giá vé máy bay giá rẻ dù chấp nhận bay sáng sớm hoặc đêm khuya.

Để chia sẻ khó khăn với khách hàng, các hãng bay cũng đang tìm cách giảm bớt phần nào tác động tiêu cực của sự tăng giá nhiên liệu, dẫn đến giá vé máy bay tăng. Chẳng hạn như hãng máy bay Vietjet Air đã yêu cầu phi công áp dụng chế độ bay phù hợp, sử dụng đội tàu bay tiết kiệm nhiên liệu, chọn nhà cung cấp nhiên liệu có mức giá tốt, chủ động mua nhiên liệu dự trữ lúc giá thấp...

Đối với các doanh nghiệp lữ hành, ông Nguyễn Minh Mẫn, Giám đốc Truyền thông - marketing Công ty TST Tourist cho biết, cái khó nhất lúc này của doanh nghiệp du lịch là phải bù lỗ cho những sản phẩm đã bán ra với giá cũ. "Việc giá xăng dầu tăng không có nghĩa sản phẩm du lịch cũng tăng ngay theo được. Bởi nếu tăng giá bất thường dễ gây mất thiện cảm trong lòng du khách, khi ngành du lịch vừa hồi phục. Việc quan trọng hiện nay là giữ chân du khách, mà muốn giữ chân du khách thì doanh nghiệp du lịch phải cố gắng mình giữ giá tour bình ổn cho du khách. Có như vậy mới có thể kéo du khách trở lại sau mùa dịch bệnh", ông Nguyễn Minh Mẫn cho biết.

Theo ông Mẫn, việc giá xăng dầu tăng không chỉ ảnh hưởng đến giá dịch vụ vận chuyển mà còn ảnh hưởng đến các dịch vụ ăn uống, tham quan, lưu trú cũng tăng theo, kéo theo giá dịch vụ du lịch cũng phải tăng. Vì thế, đã đến lúc các cơ quan hữu quan cần có chính sách kiểm soát giá cả, mà cụ thể là giá xăng dầu một cách hiệu quả, để không dẫn đến tình trạng "loạn" giá như hiện nay.

Trong khi đó, đại diện một số công ty lữ hành khác cũng cho biết, để đối phó với tình trạng tăng giá tour dịp Hè, họ sẽ chủ động tư vấn rõ cho khách mua tour về sự biến động giá dịch vụ hoặc sẽ điều chỉnh lịch trình tour để giảm các chi phí không cần thiết mà không ảnh hưởng nhiều đến chất lượng tour.

Ngoài ra, một số doanh nghiệp lữ hành còn chọn giải pháp ưu tiên giới thiệu với khách các điểm đến có chi phí chưa tăng cao cho du khách lựa chọn, sao cho phù hợp với túi tiền của khách hàng. Đối với một số khách sạn, nhà hàng đã chọn giải pháp hợp tác với nhau, mua chung các mặt hàng dùng một lần cho khách sạn với số lượng lớn, hoặc chọn mua các sản phẩm có thể dự trữ được lâu hơn để được giá hợp lý.

Một số khách sạn khác thì chọn giải pháp tăng giá phòng nhưng sẽ cho khách nhận phòng sớm, trả phòng muộn (trước đây, phía khách sạn thường phụ thu hoặc phạt đối tác khoản này) hoặc miễn phí nâng hạng phòng (tính giá phòng cao cấp bằng giá phòng tiêu chuẩn) cho đơn vị lữ hành. Trong khi đó, các đơn vị lưu trú, nhà hàng cũng có xu hướng thay thế các loại thực phẩm tươi sống trong thực đơn sang các sản phẩm khô, đóng gói để có mức giá tốt cho khách.

PV