

Секторен анализ на туризма в СР Виетнам, състояние към 2018 г.

Потенциал и възможности за развитие на двустранния туристически обмен между Виетнам и България.

Продължение

1. Секторни индикатори на туризма в СР Виетнам. Институции и браншови организации.

Ръководител на политиката в туризма в СР Виетнам е Министерство на културата, спорта и туризма (съответни департаменти), както и Националната туристическа администрация (НТА), която организационно е под министерството, но има известна самостоятелност и отговаря за туристическия маркетинг. На местно ниво няма клонове на НТА, но самите провинциални и общински комитети организират туристическа промоция при строга координация на партийно ниво. Прави впечатление сегментацията на туристически продукт и плановостта при изграждане на съответната инфраструктура и реклама, като тези дейности се планират и изпълняват в 5 годишен период при 6-месечна отчетност. Ръстът на предлаганите туристически услуги и реализиран оборот е елемент на оценка от страна на ВКП, съответно показател при издигането в партийната и държавна йерархия. Ето защо, действията на местните власти в промоцията на локални туристически атракции и организиране на нови съдържания са активни и съдържателни.

По статистически данни, през 2017 г. страната е посетена от 12 млн. туристи, което е ръст с 26% в сравнение с 2016 г. Основният поток се реализира от Китай 4 млн. души, Южна Корея 2.5 млн. души, Япония 800 000 души, Тайван 600 000 души, САЩ 550 000 души, Русия 500 000 души и др. От европейските страни най-голям приходящ туристически поток се реализира от Великобритания 280 000 души, Франция 250 000 души, ФРГ 200 000 души, Холандия, Италия и др. Азиатските туристи, посещаващи Виетнам се интересуват най-много от голф, активна почивка, а отскоро и разрешения легално хазартен бизнес.

За увеличеният туристически поток спомагат както активната реклама на съществуващи и нови туристически маршрути и атракции, така и разрастването на дейността на местните авиационни компании – националния авиопревозвач ВИЕТНАМ ЕЪРЛАЙНЗ, както и частната ВИЕТДЖЕТ, формирането на нови такива като БАМБУ ЕЪРЛАЙНЗ, както и свободния достъп на регионални авиокомпании и инвестирането в летищна инфраструктура (разширяване на основните международни летища в Ханой, Хошимин и Дананг). Принос към активизирането на туристическия отрасъл дава и визовата политика на Виетнам, която е изключително облекчена, като 14 страни са с безвизов туристически режим, а за гражданите на останалите държави кандидатстването за визи е по електронен път или се получават директно на летището, при облекчена процедура за предварителна регистрация. Освен това Виетнам е известен в туристическия бранш като сигурна дестинация за туристите, без регистрирани терористични нападения и ниско равнище на битова престъпност през последните години.

Успешно продължава експлоатирането на утвърдени дестинации и маршрути като: - Ханой и околности, - Хошимин и околности; историческите селища Хюе и Хой Ан; - природните забележителности залива Халонг и Чанг Ан; - националните паркове Фонг Ке и Бе Беу; природните паркове Сапа и Мок Чау. Сегментът луксозен

туризъм се разви изключително успешно през последните 3-4 години. Като най-атрактивни дестинации се утвърдиха Ня Чанг, Дананг и Фу Куок и др., изградиха се луксозни комплекси като САМСОН резорт (Танх Хоа); ХОРИЗОНТ биийч (Хошимин) и др. В страната навлязоха всички големи хотелски вериги, като особено активни са те в Ханой (16 петзвездни и 17 четири звездни), Хошимин (18 петзвездни и 21 четирицветни хотела), Дананг и др.

Голямо изоставане се отбелязва в селския и атракционен туризъм, като стремежът на компетентните власти е да компенсират тази тенденция с развитието на този вид туризъм в 8 избрани локации в Северен и Централен Виетнам.

Пречки за още по-успешното развитие на виетнамския туризъм са: - липсата на качествени услуги; - необучен персонал; - неразвити секторни политики; - влияние на устойчивото развитие и климатичните промени върху туризма. В тази насока бяха приети редица нормативни актове като Резолюция 8NQ/TW, определящ ролята на отделните фактори в развитието на туризма, както и участието на частния бизнес в отрасъла.

Най-често продаваните пакети за чужденци са 10 и 14 дневните с посещение на забележителности в Ханой и Хошимин, вътрешен полет между двата града и евентуална комбинация с визита на историческия будистки град Сиен реп (Камбоджа).

2. Изходен виетнамски туристически поток.

Най-честа дестинация за пребиваване на виетнамски граждани с цел туризъм е Тайланд, Камбоджа, Китай, Сингапур. От европейските страни най-атрактивни са Франция, Италия, Великобритания, ФРГ, Холандия и Испания. С повишаване на платежоспособността на виетнамските туристи се забелязва и усилване на туристическия изходящ поток към Европа.

Тези тенденции се подсилват от активната промоция на някои държави на местния туристически пазар. Увеличава се сътрудничеството между местни агенции и международни такива, като контактите се осъществяват на туристически панаири, изложения или с целеви посещения.

Профилът на виетнамския туристи е аналогичен на този на китайския с известно около 6 годишно времево забавяне, но със същия капацитет. Характерно е изискването за мобилност и комбиниране по време на престоя особено в Европа на 2-3 страни и на повече от 4-5 места. Ето защо комбинираните туристически пакети са най-атрактивни за виетнамците, с порядък на престоя до 14 дни. Освен това те обичат да комбинират активната почивка с разглеждане на исторически и културни забележителности, шопинг, както и участие в игри на късмета.

3. България като туристическа дестинация и хъб за Югоизточна Европа.

През последните две години се забелязва засилен интерес на виетнамските туристи със среден финансов потенциал за страните от Източна Европа, с акцент засега към Унгария, Гърция, но в последно време и България и Румъния. България е добре позната по своите туристически и природни забележителности сред по-старото поколение виетнамци, завършили или работили в България (около 40 000 души) които предават своите впечатления на младите генерации. Страната ни е известна на виетнамския пазар с Долината на розите и е много обичана поради отглеждането и използването за козметични нужди на българските сортове роза

(дамасцена). Познати на виетнамския потребител са моменти от нашата история, култура, спорт, хранителни специалитети.

На всички форуми и изложби, Посолството и релевантни български институции се стремят да популяризират България като туристическа дестинация, както самостоятелно, така и като евентуален хъб за съседните страни (Сърбия, Македония, Румъния, Хърватия, Гърция).

През последната година се отчита ръст на съчетаните и целеви бизнес туристически пътувания към България. Като интересни дестинации и сегменти се очертават:

- Посещения на празниците на розата, съчетани с исторически паметници в Южна България;
- 10 дневни пакети София – Пловдив – Черноморието;
- Винени дегустации, съчетани с шопинг;
- Организиране на он-лайн конференции на международни фирми с виетнамско участие в български морски или СПА курорти.
- Посещения на специализирани изложения и бизнес семинари в София и Пловдив.

4. Насоки за активизиране на туристическия поток от Виетнам към България.

4.1. Презентация на българския туристически продукт:

- Използване на възможности като семинари и презентации, организирани от централната и местната власти;
- Използване на фестивали и културни мероприятия, организирани от посолството и СТИВ в СР Виетнам;
- Презентиране пред специализирани държавни институции и големи държавни и общински фирми, с цел групови туристически посещения в България.
- Работа с местните средства за масова информация - интервюта от СТИВ за представяне на туристическите продукти на България;
- Организирано посещение на делегация от представители на водещи виетнамски медии („Труд“, „Младеж“ и др.) за популяризиране на страната ни като туристическа дестинация. Среща с наши браншови организации.

4.2. Работа с компетентни институции и браншови организации.

- Среща с НТА, с цел организация на представяне на виетнамския туризъм през есента на 2018 г. в София. Цел – позициониране на България като хъб за виетнамски туристически поток в ЮИЕ. Привличане на двустранен поток;
- Среща с бизнес асоциации като Виетнамска търговско-промишлена палата, Виетнамска камара на частните предприемачи; ВИНЕН и др.;
- Активизиране на сътрудничеството между виетнамски и български общини с акцент върху размяната на туристически проекти и идеи. Целево посещение на виетнамски групи от провинциалните и общински органи на самоуправление в Р България;

- Активизиране на сътрудничество и целеви посещения между институции и ведомства;
- Ускоряване на медицинския туризъм (пластична хирургия);
- Религиозен туризъм. Активна работа с католическата общност във Виетнам;
- Работа с виетнамските спортни федерации по изпращане на организирани групи и отбори за подготовка в България (футбол, волейбол, спортна гимнастика, тежка пи лека атлетика и др.). За целта могат да се използват и българските треньори, ангажирани в подготовката на виетнамски екипи в различни формати в страната.
- Работа с университети и НПО за гражданско обучение, с цел изпращане на групи от млади хора на проучвателни и други екскурзии и целеви организирани посещения в България. Организиране на проекти на разменни начала. Изучаване на чуждестранни езици в България.

4.3. Целенасочена работа с виетнамски туроператори.

През 2017 г. работата на СТИВ и посолството с туристически фирми и оператори бе подобрена в активен (посещения на място) и пасивен (отговори на техни запитвания) сегмент. (Предвид степента на имиграционен риск, подходът е внимателен, като е запазен индивидуален подход към апликантите за виза.)

4.4. Използване на целево проектно финансиране.

- Рекламирање на българския опит в агротуризма. Виетнам има специален интерес към развитието на мини насаждения с рози, етерично-маслени култури, лозя, овощки и др. Ангажиране на компетентни български институти и асоциации за това. Търсене на целево финансиране от програмите на ЕС за пазарно навлизане в трети страни;
- Подпомагане през АНМСП и налични фондове в МК, МТ и др. на участие на български туристически фирми и агропроизводители, занимаващи се и с туристическа и хотелиерска дейност на изложения във Виетнам;
- Използване и пренасяне на българския опит в мениджмънта на семейни хотели и селски обекти за туризъм;
- Обмяна на средни и високи кадри в хотелиерството и ресторантьорство с използване на последни модели на управление в бранша – он лайн търговия, клъстерно позициониране и др.;
- Подготвяне и изпълнение на проект за трудова мобилност на кадри в бранша от Виетнам към България. Групи – СПА работници, готвачи, общи работници;
- Изпълване с туристическо съдържание на сайта на СТИВ www.discoverbulgaria.asia или създаване на нова платформа за презентации;
- Реализиране на идеята за създаване на Български бизнес клуб, в рамките на посолството, като съинициатори за това да бъдат МИ и МТ. В този клуб специално място ще има за онлайн презентация на българския туризъм, предоставяне на брошури, организиране на тематични изложби и други.

Координираните усилия на компетентните български институции в лицето на МИ, МТ, браншови организации и посолството на Р България в СР Виетнам ще дадат мултиплициран резултат в дългосрочен план. Своевременното предоставяне на

българските туристически адресати на статистическа информация, прогнози и тенденции в развитието на бранша, както и промени в нормативната база и визовите режими е от съществено значение за реализиране на поставените задачи в развитието на секторните политики в туризма по отношение на далечните дестинации за България, респективно спрямо Виетнам.

Активизирането на туристическия обмен е затруднено от това, че България се намира извън Шенген, което усложнява планирането посещения, включващи България и други европейски страни.

Проектният подход при решаването на задачите и формиране на екипи за целева реализация е доказано резултатен и може да подпомогне представянето на България като атрактивна туристическа дестинация на виетнамския и азиатския пазар като цяло.

Изготвил: СТИВ – Ханой: Даниел Добрев