

Вьетнам нуждается в хорошем маркетинге и инвестициях



Несмотря на заметный прогресс в **туристической отрасли Вьетнама**, страна все же отстает от своих азиатских и европейских **конкурентов**. Но, например, **вино** стало отличным маркетинговым ходом, который поднял популярность Вьетнама.

В целом, **туристическая отрасль** Вьетнама выглядит очень хорошо: совсем недавно было построено много отелей по всей береговой линии, протяженность которой составляет 2000 миль, а также в 2010 году Вьетнам посетило 5 миллионов туристов, что стало рекордным показателем для страны и является 35%-ым увеличением по сравнению с 2009 годом.

Тем временем, репутация Вьетнама улучшилась в международном масштабе, поскольку сюда прибывает много туристов с Запада. Но в чем же тогда проблема?

Результаты 2010 года кажутся внушительными и по популярности **Вьетнам** почти вытеснил Болгарию и Украину. Однако, такие страны как Камбоджия и Лаос остаются более интересными для **туристов**. Словосочетания “невероятная Индия” и “удивительный Таиланд” оставались на слуху очень долгое время, но ходят слухи о приличной **маркетинговой кампании**, разработанной для Вьетнама.

Проблема, кажется, заключается в двух областях: **маркетинг** и бюрократия. Все связано с тем, что организации, продвигающие туризм во Вьетнаме, финансируются лишь государством, поэтому средств не хватает.

Большинство экспертов соглашается с тем, что такие страны, как Индия и Таиланд намного популярнее, и инвестиции начинают приносить плоды. Посетители Вьетнама также обнаружили, что визовые требования могут испортить поездку прежде, чем она начнется.

Date: 2011-06-20

Article link:

<https://www.tourism-review.su/marketing-strategy-of-vietnamese-tourism-bureau-needs-improvements-news2818>