

## Tiềm năng kết nối du lịch Việt Nam - Ấn Độ

Nguyễn Thị Hiền\*

Viện Nghiên cứu Ấn Độ và Tây Nam Á

Ngày nhận bài: 03/12/2019, ngày gửi phản biện: 04/12/2019, ngày duyệt đăng: 30/12/2019

**C**hiến lược marketing du lịch đến năm 2020 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam đưa ra năm 2014 xác định Ấn Độ là một "thị trường tiềm năng cần tập trung phát triển". Trên cơ sở mối quan hệ hợp tác hữu nghị được thiết lập hơn 45 năm và tiềm năng lớn trong phát triển du lịch, đây là một kênh hoạt động để kết nối hai quốc gia Tuy nhiên trên thực tế, trao đổi khách giữa hai quốc gia còn ở mức thấp, chưa tương xứng với tiềm năng và mong muốn của cả hai bên. Nghiên cứu làm rõ (i) thực trạng quan hệ du lịch Việt Nam - Ấn Độ trong những năm gần đây; (ii) những kết nối du lịch giữa hai quốc gia, qua đó (iii) đánh giá tiềm năng kết nối du lịch giữa hai nước.

**Từ khóa:** Du lịch, kết nối, Việt Nam, Ấn Độ

### Mở đầu

Việt Nam và Ấn Độ có tiềm năng rất lớn trong hợp tác du lịch nhờ có mối quan hệ gắn bó lâu đời và sự tương đồng về các giá trị văn hóa, tôn giáo. Trong đó, du lịch và giao lưu nhân dân được xác định là một trong những trụ cột của mối quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện, góp phần tăng cường hiểu biết và tin cậy giữa hai nước. Thời gian qua, hoạt động kết nối du lịch đã được cả hai nước tích cực triển khai trên nhiều phương diện và cấp độ. Trên cơ sở các kết nối du lịch đã được hình thành giữa hai quốc gia cả về những kết nối vật lý hay phi vật lý, hai bên vẫn đang ở trong giai đoạn đầu của quá trình đưa kết nối du lịch giữa hai nước đi vào chiều sâu.

### 1. Thực trạng quan hệ du lịch Việt Nam - Ấn Độ

Quan hệ Việt Nam và Ấn Độ trong lĩnh vực du lịch đã có những phát triển tích cực thời gian qua. Theo số liệu của Tổng cục Du lịch Việt Nam năm 2017, từ năm 2010 đến năm 2016, lượng khách Ấn Độ đi du lịch sang Việt Nam tăng gần 3,5 lần (tương đương 344%) từ 16.000 lượt người (năm 2010) lên hơn 60.000 lượt người (năm 2015) và 82.000 lượt người (năm 2016). Trung bình, khách du lịch Ấn Độ đến Việt Nam lưu trú khoảng 8 ngày, chi tiêu khoảng 914 USD/chuyến đi, cao hơn nhiều khách châu Á khác. Cũng trong thời gian trên, lượng khách du lịch Việt Nam sang Ấn Độ đã tăng 2,22 lần từ 7.548 lượt người (năm 2010) lên 16.728 lượt người (năm 2016). Trong vòng 3 năm từ năm 2014 đến năm 2016, tốc độ tăng trưởng trung bình khoảng 10,5% (Ministry of Tourism, India, 2017). Ngành du lịch Việt Nam đang hướng tới đón khoảng 100.000 khách du lịch Ấn Độ trong thời gian tới

\* [hien.ktqd.91@gmail.com](mailto:hien.ktqd.91@gmail.com)

(Tổng Cục du lịch 2017, Hiệp hội Lữ hành Việt Nam - VISTA, 2018).

Trong tổng số 16.728 lượt khách Việt Nam sang Ấn Độ năm 2016, có 19,36% đi theo diện chuyên gia và kinh doanh, 71,41% là đi nghỉ ngơi - giải trí, 0,02% là chữa bệnh, 4,27% là vì cộng đồng người Ấn, các lý do khác chiếm 4,94% (Ministry of Tourism of India, 2017). Trong khi đó, lượng khách Ấn Độ đến Việt Nam với mục đích giải trí chiếm tỷ lệ khá khiêm tốn. Theo Tổng cục Thống Kế Việt Nam, khách Ấn Độ đến Việt Nam với mục đích công việc ước tính chiếm khoảng 57% sau đó là du lịch giải trí chiếm 33% và khách thăm người thân, mục đích khác chiếm dưới 10% (Tổng cục Thống kê, 2018). Như vậy, có thể thấy người Ấn sang Việt Nam phần lớn là vì công việc, còn người Việt Nam sang Ấn Độ chủ yếu là đi du lịch.

Ấn Độ là một điểm đến yêu thích của nhiều du khách Việt Nam, đặc biệt là các tour du lịch tâm linh, văn hóa và chăm sóc sức khỏe. Năm 2017 có 18.630 khách du lịch Việt Nam tới Ấn Độ. Năm 2018 hơn 31.400 du khách Việt Nam đã tới Ấn Độ tăng 32% so với năm 2017 (Vietnam National Administration of Tourism, 2017 - 2018). Theo Tổ chức Du lịch Thế giới Liên Hợp Quốc (UNWTO), năm 2017, hơn 23,9 triệu lượt khách du lịch Ấn Độ du lịch nước ngoài, trong đó có khoảng 2 triệu du khách du lịch các nước thành viên ASEAN, dự kiến sẽ có 50 triệu khách du lịch Ấn Độ ra nước ngoài vào năm 2020.

Tuy nhiên, những kết quả đạt được đó hoàn toàn chưa tương xứng với tiềm năng du lịch giữa hai nước. Số lượng người Ấn Độ đi du lịch ở nước ngoài chỉ xếp sau Trung Quốc và đã tăng rất nhanh từ 4,42 triệu lượt (năm 2000) lên 21,87 triệu lượt (năm 2016), một con số không hề nhỏ khi so sánh với chỉ 82.000 lượt người đến Việt Nam (Bảng 1). Tính đến nay, lượng khách du lịch Ấn Độ đến Việt Nam chỉ chiếm khoảng 1,7% tổng lượng khách Ấn Độ đến các nước ASEAN. Trong khi, khách du lịch Việt Nam đến Ấn Độ chỉ chiếm 2,24 % tổng khách du lịch từ các nước Đông Nam Á, chiếm 0,19% so với tổng lượt du khách quốc tế đến Ấn Độ (Ministry of Tourism, 2017).

**Bảng 1.1: Số liệu khách du lịch Ấn Độ và khách quốc tế đến Việt Nam giai đoạn 2010 - 2016**

Năm	Khách Ấn Độ đi du lịch quốc tế (Triệu lượt người)	Khách Ấn Độ đến Việt Nam (Nghìn lượt người)	Khách quốc tế tới Việt Nam (Triệu lượt người)	Khách Việt Nam đến Ấn Độ (Nghìn lượt người)
2010	12,9	16,1	5,0	7,5
2011	13,9	17,6	6,0	9,8
2012	14,9	20,1	6,8	11,3
2013	16,6	32,1	7,5	12,3
2014	18,3	57,2	7,8	15,1
2015	20,3	60,0	7,9	15,3
2016	21,8	82,1	10,0	16,7

Nguồn: Vietnam National Administration of Tourism, 2016 Report

## 2. Cơ sở kết nối du lịch Việt Nam - Ấn Độ

### 2.1. Kết nối vật chất

- *Cơ sở pháp lý*

Cơ sở hợp tác du lịch giữa hai nước được hình thành từ năm 2001 khi Việt Nam và Ấn Độ đã ký Hiệp định cấp Chính phủ về hợp tác du lịch. Trong Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn 2030, Việt Nam xác định Ấn Độ là một trong những thị trường trọng điểm của mình. Năm 2011, Việt Nam và Ấn Độ đã ký kết Hiệp định hợp tác du lịch cấp Chính phủ, tuy nhiên việc triển khai nội dung mới được Chính phủ hai nước thực sự quan tâm kể từ năm 2013 trở lại đây. Đặc biệt, thời gian qua, quan hệ Việt Nam và Ấn Độ đã có những bước tiến vượt bậc. Từ chuyến thăm Việt Nam của Tổng thống Ấn Độ tháng 9/2014 và chuyến thăm Ấn Độ của Thủ tướng Việt Nam tháng 10/2014, hợp tác du lịch luôn được xem là một trong những nội dung ưu tiên hợp tác. Hợp tác đa phương cũng được đẩy mạnh trong nhiều diễn đàn khu vực như Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), Hợp tác khu vực sông Mekong - sông Hằng (MGC). Những điều kiện thuận lợi và sự quan tâm từ cấp cao đã trở thành cơ sở vững chắc và tiền đề thuận lợi để Việt Nam và Ấn Độ tăng cường hợp tác du lịch trong những năm tới.

- *Quảng bá hình ảnh du lịch*

Những năm gần đây, hai quốc gia đã tổ chức các chương trình nhằm tăng cường quảng bá du lịch và thúc đẩy sự hợp tác du lịch giữa hai nước như Năm hữu nghị Việt Nam - Ấn Độ 2012, Hội nghị hợp tác du lịch Việt Nam - Ấn Độ năm 2017, chương trình xúc tiến du lịch Ấn Độ với chủ đề “*Incredible India Road Show 2018*” tại Thành phố Hồ Chí Minh. Bộ Du lịch Ấn Độ cũng đã công bố một trang thông tin *Ấn Độ Diệu kỳ* (Incredible India) mới và ứng dụng trên nền tảng di động trong đó quảng bá Ấn Độ như một điểm đến linh thiêng, di sản văn hóa, du lịch mạo hiểm, văn hóa, Yoga, khám chữa bệnh vv...

An ninh và an toàn đối với du khách là một trong những quan tâm hàng đầu của Bộ Du lịch Ấn Độ thông qua việc triển khai đường dây nóng tư vấn 24/7 với nhiều loại ngôn ngữ khác nhau và miễn phí. Với việc quảng bá hình ảnh du lịch Ấn Độ trên nền tảng di động sẽ giúp mang hình ảnh du lịch Ấn Độ đến với du khách Việt Nam một cách tiện lợi hơn. Hàng năm, Ấn Độ thường xuyên tổ chức các hội chợ quốc tế về du lịch, thu hút nhiều quốc gia trên thế giới đến tham dự. Trong đó có hai hội chợ du lịch quốc tế lớn như SATTE (South Asia's Leading B2B Travel And Tourism Event), hội chợ OTM (Outbound Travel Mart) được tổ chức thường niên tại New Delhi, Mumbai và một số bang khác ở Ấn Độ. Được coi là một trong những cửa ngõ chính tiếp cận thị trường du lịch Ấn Độ, hội chợ B2B OTM Mumbai là hội chợ du lịch quốc tế lớn nhất tại Ấn Độ. Đây cũng là nơi tập trung những người mua và người bán lớn của Ấn Độ và quốc tế, mang lại cơ hội cho các doanh nghiệp giới thiệu về sản phẩm của mình, quảng bá thế mạnh của đất nước và tìm kiếm cơ hội hợp tác. Một vài năm gần đây, các đoàn doanh nghiệp và lữ hành của Việt Nam cũng đã tiếp cận các hội chợ du lịch ở Ấn Độ, tuy nhiên số lượng còn rất hạn chế, chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ, quảng bá hình ảnh đơn lẻ, chưa tạo được ấn tượng và sức hấp dẫn đối với các đối tác và du khách Ấn Độ.

- *Kết nối cơ sở hạ tầng*

Việc chính thức đưa đường bay thẳng Việt Nam - Ấn Độ vào khai thác kể từ tháng 10/2019, kết nối thủ đô Hà Nội và New Delhi thể hiện sự nỗ lực của Chính phủ hai nước trong việc kết nối hai quốc gia, thúc đẩy hơn nữa kết nối giữa hai quốc gia nói chung và mở ra kết nối du lịch giữa hai nước nói

riêng, đây sẽ là một nền tảng vững chắc để tăng cường du lịch song phương. Hai đường bay thẳng giữa hai nước, bao gồm đường bay của hãng hàng không *IndiGo* (Ấn Độ) chặng Kolkata - Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh bắt đầu thực hiện từ ngày 3/10/2019, và đường bay thẳng của hãng *VietJet Air* với chặng Thành phố Hồ Chí Minh - Delhi từ ngày 6/12/2019 và chặng Hà Nội - Delhi từ ngày 7/12/2019. Việc các hãng hàng không của Ấn Độ và Việt Nam mở đường bay thẳng trực tiếp từ Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh tới New Delhi là cơ hội lớn để đẩy mạnh hợp tác du lịch giữa Việt Nam và Ấn Độ, đặc biệt, trong bối cảnh lượng khách trao đổi giữa Ấn Độ và Việt Nam có xu hướng tăng nhanh trong những năm gần đây.

- *Chính sách nới lỏng thị thực*

Hiện Ấn Độ đã áp dụng cơ chế cấp thị thực điện tử cho 169 quốc gia bao gồm Việt Nam và có giá trị tại 28 cửa khẩu hàng không và năm cửa khẩu tại các cảng biển, đóng góp vào việc tăng cường lượng du khách nước ngoài tới Ấn Độ. Cơ chế cấp thị thực điện tử được áp dụng cho các du khách tới Ấn Độ với mục đích du lịch, khám, chữa bệnh và hội thảo sẽ hỗ trợ cho du khách rất nhiều. Từ tháng 10/2019, Chính phủ Ấn Độ đã thực hiện các chính sách nới lỏng đối với chương trình thị thực điện tử (e-visa), tạo điều kiện thuận lợi hơn đối với các du khách từ Việt Nam đến Ấn Độ. Đây sẽ là động lực thúc đẩy các hoạt động du lịch giữa hai nước được diễn ra đơn giản hơn, kích thích nhu cầu du lịch của công dân Việt Nam tới thị trường Ấn Độ. Theo đó, các thay đổi đã có hiệu lực và lệ phí e-visa được thay đổi chi tiết như sau.

**Bảng 2.1: Lệ phí thị thực điện tử Ấn Độ đối với công dân Việt Nam**

STT	Loại visa	Giá (USD)
1	E-visa du lịch thời hạn 30 ngày trong mùa thấp điểm (tháng 04 đến tháng 06)	10
2	E-visa du lịch thời hạn 30 ngày (tháng 07 đến tháng 03)	25
3	E-visa du lịch thời hạn 01 năm	40
4	E-visa du lịch thời hạn 05 năm	80

Nguồn: Lãnh sự quán Ấn Độ tại Thành phố Hồ Chí Minh

## 2.2. *Kết nối phi vật chất*

- *Mối liên hệ lịch sử - văn hóa - tôn giáo*

Quan hệ hữu nghị truyền thống Việt Nam - Ấn Độ đã có từ lâu đời, khởi nguồn từ những mối liên hệ và giao lưu lịch sử sâu xa về văn hóa - tôn giáo. Thủ tướng Ấn Độ Jawaharlal Nehru là một trong những vị khách đến thăm Việt Nam đầu tiên ngay sau khi nước ta giành được chiến thắng Điện Biên Phủ năm 1954. Năm 1958, Chủ tịch Hồ Chí Minh thăm Ấn Độ và Tổng thống Ấn Độ thăm Việt Nam năm 1959. Điều này chứng tỏ mối quan hệ hai nước đã được các nhà lãnh đạo hai bên quan tâm chú trọng, hai nước hết lòng ủng hộ và giúp đỡ nhau trong công cuộc kháng chiến giành độc lập trước đây cũng như trong sự nghiệp tái thiết đất nước, đổi mới và phát triển kinh tế - xã hội ngày nay. Ngày 7/1/1972, Việt Nam và Ấn Độ thiết lập quan hệ ngoại giao, mở ra một chương mới trong quan hệ hữu nghị hợp tác giữa hai nước. Những năm đầu của thế kỷ XXI, quan hệ Việt Nam và Ấn Độ đã dần đi vào chiều sâu và dựa trên cơ sở hợp tác hòa bình, hữu nghị giữa hai quốc gia, hai dân tộc, cùng hợp tác phát triển vì sự phồn vinh của mỗi nước. Tháng 7/2007, Ấn Độ và Việt Nam chính thức thiết lập Quan

hệ đối tác chiến lược, đưa quan hệ hợp tác giữa hai nước phát triển lên một tầm cao mới. Năm 2016, hai bên quyết định nâng tầm quan hệ lên Quan hệ đối tác chiến lược toàn diện.

Mối liên hệ văn hóa giữa hai nước được thể hiện ở nét văn hóa trong cộng đồng dân tộc Chăm ở Việt Nam. Những di sản văn hóa không chỉ thể hiện ở các di tích kiến trúc, điêu khắc Phật giáo và kiến trúc, điêu khắc Champa mà còn ở trong đời sống hằng ngày của cộng đồng Chăm ở Việt Nam. Tuy nhiên, các di sản văn khắc và chữ viết của cộng đồng dân tộc Chăm đang có nguy cơ mai một. Do đó, để bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn minh Ấn Độ trong đời sống đồng bào Chăm cần có một chương trình nghiên cứu và dự án bảo tồn cụ thể, có tính thiết thực, đi vào trong cuộc sống của đồng bào Chăm cũng như có các giải pháp về bảo tồn và nghiên cứu di sản văn minh Ấn Độ nói chung và chữ viết Sanskrit và chữ Chăm cổ. Việc bảo tồn các di sản không chỉ được đặt ra thuần túy với mục đích văn hóa, tín ngưỡng mà còn hướng đến những giá trị kinh tế và đem lại những lợi ích cụ thể trong đời sống của cộng đồng ..

Bên cạnh văn hóa Chăm, Phật giáo góp phần hình thành nên mối quan hệ giao lưu, giao thoa về văn hóa từ rất lâu đời giữa hai dân tộc Việt Nam và Ấn Độ. Các di tích chùa Phật Tích ở miền Bắc, di tích Phật viện Đồng Dương ở miền Trung và các hiện vật Phật giáo tại các di tích văn hóa Óc Eo tại miền Nam, tất cả đều thể hiện mối quan hệ với văn hóa Ấn Độ (Liên hiệp các tổ chức hữu nghị Việt Nam - VUFO). Những nét tương đồng, gần gũi trong tôn giáo là một cầu nối liên kết, thúc đẩy phát triển du lịch giữa hai nước.

#### • *Giao lưu nhân dân*

Trên cơ sở mối quan hệ hợp tác chính trị, kinh tế, thương mại tốt đẹp, giao lưu văn hóa và ngoại giao nhân dân giữa Việt Nam và Ấn Độ không ngừng được củng cố và phát triển. Trong bối cảnh nhiều thuận lợi đó, Hội hữu nghị Việt Nam - Ấn Độ Thành phố Hà Nội được thành lập theo Quyết định số 527/QĐ-UB ngày 18/1/2002 của Ủy ban Nhân dân thành phố Hà Nội. Hội là một trong những tổ chức thành viên của Trung ương Hội hữu nghị Việt Nam - Ấn Độ và Liên hiệp các tổ chức hữu nghị thành phố Hà Nội. Hội có mối quan hệ tốt đẹp với Đại sứ quán Ấn Độ, duy trì các hoạt động lễ tân đối ngoại thường xuyên nhân dịp kỷ niệm ngày Độc lập, ngày Cộng hòa, Tết Ánh sáng Diwali, Ngày thế giới nói tiếng Hindi, Ngày hội ITEC, Ngày Quốc tế Phi bạo lực. Ở cấp quốc gia, Liên hoan hữu nghị nhân dân Việt Nam - Ấn Độ lần thứ I do Liên hiệp các tổ chức hữu nghị Việt Nam, Hội hữu nghị Việt Nam - Ấn Độ và Tổ chức Hòa bình và Đoàn kết toàn Ấn Độ khởi xướng (AIPSO) đã tổ chức thành công vào năm 2007 đã tạo tiền đề thuận lợi cho các hoạt động giao lưu nhân dân. Tính đến năm 2019, Liên hoan đã được tổ chức 10 lần, được thực hiện luân phiên ở Ấn Độ và Việt Nam, là cầu nối giao lưu nhân dân giữa hai nước.

### 3. Đánh giá tiềm năng kết nối du lịch Việt Nam - Ấn Độ

#### 3.1. Thuận lợi

Việt Nam và Ấn Độ có mối quan hệ lịch sử lâu đời, những nét tương đồng trong lịch sử, văn hóa, tôn giáo cũng như mối quan hệ giao lưu nhân dân bền chặt. Bên cạnh đó, hai nước đều là những quốc gia châu Á đang tập trung phát triển du lịch, do vậy sẽ có nhiều kinh nghiệm để chia sẻ, hợp tác, cùng phát triển trong lĩnh vực du lịch. Trong 3 năm gần đây, tốc độ tăng trưởng về trao đổi khách giữa hai nước trung bình khoảng 30%/năm. Năm 2018, trao đổi khách giữa hai nước đã đạt trên 163 nghìn lượt Nghiên cứu Ấn Độ và Châu Á. Số 1 - 2020, tr.10-16

là chưa tương xứng với tiềm năng. Do đó, Ấn Độ đề ra mục tiêu tăng lượng khách du lịch từ Việt Nam, qua các cách tiếp cận đa chiều, bao gồm các chiến lược marketing chủ động trong quan hệ đối tác với các công ty du lịch. Bên cạnh đó, trong những năm gần đây hợp tác du lịch Việt Nam - Ấn Độ phát triển mạnh, nhiều hoạt động hợp tác, xúc tiến du lịch trong khuôn khổ song phương và đa phương đã được triển khai hiệu quả, thu hút sự tham gia của các cơ quan, hiệp hội, doanh nghiệp du lịch hai nước. Việt Nam trở thành điểm đến ngày càng phổ biến đối với khách du lịch Ấn Độ và Ấn Độ đã là một trong những điểm đến du lịch được nhiều người Việt Nam lựa chọn. Ấn Độ với dân số lớn vào hàng thứ hai thế giới đang được xem là một thị trường khách du lịch đầy triển vọng. Mỗi năm có khoảng 25 triệu lượt người Ấn Độ đi du lịch nước ngoài và xu hướng này đang tăng mạnh trong những năm gần đây. Tuy nhiên, lượng khách Ấn Độ đến Việt Nam còn rất khiêm tốn chưa tương xứng với tiềm năng.

Ấn Độ và Việt Nam coi trọng việc phát triển dịch vụ du lịch và những đóng góp của lĩnh vực này cho sự phát triển kinh tế mỗi đất nước thông qua GDP, đem lại nguồn thu ngoại hối và tạo ra nhiều công ăn việc làm giúp nâng cao thu nhập cho người lao động. Nhiều chuyên gia phân tích cho rằng trong tương lai, ngành du lịch Việt Nam hoàn toàn có thể cạnh tranh với các nước Đông Nam Á khác như Thái Lan và Singapore để trở thành điểm đến của hàng chục triệu du khách Ấn Độ.

Với việc mở bán vé đường bay thẳng từ Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội đến Delhi bởi hãng hàng không VietJet Air từ ngày 19/8/2019 và việc IndiGo - một trong những hãng hàng không lớn nhất của Ấn Độ chính thức khai trương đường bay thẳng Ấn Độ - Việt Nam kể từ tháng 10/2019 sẽ tạo nền tảng vững chắc để thúc đẩy trao đổi khách du lịch giữa hai nước. Có một tiềm năng du lịch lớn chưa được hai quốc gia chú trọng khai thác, đó chính là các khu thánh địa Phật giáo tại Ấn Độ, để thúc đẩy các chuyến du lịch hành hương này, hai quốc gia đã triển khai các cung đường bay thẳng trực tiếp từ Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh tới các địa điểm này. Quốc gia này chính là cái nôi của Phật giáo, chính vì thế du lịch tâm linh về các địa điểm hành hương ở miền Nam và miền Tây Ấn Độ là những lĩnh vực mà hai bên có thể cùng phối hợp cùng khai thác. Một tiềm năng chưa được khai thác khác đó chính là du lịch y tế. Với nền y học hiện đại tiên tiến, đồng thời với mức chi phí thấp hơn so với các quốc gia khác như Singapore, Mỹ... du lịch y tế Ấn Độ cũng là một hướng đi có nhiều tiềm năng mà hai quốc gia có thể cùng hợp tác để khai thác. Vừa giúp tiết kiệm được chi phí khám chữa bệnh cho người bệnh, vừa là cầu nối cho kết nối du lịch Việt Nam - Ấn Độ. Một tiềm năng khác đáng chú ý chính là du lịch chăm sóc sức khỏe thông qua các khóa tập luyện Yoga ở Ấn Độ để phục vụ cho lợi ích của người Việt Nam giúp mang lại tinh thần và trí lực cho người tập luyện. Năm 2015, với việc chính thức lấy ngày 21/06 là ngày quốc tế Yoga, Ấn Độ đã đưa Yoga ra thế giới như một bộ môn thể dục, rèn luyện sức khỏe và tâm trí. Ngày nay, việc tập luyện Yoga đã khá phổ biến trên thế giới trong đó có Việt Nam.

### 3.2. *Khó khăn*

Theo Kết quả điều tra chỉ tiêu của khách du lịch giai đoạn 2003 - 2015 của Tổng cục Thống kê về những ấn tượng chưa tốt về Việt Nam của khách du lịch Ấn Độ, 46,7% không hài lòng về độ an toàn khi tham gia giao thông, 37,8% cảm thấy không hài lòng khi bị làm phiền bởi người bán hàng rong, 24,4% cảm thấy không hài lòng vì bị gian lận khi mua hàng hóa dịch vụ, khoảng 22% cảm thấy không hài lòng vì thói quen xả rác của người Việt Nam, 20% cảm thấy các sản phẩm dịch vụ du lịch chưa được phong phú. Ngoài ra, các đánh giá khác không hài lòng về giá cả, ngôn ngữ, thái độ phục vụ của Nghiên cứu Ấn Độ và Châu Á. Số 1 - 2020, tr.10-16

nhân viên khách sạn, trình độ của hướng dẫn viên (Tổng cục Thống kê, 2017). Có thể thấy những yếu tố kể trên sẽ tiếp tục là những rào cản của kết nối du lịch giữa Việt Nam và Ấn Độ trong giai đoạn tới. Bên cạnh những đánh giá không hài lòng của du khách Ấn Độ tới Việt Nam trong thời gian qua. Hợp tác phát triển du lịch giữa hai quốc gia vẫn còn gặp phải rất nhiều rào cản, trong đó phải kể đến thiếu hụt thông tin thị trường, chưa có nhiều sản phẩm phù hợp với thị hiếu, nhu cầu, hấp dẫn đối với khách du lịch hai nước, hay những rào cản về ngôn ngữ, văn hóa, ẩm thực,... khiến cho kết nối du lịch giữa hai nước vẫn còn ở mức hạn chế.

## Kết luận

Trong những năm vừa qua, quan hệ Việt Nam - Ấn Độ đã gặt hái được nhiều tiến bộ trên nhiều lĩnh vực, trong đó có du lịch thể hiện ở số lượng khách du lịch Việt Nam tới Ấn Độ và khách du lịch Ấn Độ tới Việt Nam đã tăng lên. Tuy nhiên khi so sánh với các quốc gia khác trong khu vực thì con số này mới ở mức hạn chế. Thời gian qua, hoạt động kết nối du lịch đã được cả hai nước tích cực triển khai trên nhiều phương diện và cấp độ, điều này chứng tỏ mối quan tâm về phát triển du lịch giữa hai nước, chủ động khai thác những tiềm năng du lịch lớn giữa hai nước. Trên cơ sở các kết nối du lịch đã được hình thành giữa hai quốc gia cả về những kết nối vật lý hay phi vật lý, hai bên vẫn đang ở những bước đầu trong quá trình xây dựng liên kết du lịch giữa hai nước. Trong thời gian tới, cần có những chính sách, biện pháp cụ thể hơn để thực sự tăng cường những mối liên kết du lịch này. Đặc biệt trong việc quảng bá hình ảnh, tăng cường các mối giao lưu hữu nghị giữa nhân dân hai nước. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại những rào cản khiến kết nối du lịch giữa hai nước còn ở mức thấp đó chính là sự thiếu hụt thông tin thị trường, những rào cản về ngôn ngữ, văn hóa, ẩm thực, sản phẩm du lịch chưa đa dạng. Trong giai đoạn tới, hai bên cần tích cực hơn trong việc tìm hướng giải quyết những vấn đề còn tồn đọng kể trên để kết nối du lịch giữa hai nước đạt được những thành tựu hơn nữa, làm khăng khít hơn mối quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện Việt Nam - Ấn Độ.

## Tài liệu tham khảo

1. Bộ Văn hóa, *Thể thao và Du lịch Việt Nam, Chiến lược Marketing du lịch đến năm 2020*
2. Ministry of Tourism, Government of India, Annual Report 2015-16, 2016-17.
3. Tổng cục Thống kê, *Niên giám thống kê GSO-2018*, <https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=512&idmid=5&ItemID=19298> ngày truy cập 10/11/2019.
4. UNWTO, India. *Country-specific Basic indicators (Compendium) 2014 - 2018 (09.2019)*, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.5555/unwtoifb0356010020142018201910> truy cập ngày 23/11/2019.
5. Vietnam National Administration of Tourism, Viet Nam Tourism Annual Report 2016.
6. VISTA (2017), *Việt Nam hướng tới mục tiêu đón 100 ngàn khách Ấn Độ*, <http://vista.net.vn/tin-du-lich/viet-nam-huong-toi-muc-tieu-don-100-ngan-khach-an-do.html>, ngày truy cập 12/10/2019.
7. VUFO (2017), *Di sản văn minh chung Việt Nam - Ấn Độ*, <http://vufo.org.vn/Di-san-van-minh-chung-Viet-Nam---An-Do-37-3159.html?lang=vn>, ngày truy cập 10/10/2019
8. Tổng cục Thống kê (2017), *Kết quả Điều tra chỉ tiêu của khách du lịch giai đoạn 2003-2015*. Nxb. Thống kê.