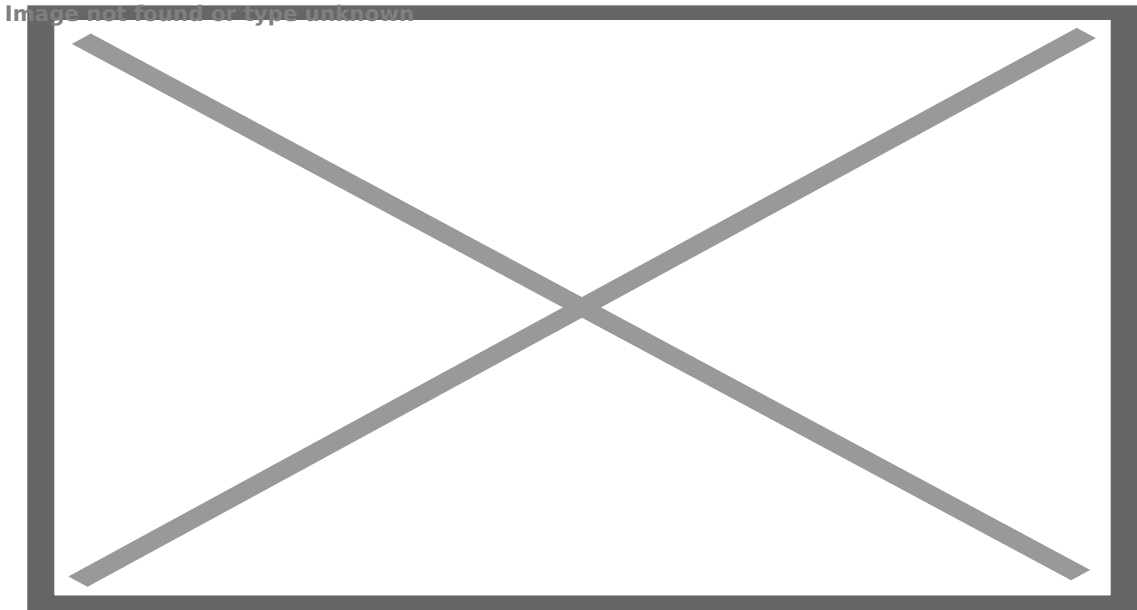


Bài 2: “Ngọc quý” đang được mài giũa

17:28 06/09/2022

Tác giả: Từ Hải

Khoảng 10 năm qua, golf và du lịch golf đã và đang phát triển mạnh mẽ, đồng bộ tại Việt Nam. Viên “ngọc quý” đó vẫn đang tiếp tục được mài giũa để tương xứng với tiềm năng, thế mạnh.



Các sân golf tại Việt Nam ngày càng được đầu tư bài bản, quy mô. Trong ảnh: Sân Nicklaus Course tại BRG Đà Nẵng Golf Resort

Thị trường nghỉ dưỡng đã bước vào giai đoạn bão hòa. Để có thể vượt lên, Việt Nam cần một loại hình du lịch độc đáo và golf chính là câu trả lời cho bài toán này, bởi golf không chỉ là môn thể thao, mà là một ngành kinh tế thể thao. Bên cạnh nguồn thu lớn mang lại cho nền kinh tế, du lịch golf còn mang lại công việc thu nhập ổn định cho lao động địa phương và nhiều lợi ích về mặt kinh tế - xã hội khác. Du lịch golf Việt Nam đang có những yếu tố “thiên thời, địa lợi, nhân hòa”. Lễ hội Du lịch golf cùng giải golf tầm cỡ châu lục như BRG Open Golf Championship Danang 2022, dự kiến diễn ra vào cuối tháng 8, tại Đà Nẵng sẽ là “cú hích”, góp phần định vị Việt Nam trên bản đồ cường quốc golf thế giới.

Khoảng 10 năm qua, golf nói chung, du lịch golf nói riêng đã và đang phát triển mạnh mẽ, đồng bộ tại Việt Nam. Viên “ngọc quý” đó vẫn đang tiếp tục được mài giũa để tương xứng với tiềm năng, thế mạnh của một “Thiên đường golf của châu Á”, để xứng với danh hiệu “Điểm đến golf tốt nhất

châu Á” và “Điểm đến golf tốt nhất thế giới” được Tổ chức World Golf Awards vinh danh tại “Giải Oscar của ngành du lịch” nhiều năm liên tiếp.

Đến Việt Nam để chơi ở những sân golf tốt nhất thế giới

Còn nhớ, năm 2017, khi “Cá mập trắng” Greg Norman - tay golf huyền thoại thế giới, “Golf thủ của Thế kỷ”, nhà thiết kế, nhà từ thiện nhân ái, đại sứ thiện chí golf, xuất hiện trên video quảng bá du lịch Việt Nam, với chiếc mũ và nụ cười quen thuộc, ông nói: “Người ta thường đến Việt Nam vì phong cảnh, văn hóa và đồ ăn. Tôi đến đây vì tất cả những điều đó, nhưng hơn thế là để được chơi ở một trong những sân golf tốt nhất thế giới”.

Đó là khi những tín đồ của bộ môn tinh hoa này hiểu rằng, du lịch golf Việt Nam đã chuyển mình sang một trang mới chuyên nghiệp và đẳng cấp hơn hẳn, chứ không còn ở trạng thái vẻ đẹp tiềm ẩn.

Minh chứng là ngay sau đó, tại Giải thưởng World Golf Awards, được ví là “Giải Oscar của ngành du lịch”, Việt Nam đã có 2 năm được vinh danh là “Điểm đến golf tốt nhất thế giới” (2019, 2021) và 5 năm liên tục là “Điểm đến golf tốt nhất châu Á” kể từ năm 2017. Tổ chức World Golf Awards (WGA) cũng nhấn mạnh: “Việt Nam là nơi thị trường golf đang hồi sinh”.

Việc liên tiếp được đánh giá là điểm đến golf tốt nhất châu Á và thế giới đã giúp ngành kinh tế xanh Việt Nam có nhiều ưu thế để thu hút các tín đồ của bộ môn thể thao tinh hoa này. Và như “Cá mập trắng” Greg Norman nhận định, mặc dù đi sau so với Thái Lan, Malaysia, nhưng các sân golf Việt Nam có nhiều ưu thế hơn vì đẹp, mới, đa dạng địa hình, do nhiều golf thủ nổi tiếng thế giới thiết kế. Nhiều sân không hề kém cạnh so với các sân golf ở Nhật Bản và có thể hoạt động quanh năm, thay vì phải đóng cửa vào mùa đông như “xứ phù tang”.

Hơn thế, tay golf huyền thoại thế giới cũng khẳng định chất lượng các sân golf tại Việt Nam ngày càng được cải thiện với những dự án được đầu tư bài bản, quy mô, đúng chất của một “golf resort”, để phục vụ nhu cầu nghỉ dưỡng 5 sao, thậm chí 6 sao của khách hàng thượng lưu.

Để đạt được điều đó, không thể không nhắc đến sự đầu tư của các “ông lớn”, tiêu biểu như Tập đoàn BRG - đơn vị tiên phong trong lĩnh vực này. Đầu tư vào golf từ những năm 2000, Tập đoàn BRG luôn chủ trương hợp tác với những “người khổng lồ” trên thế giới để nhanh chóng rút ngắn khoảng cách giữa golf Việt Nam và toàn cầu. Hiện tại, Tập đoàn BRG đang sở hữu và vận hành 7 sân golf đắt giá với 127 hố golf đẳng cấp thế giới.

Không chỉ gây ấn tượng bởi số lượng và quy mô, các sân golf trong hệ thống của BRG Golf còn mang đến cho golf thủ những trải nghiệm đẳng cấp, góp phần nâng tầm vị thế golf Việt Nam trên bản đồ quốc tế.

Gần đây nhất, sân golf BRG Đà Nẵng Golf Resort đã được Tạp chí Golf Digest vinh danh trong Top 100 sân golf tốt nhất thế giới năm 2022 và trở thành nơi đăng cai giải golf châu Á “BRG Open Golf Championship Danang 2022”.

Thực tế đó cho thấy, Việt Nam có đầy đủ tiềm năng và cơ hội để trở thành “thiên đường golf” của châu Á, thậm chí là của thế giới.

“Thời” của du lịch golf

Các số liệu nghiên cứu mới được công bố bởi The R&A và Sports Marketing Surveys (SMS) cho biết, từ năm 2016 đến nay, số người chơi golf trên toàn thế giới đã tăng hơn 5,5 triệu người. Đến cuối năm 2021, con số này đạt 66,6 triệu người. Các khu vực tăng mạnh nhất gồm: châu Âu (từ 7,9 triệu người, lên 10,6 triệu người); châu Á (từ 20,9 triệu người, lên 23,3 triệu người); và Bắc Mỹ (từ 29,9 triệu người, lên 30,6 triệu người).

Giám đốc Phát triển của The R&A, ông Phil Anderton cho biết: “Ở thời điểm hiện tại, golf đang thực sự bùng nổ về mức độ phổ biến. Chúng tôi đang chứng kiến sự gia tăng đáng kể về sự tham gia ở nhiều nơi trên thế giới, đặc biệt trong hai năm qua, khi môn thể thao này có thể chơi an toàn ngoài trời trong đại dịch Covid-19”.

Những phát hiện từ Bayfirth Research cho thấy, trong số những người chơi golf mới, 98% những người được phỏng vấn cho hay, họ thích chơi golf và 95% dự định tiếp tục chơi golf trong nhiều năm tới.

Chính nhờ những điều này, du lịch golf được xem là loại hình mang lại nhiều đột phá cho ngành du lịch hậu đại dịch. Sự gia tăng về nhu cầu chơi golf được lý giải bởi môn thể thao này có những đặc thù “đeo ni đóng giày” cho các khuyến cáo về an toàn và giãn cách hiện nay.

Minh chứng là, ngay cả khi Covid-19 hoành hành, tại Thái Lan, nhiều du khách sẵn sàng chi trả hơn 2.240 USD cho tour du lịch “golf quarantine” (cách ly và chơi golf). Nhiều nhóm khách Hàn Quốc trong hai tuần cách ly tập trung đã thoải mái chơi golf và tận hưởng nghỉ dưỡng. Ngành du lịch Thái Lan kỳ vọng, mỗi du khách sẽ mang lại doanh thu ít nhất 100.000 baht (tương đương hơn 3.000 USD) cho “xứ chùa Vàng” trong tương lai.

Hàn Quốc là thị trường golf lớn thứ ba thế giới (hơn 3 triệu người trên sân), chỉ xếp sau Mỹ (ước tính 28,8 triệu người) và Nhật Bản (khoảng 10 triệu người). Ngân hàng KB Kookmin (Hàn Quốc) ghi nhận, doanh số bán hàng tại các sân golf từ tháng 3 - 5/2021 tăng 10% so với cùng kỳ năm 2020. Đáng chú ý, đối tượng chi tiêu cho môn thể thao tinh hoa này là người trẻ (từ 20 - 30 tuổi) tăng mạnh. Với sự lên ngôi của xu hướng du lịch chăm sóc sức khỏe, giới khách du lịch siêu giàu và trung lưu Hàn Quốc hiện ưa chuộng các điểm đến biệt lập với đánh golf là trải nghiệm đi kèm không thể thiếu.

Còn theo trang Tourism Review News, có khoảng 5 - 10% người du lịch khắp thế giới với mục đích duy nhất là chơi golf. Du khách chơi golf có xu hướng chi tiêu cao hơn so với các đối tượng khác và mang lại nguồn lợi nhuận ngoại tệ khổng lồ cho các quốc gia dựa vào du lịch. Ngay cả lĩnh vực bất động sản, hàng không, nghỉ dưỡng cũng bị cuốn vào ngành du lịch sinh lợi hấp dẫn này.

Nếu như 10 năm trước, doanh thu ngành golf chỉ khoảng 50 triệu USD, thì hiện con số này lên tới hơn 1 tỷ USD, dự kiến tăng mạnh lên 3 tỷ USD vào năm 2030.

Sự phát triển của ngành golf kéo theo sự gia tăng của nhóm golf thủ trên thế giới đến Việt Nam. Trong số đó, khoảng 70 - 80% là doanh nhân, còn lại là chuyên gia cao cấp, có nhu cầu lưu trú dài ngày để thử thách với những sân golf mới. Họ tìm đến golf để nâng cao sức khỏe, thỏa mãn sở thích và phục vụ các mối quan hệ kinh doanh.

Còn nhiều dư địa

“Tôi nghĩ rằng, Việt Nam có thể được coi là điểm đến golf tốt nhất thế giới trong nhiều năm nữa. Tôi hy vọng, golf sẽ là một mảng trọng yếu trong ngành công nghiệp du lịch của Việt Nam”. Đây là chia sẻ của bà Nguyễn Thị Nga, Chủ tịch Tập đoàn BRG, đơn vị tiên phong trong lĩnh vực golf tại

Việt Nam trên chương trình Living Golf của CNN vào tháng 5/2022.

Niềm tin của bà Nga là hoàn toàn có cơ sở khi Việt Nam sở hữu nhiều thế mạnh để phát triển du lịch golf như: vị trí địa lý thuận lợi với bờ biển dài hơn 3.260 km, địa hình đa dạng (3/4 diện tích là đồi núi); số lượng người chơi golf tăng trưởng theo cấp số nhân và sự phát triển vượt bậc về hạ tầng sân golf.

Các sân golf tại Việt Nam có chất lượng tốt, đẳng cấp, đều do những golf thủ nổi tiếng thế giới thiết kế, có sự khác biệt dựa trên lợi thế về đặc điểm địa hình và các giá trị tài nguyên thiên nhiên, văn hóa để hấp dẫn khách du lịch yêu thích chinh phục nhiều sân golf độc đáo, nhiều thách thức và trải nghiệm khác biệt, ở những vị trí đẹp, gần liền các khu nghỉ dưỡng trải dọc ba miền Bắc, Trung, Nam.

Những tiềm năng đó hấp dẫn không chỉ các nhà đầu tư trong nước, mà cả nhà đầu tư nước ngoài. Ông Đỗ Chí Công, CEO SB Invest cho biết: “Có rất nhiều tập đoàn đầu tư golf hàng đầu thế giới, có kinh nghiệm cả trăm năm, tiềm lực tài chính rất hùng hậu đang tìm kiếm cơ hội đầu tư sân golf xanh theo tiêu chuẩn 5 sao, 6 sao tại Việt Nam”. Theo ông Công, nhìn vào số liệu khách du lịch golf toàn cầu, du lịch golf Việt Nam có dư địa lớn để phát triển khách chơi golf đến từ các thị trường Mỹ, Tây Âu và Đông Bắc Á.

Chia sẻ về khả năng chi trả của du khách golf, Phó Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch Hà Văn Siêu cho biết: “Khác với khách du lịch truyền thống, khách tham gia du lịch golf thường đến và quay lại nhiều lần. Bên cạnh phí chơi golf, họ còn chi trả cho các dịch vụ khách sạn, nhà hàng đẳng cấp... Vì thế, phát triển du lịch golf không chỉ giúp đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh du lịch, mà còn thu hút được đối tượng khách có khả năng chi tiêu cao, lưu trú dài ngày, kích thích phân khúc nghỉ dưỡng cao cấp”.

Nhờ phát triển golf, Việt Nam đang trở thành điểm đến được các đơn vị chuyên cung cấp dịch vụ, tour du lịch hạng sang thế giới ưu tiên lựa chọn, như TCS World Travel. Hai trong 9 hành trình mới khởi hành trong năm 2023 mà công ty này vừa ra mắt có điểm dừng chân tại Việt Nam và đều là một trong những tour thuộc top đắt giá nhất.

Với tour hạng sang du lịch bằng máy bay riêng (khởi hành từ Mỹ), chơi golf vòng quanh thế giới và hưởng các dịch vụ sang trọng, du khách phải chi 147.000 USD/người (khoảng 3,5 tỷ đồng). Theo đó, du khách tham gia sẽ tới các sân golf tốt nhất thế giới tại Mỹ, Australia, Malaysia, Việt Nam (ghé thăm Hội An - Đà Nẵng), Oman, Rwanda và Morocco, cũng như tham gia các hoạt động trải

nghiệm địa phương, tham quan các địa điểm nổi tiếng.

Trong 9 tour do TCS World Travel tổ chức, giá thấp nhất là 49.950 USD/người, cao nhất là 149.000 USD/người, thì Việt Nam được nằm trong số các điểm đến của tour “sang chảnh” bậc nhất. Điều đó cho thấy, không chỉ tạo sức hấp dẫn, mà golf còn góp phần không nhỏ trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ, khả năng cạnh tranh của điểm đến Việt Nam.

Đó là các lý do khiến nhiều nước xác định du lịch golf là “con gà đẻ trứng vàng” của ngành kinh tế xanh, và những doanh nghiệp tiên phong trong lĩnh vực golf như Tập đoàn BRG luôn hướng đến mục tiêu phát triển du lịch golf trở thành du lịch thế mạnh tại Việt Nam.

Covid-19 đã và đang làm thay đổi tư duy du lịch toàn cầu theo hướng phát triển mạnh mẽ du lịch thể thao. Đây cũng chính là cơ hội để Việt Nam khai thác “kho báu” du lịch golf, đặc biệt là công tác quảng bá, xúc tiến, tổ chức các giải đấu tầm cỡ khu vực và toàn cầu để Việt Nam thực sự trở thành điểm đến của các golf thủ hàng đầu thế giới.

Hòa Vũ - Tuấn Hữu

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/bai-2-ngoc-quy-dang-duoc-mai-giua>