



Khám phá cao nguyên. Ảnh: Hồ Đình Thịnh

*Lượng du khách Nga đến Việt Nam ngày càng tăng: nếu như năm 2005 mới đón 24,9 ngàn lượt thì đến năm 2017 đã lên tới 574,2 ngàn lượt. Đây là thị trường tăng cao nhất trong các thị trường gửi khách đến Việt Nam. Là một thành phố du lịch nổi tiếng, Đà Lạt cần chú trọng khai thác thị trường này.*

# Tăng cường thu hút du khách Nga đến Đà Lạt

TRẦN DUY LIÊN\*

Đặc thù của du khách Nga là thời gian lưu trú dài (gần 12 ngày), mức chi tiêu cũng lớn (trên 1.300USD/lượt khách). Nếu so sánh về số lượng, khách đến từ Trung Quốc nhiều hơn khách Nga, nhưng thời gian lưu trú chỉ 3 - 4 ngày và mức chi tiêu cũng ít hơn.

## Vài nét về du khách Nga

Các điểm đến tại Việt Nam được du khách Nga lựa chọn chủ yếu là các vùng biển thuộc các tỉnh phía Nam. Trong đó, có một số nơi lượng du khách Nga chiếm tỷ trọng khá cao, như ở Bình Thuận lên tới gần 40% lượng khách quốc tế, ở Khánh Hòa là 38%, Phú Quốc là 35%, Vũng Tàu là 27% và Đà Nẵng là 25%. Trong thời gian lưu trú ở đây (chủ yếu với mục đích tắm biển), họ cũng đi các tour ngắn tham quan các vùng phụ cận (như từ Nha Trang, Phan Thiết lên Đà Lạt).

Khách du lịch Nga tương đối dễ tính, gần gũi, phần lớn trẻ tuổi. Một đặc tính hấp dẫn khác của du khách Nga là thích mua sắm nhiều đồ lưu niệm, hàng hóa: quần áo, giày dép, đồ thủ công mỹ nghệ, tơ tằm... Tuy nhiên, khách Nga đi du lịch chỉ biết ít hoặc không biết giao tiếp bằng tiếng Anh, vì vậy việc hướng dẫn viên và những người phục vụ phải biết sử dụng tiếng Nga là tiêu chí số một trong việc chọn lựa tour của du khách Nga.

Đà Lạt là điểm đến du lịch có tính hấp dẫn cao đối với du khách trong và ngoài nước. Năm 2017, Đà Lạt đón được hơn 5,9 triệu lượt khách du lịch, trong đó có khoảng 400 ngàn lượt khách quốc tế (chiếm 6,8%). Mặc dù xu hướng lượng khách Nga đến Đà Lạt ngày càng tăng, song còn chiếm tỷ trọng thấp (chưa đến 9% tổng lượt khách quốc tế đến Đà Lạt) và thời gian lưu trú thường rất ngắn (đa phần là tham quan trong ngày: xuất phát từ Phan Thiết - Mũi Né và Nha Trang).

Nguyên nhân chủ yếu là các sản phẩm du lịch ở Đà Lạt chưa có tính hấp dẫn cao đối với du khách Nga (nhất là chưa có các sản phẩm dành riêng cho họ). Thứ hai là khả năng phục vụ chưa tốt (nhất là đội ngũ hướng dẫn viên, nhân viên phục vụ ở các cơ sở kinh doanh biết tiếng Nga còn thiếu trầm trọng). Thứ ba là thông tin về Du lịch Đà Lạt bằng tiếng Nga hầu như không có. Thứ tư là vẫn chưa có các tuyến bay trực tiếp từ Nga đến Đà Lạt...





Kiến trúc cổ ở Đà Lạt. Ảnh: Ngô Minh Phóng

## Làm gì để tăng cường thu hút du khách Nga đến Đà Lạt?

Đà Lạt không có biển, nên không có các lợi thế thu hút du khách Nga như các địa phương ven biển khác. Vì vậy, để tăng cường thu hút du khách Nga đến Đà Lạt cần chú trọng đến các giải pháp sau:

### *Phát triển hệ thống giao thông vận tải*

Để tăng cường thu hút du khách Nga đến Đà Lạt, việc đầu tư phát triển hệ thống giao thông vận tải rất quan trọng. Cần đầu tư tu bổ và nâng cấp các tuyến quốc lộ 27 (nối Phan Rang với Đà Lạt), quốc lộ 20 (nối thành phố Hồ Chí Minh với Đà Lạt), quốc lộ 27C (đường 723 cũ, nối Nha Trang với Đà Lạt) và đường qua thùy điện Đại Ninh (nối Phan Thiết với Đà Lạt) để thu hút khách Nga từ các tỉnh khu vực duyên hải Nam Trung Bộ (Khánh Hòa, Bình Thuận), từ thành phố Hồ Chí Minh và Vũng Tàu đến Đà Lạt bằng đường ô tô.

### *Đa dạng hóa sản phẩm*

Mặc dù rất nhiều du khách Nga khi đến Việt Nam muốn thưởng thức các món ăn và đồ uống của Việt Nam hoặc mang hương vị riêng của từng vùng miền ở Việt Nam, song cũng không ít du khách muốn được ăn các món ăn đặc trưng của người Nga tại Việt Nam. Do vậy, ở Đà Lạt nên phát triển hệ thống nhà hàng Nga hoặc mang phong cách Nga; đồng thời kết hợp thêm cách bài trí,

phục vụ theo kiểu Nga và mở các bàn nhạc trữ tình đồng quê Nga.

Khi đến Đà Lạt, du khách Nga thích mua các sản phẩm sản xuất từ lụa tơ tằm, cà phê, chè, các sản phẩm mứt, hàng tranh thêu..., đa số mua tại các khu điểm du lịch và các quầy hàng ven đường. Vì thế, tại các quầy hàng ở các khu điểm du lịch hay ven đường cần tăng thêm số lượng và mẫu mã các sản phẩm hàng hóa mang tính đặc trưng này (được sản xuất từ nguyên liệu của địa phương).

Khách Nga đến Việt Nam chủ yếu là khách có độ tuổi tương đối trẻ (trung bình từ 25 - 35 tuổi), do vậy nhu cầu về vui chơi giải trí (nhất là các dịch vụ vui chơi giải trí về đêm) của họ rất cao. Chính vì vậy, ở Đà Lạt nên phát triển thêm và nâng cấp các dịch vụ này. Trong đó, đáng chú ý là các dịch vụ: bar, cà phê, bowling, sàn nhảy... và nhất là trong thời gian tới đề nghị Nhà nước cho phép mở các dịch vụ sòng bài hợp pháp.

### *Phát triển nguồn nhân lực*

Cần mở các lớp dạy tiếng Nga cho nhân viên lữ hành, nhân viên tại các cơ sở lưu trú và các khu điểm du lịch, cũng như ở các cơ sở dịch vụ khác. Ngoài kỹ năng sử dụng ngoại ngữ Nga, có thể kết hợp dạy cho họ các kiến thức về tâm lý người Nga, cách giao tiếp theo phong cách Nga và các kỹ năng phục vụ khác.

### *Hệ thống các giải pháp về marketing*

Đây là một trong những giải pháp trọng tâm

trong giai đoạn hiện tại và trong những năm tới, nhằm giới thiệu về tiềm năng du lịch, các điểm du lịch, các tuyến du lịch, các sản phẩm và loại hình du lịch của địa phương.

Trước mắt, cần tiến hành khảo sát ý kiến của du khách Nga và các công ty lữ hành Nga về thực trạng dịch vụ du lịch ở Đà Lạt, từ đó đưa ra các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ. Ngoài ra, cần thăm dò ý kiến của du khách Nga về các nhu cầu mới của họ liên quan đến dịch vụ du lịch tại địa phương, để sớm đưa ra các sản phẩm dịch vụ phù hợp.

Hiện nay, việc quảng bá du lịch của địa phương chủ yếu vẫn bằng tiếng Việt và tiếng Anh. Do vậy, trong thời gian tới, ngành Du lịch của tỉnh cần có thêm hình thức quảng bá du lịch bằng tiếng Nga. Ngoài ra, cần mời đại diện các công ty lữ hành của Nga đến Đà Lạt khảo sát thực tế qua hình thức famtrip để họ tận mắt thấy các sản phẩm dịch vụ du lịch đặc trưng của địa phương.

### *Giải pháp về liên kết*

Hiện nay, đa phần du khách Nga đến Việt Nam là trải nghiệm các sản phẩm du lịch tại các tỉnh ven biển, trong đó tập trung nhiều ở các vùng biển thuộc Khánh Hòa, Bình Thuận, Vũng Tàu, Phú Quốc... Song, trong thời gian du lịch ở đó, du khách Nga cũng dành một phần thời gian đi tham quan các vùng đất khác (nhất là các vùng lân cận). Do vậy, ngành Du lịch Đà Lạt cần phối hợp với ngành Du lịch ở các địa phương gần kề (chủ yếu là ở Khánh Hòa và Bình Thuận) khai thác thị trường khách Nga. Trong đó, đặc biệt phát triển các tour liên kết "biển và rừng" - đưa du khách Nga đến Đà Lạt và vùng phụ cận tham quan, trải nghiệm, mua sắm các sản phẩm đặc trưng của vùng núi rừng Tây Nguyên (tham quan các vườn hoa, vườn rau, vườn cà phê, vườn trái cây...); tham quan và tìm hiểu các buôn của cộng đồng dân tộc thiểu số.

### *Nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về du lịch*

Việc thu hút khách du lịch nói chung và du khách Nga đến Đà Lạt nói riêng chỉ có hiệu quả khi chính quyền và các cơ quan quản lý về du lịch của tỉnh có các chính sách và quy định hợp lý. Trong đó, cần chú trọng giải quyết các vấn đề tồn đọng gây bức xúc đối với du khách như: quầy rầy du khách ăn xin và bán hàng rong, nâng giá quá mức, bán hàng hóa chất lượng thấp... ■

### *TÀI LIỆU THAM KHẢO*

1. Tổng cục Du lịch Việt Nam, Kỳ yếu Hội thảo "Hợp tác và phát triển du lịch Việt - Nga", Phú Yên, ngày 23.5.2014.
2. Tổng cục Thống kê Việt Nam, Niên giám thống kê Việt Nam qua các năm.
3. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lâm Đồng, Báo cáo hoạt động du lịch của tỉnh Lâm Đồng năm 2017.

\*Khoa Quản trị Du lịch - Trường Đại học Đà Lạt