

GIAO LƯU VĂN HÓA TRONG HỢP TÁC PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM - LIÊN BANG NGA

Nguyễn Thu Phương¹

Tóm tắt: Trong Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã xác định Liên bang Nga là thị trường tiềm năng, truyền thống của du lịch Việt Nam. Vài năm gần đây, Nga và Việt Nam đã có những chuyển biến tích cực trong hợp tác về du lịch, điều đó sẽ giúp đẩy mạnh việc giao lưu văn hóa giữa hai nước. Bài viết đánh giá thực trạng hợp tác giữa Việt Nam và Nga trong lĩnh vực du lịch, từ đó đưa ra một số đề xuất nhằm đẩy mạnh giao lưu văn hóa trong hợp tác phát triển du lịch Việt Nam – Nga.

Từ khóa: giao lưu văn hóa, hợp tác, phát triển du lịch, Việt Nam, Nga

1. MỞ ĐẦU

Người Nga bây giờ đi du lịch ở khắp mọi nơi, bốn điểm đến hàng đầu là Thổ Nhĩ Kỳ, Trung Quốc, Ai Cập và Phần Lan. Điểm đến Thổ Nhĩ Kỳ vẫn là một điểm đến rất phổ biến đối với Nga bởi vì - không giống như khi đi du lịch Tây Âu - họ có thể nhận thị thực tại sân bay. Đối với một số nước châu Á tràn đầy ánh nắng và bãi biển đẹp như Việt Nam, Malaysia, Thái Lan thì đó cũng là những sự lựa chọn hiện nay và đang trở thành điểm đến hấp dẫn của du khách Nga². Theo Báo cáo Thường niên Du lịch Việt Nam 2019 của Tổng Cục Du lịch, chỉ tiêu cao nhất là du khách Nga, cứ mỗi du khách từ nước này mang đến cho Việt Nam hơn 1.830 đô la Mỹ, kế đó là khách Anh, Mỹ, Úc và Pháp... Trong vài năm trước khi diễn ra đại dịch covid-19, khách du lịch Nga ra nước ngoài đạt khoảng trên 40 triệu người trong tổng số dân là 146 triệu người. Mặc dù hiện nay Việt Nam chưa phải là hướng ưu tiên hàng đầu trong hoạt động du lịch của các hãng lữ hành Nga, còn về phía các công ty lữ hành Việt Nam chỉ mới bắt đầu khai thác thị trường tiềm năng này, nhưng vài năm trở lại đây, sự hợp tác giữa Việt Nam và Nga trong lĩnh vực du lịch đã bước đầu có những tiến bộ nhất định. Tuy vậy thực tế cho thấy những kết quả đó mới chỉ dừng ở mức độ thấp, chưa thực sự tương xứng với tiềm năng vốn có giữa hai nước. Sự hiểu biết về văn hóa, truyền thống của nhân dân hai nước trong mắt thế hệ trẻ có vẻ bị gián đoạn bởi những thăng trầm lịch sử chính là nguyên nhân khiến việc thu hút khách du lịch chưa tương xứng với tiềm năng vốn có giữa hai nước.

¹ Sở Thông tin và Truyền thông Đà Nẵng

² Đề án đẩy mạnh thu hút khách du lịch Nga đến Việt Nam giai đoạn 2012-2015 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Sơ lược lịch sử quan hệ ngoại giao và hợp tác phát triển du lịch giữa hai nước

74 năm về trước, ngày 30/01/1950, Liên bang Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Xô Viết (Liên Xô) và Việt Nam chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao, thể hiện tình cảm và sự ủng hộ mạnh mẽ của Liên Xô đối với sự nghiệp chính nghĩa của nhân dân Việt Nam. Tình cảm đặc biệt ấy đã được đặt nền móng trước đó gần 3 thập kỷ khi Chủ tịch Hồ Chí Minh lần đầu tiên đặt chân đến nước Nga Xô Viết trên đường đi tìm chân lý để giải phóng Việt Nam khỏi ách thực dân phong kiến. Có thể nói, khoảng cách địa lý đã không làm cách xa sự chia sẻ về tinh thần yêu nước nồng nàn và gần gũi về tâm hồn của nhân dân hai nước Việt- Nga. Trong muôn vàn khó khăn, thử thách, những người bạn Nga Xô Viết đã luôn đồng hành với dân tộc Việt Nam, xây đắp nên tình hữu nghị gắn bó đặc biệt giữa hai dân tộc. Quan hệ Việt Nam - Liên bang Nga ngày nay kế thừa quan hệ hữu nghị đặc biệt giữa Việt Nam và Liên Xô trong quá khứ.

Trong hơn 10 năm qua Việt Nam và Liên bang Nga đã ký và thực hiện rất hiệu quả các văn bản hợp tác văn hóa như: Chương trình hợp tác văn hóa giai đoạn 2010 – 2012 (ký nhân chuyển thăm chính thức Việt Nam của Bộ trưởng Bộ Văn hóa Liên bang Nga A.A.Avdeev vào tháng 02.2010); Chương trình hợp tác văn hóa giai đoạn 2013 – 2015 (ký nhân chuyển thăm Liên bang Nga của Chủ tịch nước Trương Tấn Sang, tháng 7.2012); Chương trình hợp tác văn hóa giai đoạn 2016 – 2018 (ký nhân chuyển thăm Việt Nam của Lãnh đạo Bộ Văn hóa Nga). Và gần đây nhất, trong khuôn khổ chuyến thăm chính thức Liên bang Nga của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng, ngày 06 tháng 9 năm 2018 tại thành phố Sochi, dưới sự chứng kiến của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng và Tổng thống Nga Vladimir Putin, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam và Bộ Văn hóa Nga đã ký “Chương trình hợp tác văn hóa giữa Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam và Bộ Văn hóa Liên bang Nga giai đoạn 2019 – 2021”. Chương trình hợp tác văn hóa giai đoạn 2019 – 2021 giữa Việt Nam và Liên bang Nga tiếp tục là cơ sở pháp lý để hai bên tăng cường quan hệ giao lưu văn hóa trên cơ sở đối tác chiến lược toàn diện. Trên cơ sở giao lưu văn hóa được mở rộng, mong muốn tìm hiểu lẫn nhau giữa nhân dân hai nước ngày càng gia tăng, mở đường cho sự phát triển của ngành du lịch 2 nước. Ngày 22/5/2019, tại thủ đô Moskva, nhân chuyến thăm của Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc tại Nga, cơ quan về du lịch của hai nước đã ký biên bản ghi nhớ hợp tác về lĩnh vực du lịch giai đoạn 2019 – 2024. Đây là nền tảng vững chắc cho sự phát triển thị trường khách truyền thống từ Xứ sở Bạch Dương của du lịch Việt Nam nhiều năm qua. Năm 2019, Nga đã vươn lên trở thành thị trường du lịch lớn nhất tại châu Âu của Việt Nam, với hơn 650 ngàn lượt khách Nga thăm Việt Nam trong năm.

Theo nội dung của biên bản ghi nhớ hợp tác thì: Việt Nam và Liên bang Nga sẽ thường xuyên trao đổi thông tin cập nhật về tình hình phát triển du lịch, số liệu thống kê và các thông tin khác liên quan đến du lịch, việc thực hiện chiến lược marketing du lịch của mỗi nước. Tăng cường thu hút lượng khách du lịch từ Việt Nam và Liên bang Nga, hỗ trợ các công ty du lịch của Việt Nam và Liên bang Nga tham gia các triển lãm du lịch quốc tế cũng như các sự kiện chuyên ngành được tổ chức trên lãnh thổ hai nước cũng như các cơ chế hợp tác du lịch của các tổ chức quốc tế như Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), Hợp tác đối thoại ASEAN-Nga và Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (APEC)¹.

2.2. Thực trạng khách du lịch Nga đến Việt Nam

Việt Nam luôn được đánh giá là điểm đến an toàn, thân thiện, có tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng đủ sức cạnh tranh với các nước trong khu vực và trên thế giới. Đây là những tiêu chí mà bất kỳ khách du lịch quốc tế nào cũng ưu tiên lựa chọn hàng đầu, trong đó có du khách Nga. Khu vực miền Nam Trung Bộ với thời tiết nắng ấm, nhiều bờ biển đẹp nổi tiếng, nhiều khu nghỉ dưỡng sang trọng với các món ẩm thực đặc sản vùng biển là sự hấp dẫn đặc biệt, lý tưởng đối với du khách Nga. Việt Nam và Nga đã ký Hiệp định hợp tác Du lịch vào ngày 19/11/1997, có các chương trình hành động chung thúc đẩy sự tăng trưởng nhanh của lượng du khách Nga đến Việt Nam. Theo đó đã có các đoàn Fam và báo chí của Nga vào Việt Nam lấy tin, tuyên truyền quảng bá cho đất nước và con người Việt Nam. Các hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch cũng đã được quan tâm, đầu tư hơn trước. Du lịch Việt Nam đã tham dự một số sự kiện văn hóa, du lịch tại Nga; phối hợp tổ chức các Hội thảo về đặc điểm thị trường Du lịch Nga...

Năm 2011 lượng du khách Nga đến Việt Nam chỉ 100.000 lượt, năm 2019, đã tăng lên trên 650 ngàn lượt, thu hút sự quan tâm đặc biệt của nhiều công ty lữ hành, các khu nghỉ dưỡng cao cấp của Việt Nam. Nếu xét theo giai đoạn 2004 đến 2011, tốc độ tăng trưởng trung bình năm trong giai đoạn này của khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đạt 8,91%, trong khi đó lượng khách du lịch từ thị trường Nga đến Việt Nam có tốc độ tăng trưởng trung bình năm đạt trên 30%, có những giai đoạn tốc độ này đạt cao hơn rất nhiều, có thời điểm gần 70%. Đây là tốc độ tăng trưởng khá ấn tượng cho thấy thị trường khách du lịch Nga là thị trường rất tiềm năng đối với du lịch Việt Nam². Nhận định của nhiều doanh nghiệp lữ hành quốc tế tại Việt Nam cho rằng Việt Nam đang là điểm đến được

¹ Biên bản Ghi nhớ giữa Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch – Nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam và Cơ quan Liên bang về Du lịch- Liên bang Nga về Hợp tác trong lĩnh vực Du lịch giai đoạn 2019-2024

² Đề án đẩy mạnh thu hút khách du lịch Nga đến Việt Nam giai đoạn 2012-2015 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

nhiều du khách Nga lựa chọn khi đi du lịch các nước ở Châu Á. Rõ ràng rằng thị trường khách du lịch Nga là thị trường mục tiêu mà du lịch Việt Nam có khả năng đáp ứng tốt.

Tuy nhiên nếu so sánh với số lượng khách Nga đi du lịch nước ngoài hàng năm thì con số khách Nga đến Việt Nam hiện còn là con số quá khiêm tốn. Theo thống kê của Tổng cục Du lịch (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch), năm 2018, Việt Nam đón 610.000 lượt khách Nga trong khi đó có khoảng 1,5 triệu người Nga đã đến du lịch Thái Lan. Điều đó phần nào chứng tỏ một thực tế là khả năng thu hút khách du lịch Nga đến Việt Nam còn yếu, chưa thực sự hiệu quả. Thực tế hiện nay lượng thông tin về du lịch Việt Nam tới được khách Nga còn chưa nhiều, chủ yếu là qua công ty du lịch, lữ hành tại Nga. Du lịch Việt Nam chưa sử dụng nhiều hình thức để xúc tiến, quảng bá tới thị trường tiềm năng này, ít tham gia các hội chợ, triển lãm du lịch tại Nga, các website, tập gấp, brochure giới thiệu về du lịch Việt Nam bằng tiếng Nga chưa nhiều, thông tin còn chung chung, chưa chú trọng đến đặc điểm thị trường này, các sản phẩm còn đơn điệu,... Trong khi đó các tour du lịch Thái Lan có nhiều nét đặc sắc, hấp dẫn và được quảng bá tốt hơn.

2.3. Những điều kiện thuận lợi để du lịch hai nước phát triển và dự báo xu hướng phát triển khách Nga tại Việt Nam

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập hiện nay, sự giao lưu và tiếp biến giữa các nền văn hóa diễn ra mạnh mẽ hơn ở nhiều cộng đồng, trên mọi cung bậc của cuộc sống. Có thể nói, con đường giao lưu văn hóa đã làm cho nhân dân 2 nước Việt – Nga trở nên gần gũi và không ngừng mong muốn khám phá lẫn nhau. Hơn 70 năm trôi qua, “tâm hồn Nga”, “tính cách Nga” vẫn luôn là những giá trị văn hóa độc đáo trong lòng đất Việt và ngược lại, đất nước, con người Việt Nam vẫn luôn mang lại nhiều điều thú vị để các bạn Nga khám phá.

Theo hãng thông tấn Sputnik (Nga), ông Volodin, Chủ tịch Duma Quốc gia Nga cho biết: “Việt Nam đang là một trong 10 quốc gia hàng đầu mà người Nga chọn để đi nghỉ dưỡng”¹. Du khách Nga đến Việt Nam chủ yếu để nghỉ dưỡng, tránh đông và vì vậy rất thích các khu nghỉ dưỡng biển, đặc biệt những khu nghỉ dưỡng cao cấp. Ngoài tắm biển, khách Nga rất chịu chi tiêu cho các dịch vụ chăm sóc sức khỏe (spa), mua sắm; thích thưởng thức hải sản, đồ uống, đồ lưu niệm địa phương,... Đặc biệt, du khách Nga thường đi du lịch nước ngoài cùng với gia đình, theo nhóm, ít khi đi riêng lẻ.

Để tạo cơ hội vực dậy “ngành công nghiệp không khói”, vừa trải qua hơn hai năm trầm lắng do các biện pháp hạn chế được áp đặt để chống đại dịch COVID-19, Việt Nam luôn tạo điều kiện thuận lợi nhất cho du khách Nga như miễn thị thực 15 ngày cho khách

¹ Quỳnh Vũ (2024), Truyền thông Nga: Củng cố hợp tác liên nghị viện - con đường làm sâu sắc thêm quan hệ đối tác chiến lược Nga - Việt,

Nga tới Việt Nam và 30 ngày cho du khách Nga trên các chuyến bay thẳng đến Phú Quốc Tại Việt Nam, thẻ thanh toán Mir rất thông dụng và khách Nga có thể yên tâm khi du lịch Việt Nam. Hai nước vẫn còn tiềm năng rất lớn trong hợp tác du lịch, nhưng chưa tận dụng hết các khả năng để phát triển, trong đó có việc thu hút hơn nữa dòng du khách từ Việt Nam tới Nga. Điều quan trọng nhất để thu hút du khách hai nước tới các quốc gia của nhau chính là cần khôi phục đường bay thẳng, đơn giản hoá thủ tục cấp thị thực cho du khách Việt Nam cũng như đa dạng hoá sản phẩm du lịch; đồng thời phía Nga cần xem xét vấn đề cấp thị thực điện tử cho công dân Việt Nam và hy vọng trong thời gian tới sẽ nhận được câu trả lời tích cực, góp phần mở ra nhiều triển vọng phát triển du lịch giữa Nga và Việt Nam.

“Việt Nam hy vọng đón một triệu lượt du khách Nga vào năm 2020” – Đại biểu Quốc hội Việt Nam Nguyễn Quốc Hưng, Chủ tịch Câu lạc bộ du lịch Việt – Nga, đã cho biết về điều đó trong cuộc phỏng vấn với Sputnik vào năm 2019¹. Tuy nhiên đại dịch Covid-19 đã làm gián đoạn sự phát triển của du lịch toàn cầu và Việt Nam đã không đạt được sự kỳ vọng này, nhưng đây vẫn là con số mong đợi khôi phục trong một tương lai không xa.

Nhiều điểm đến như Nha Trang, Mũi Né, Vũng Tàu, Phú Quốc... thu hút ngày càng nhiều du khách Nga. Điều này cho thấy sản phẩm du lịch cũng như chất lượng dịch vụ du lịch của các điểm đến của Việt Nam đã đáp ứng khá tốt nhu cầu của du khách Nga. Một điểm du lịch hấp dẫn đầy tiềm năng của Việt Nam đang có nhiều động thái gây sự chú ý và thu hút đối với du khách Nga, đó là thành phố Đà Nẵng, Việt Nam. Đây là thành phố đã được vinh danh tại Lễ trao giải thưởng du lịch thế giới (World Travel Awards) – là giải thưởng hàng đầu thế giới trong ngành du lịch được tổ chức thường niên kể từ năm 1993 đến nay, nhằm tôn vinh các thành tựu xuất sắc của ngành du lịch trên mọi lĩnh vực. Trong đợt đề cử vào năm 2016, Đà Nẵng đã vượt qua 8 điểm đến hàng đầu của châu Á như Bangkok – Thailand, Beijing – China, Hong Kong – China, Kuala Lumpur – Malaysia, Macau - China, Seoul - South Korea, Shanghai - China, Singapore để được xướng tên tại Lễ vinh danh là “Điểm đến sự kiện lễ hội hàng đầu châu Á” tại buổi lễ trao giải danh giá này.

Hoạt động liên kết, hợp tác quốc tế cũng được thành phố quan tâm triển khai trên nhiều lĩnh vực, riêng đối với lĩnh vực du lịch thành phố cũng đã ký kết hợp tác với 22 tỉnh thành các nước trong đó có tỉnh Yaroslavl (Nga)... nhằm mục đích xúc tiến phát triển hoạt động du lịch đa phương và song phương và xem Nga là một thị trường đầy tiềm năng.

Hiện nay, Đà Nẵng đã cơ cấu lại thị trường thị trường tiềm năng (Châu Âu, Bắc Mỹ,

¹ Alexei Syunnerberg (2018), *Năm 2020, Việt Nam hy vọng đón một triệu lượt du khách Nga*

Nga, Úc, New Zealand, Trung Đông...)¹ đến năm 2025, chiếm 20% tổng khách quốc tế đến Đà Nẵng. Đến năm 2030, tăng tỷ lệ khách du lịch, trong đó ưu tiên thu hút khách từ các thị trường: Mỹ, Anh, Pháp, Đức, Nga, Úc, New Zealand, Ấn Độ và Trung Đông. Sản phẩm hướng đến là du lịch biển và nghỉ dưỡng cao cấp; du lịch mua sắm, vui chơi giải trí, MICE, golf; du lịch văn hóa – lịch sử; du lịch sinh thái, nông nghiệp, cộng đồng; du lịch ban đêm; du lịch cưới²...

2.4. Một số đề xuất nhằm đẩy mạnh giao lưu văn hóa trong hợp tác phát triển du lịch Việt Nam – Nga

Trong thời gian qua, quá trình giao lưu văn hóa trong du lịch giữa Việt Nam và Liên bang Nga chủ yếu được thực hiện thông qua việc tổ chức các chương trình nghệ thuật nhằm không chỉ thực hiện các hoạt động về văn hóa mà còn gắn với đó để quảng bá, xúc tiến du lịch, những điểm đến, vẻ đẹp tiềm năng về đất nước và con người Việt Nam. Hạn chế lớn nhất là 2 bên chưa có những hoạt động mang tính chiều sâu như là tổ chức các cuộc hội thảo, diễn đàn để nâng tầm nhận thức, tìm kiếm các giải pháp để kiến tạo sự phát triển, định hướng mục tiêu chung nhất là đẩy mạnh phát triển văn hóa, thông qua đó góp phần thúc đẩy du lịch giữa hai nước. Chính vì vậy, trong thời gian đến cần có các giải pháp như sau:

- Khai thác tối đa những giá trị văn hóa của hai bên trong phát triển du lịch

Những biểu tượng văn hóa của xứ sở Bạch Dương như cung điện Kremlin, bảo tàng Ermitazh, cỗ xe tam mã, búp bê Matryoshka, văn hóa uống trà Samovar hiện còn lưu lại trong ký ức của những người Việt Nam đã từng công tác, sinh sống, học tập tại Nga. Tuy nhiên đối với hầu hết các bạn trẻ Việt Nam đều rất ít biết về văn hóa Nga và vì thế nhu cầu khám phá, tìm hiểu về đất nước, con người Nga trong giai đoạn hiện nay rất hạn chế. Nguyên nhân của hiện trạng này thuộc về cả 2 phía. Sự giao lưu kết nối các lễ hội văn hóa, truyền thống giữa 2 nước còn khá mờ nhạt, nếu có cũng chỉ phong trào, theo từng đợt, tổ chức theo nhiệm vụ chính trị, chưa thổi hồn văn hóa vào các lễ hội. Thế hệ trẻ của hai nước chưa duy trì được sự giao lưu, gắn kết thường xuyên thông qua con đường học thuật, qua các cuộc thi tìm hiểu lịch sử, văn hóa, đất nước Nga. Các công ty du lịch Nga và Việt Nam chưa thực sự nhập cuộc, không chủ động giới thiệu với khách những sản phẩm văn hóa của địa phương, của dân tộc. Cả hai bên đều chưa chủ động giới thiệu các sản phẩm công nghiệp văn hóa, tạo sức hấp dẫn du khách. Vì vậy cần phải khai thác tối

¹ Trong đó, tập trung đối với thị trường có đường bay trực tiếp để đạt mục tiêu như Anh, Pháp, Đức (qua đường bay Qatar Airways) ; Ấn Độ (xúc tiến trên cơ sở đường bay của Vietjet); Nga (xúc tiến trên cơ sở đường bay của Anex Tour).

² Ủy ban Nhân dân thành phố Đà Nẵng. Đề án Định hướng phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045

đa những giá trị văn hóa của hai bên trong phát triển du lịch.

- *Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch*: Để lấy lại đà tăng trưởng du lịch như trước đây, hai nước cần đổi mới, đa dạng hơn nữa các sản phẩm đã tạo được tín nhiệm của khách, đồng thời phải nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng các dịch vụ hỗ trợ, đặc biệt phải xây dựng những sản phẩm độc đáo, chất lượng cao để hướng tới nhóm du khách có những yêu cầu cao hơn. Trong đó, phía Việt Nam cần quan tâm nhu cầu các dịch vụ thể thao du lịch biển tại các điểm đến du lịch nghỉ dưỡng; nhu cầu được sống gần gũi với thiên nhiên hơn, thoát khỏi cuộc sống tấp nập ở các khu đô thị mà họ phải chịu đựng thường xuyên; nhu cầu ẩm thực thưởng thức các loại hải sản bên cạnh sở thích ăn các loại súp có lẫn thịt, thích các món quay nhừ, cá hun khói, thích dùng nhiều bơ, quen uống sữa tươi, thích ăn các loại rau và đặc biệt thích uống rượu Vodka.

- *Tạo sự hiểu biết về ngôn ngữ để thúc đẩy phát triển du lịch*: Số lượng hướng dẫn viên nói tiếng Nga hiện nay tại Việt Nam còn quá ít, khoảng 400 hướng dẫn viên trên toàn quốc được cấp thẻ là con số đáng lo ngại nếu căn cứ vào tình hình thực tế phát triển khách du lịch từ thị trường này, chưa nói đến chất lượng các hướng dẫn viên được cấp thẻ. Các khoa ngôn ngữ học tiếng Nga tại các trường Đại học của Việt Nam cần có các chính sách bảo hộ việc làm, đầu ra để khuyến khích sinh viên Việt Nam theo đuổi ngôn ngữ Nga, tạo nguồn nhân lực tương xứng với định hướng phát triển thị trường du lịch đầy tiềm năng này.

- *Đẩy mạnh các kênh truyền thông điểm đến hai nước*: Chính sự hạn chế ngôn ngữ là rào cản trong việc thúc đẩy xây dựng các kênh truyền thông bằng tiếng Nga. Các quảng cáo sản phẩm vẫn chủ yếu là của các công ty lữ hành chuyên về thị trường Nga hoặc của các công ty du lịch Nga chuyên về thị trường Việt Nam. Các ấn phẩm, quảng cáo trên báo, đài, tạp chí, internet... vẫn còn khiêm tốn, chưa đáp ứng được nhu cầu tăng cao của khách Nga. Ngoài ra, cơ quan du lịch hai nước cần khuyến khích và phối hợp với các hãng hàng không trong và ngoài nước, các doanh nghiệp lữ hành, tăng các chuyến bay đến các cảng hàng không quốc tế của Nga và Việt Nam. Tăng cường phổ biến các ấn phẩm điện tử bằng tiếng Nga, Việt để quảng bá cho du lịch, trao đổi, phối hợp với cơ quan du lịch thực hiện các cam kết hợp tác theo kế hoạch đã ký kết giữa hai bên.

3. KẾT LUẬN

Nga là một trong những thị trường khách du lịch quan trọng của du lịch Việt Nam. Việt Nam và Nga có mối quan hệ lâu đời, truyền thống. Những năm gần đây hai nước có những bước phát triển tốt đẹp, trong đó có sự phát triển mạnh về lĩnh vực du lịch. Tiềm năng thị trường khách du lịch Nga rất lớn với hơn 40 triệu người đi du lịch nước ngoài hàng năm, chi tiêu trên 30 tỷ USD, là một trong Top 10 nước có mức chi trả cao nhất trên

thế giới. Việt Nam có một tiềm năng du lịch đa dạng, phong phú, có sức hấp dẫn mạnh với du khách Nga, đặc biệt là bờ biển dài, đẹp, ẩm thực đa dạng, tiềm năng thiên nhiên và nhân văn hấp dẫn, có thể kết hợp nối tour đi một số nước châu Á trong khu vực... Vì vậy cần tập trung nghiên cứu, khai thác hiệu quả thị trường lớn, tiềm năng này, đặc biệt thông qua con đường hợp tác, giao lưu văn hóa thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau trên mọi phương diện sẽ góp phần tăng cường thu hút khách Nga tới Việt Nam./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Biên bản Ghi nhớ giữa Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch – Nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam và Cơ quan Liên bang về Du lịch – Liên bang Nga về Hợp tác trong lĩnh vực Du lịch giai đoạn 2019–2024.
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, *Đề án đẩy mạnh thu hút khách du lịch Nga đến Việt Nam giai đoạn 2012-2015*.
3. Ủy ban Nhân dân thành phố Đà Nẵng, *Đề án Định hướng phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
4. Alexei Syunnerberg (2018), Năm 2020, Việt Nam hy vọng đón một triệu lượt du khách Nga, <https://vnembassy-moscow.mofa.gov.vn>
5. Quỳnh Vũ (2024), Truyền thông Nga: Củng cố hợp tác liên nghị viện – con đường làm sâu sắc thêm quan hệ đối tác chiến lược Nga – Việt, <https://daibieunhandan.vn>

CULTURAL EXCHANGE IN TOURISM DEVELOPMENT COOPERATION BETWEEN VIETNAM AND RUSSIA

Nguyen Thu Phuong

Abstract: *In Vietnam's strategy for tourism development until 2020, vision to 2030, Russia has been identified as a potential and traditional market for Vietnam's tourism. In recent years, there have been positive changes in tourism cooperation between Russia and Vietnam, which will help promote cultural exchange between the two countries. This article assesses the current state of cooperation between Vietnam and Russia in the field of tourism and proposes some suggestions to enhance cultural exchange in tourism development cooperation between Vietnam and Russia.*

Keywords: *cultural exchange, cooperation, tourism development, Vietnam, Russia*

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 13-8-2024; ngày phản biện đánh giá: 28-8-2024; ngày chấp nhận đăng: 25-9-2024)