

# KHÁCH DU LỊCH NGA VÀO VIỆT NAM - THÁCH THỨC VÀ GIẢI PHÁP

**ThS. Nguyễn Huy Thịnh**

*Đại học Ngoại ngữ - ĐHQG HN*

## **Tóm Tắt**

*Trong thời gian 7, 8 năm gần đây ngành du lịch của Việt nam có những bước tiến bộ vượt bậc. Một điểm nhấn rất quan trọng làm nên thành tích đó chính là sự bùng nổ của khách du lịch Nga vào Việt nam. Nhưng chúng ta lại phải đối mặt với thử thách: thiếu hướng dẫn viên du lịch nói tiếng Nga. Khi thử thách này vừa được tạm thời giải quyết thì chúng ta lại phải đối mặt với thử thách khác: lượng khách du lịch người Nga vào Việt nam đột ngột giảm mạnh cùng với sự suy yếu của đồng rúp. Trong bài viết này chúng tôi điếm qua những thử thách và giải pháp của ngành du lịch nói chung và của khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Nga, Đại học Ngoại ngữ - Đại học Quốc gia Hà Nội nói riêng.*

### **1. Bùng nổ khách du lịch Nga**

Tổng cục Du lịch Việt Nam cho biết sau một thời gian dài gián đoạn, khách Nga, thị trường truyền thống của du lịch Việt Nam trong những năm 80 hiện đang có mức tăng trưởng đáng kể.

Năm 2012, lượng du khách Nga đến Việt Nam đạt 174.000 lượt, tăng 71,49% so với năm 2011, là thị trường tăng nhiều nhất trong năm của Việt Nam.

Năm 2013, Việt Nam đã đón 298.000 lượt du khách Nga, tăng 71% so với năm 2012. Nga tiếp tục đứng trong top 10 thị trường du khách tới Việt Nam nhiều nhất. Trong 8 tháng đầu năm 2013, một số thị trường du lịch lớn như Mỹ, Úc, Hàn Quốc... có chiều hướng sụt giảm khách thì khách du lịch Nga đến Việt Nam lại tăng cao.

Cụ thể, trong tháng 8/2013 có hơn 18.700 lượt khách Nga đến Việt Nam, tăng gần 13% so với tháng trước nhưng tăng hơn 143% so với tháng cùng kỳ năm trước. Tám tháng đầu năm 2013, có hơn 189.000 lượt khách Nga, tăng 63% so với cùng kỳ năm trước. Trong tháng 8/2013, một số thị trường có lượng khách đến Việt Nam tăng cao mà ngành du lịch cần chú ý như Đức (hơn 11.000 lượt khách, tăng 63% so với tháng trước), Ý (hơn 4.700 lượt, tăng 142%), Tây Ban Nha (hơn 6.700 lượt, tăng 115%)...

Hãy xét tình hình cụ thể: Trong tháng 2/2013, có gần 570.000 lượt khách đến Việt Nam, giảm gần 12,5% so với cùng kỳ năm trước, tương đương hơn 81.300 lượt khách. Tổng cộng, có hơn 1,21 triệu lượt khách quốc tế đến trong 2 tháng đầu năm 2013, chỉ bằng 90,4% so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong tháng 2/2013, tất cả các thị trường của du lịch Việt Nam đều sụt giảm, chỉ có thị trường Nga là tăng trưởng đến 38,3% so với cùng kỳ. Trong tháng 2, có gần 28.300 lượt khách Nga đến.

Du khách Nga là một trong những đối tượng khách mà du lịch Việt Nam đang cố gắng thu hút. Khách Nga sang Việt Nam chủ yếu nghỉ dưỡng dài ngày và đây là đối tượng khách chi nhiều tiền cho mua sắm khi đi du lịch. *(Số liệu do Tổng cục Du lịch Việt Nam công bố)*

Theo ông Anatoly Borovik, Tổng lãnh sự Liên bang Nga tại Thành phố Hồ Chí Minh, đa số người Nga đến Việt Nam là để du lịch nghỉ dưỡng tại phía nam, tập trung tại Khánh Hòa, Bình Thuận, Bà Rịa - Vũng Tàu và Kiên Giang. Vào năm ngoái, có đến 200.000 lượt người Nga sang Việt Nam du lịch.

Trong khi khách quốc tế của cả nước giảm thì Thành phố Hồ Chí Minh, trung tâm du lịch hàng đầu của cả nước, tăng trưởng. Theo thống kê của Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch thành phố, có khoảng 360.000 lượt khách quốc tế đến trong tháng 02/2013, tăng 8% so với cùng kỳ năm ngoái. Tổng số khách quốc tế đến thành phố trong 2 tháng đầu năm ước đạt 701.000 lượt, tăng 8,6%. *(Theo TBKTS)*

## **2. Nguyên nhân lượng khách du lịch Nga vào Việt nam tăng đột biến**

Thông tin bên lề triển lãm Du lịch Lữ hành quốc tế lần thứ 21 (MITT-2014) diễn ra tại thủ đô Mátxcơva của Nga vào cuối tháng 03/2014 cho biết, năm 2012, mức tăng trưởng của khách du lịch Nga là 71,4% so với năm 2011 và năm 2013 lượng khách tiếp tục tăng 71% so với năm 2012, đạt mức 298.000 lượt. Hiệp hội Lữ hành Nga đã lý giải việc 2 năm liên tiếp khách Nga đến Việt Nam tăng đột biến là do vùng biển nước ta nhiều nơi quanh năm nắng ấm, con người thân thiện, nhiều di tích có giá trị và ẩm thực hấp dẫn... Ngoài ra, những năm gần đây, Việt Nam cũng đã triển khai nhiều biện pháp, nhiều chiến dịch quảng bá nhằm thu hút khách du lịch Nga. Cụ thể, từ 01/01/2009, Việt Nam đã miễn thị thực cho khách Nga đi du lịch trong vòng 15 ngày. Bên cạnh đó, giao thông hàng không được cải thiện với việc mở nhiều đường bay thẳng từ các thành phố của Nga tới các thành phố biển của Việt Nam cũng là yếu tố khiến khách Nga chọn Việt Nam làm điểm đến.

Lướt qua các trang web chuyên về du lịch của Nga hiện nay, có thể dễ dàng nhận thấy Việt Nam chiếm một vị trí khá nổi bật. Ngoài những tour kết hợp cùng với các nước khác trong khu vực như Lào, Campuchia và Thái Lan, Việt Nam cũng được nhiều công ty du lịch Nga quảng bá là một điểm đến không thể bỏ qua. Điểm nổi bật của Việt Nam được hầu hết các hãng du lịch Nga nhắc tới là điều kiện khí hậu ấm áp, các khu vực nghỉ dưỡng trong lành với những bãi biển đẹp.

Những địa danh như Đà Nẵng, Phan Thiết và Nha Trang xuất hiện với tần suất dày đặc trong các mục giới thiệu cho các tour du lịch từ Nga tới Việt Nam. Khi đánh giá về Nha Trang, trang web du lịch Russoturista cho biết đây là địa danh nghỉ dưỡng nổi tiếng bậc nhất ở Việt Nam với không khí trong lành, những bãi biển cát trắng trải dài đẹp lộng lẫy cùng những hàng dừa tỏa bóng.

Ngoài ra, trang web này còn đánh giá cao những cù lao, những rạn san hô cùng các dịch vụ tắm nước khoáng và tắm bùn chữa bệnh ở Nha Trang trong điều kiện nhiệt độ trung bình lý tưởng là 26 độ C.

Theo đó, Nha Trang xứng đáng nằm trong danh sách những vịnh đẹp nhất thế giới. Ngoài các điểm du lịch nghỉ dưỡng ven biển, du khách Nga hiện cũng rất quan tâm tới các

đanh lam thắng cảnh khác của Việt Nam trải từ Bắc vào Nam như thủ đô Hà Nội, Vịnh Hạ Long, đảo Cát Bà, Sa Pa, Hội An, Đà Lạt, thành phố Hồ Chí Minh, Đồng bằng sông Cửu Long, đảo Phú Quốc... Ngoài ra, những du khách Nga thích khám phá cũng đang rất quan tâm tới các địa danh kỳ vĩ bậc nhất thế giới mà Việt Nam sở hữu như hang Sơn Đoòng hoặc động Phong Nha ở Quảng Bình.

Tại MITT-2014, hội chợ du lịch lớn nhất của Nga và lớn thứ 3 thế giới về qui mô, với hơn 1.800 công ty từ 198 nước và khu vực trên thế giới tham gia, đại diện các hãng du lịch Nga đều đánh giá cao Việt Nam. Bà Elena Vasilievna, đến từ công ty du lịch Tolari ở Ekaterinburg nhận định, du khách Nga thích Việt Nam ở sự mến khách, thiện chí, các bãi biển tuyệt vời, đồng thời dịch vụ tại Việt Nam ngày càng cải thiện.

Trong khi đó, cô Elena Yulina, chuyên gia về Đông Nam Á của một công ty du lịch ở Moskva cho biết, công ty của cô đã làm việc hơn 5 năm với Việt Nam và 2 năm trở lại đây có rất nhiều du khách Nga tới Việt Nam. Theo cô, Việt Nam có rất nhiều danh thắng để tham quan và nhiều du khách Nga đã quay trở lại không chỉ một lần.

Việc người dân Nga lựa chọn Việt Nam là điểm đến cho các kỳ nghỉ của mình cũng một phần do mối quan hệ gần gũi và tình cảm gắn bó của nhân dân hai nước Việt-Nga. Thời chiến tranh và những năm đầu công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội, Liên Xô đã dành sự trợ giúp lớn cho Việt Nam, rất nhiều chuyên gia Liên Xô làm việc và yêu quý Việt Nam. Bây giờ, họ muốn quay lại để xem đất nước họ từng gắn bó "thay da, đổi thịt" thế nào. Nga hiện cũng được xếp hạng là thị trường du khách có mức chi trả tương đối cao (xếp khoảng thứ 9 trên thế giới về mức tiêu dùng). Chi tiêu bình quân của khách Nga khi đi du lịch khoảng 1.500 USD/ chuyến đi, trong đó có khoảng 610 USD chi ngoài tour trọn gói (cao hơn so với mức trung bình các du khách thị trường khác khoảng 40%). Chính vì vậy, nếu khai thác được nguồn khách này, chúng ta sẽ mang được nhiều ngoại tệ về cho đất nước.

Theo ông Nguyễn Đức Tấn, Giám đốc Công ty Lữ hành Focus Việt Nam, công ty đã phục vụ 30.000 khách du lịch Nga mỗi năm, khách du lịch Nga được đánh giá là tương đối dễ tính. Sang Việt Nam, hầu hết du khách Nga quan tâm nghỉ dưỡng biển và thường đi nghỉ cùng gia đình. Trung bình, mỗi kỳ nghỉ của khách là 12-14 ngày, trong chu kỳ này khách thường tham gia 1-2 tour tại địa phương và khu vực xung quanh. Tuy nhiên, Việt Nam còn thiếu các điểm tham quan, khu ăn uống, khu vui chơi giải trí lành mạnh. Lưu trú dài ngày nhưng vào ban đêm du khách hầu như không có nơi nào để đi và các điểm du khách có thể đi thì quá ít so với nhu cầu. Điểm yếu nhất của du khách Nga khi đi du lịch là việc giao tiếp, đa số không nói được tiếng Anh.

Cũng theo ông Tấn, đối với các nước ở châu Âu và châu Á, du khách Nga đều quay lại nhiều lần. Tuy vậy, đối với Việt Nam, du khách Nga có quay lại lần thứ hai nhưng không nhiều. Năm 2014 và 2015, du lịch Việt Nam dự kiến sẽ đón từ 300.000 đến 350.000 lượt khách du lịch Nga và mục tiêu trong thời gian tới của du lịch Việt Nam là sẽ thu hút khoảng một triệu du khách Nga vào năm 2020. Tuy nhiên, để đạt được con số này, theo các nhà làm kinh doanh du lịch, ngành du lịch Việt Nam cần tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động quảng bá, đổi mới và mở rộng các sản phẩm du lịch, cải thiện cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, trong đó có việc xây dựng thêm nhiều khách sạn cao cấp mới.

Mục tiêu trong thời gian tới của du lịch Việt Nam là sẽ thu hút khoảng một triệu du khách

Nga vào năm 2020. Tuy nhiên, để đạt được con số này, ngoài phát huy những thế mạnh và kết quả đã đạt được, ngành du lịch Việt Nam cần tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động quảng bá, đổi mới và mở rộng các sản phẩm du lịch, cải thiện cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, trong đó có việc xây dựng thêm nhiều khách sạn cao cấp mới theo khuyến cáo từ các nhà làm du lịch Nga.

### 3. Đồng rúp mất giá, khách Nga đến Nha Trang sụt giảm mạnh

Từ cuối tháng 11/2014, những thông tin về tình hình thị trường khách Nga khiến những người làm DL lo lắng. Bởi khoảng thời gian từ tháng 10 năm trước đến tháng 4 năm sau là mùa cao điểm khách Nga. Nhờ có lượng khách Nga tăng cao trong thời điểm này mà hàng loạt các cơ sở dịch vụ DL từ lưu trú, ăn uống, mua sắm, vui chơi giải trí... đã duy trì được hoạt động và có doanh thu cao. Hiện nay, do đồng rúp Nga rất giá, những vị khách của xứ sở Bạch Dương gặp nhiều khó khăn về tài chính đã không thể mua tour đi du lịch với mức giá như cũ nên tình trạng hủy tour diễn ra ngày càng nhiều. Các chuyến bay chở khách du lịch từ Nga sang nghỉ dưỡng ở Nha Trang - Khánh Hòa cũng giảm tần suất.

Theo đại diện Sân bay quốc tế Cam Ranh, hiện mỗi ngày có khoảng 2.000 lượt khách Nga đi và đến sân bay, trong đó khách của hãng lữ hành Pegas Touristik có chiều hướng giảm với 800 lượt, nhưng khách của hãng lữ hành Anex tour lại tăng, đạt 1.200 lượt. Lượng khách của Pegas Touristik - hãng lữ hành đưa khách Nga đến Nha Trang với số lượng lớn trong thời gian qua giảm đã tác động trực tiếp đến hãng lữ hành này. Thông tin từ Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, để cứu vãn tình thế, Pegas Touristik đã giảm đến 50% giá tour, nhưng lượng khách đặt tour vẫn giảm. Còn hãng lữ hành Anex tour, tuy không giảm giá tour, nhưng theo ông Phan Đăng Anh - Trưởng điều hành Anex Việt Nam, để tiếp tục đưa khách đến Nha Trang, hãng đã phải thực hiện chính sách bù lỗ nên lợi nhuận thu về giảm khoảng 40% so với trước. “Đến tháng 12 này, lượng khách Nga đặt tour của chúng tôi đã giảm 60% so với trước. Nếu đồng rúp Nga tiếp tục rớt giá, chúng tôi sẽ phải ngừng việc đưa khách Nga đến Việt Nam nói chung và Nha Trang nói riêng”, ông Phan Đăng Anh chia sẻ. Tình hình khó khăn về khách Nga cũng tác động đến các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ DL. Nếu trước đây, các khách sạn lớn ở Nha Trang chỉ ký hợp đồng bán phòng cho các hãng lữ hành đưa khách Nga qua tới đã chỉ khoảng 70% công suất phòng, và các hãng lữ hành phải tự liên hệ để kiếm đủ số phòng cho khách; thì nay, các khách sạn phải liên hệ với các hãng lữ hành để mong có được hợp đồng đặt phòng. “Mấy năm trước, chúng tôi tưởng đã không còn lo về lượng khách trong thời kỳ thấp điểm khách nội địa, thì nay, mối lo ấy đã quay trở lại. Chúng tôi cố gắng liên hệ với Pegas Touristik, Anex tour và một số hãng khác để kiếm hợp đồng, nhưng kết quả cũng không được khả quan”, đại diện một khách sạn 5 sao trên đường Trần Phú cho biết. Còn chủ một cơ sở dịch vụ ăn uống ở đường Nguyễn Thị Minh Khai lo lắng: “Chúng tôi đã đầu tư một khoản rất lớn để làm nhà hàng này. Từ bảng hiệu đến thực đơn đều mang phong cách Nga, vậy mà tình hình lại không được thuận lợi như mong đợi”. Lượng khách Nga giảm cũng tác động đến chính đời sống, thu nhập của người lao động. Đã có một số doanh nghiệp (DN) du lịch cắt giảm nhân sự, giảm lương, thưởng của người lao động. Trong bối cảnh khó khăn sắp đến, điều mà các hãng lữ hành đưa khách Nga đến Nha Trang mong muốn là nhận được sự chia sẻ của các DN kinh doanh dịch vụ du lịch bằng cách giảm giá các sản phẩm của mình. “Quan hệ của chúng tôi với các DN cung cấp dịch vụ du lịch như nước với thuyền, nước nổi thì thuyền nổi và ngược lại nên rất mong nhận được sự chia sẻ. Nếu trong hoàn cảnh khó khăn này mà cứ để giá tour

cao như trước thì khách sẽ không còn lựa chọn Nha Trang làm điểm đến nữa. Để chúng tôi có thể giảm giá tour thì các DN cung cấp dịch vụ du lịch nên có chính sách giảm giá sản phẩm của mình”, ông Phan Đăng Anh bày tỏ. Xung quanh vấn đề trên, ngày 4/12, tại cuộc họp với các sở, ngành liên quan, đồng chí Trần Sơn Hải - Phó Chủ tịch Thường trực UBND tỉnh cho rằng, tuy lượng khách Nga trong năm qua có tăng, nhưng đã bộc lộ những dấu hiệu phát triển không bền vững. Đặc biệt, với tình hình đồng rúp Nga rớt giá, thị trường khách Nga trong thời gian tới sẽ gặp nhiều khó khăn. Điều cần thiết bây giờ là các DN cung cấp dịch vụ du lịch cần ngồi lại với các hãng lữ hành quốc tế đưa khách Nga đến Nha Trang để bàn giải pháp thiết thực tháo gỡ khó Hiệp hội Du lịch tỉnh phải chủ động, tích cực đứng ra chủ trì vấn đề này, bởi nó liên quan sát sườn tới hoạt động, doanh thu của các DN Du lịch. Có thể các bên sẽ tính đến chuyện giảm giá các dịch vụ du lịch, nhưng vẫn phải giữ được chất lượng sản phẩm, chất lượng phục vụ và thương hiệu du lịch Nha Trang - Khánh Hòa.

#### **4. Ứng phó với tình hình khách Nga sụt giảm: biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp du lịch**

Thị trường khách Nga liên tục giảm trong những tháng cuối năm 2014, kỳ nghỉ lễ đầu năm 2015 ở những điểm đến được khách Nga yêu thích nhất như Nha Trang (Khánh Hòa), Mũi Né (Bình Thuận), Ninh Thuận hay Phú Quốc (Kiên Giang). Trước thực trạng này, Tổng cục Du lịch đang tìm mọi cách để hỗ trợ doanh nghiệp, hạn chế sụt giảm khách Nga và mở rộng thị trường.

Liên tiếp trong 3 năm gần đây, Nga đã lọt vào top 10 thị trường gửi khách tới Việt Nam đông nhất. Năm 2012, 2013 thị trường này đều có mức tăng trưởng trên 71%. Hiện nay, nước Nga đang đối mặt với những khó khăn, thách thức chưa từng có. Nguy cơ khủng hoảng kinh tế của Nga trở nên rõ ràng do những cấm vận của Mỹ và phương Tây. Giá dầu sụt giảm mạnh, đồng ruble liên tục mất giá so với đồng USD.

Với tình hình này, kinh tế Nga khó phục hồi và cứu vãn sự sụt giảm đồng ruble trong ngày một ngày hai. Thu nhập thực tế của người dân Nga vì thế cũng giảm sút, chi tiêu được thắt chặt, các chuyến du lịch cũng bị cắt giảm theo. Không chỉ ở Việt Nam khách Nga giảm thời gian gần đây mà ở nhiều điểm đến khác như Thổ Nhĩ Kỳ, Ai Cập, Thái Lan khách Nga giảm tới 40%-50%. Tính chung cả năm 2014, khách Nga tới Việt Nam vẫn đạt gần 365.000 lượt người, tăng 22,4% so với năm 2013 nhưng cũng khó tránh khỏi sụt giảm trong những tháng tới.

Thời gian tới được dự báo sẽ là những tháng ngày khó khăn với những doanh nghiệp, địa phương chuyên đón khách Nga. Trước sự mất giá sâu của đồng ruble, tình trạng hủy tour và cắt giảm các chuyến thuê bao máy bay đưa khách Nga sang nghỉ dưỡng tại Việt Nam ngày càng nhiều. Nha Trang, Mũi Né, Phú Quốc là những địa phương hứng chịu nhiều nhất sự sụt giảm này.

Các khách sạn, khu nghỉ dưỡng tại những nơi này rơi vào cảnh lao đao và đa phần khách thực hiện chuyến đi không thể mua theo mức giá cũ. Pegas Touristik, Anex tour và Focus travel là những công ty hàng đầu ở Việt Nam chuyên đón khách Nga.

Hiện nay, khách do Pegas Touristik đón giảm khoảng 30- 40%. Pegas Touristik đã giảm đến 50% giá tour, nhưng lượng khách đặt tour vẫn giảm. Khách do Anex tour và Focus travel

đón không tới mức bi đát như vậy, tuy nhiên, đại diện của Anex tour cho biết hãng này đã phải thực hiện chính sách bù lỗ để duy trì lượng khách, chấp nhận lợi nhuận thu về giảm 40% và khách đặt tour trong tháng 12/2014 cũng giảm mạnh. Ông Đặng Bảo Hiếu, Giám đốc Công ty Focus travel, một trong những công ty đầu tiên gây dựng thị trường Nga tại Việt Nam thì cho rằng: Việc nhiều người hoãn khoản khách Nga "không đến Việt Nam nữa" là không có cơ sở. Người Nga vẫn đi du lịch, vẫn tới Việt Nam và chắc chắn sẽ đến. Kể cả tình huống xấu nhất là phần đông người Nga không có đủ tiền để đi du lịch nhiều như đang và đã trong thời gian qua nữa, một bộ phận không nhỏ vẫn có nhu cầu nghỉ dưỡng ở những vùng biển ngập tràn nắng ấm. Nếu không đi 2, 3 thậm chí là 4, 5 lần trong một năm thì cũng là 1 lần. Người Nga đi Nha Trang cũng như người Sài Gòn đi Phan Thiết, người Hà Nội đi Cửa Lò vậy. Nghỉ biển với người Nga là nhu cầu. "Chúng tôi vẫn tin vào thị trường Nga và sẽ tìm cách mở rộng tới những thị trường mới", ông Hiếu nói. Ông Nguyễn Văn Tuấn, Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch (TCDL) cho biết, hiện TCDL đang tập trung một số biện pháp và hành động cụ thể để ngăn chặn sụt giảm và tháo gỡ khó khăn cho thị trường khách Nga. Ngoài việc gặp gỡ với các doanh nghiệp du lịch lớn đón khách Nga và các địa phương tập trung nhiều khách Nga để bàn về giải pháp chặn đà suy giảm, phục hồi tăng trưởng thị trường này, TCDL đã đưa ra một loạt các giải pháp đồng bộ như: đề xuất hỗ trợ doanh nghiệp du lịch, khuyến khích doanh nghiệp lữ hành, khách sạn giảm giá để hỗ trợ đón khách Nga vào Việt Nam; đề xuất Chính phủ đơn giản hóa thủ tục cấp thị thực và tăng thời gian miễn thị thực cho khách Nga vào Việt Nam, nghiên cứu phương án xin giảm thuế đối với doanh nghiệp du lịch đón khách Nga...

Ngoài ra, công tác xúc tiến, quảng bá cũng không kém phần quan trọng. Ông Nguyễn Văn Khoa - Chủ tịch Hiệp hội Du lịch tỉnh Bình Thuận cho biết: trong năm nay các doanh nghiệp trong hiệp hội sẽ tham gia các hội chợ du lịch quốc tế tổ chức ở khu vực Đông Âu, Tây Âu, Đông Nam Á và Trung Quốc để quảng bá hình ảnh điểm đến hấp dẫn của Mũi Né – Phan Thiết – Bình Thuận. Cơ hội tìm kiếm thị trường mới từ các hội chợ quốc tế cũng không hề nhỏ.

"Qua những hội chợ đó, chúng tôi gặp gỡ các đơn vị lữ hành lớn để trao đổi với họ, mời họ sang khảo sát sản phẩm của chúng ta. Cũng qua đó, trao đổi với các doanh nghiệp ở đây để ký kết các hợp đồng đưa du khách ở nước họ đến với chúng ta.", ông Nguyễn Văn Khoa nói.

Trước mắt, dù đang gặp khó khăn, nhưng với sự chủ động tìm kiếm thị trường, nâng cao chất lượng dịch vụ, ngành du lịch Bình Thuận hy vọng sẽ tiếp tục thu hút du khách quốc tế, bù vào lượng khách Nga đang bị sụt giảm trong năm nay.

## **5. Những biến động trong nước và quốc tế ảnh hưởng đến thị trường du lịch Việt Nam**

Theo thông tin từ Tổng cục Thống kê, trong ba nhóm khách chính, gồm khách đến vì mục đích du lịch-nghỉ ngơi, đi công việc và thăm thân nhân đều sụt giảm. Trong đó, nhóm khách du lịch-nghỉ ngơi giảm mạnh nhất, chỉ bằng 80,6% so với tháng 2/2012, kể đó là nhóm đi vì công việc và thăm thân nhân.

Theo số liệu của TCDL Việt Nam, trong ba tháng đầu năm 2015, khách quốc tế đến Việt Nam chỉ đạt 2 triệu lượt người, giảm 13,7% so với cùng kỳ năm trước. Đặc biệt, lượng khách tháng 3 giảm kỷ lục trên 23,4% so với cùng kỳ. Trong đó, giảm nhiều nhất là thị trường Trung Quốc với 40,4% khiến 2 thị trường Nhật Bản và Hàn Quốc dù tăng nhưng vẫn không thể bù đắp nổi phần sụt giảm của cả thị trường châu Á. Tương tự, du khách đến từ châu Âu cũng giảm 11,1% trong đó lượt khách Nga giảm 27,1% so với cùng kỳ năm ngoái.

Có thể thấy nhiều nguyên nhân đã góp phần gây ra sự sụt giảm khách du lịch quốc tế đến Việt Nam. Theo các chuyên gia nghiên cứu của ngân hàng HSBC, một phần nguyên nhân là do đồng Việt Nam tăng giá trên cơ sở tỷ giá thực hữu dụng REER. Xét về mặt tỷ giá hối đoái thực hữu dụng, tiền đồng Việt Nam đang tăng giá khoảng 8% kể từ cuối năm 2014. Người Nhật Bản, châu Âu và Úc đều đã trải qua qua việc sức mua yếu hơn trên cơ sở so sánh với đồng Đô la Mỹ, khiến họ kém mặn mà với việc đi du lịch lúc này. Cộng thêm đồng Yen, Euro và Đô la Úc lại yếu đã làm lượng khách du lịch đến Việt Nam chuyển hướng, đặc biệt là khách du lịch Trung Quốc, khiến cho ngành du lịch của Việt Nam chịu tác động kép.

Bên cạnh đó, đồng ruble Nga mất giá, đồng euro giảm giá so với đô la khiến chi phí du lịch của các du khách châu Âu bị đội lên. Đặc biệt, lượng khách đến từ thị trường Nga sụt giảm rất mạnh.

Ông Thái Hồng Sơn, Giám đốc Công ty Du lịch Sputnik Tour, cho biết: Bình thường, một người Nga đến Nha Trang du lịch cần 1.500 USD để đi máy bay, ở khách sạn, tour tham quan và 500 USD để ăn uống, số tiền tương đương khoảng 60.000 Rupe. Nhưng nay họ phải mất đến 100.000-140.000 Ruble để chi trả cho các khoản trên. Điều này buộc họ phải thắt chặt chi tiêu.

Đáng chú ý là, so với Việt Nam, Thái Lan là một điểm đến ngày càng trở nên hấp dẫn hơn đối với khách du lịch toàn cầu bởi thủ tục xin thị thực rườm rà cùng với chi phí cao và cơ sở hạ tầng ở Việt Nam bị giới hạn. Thủ tục nhập cảnh của nước ta đang trở nên ngày càng rườm rà và rắc rối khiến du khách cảm thấy nản chí.

Ngay đầu năm 2015, hàng ngàn du khách xông đất TP. Hồ Chí Minh bằng đường biển đã phải “toát mồ hôi” khi chờ đợi hoàn thành xong những quy định mới của Cục Xuất nhập cảnh. Để xin visa cho từng du khách, mỗi cá nhân phải làm đơn, dán ảnh 4x6, đóng 7 con dấu; lệ phí cũng tăng từ 5 USD lên 45 USD/người. Sau khi bị phản ứng gay gắt, mức phí này được gỡ bỏ và áp dụng quy định cũ nhưng thủ tục dán ảnh, làm đơn thì vẫn giữ nguyên.

Từ nhiều năm qua, dịch vụ du lịch Việt Nam gần như không có gì đổi mới trong khi đó tình trạng môi trường ô nhiễm, thiếu thông tin... vẫn chưa được cải thiện. Nếu như tại Thái Lan, mỗi năm đều đưa thêm những điểm du lịch mới, thì Việt Nam nhiều năm liền các chương trình tour vẫn không có gì thay đổi. Nhà sáng lập, giám đốc Công ty Luxury Travel (Hà Nội), ông Phạm Hà cũng cho biết, một trong những lý do khiến khách quốc tế ít chọn Việt Nam là do việc quảng bá và tiếp thị về du lịch Việt chưa tốt, khách hàng thiếu thông tin về điểm đến và sản phẩm mới.

Không chỉ có vậy, chính yếu tố con người cũng khiến nhiều du khách nước ngoài mất thiện cảm đối với Việt Nam khi đi đến đâu cũng có một đội ngũ hàng rong “chèo kéo”. Có những trường hợp còn bắt du khách phải mua hàng bằng được mới chịu buông tha. Ngay cả với người dân trong nước cũng luôn bắt gặp tình trạng nhiều người “bao quanh” mỗi khi đi đến các địa điểm danh lam thắng cảnh. Chính những hành vi này khiến nhiều du khách bức xúc và chia sẻ kinh nghiệm trên các trang mạng xã hội làm nhiều du khách khác có ý định tới Việt Nam cũng phải “chùn bước”.

Từ những tháng cuối năm 2014, rất nhiều chủ khu nghỉ dưỡng và khách sạn cao cấp tại những điểm du lịch nóng như Nha Trang, Mũi Né đều “kêu trời” vì lượng khách nước ngoài giảm mạnh, đặc biệt là khách Nga từ 40 – 50%.

Trao đổi với báo Người Lao Động, ông Thái Hồng Sơn, Giám đốc Công ty Du lịch Sputnik Tour, cho biết: Bình thường, một người Nga đến Nha Trang du lịch cần 1.500 USD để đi máy bay, ở khách sạn, tour tham quan và 500 USD để ăn uống, số tiền tương đương khoảng 60.000 rúp. Nhưng nay họ phải mất đến 100.000-140.000 rúp để chi trả cho các khoản trên. Điều này buộc họ phải thắt chặt chi tiêu.

Một hãng lữ hành chia sẻ nhiều du khách nước ngoài đến Việt Nam hiện vẫn mang theo tâm lý bất an và dè dặt với các dịch vụ. Cụ thể, trong chương trình khuyến mại tặng quà miễn phí tại ga tàu cho những du khách quốc tế của công ty này lên đường tới Sapa, các du khách đã liên tục từ chối nhận quà vì sợ sau đó bị... đòi tiền. Khi được hỏi, những vị khách này chia sẻ rằng bạn bè hoặc bản thân họ đã từng đến Việt Nam và sử dụng một số dịch vụ. Tuy nhiên, sau khi sử dụng những vật phẩm được nói là "cung cấp sẵn" thì lại bị thu phí, thậm chí là mức phí khá cao.

Những rào cản với khách du lịch đến Việt Nam có thể kể đến còn bao gồm cách quảng bá chưa chuyên nghiệp, điều kiện đi lại, thủ tục nhập cảnh chưa thông thoáng và giá dịch vụ du lịch vẫn cao...

Có vẻ như, du lịch Việt đang trở nên vô cùng "mong manh" và dễ tổn thương khi những cơn sóng dữ bất thành linh ập đến. Đây là hồi chuông cảnh báo đối với ngành du lịch trong nước. Ngoài tổn hại trực tiếp đến hoạt động của các doanh nghiệp lữ hành và các dịch vụ ăn theo du lịch, đóng góp vào tốc độ phát triển chung của cả nước giảm, mà còn ảnh hưởng đến hình ảnh thương hiệu du lịch quốc gia trong tương lai.

Nhiều ý kiến cho rằng, trong bối cảnh hiện tại, ngành du lịch nên có những phản ứng tức thì để đối phó thì mới góp phần ngăn chặn đà sụt giảm, trước mắt là cho mùa du lịch vào dịp hè sắp tới và cuối năm nay.

Làm thế nào để thu hút du khách quốc tế từ các thị trường khác để bù lại lỗ hổng khách Nga, đó là bài toán đang được ngành du lịch tại Bình Thuận tính lại trong thời điểm này. Trong những năm qua, Bình Thuận luôn là điểm đến hấp dẫn đối với du khách quốc tế. Vào mùa cao điểm, từ tháng 11 năm này đến tháng 4 năm sau, các khu nghỉ dưỡng cao cấp ở Bình Thuận gần như kín phòng. Năm 2014, khách quốc tế vẫn ổn định với 400.000 lượt. Nhưng bắt đầu từ tháng 1/2015 trở đi, tình hình bắt đầu thay đổi. Lượng du khách ngày càng giảm mạnh.

Theo Hiệp hội du lịch Bình Thuận, trong năm 2015, ngành du lịch địa phương sẽ có nhiều trở ngại. Lâu nay, du khách Nga luôn chiếm tỷ trọng cao trong thị trường khách quốc tế đến Bình Thuận. Nhưng hiện nay do ảnh hưởng kinh tế Nga suy giảm cũng như sự mất giá của đồng Ruble so với USD, người Nga bắt đầu hạn chế đi du lịch nước ngoài. Do đó, lượng khách Nga đến với Bình Thuận cũng sụt giảm nghiêm trọng. Đây là vấn đề ngành du lịch Bình Thuận tính đến để có giải pháp kịp thời.

Ông Trần Việt Hà – Giám đốc khu nghỉ dưỡng Pô Sha Nư (thành phố Phan Thiết) cho biết: "Để thay thế cho khách Nga ngày càng giảm, chúng tôi chủ yếu khai thác mảng khách Tây Âu và Bắc Âu cũng như mảng khách của các nước Châu Á như: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và các nước trong khối ASEAN."

Cũng theo ông Trần Việt Hà, để khai thác đối tượng khách này không có cách nào khác là phải nâng cao chất lượng phục vụ để cạnh tranh một cách lành mạnh. Bởi giảm giá dịch vụ



chưa phải là yếu tố quyết định mà quan trọng nhất là chất lượng dịch vụ. Khi chất lượng dịch vụ được nâng lên, thì du khách mới quay lại nghỉ dưỡng.

## 6. Đổ lỗi cho khách quan

Tại Hội nghị triển khai Nghị quyết 92 - Kích cầu du lịch và tọa đàm Nâng cao hiệu quả tham gia các hội chợ du lịch quốc tế, diễn ra cuối tuần qua tại Hà Nội, ông Nguyễn Văn Tuấn, Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch, cho biết, du lịch Việt Nam đang đối mặt nguy cơ khách quốc tế sụt giảm mạnh.

Ông Tuấn chia sẻ, du lịch Việt Nam có sự tăng trưởng ấn tượng thì từ giữa tháng 6/2014 đến nay lại bắt đầu sụt giảm mạnh. Cụ thể, 3 tháng đầu năm 2015, khách quốc tế đến Việt Nam chỉ đạt 2 triệu lượt, giảm 13,7% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, khách Nga giảm trên 40%, Trung Quốc giảm 27%, châu Âu giảm 11%,... Trong vòng 10 tháng liên tục, từ tháng 4/2014 đến tháng 3/2015, tăng trưởng khách quốc tế đến Việt Nam luôn là con số âm, và giảm không phanh ngay trong mùa cao điểm (từ tháng 9 năm trước đến tháng 3 năm sau).

Theo ông Tuấn, nguyên nhân dẫn đến sự sụt giảm trên là do nền kinh tế thế giới suy thoái, ngấm sâu vào thị trường Việt Nam nên du lịch cũng bị ảnh hưởng. Ngoài ra còn do tác động của các nguyên nhân khác như: Đồng Rúp mất giá, đồng Euro giảm giá so với đồng USD khiến chi phí du lịch của cá khách châu Âu bị đội lên. Giá tour tới Việt Nam trở nên đắt đỏ. Trong khi, khách đến từ Trung Quốc hay thị trường nói tiếng Hoa vẫn chưa hồi phục sau sự kiện Biển Đông năm ngoái.

Ông Vũ Thế Bình, Phó chủ tịch Hiệp hội du lịch Việt Nam, cho rằng, nguyên nhân chủ quan là dẫn đến tình trạng khách quốc tế giảm mạnh còn là do: Thứ nhất, sản phẩm du lịch của Việt Nam từ lâu vẫn chưa được đầu tư để nâng cấp. Những sản phẩm cũ vẫn được khai thác, không đầu tư làm mới nên khó giữ chân khách cũ và thu hút khách mới đến Việt Nam. Thứ hai, công tác xúc tiến, quảng bá còn lạc hậu, cách quảng bá du lịch Việt tại các hội chợ du lịch quốc tế còn kém, chưa hiệu quả, nếu không nói là chưa có bất cứ sự đổi mới nào.

"Thực tế, khi đi hội chợ du lịch quốc tế tôi cảm thấy ngỡ ngàng vì gian hàng của ta quá lạc hậu, đôi khi cũ kỹ quá. Hiện nay các gian hàng du lịch Việt Nam ở hội chợ du lịch quốc tế chỉ hơn mỗi Lào", ông Bình chia sẻ.

Hơn nữa, "khu Việt Nam tại các hội chợ du lịch quốc tế còn thiếu 'cá tính' về thiết kế và trang trí, thiếu các hoạt động, ấn phẩm, chương trình, thiết bị đa phương tiện tạo ấn tượng mạnh và thu hút sự quan tâm của những người tham gia hội chợ" - ông Lương Hoài Nam, thành viên Hội đồng tư vấn du lịch, nhận xét.

## 7. Giá tour đắt đỏ, quảng bá thua Campuchia

Theo ông Nguyễn Văn Tuấn, điều đáng báo động là, năm 2015, khách đến Việt Nam giảm mạnh nhưng khách đến Thái Lan tăng tới 20%; Campuchia cũng đang phát triển mạnh mẽ về du lịch. Các nước khác làm du lịch rất tốt, biết liên kết với nhau để giảm giá lớn. Ví như, tour đi Nhật 5 ngày 4 đêm chỉ còn 20 triệu đồng, đi Hàn Quốc còn 16 triệu đồng và đặc biệt, tour đi Thái chỉ còn 5 triệu đồng. Rõ ràng, với giá tour đi Thái Lan 5 ngày 4 đêm chỉ bằng chúng ta đi vé máy bay khứ hồi từ Hà Nội vào Thành phố Hồ Chí Minh - ông Tuấn lo lắng.

Qua đây, có thể thấy rằng nếu không liên kết đồng bộ giữa các ngành để giảm giá tour xuống thấp thì Việt Nam rất khó có thể cạnh tranh. Đây là hồi chuông cảnh báo đối với ngành du lịch trong nước. Ngoài tổn hại trực tiếp đến hoạt động của các doanh nghiệp lữ hành và các dịch vụ ăn theo du lịch, đóng góp vào tốc độ phát triển chung của cả nước giảm, mà còn ảnh hưởng đến hình ảnh thương hiệu du lịch quốc gia trong tương lai.

## **8. Thiếu hướng dẫn viên du lịch nói tiếng Nga - thách thức không nhỏ:**

Trên cả nước, hiện có 418 hướng dẫn viên (HDV) tiếng Nga. Đây là con số tương đối nhỏ so với lượng du khách. Tuy nhiên, đó chưa phải là tất cả. Theo ông Nguyễn Đức Tấn, nếu nhìn vào chất lượng thì chỉ khoảng 40% số HDV này đạt tiêu chuẩn. HDV tiếng Nga đi tour hầu hết có thời gian du học từ Nga về và có khả năng ngoại ngữ. Về khả năng dẫn dắt tour, phần lớn HDV còn lại chỉ qua khóa học 3 tháng hoặc ít hơn là có bằng HDV. Việc này làm cho các HDV có khả năng dẫn dắt các đoàn lớn cũng như xử lý các vấn đề trong quá trình dẫn đoàn không được bài bản.

Khi khách Nga vào Việt nam bùng nổ thì vấn đề thiếu hướng dẫn viên du lịch nói tiếng Nga là vấn đề cấp bách, nhưng hiện nay số khách Nga vào Việt nam giảm đáng kể thì vấn đề thiếu hướng dẫn viên du lịch nói tiếng Nga còn đặt ra nữa không?

Theo chúng tôi chúng ta phải có chiến lược phát triển lâu dài và bền vững cho thị trường du lịch rất tiềm năng này. Việc giảm sút chỉ là trước mắt do tình hình kinh tế của Nga tạm thời gặp khó khăn. Nếu chúng ta không đón đầu cơ hội này chúng ta sẽ lại tuột mất cơ hội một lần nữa.

## **9. Việc dạy tiếng Nga du lịch ở Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Nga**

Trong hơn 10 năm trở lại đây chúng tôi có đưa môn Tiếng Nga du lịch vào chương trình giảng dạy tại năm cuối, tuy nhiên thời lượng cho môn học rất ít ỏi: chỉ có 2 tín chỉ, tương ứng với 30 tiết lên lớp. Rõ ràng với thời lượng như vậy khó có thể cung cấp cho sinh viên những kiến thức kỹ năng cần thiết đáp ứng được nhu cầu công việc trong lĩnh vực du lịch. Tuy nhiên, trong đợt điều chỉnh chương trình đào tạo một cách căn bản gần đây nhất (năm 2011), bên cạnh các chuyên ngành truyền thống của Khoa là Sư phạm và Phiên dịch, trong Chương trình đào tạo của Khoa đã xuất hiện thêm định hướng Du lịch và mặc dù hiện tại đa phần các môn học trong định hướng này do giảng viên ngoài Trường đảm nhận và chỉ có môn Tiếng Nga Du lịch (3 tín chỉ), Tiếng Nga Du lịch nâng cao (3 tín chỉ) là được giảng dạy bằng tiếng Nga, song đây cũng là một tín hiệu vui hứa hẹn khả năng người học tại Khoa sẽ sớm được trang bị các kiến thức, kỹ năng cần thiết đáp ứng nhu cầu cấp bách của xã hội trong lĩnh vực du lịch.

Theo chúng tôi, để đào tạo được nguồn nhân lực tiếng Nga cao phục vụ ngành du lịch, cần tập trung vào việc dạy môn du lịch ở giai đoạn nâng cao nhiều hơn nữa, đồng thời liên kết với các cơ sở tuyển dụng để không bị xa rời thực tế xã hội. Đội ngũ giáo viên dạy tiếng Nga du lịch hiện cũng thiếu trầm trọng và còn thiếu thực tế, nên cũng cần được đào tạo và nâng cao chuyên môn thường xuyên. Ngoài ra, mặc dù thời gian vừa qua sinh viên năm cuối của Khoa đã tự liên hệ với các cơ sở có liên quan tới du lịch để thực tập, song hiện tượng này vẫn còn tự phát, chưa có chiến lược cụ thể, lâu dài, và để giải quyết được vấn đề này rất cần sự quan tâm chỉ đạo của Nhà trường. Có triển khai cùng lúc nhiều biện pháp như vậy thì mới mong đào tạo được các nhân lực du lịch tiếng Nga đáp ứng được nhu cầu của xã hội.

## Tài Liệu THAM KHẢO

1. <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/tags/khach-Nga>
2. <http://www.oscvn.com/zone/khach-du-lich-nga-den-viet-nam-tang-nhanh/268/1442>
3. <http://www.thanhnien.com.vn/kinh-te/du-khach-nga-den-dong-nam-a-giam-theo-dong-rup-549265.html>
4. <http://www.vietnamtourism.com/index.php/news/items/9191>
5. <http://www.vista.net.vn/tin-du-lich/ung-pho-voi-tinh-hinh-khach-nga-sut-giam-dua-ra-nhieu-bien-phap-ho-tro-doanh-nghiep-du-lich.html>
6. <http://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/doanh-nghiep/du-lich-dong-bang-theo-khach-nga-3121292.html>
7. <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/16647>