

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH ĐÊM TẠI HÀ NỘI

DEVELOPING NIGHT TOURISM PRODUCTS IN HA NOI

Nguyễn Thị Thanh Hoa

Khoa Du lịch và Khách sạn, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đến Tòa soạn ngày 14/11/2022, chấp nhận đăng ngày 20/12/2022

Tóm tắt: Trong lĩnh vực du lịch, phát triển kinh tế ban đêm là một phương thức quan trọng góp phần làm gia tăng sức hấp dẫn và kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch tại các điểm đến. Ở góc độ loại hình, phát triển các sản phẩm du lịch đêm chính là cơ sở để điểm đến du lịch tạo ra những trải nghiệm mới, khác lạ, độc đáo khác so với các sản phẩm du lịch thông thường. Bằng các phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng với các nguồn dữ liệu sơ cấp và thứ cấp, tác giả đã chỉ ra một số hạn chế trong phát triển sản phẩm du lịch đêm của các doanh nghiệp du lịch tại Hà Nội như quy mô còn nhỏ lẻ, chưa phát triển được đồng bộ và tận dụng khai thác được các giá trị tính riêng biệt, đặc sắc của tài nguyên du lịch. Từ những phát hiện đó, tác giả đã đề xuất một số giải pháp để Hà Nội phát triển các sản phẩm du lịch đêm đặc sắc và có định hướng bài bản.

Từ khóa: Phát triển, sản phẩm du lịch đêm, Hà Nội.

Abstract: In the field of tourism, developing the night economy is an important way to increase the attractiveness and prolong the stay of tourists in destinations. From the perspective of type, developing night tourism products is the basis for tourist destinations to create new, different and unique experiences compared to normal tourism products. By qualitative and quantitative research methods with primary and secondary data sources, the author has pointed out some limitations in the development of night tourism products in Hanoi such as small scale, not yet established. develop synchronously and take advantage of the unique and unique values of tourism resources. From those findings, the author has proposed some solutions for Hanoi to develop unique and methodically oriented night tourism products.

Keywords: Develop, night tourism products, Hanoi.

1. GIỚI THIỆU

Trong đề án phát triển sản phẩm du lịch đêm tại Việt Nam của Tổng cục du lịch tháng 4/2021, Hà Nội được xác định là một trong những thành phố đi đầu trong việc phát triển các hệ thống sản phẩm du lịch đêm. Bởi Hà Nội có nhiều tiềm năng phát triển dịch vụ du lịch nói chung và dịch vụ đêm nói riêng. Hà Nội còn được đánh giá là một điểm đến hấp dẫn đối với khách du lịch quốc tế, tài nguyên

dịch vụ đêm của Hà Nội đa dạng, là cơ hội để phát triển rất nhiều sản phẩm dịch vụ đêm thu hút khách du lịch. Từ cuối năm 2016, Hà Nội đã triển khai đưa phố đi bộ quanh khu vực hồ Hoàn Kiếm vào hoạt động để phục vụ nhu cầu giải trí, du lịch của người dân Thủ đô cũng như của du khách trong và ngoài nước. Đến năm 2019, ngành du lịch Thủ đô đón 29 triệu lượt du khách (trong đó có khoảng 7 triệu lượt khách quốc tế) [1].

Đến tháng 8/2020, Hà Nội đã điều chỉnh lùi giờ hoạt động của phố đi bộ đến 2 giờ sáng hôm sau và lập đề án mở rộng không gian đi bộ khu vực hồ Hoàn Kiếm và phụ cận.

Sang năm 2022, Hà Nội đã có thêm hai không gian đi vào hoạt động là: không gian đi bộ Trịnh Công Sơn và không gian đi bộ Thành cổ Sơn Tây.

Do đó, việc đánh giá thực trạng các sản phẩm

du lịch đêm tại Hà Nội từ đó đề xuất các phương thức phát triển sản phẩm du lịch ban đêm phù hợp đang là vấn đề hết sức cần thiết, góp phần đa dạng hóa sản phẩm, gia tăng sự hấp dẫn và phát triển nền kinh tế địa phương.

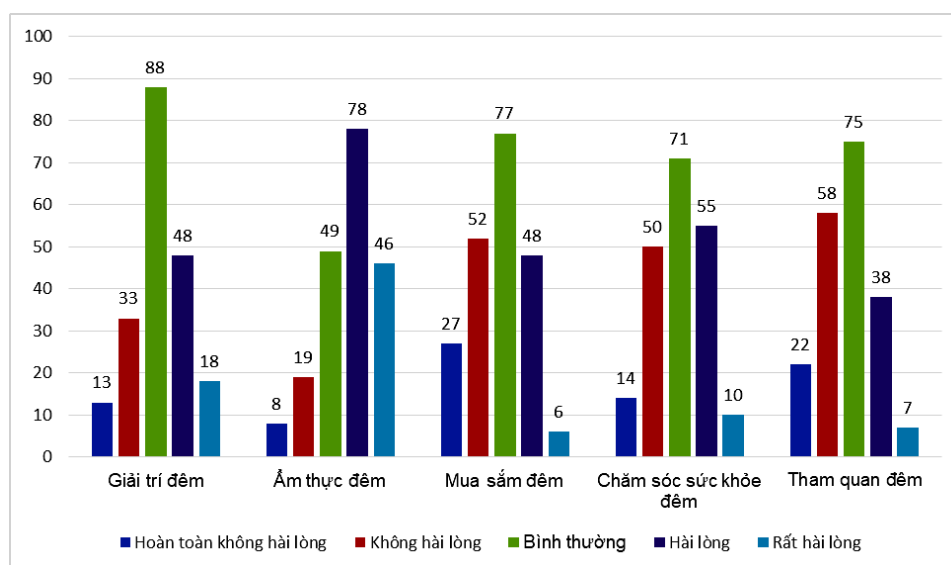
2. THỰC TRẠNG CÁC NHÓM SẢN PHẨM DU LỊCH ĐÊM TẠI HÀ NỘI GIAI ĐOẠN 2019-2022

Bảng 1. Số lần sử dụng sản phẩm dịch vụ đêm tại Hà Nội của khách du lịch

Đơn vị: người

STT	Nội dung	Khách du lịch	Chưa sử dụng		Sử dụng 1 lần		Sử dụng nhiều lần	
			SL	%	SL	%	SL	%
1	Giải trí đêm (biểu diễn nghệ thuật, bar, vũ trường, casino, karaoke, lễ hội, sự kiện...)	KQT	12	24	29	58	9	18
		KNĐ	9	6	27	18	114	76
2	Ăn thực đêm (nhà hàng, quán ăn, cafe, giải khát...)	KQT	0	0	9	18	41	82
		KNĐ	0	0	12	8	138	92
3	Mua sắm đêm (chợ đêm, trung tâm mua sắm, siêu thị, mall...)	KQT	6	12	28	56	16	32
		KNĐ	35	23	75	50	40	27
4	Chăm sóc sức khỏe về đêm (matxa, làm đẹp, thể thao...)	KQT	6	12	23	46	21	42
		KNĐ	55	37	63	42	32	21
5	Tham quan di tích lịch sử, văn hóa, bảo tàng, thắng cảnh về đêm	KQT	34	68	14	28	2	4
		KNĐ	108	72	33	22	9	6

Biểu đồ 1. Mức độ hài lòng của du khách về chất lượng sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội



(KQT: Khách quốc tế; KNĐ: Khách nội địa)

Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả. Thời điểm khảo sát: tháng 4-9/2022)

Thực trạng sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội với 5 nhóm sản phẩm cơ bản được phân tích từ các nguồn dữ liệu thứ cấp giai đoạn 2019-2022 và dữ liệu sơ cấp dựa trên khảo sát của tác giả với 200 khách du lịch (50 khách quốc tế và 150 khách Việt Nam) từ tháng 4 đến tháng 9/2022 về nhu cầu, mức độ hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm dịch vụ đêm ở Hà Nội, cụ thể như bảng 1 và biểu đồ 1.

2.1. Nhóm sản phẩm giải trí đêm

Bảng 1 cho thấy 24% khách quốc tế được hỏi chưa từng sử dụng các hoạt động giải trí đêm như hoạt động vui chơi giải trí tại các quán bar, pub, cafe; các chương trình nghệ thuật biểu diễn buổi đêm như múa rối nước, chèo, tuồng, cải lương, ca trù, kịch... Tỷ lệ này đối với khách nội địa được hỏi là 6%. Điều này phù hợp với tác động của dịch Covid-19 đối với du lịch trong khoảng thời gian nghiên cứu. Về chất lượng của nhóm sản phẩm giải trí đêm tại biểu đồ 1: có 46 khách cảm thấy không hài lòng và hoàn toàn không hài lòng, nhất là nhóm khách quốc tế nhiều người được hỏi không biết làm gì ngoài việc vui chơi tại phố đi bộ và các quán bar, pub tại khu phố cổ thời điểm trước 24h đêm. Sau 2h sáng thì chẳng có dịch vụ gì để trải nghiệm.

2.2. Nhóm sản phẩm ẩm thực đêm

Ẩm thực vẫn luôn là một trong những nét đặc trưng của Hà Nội và cũng là nhóm sản phẩm mà 100% du khách được hỏi đều đã sử dụng ít nhất từ 1 lần trở lên (bảng 1). Nhóm sản phẩm này được phân loại thành:

- Ẩm thực tại hệ thống các nhà hàng chuyên phục vụ các món ăn Việt Nam nổi tiếng như phở Lý Quốc Sư, chả cá Lã Vọng...
- Ẩm thực đêm trên phố phường tại ba khu phố ẩm thực về đêm sôi động nhất tại Hà Nội là khu chợ Đồng Xuân, phố Tống Duy Tân,

khu Tạ Hiện.

Sự đa dạng và hấp dẫn của các sản phẩm ẩm thực đã làm hài lòng 124/200 du khách được hỏi (biểu đồ 1) và trở thành nhóm sản phẩm nhận được sự hài lòng cao nhất của khách du lịch trong cuộc khảo sát.

2.3. Nhóm sản phẩm mua sắm đêm

Nhóm sản phẩm mua sắm đêm là nhóm sản phẩm có 23% khách nội địa và 12% khách quốc tế tham gia khảo sát chưa từng sử dụng. Mặc dù những năm gần đây, hệ thống các siêu thị và các trung tâm thương mại được mở cửa đến 21- 22 giờ đêm và hệ thống cửa hàng tiện ích mở cửa 24/7 như Circle K, Shop & Go nhưng chỉ có 54/200 khách được hỏi hài lòng về chất lượng nhóm sản phẩm này (bảng 1). Bên cạnh đó, Hà Nội có các chợ đêm hoạt động tại các khu phố đi bộ và khoảng trên dưới 10 chợ đêm lớn nhỏ khác nhau, bao gồm chợ Long Biên, chợ Ngã Tư Sở, chợ Quảng Bá, chợ đêm khu phố cổ..., mỗi chợ có những đặc trưng riêng. Một số chợ đã được khai thác phục vụ trong các tour du lịch bằng xe máy.

2.4. Nhóm sản phẩm chăm sóc sức khỏe đêm

Từ kết quả của bảng 1 có tới 37% khách nội địa được hỏi chưa từng sử dụng và có 64/200 du khách không hài lòng (biểu đồ 1) về nhóm sản phẩm này. Nhóm sản phẩm này tại nội thành Hà Nội hiện nay thường là các dịch vụ massage, spa thư giãn. Các khách du lịch nội địa không lưu trú tại các khách sạn lớn và resort sẽ khó tiếp cận các dịch vụ này. Một số cơ sở cung cấp dịch vụ nổi tiếng tại Hà Nội như Sen Tài Thu, Hương Sen... nhưng chỉ cung cấp dịch vụ đến 22h30 trong khi khách quốc tế có nhu cầu sử dụng xuyên đêm.

Tại khu vực ngoại thành Hà Nội, một số sản

phẩm du lịch kết hợp chăm sóc sức khỏe (cả ban ngày lẫn ban đêm) mang đến những trải nghiệm mới lạ cho du khách thông qua các hoạt động như: Yoga bên suối, ngồi thiền, tắm suối tự nhiên, đạp xe trong rừng, massage trị liệu, thư giãn, khám phá rừng già, leo núi, tròng trượt... được cung cấp riêng lẻ bởi các khu du lịch như Ao Vua, Thiên Sơn Suối Ngà...

2.5. Nhóm sản phẩm tham quan di tích lịch sử, thắng cảnh... về đêm

Đây là nhóm sản phẩm mới mẻ thể hiện thông qua kết quả ở bảng 1 cho thấy có 68% khách quốc tế và 72% khách nội địa chưa từng sử dụng. Giai đoạn 2019-2022, một số tour du lịch đêm được triển khai như tour di tích Hỏa Lò được đưa vào khai thác từ tháng 6/2020; tour đêm “Giải mã Hoàng Thành Thăng Long” được Trung tâm Bảo tồn di sản Thăng Long - Hà Nội phối hợp với Công ty Lữ hành Hanoitourist cho ra mắt vào tháng 4/2021; tour đêm “Vết nắng hoàng hôn” gồm chương trình ca nhạc và tiệc tối tại du thuyền cao cấp trên sông Hồng “Jade of River” chính thức được ra mắt vào tháng 4/2022 đã bước đầu đem lại sự hài lòng cho du khách (45/200 – biểu đồ 1).

3. NHỮNG HẠN CHẾ TRONG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH ĐÊM TẠI HÀ NỘI VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP, KIẾN NGHỊ

Kết hợp phương pháp nghiên cứu tài liệu thứ cấp với điều tra xã hội học trên 200 khách du lịch nhằm xác định nhu cầu, yếu tố ảnh hưởng tới quyết định của khách du lịch để tổng hợp và đánh giá tổng quan cũng như thực trạng phát triển sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội. Nhìn chung, các sản phẩm đêm ở Hà Nội hiện nay đã có đầy đủ 5 nhóm sản phẩm như theo đề án phát triển du lịch đêm của Tổng cục Du

lịch, có sự kết hợp giữa truyền thống và hiện đại, vừa tiếp thu cái mới nhưng vẫn giữ được những nét văn hóa đặc sắc của đất Hà thành. Giai đoạn 2019-2022, Hà Nội đã phát triển được số lượng các khu phố đi bộ đêm không chỉ gói gọn ở quận Hoàn Kiếm mà còn sang khu Tây Hồ, khu phố cổ Sơn Tây... đi kèm với cung cấp các dịch vụ mua sắm, giải trí và ẩm thực. Một số tour du lịch đêm tại Hỏa Lò, hoàng thành Thăng Long... đã tạo sự thu hút đặc biệt với du khách....

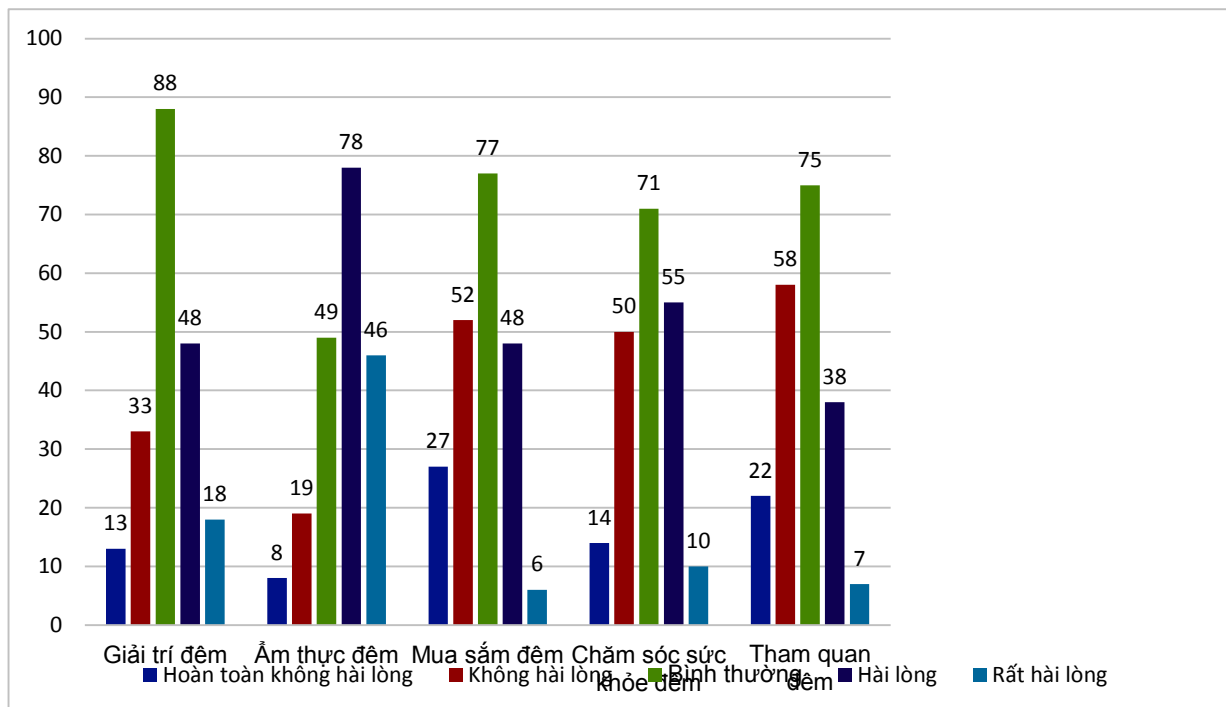
3.1. Hạn chế trong phát triển sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội thời gian qua

Mặc dù có được những kết quả bước đầu, nhưng nhìn chung sản phẩm du lịch đêm của Hà Nội còn nhiều điểm hạn chế:

Thứ nhất, các sản phẩm du lịch của Hà Nội chủ yếu chỉ tập trung từ 7 giờ đến 18 giờ hàng ngày hoặc chỉ mới chỉ kéo dài đến nửa đêm. Trong khi nhu cầu của khách (bảng 1) cho thấy có 57/200 khách thấy thời điểm phù hợp cho hoạt động chăm sóc sức khỏe đêm là từ 0-6 h sáng; 45/200 khách muốn giải trí sau 24 h đêm...

Điều này làm cho các sản phẩm du lịch đêm chưa đáp ứng được hết nhu cầu của khách tại các khung thời gian từ 0-6 h cũng như hạn chế chi tiêu của khách.

Thứ hai, các sản phẩm còn nghèo nàn và đơn lẻ mà không mang tính đồng bộ, nhiều nhà cung cấp dịch vụ tự phát và thiếu sự quản lý, kiểm soát. 27% khách được hỏi thấy rằng Hà Nội cần phải đa dạng hóa sản phẩm (biểu đồ 3). Nguyên nhân một phần là do các hoạt động về đêm mới chỉ được khai thác ở quy mô nhỏ, mang tính riêng lẻ, chưa tạo được dấu ấn.

Biểu đồ 2. Thời điểm phù hợp cho các hoạt động của sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội*Đơn vị: người**Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả. Thời điểm khảo sát: tháng 4 – 9/2022***Biểu đồ 3: Các vấn đề Hà Nội cần cải thiện để phát triển sản phẩm du lịch đêm***Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả. Thời điểm khảo sát: tháng 4 – 9/2022*

Thứ ba, các sản phẩm chưa phát triển được thương hiệu nổi bật hấp dẫn khách du lịch trong và ngoài nước.

Thứ tư, chưa có quy hoạch tổng thể, riêng biệt dành cho phát triển du lịch đêm, chưa khai thác thật sự hiệu quả những giá trị tài

nguyên tự nhiên và văn hóa địa phương, không gian du lịch đêm vẫn còn xen lẫn với khu vực dân cư; thể chế đi kèm phát triển du lịch đêm chưa đầy đủ, chưa có chính sách khuyến khích, hỗ trợ, thu hút đầu tư phát triển du lịch đêm gắn với các dịch vụ như quán bar, karaoke, câu lạc bộ vui chơi giải trí có thưởng..., thủ tục đầu tư còn phức tạp, chưa có chính sách đặc thù thu hút đầu tư phát triển du lịch đêm.

Thứ năm, Việt Nam nói chung, Hà Nội nói riêng chưa có khung pháp lý hoàn thiện, thống nhất, hướng dẫn cụ thể, cơ chế chính sách cho từng vùng trong việc triển khai, tổ chức thực hiện các hoạt động kinh tế đêm cũng như quy hoạch, phân khu một cách bài bản đối với những điểm đến thí điểm mô hình kinh tế đêm. Nhận thức về vai trò của du lịch đêm còn hạn chế; vẫn còn tư duy truyền thống lo ngại những vấn đề tiêu cực phát sinh nên đã có những quy định cấm đoán, gây trở ngại cho phát triển du lịch đêm.

Thứ sáu, hoạt động kinh doanh dịch vụ liên quan đến du lịch đêm cũng phát sinh nhiều bất cập, tiềm ẩn nhiều rủi ro và thách thức trong đó phải kể tới các tệ nạn xã hội như say rượu, gây rối trật tự công cộng, một số đối tượng lợi dụng để hoạt động tội phạm; vấn đề ô nhiễm tiếng ồn và vệ sinh môi trường... Cụ thể: Để phát triển sản phẩm du lịch đêm; 39% và 27% khách được hỏi cho rằng Hà Nội cần thêm dịch vụ xử lý rác thải và nhà vệ sinh công cộng (biểu đồ 3.2)... Muốn phát triển sản phẩm du lịch đêm bền vững, cần có biện pháp hạn chế những tác động tiêu cực này.

Thứ bảy, nguồn nhân lực phục vụ du lịch đêm tại Hà Nội còn thiếu và yếu từ đội ngũ quản lý nhà nước tổ chức (chưa có bộ phận chuyên trách quản lý hoạt động về đêm) đến nguồn lao động tại cơ sở kinh doanh dịch vụ nhỏ lẻ,

cá thể, hộ gia đình thiếu kiến thức, kỹ năng về du lịch đêm cũng như hạn chế nhận thức về việc kinh doanh bền vững. Sau dịch Covid-19, nhân lực trong ngành du lịch chuyển ngành nghề nên nguồn nhân lực mới cần qua đào tạo

Thứ tám, các hoạt động quảng bá du lịch đêm cũng còn yếu thể hiện thông qua điều tra có tới 63% khách được hỏi cho rằng cần thúc đẩy quảng bá (biểu đồ 3) do thông tin các hoạt động, dịch vụ ban đêm của Hà Nội đến du khách còn chưa nhiều...

3.2. Đề xuất giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội

Từ việc nhìn nhận các hạn chế của các sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội, tác giả đề xuất một số giải pháp để phát triển sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội, cụ thể là:

Một là, phối hợp đồng bộ, bài bản, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù.

- Mở rộng thời gian cung cấp các sản phẩm du lịch đêm nhằm đáp ứng nhu cầu thực tế của du khách không chỉ đơn thuần là thêm thời gian mà cần có các điều kiện về cơ chế pháp lý và phải đủ sức hấp dẫn du khách thông qua việc đa dạng hóa các sản phẩm.

- Sản phẩm, dịch vụ đêm phải được phát triển một cách đa dạng và có tính riêng biệt theo từng vùng miền, gắn bó với bản sắc dân tộc của từng địa phương. Như ở Thái Lan, khi khách tới 1 chợ đêm sẽ chỉ mua trái cây của địa phương đó, không lẫn với nơi khác, vừa để giúp người dân địa phương có việc làm, thu nhập, vừa tạo sự khác biệt. Để làm được điều đó, các doanh nghiệp lớn hành phải có vai trò đầu tàu, tạo ra những vị thế và sản phẩm mới lạ, hấp dẫn để phát triển kinh tế đêm. Ví dụ như: Phát triển các sản phẩm, chương trình văn hóa nghệ thuật lớn, chất lượng mang bản sắc văn hóa của cộng đồng

thể hiện rõ nét bản sắc Hà Nội nghìn năm văn hiến. Cần có nhiều các sản phẩm giải trí nghệ thuật mang tầm vóc quốc gia như vở diễn thực cảnh “Tinh hoa Bắc Bộ” tại chùa Thầy năm 2017. Hay phát triển nhiều hơn các sản phẩm du lịch đêm trên sông như tổ chức đêm hội hoa đăng trên sông Hồng vào đêm 14 và 15 âm lịch, loại sản phẩm mà nhiều thành phố lớn và thủ đô các nước trên thế giới đã khai thác thành công. Hoạt động này mang ý nghĩa về tâm linh, tinh thần và cả văn hóa, không chỉ thu hút du khách trong nước mà ngay cả bạn bè quốc tế có thể cũng cảm thấy thích thú.

- Tạo ra các sản phẩm du lịch đêm tổng hợp, đồng bộ để du khách có thêm nhiều trải nghiệm.

Ví dụ, Hà Nội nên khai thác đồng bộ cả 3 mảng: Ẩm thực (đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ ở khu chợ đêm ẩm thực, phố ẩm thực ví dụ mỗi đêm 1 món chuyên đề; vui chơi giải trí (các lễ hội, sân khấu, hoạt động nghệ thuật định kỳ ban đêm); khu mua sắm. Áp dụng các cộng đồng cùng nhau up-sale hay cross-sale như ở Thái Lan: khi khách đến địa điểm ăn uống, ngay lập tức cửa hàng đó sẽ có những voucher giảm giá cho một khu mua sắm. Khu mua sắm lại có voucher cho khu giải trí về đêm, từ đó khuyến khích khách chi tiêu nhiều hơn. Các khu này có thể phát triển tại khu vực quận Long Biên để tạo tính hệ thống và liên thông với khu ẩm thực, chợ đêm, vui chơi giải trí đã có quanh Hồ Gươm.

Tạo sự liên kết của các điểm đến để tạo thành những tour du lịch trải nghiệm về đêm khép kín giúp cho khách trải nghiệm cả 5 nhóm sản phẩm từ tham quan đến mua sắm, giải trí, ẩm thực và chốt lại là chăm sóc sức khỏe.

Hai là, phát triển nguồn nhân lực phục vụ du lịch đêm

- Phát triển nguồn nhân lực quản lý hoạt

động du lịch đêm; Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức của sở, ban, ngành, địa phương về kỹ năng quản lý hoạt động du lịch đêm.

- Phát triển nguồn nhân lực (đã qua đào tạo về du lịch) phục vụ du lịch về đêm; Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng đào tạo kỹ năng phục vụ, ngoại ngữ, văn hóa ứng xử trong du lịch... cho người lao động tham gia du lịch về đêm.

- Phát triển nguồn nhân lực chưa qua đào tạo (các hộ dân tham gia cung ứng sản phẩm du lịch đêm): Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng đào tạo kỹ năng phục vụ, ngoại ngữ, văn hóa ứng xử trong du lịch... cho các hộ dân tham gia du lịch về đêm. Sau dịch covid 19, khó khăn lớn nhất hiện giờ của du lịch tại Hà Nội nói riêng và cả nước nói chung là về sản phẩm du lịch và vấn đề nhân lực. Chính vì vậy, việc phát triển mô hình du lịch cộng đồng, tận dụng nguồn nhân lực ngay trong nhân dân sẽ là giải pháp ứng phó phù hợp cho giai đoạn này.

- Tăng cường ứng dụng công nghệ trong quản lý khai thác, phát triển sản phẩm du lịch đêm; sử dụng công nghệ tự động hóa (máy bán hàng tự động...) trong cung cấp các dịch vụ, sản phẩm phục vụ du khách để giảm chi phí nhân lực phục vụ du lịch đêm.

Ba là, phát triển các hoạt động tuyên truyền, quảng bá du lịch đêm.

- Tuyên truyền quảng bá du lịch để thu hút khách du lịch nhất là khách quốc tế sau covid; thông tin, tuyên truyền để nâng cao nhận thức của người dân...

- Tăng cường ứng dụng công nghệ trong quản lý khai thác, phát triển sản phẩm du lịch đêm; ví dụ như có nhiều các sáng kiến trong việc đưa sản phẩm, dịch vụ du lịch của doanh nghiệp tiếp cận khách hàng thông qua các nền tảng xã hội như di tích lịch sử Hòa Lò.

3.3. Đề xuất một số kiến nghị phát triển sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội

Đồng thời, tác giả đưa ra một số kiến nghị với cơ quan quản lý, chính quyền địa phương. Cụ thể:

Một là, quy hoạch phát triển du lịch đêm.

- Sở Du lịch Hà Nội sẽ tham mưu cho thành phố lựa chọn và ưu tiên đầu tư để các khu, điểm du lịch trọng điểm sớm trở thành khu, điểm du lịch chất lượng cao nhằm du khách ở lại lâu hơn, chi nhiều tiền hơn; tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng sản phẩm du lịch mới, nhất là các sản phẩm thể mạnh, mang bản sắc - đặc trưng Hà Nội; thúc đẩy ứng dụng công nghệ thông minh, thương mại điện tử trong hoạt động quảng bá, kinh doanh du lịch, tạo đà bứt phá trong tương lai...
- Các địa phương cần quy hoạch không gian xây dựng cho hoạt động về đêm (khu vực chợ đêm, khu vực trưng bày sản phẩm làng nghề truyền thống Hà Nội, tổ chức phiên chợ quà tặng lưu niệm thủ công mỹ nghệ thủ đô...). Xác định cụ thể khu vực, địa bàn, tuyển tập trung và định hướng mô hình phát triển sản phẩm du lịch; lồng ghép quy hoạch phát triển sản phẩm du lịch đêm vào nội dung quy hoạch ngành cấp quốc gia, quy hoạch vùng, quy hoạch tỉnh, quy hoạch đô thị và quy hoạch nông thôn.
- Các địa phương quy hoạch khu vực, không gian riêng cho hoạt động dịch vụ ban đêm, gắn quy hoạch du lịch đêm với hoạt động dịch vụ, ăn uống, mua sắm phố đêm, phố đi bộ, phát triển mạng lưới giao thông, các cơ sở dịch vụ gắn với khu, điểm du lịch; lựa chọn địa điểm đủ các tiêu chí/tiêu chuẩn để triển khai áp dụng thí điểm mô hình du lịch đêm. Khuyến khích phát triển hoạt động các sản phẩm dịch vụ du lịch đêm tại khu vực, không gian công cộng, các khu vực chiến lược riêng

biệt như các khu văn hóa di sản mang tính quốc tế, vùng, địa phương đặc trưng, khu vực chuyên về ẩm thực, mua sắm, khách sạn, chăm sóc sức khỏe, trình diễn nghệ thuật, thể thao...

Hai là, hoàn thiện chính sách và xây dựng khung pháp lý cho du lịch đêm.

- Cơ quan quản lý cần rà soát hoàn thiện chính sách và tạo hành lang pháp lý cho các sản phẩm du lịch về đêm. Du lịch về đêm là một hoạt động của nền kinh tế, có cơ chế vận hành khác, nguồn lực khác, luật lệ khác để điều tiết chứ không phải chuyển sang từ kinh tế ban ngày. Vì thế, cần được tiếp cận một cách bài bản từ đầu, để tránh những sơ suất. Từ việc nghiên cứu đề xuất các điều luật để thu hút đầu tư cũng như có các cơ chế làm đêm cho nhân viên làm việc tại các di tích lịch sử, văn hóa... Cùng các quy định về điều kiện riêng đối với hoạt động kinh doanh về đêm; ban hành quy định cụ thể về thời gian hoạt động, địa bàn, các mặt hàng được phép kinh doanh và cơ chế xử lý vi phạm, bảo đảm khoảng cách cần thiết đối với các khu dân cư, giảm tiếng ồn, bố trí đèn chiếu sáng khoa học, hợp lý để không ảnh hưởng đến sinh hoạt của người dân... Ví dụ: Có quy chế đặc thù đối với các loại hình kinh doanh quán bar, nhà hàng, cơ sở đánh bạc giải trí và các lĩnh vực vui chơi, ca nhạc khác nhằm phát triển du lịch đêm một cách phù hợp, tránh bị lệch hướng và vi phạm các quy định của pháp luật. Để thu hút được du khách cần bố trí giao thông hợp lý, như bến bãi trông xe thuận lợi cho việc mua sắm, tham quan của du khách. Bố trí nhà vệ sinh, điểm thu gom rác hợp lý. Phải phát triển mạng viễn thông đủ mạnh và bảo đảm công tác an ninh trật tự về đêm, muốn vậy phải lắp đặt hệ thống camera công cộng trên địa bàn có tổ chức hoạt động du lịch đêm.

▪ Xây dựng và ban hành chính sách ưu đãi về thuế đối với hoạt động du lịch đêm như: miễn lệ phí môn bài đối với hộ gia đình, cá nhân, nhóm cá nhân, tổ chức đăng ký kinh doanh tại địa bàn thí điểm phát triển du lịch đêm; miễn phí thẩm định cấp giấy phép kinh doanh karaoke, vũ trường tại địa bàn thí điểm phát triển du lịch đêm; giảm 50% mức phí tham quan các bảo tàng, di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, công trình văn hóa nằm trong địa bàn thí điểm phát triển du lịch đêm; giảm 50% phí thẩm định chương trình nghệ thuật biểu diễn tại địa bàn thí điểm phát triển du lịch đêm...

4. KẾT LUẬN

Sau khi được chính phủ cho phép mở cửa trở lại từ ngày 15/3/2022, du lịch cả nước nói chung và du lịch Hà Nội nói riêng đã từng bước phục hồi, tìm lại đà tăng trưởng. Nhưng lượng khách du lịch chủ yếu vẫn là khách nội địa. Riêng Thủ đô Hà Nội, tính đến tháng

9/2022, mới đón được khoảng 766 nghìn lượt khách quốc tế, còn cách xa mục tiêu đề ra cả năm 2022 sẽ đón và phục vụ từ 1,2 đến 2 triệu lượt khách quốc tế [7]. Do đó, phát triển các sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội giai đoạn sau covid sẽ tạo ra những trải nghiệm mới, khác lạ, độc đáo cho du khách và giúp phát huy tốt các lợi thế, tiềm năng về hạ tầng, về văn hóa, hệ thống di tích, lễ hội, làng nghề, ẩm thực... Các sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội hiện nay còn một số những hạn chế như quy mô nhỏ lẻ, chưa mang tính đồng bộ và chưa khai thác được bản sắc riêng có... Việc phát triển hệ thống sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội cần có sự phối hợp từ cơ quan quản lý nhà nước, chính quyền, doanh nghiệp lữ hành và cư dân địa phương nhằm đem lại cho khách du lịch những trải nghiệm thú vị, từ đó tăng nguồn thu cũng như vị thế của ngành du lịch trong phát triển kinh tế của Thủ đô nói riêng và đất nước nói chung.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Diệp Anh, "Hà Nội đón gần 29 triệu lượt khách du lịch", laodongthudo.vn, 12/2019.
<https://laodongthudo.vn/nam-2019-ha-noi-don-gan-29-trieu-luot-khach-du-lich-101527.html>
- [2] Trần Thị Kim Anh, "Phát triển du lịch đêm đáp ứng nhu cầu của khách", Tạp chí du lịch, 4/2022.
- [3] Trần Thị Yến Anh, "Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của Hà Nội cho thị trường khách du lịch Pháp", Luận văn thạc sĩ, 2013.
- [4] CAND, "Kinh tế đêm Hà Nội và những nguy cơ", anninh24h.com.vn, 3/2022.
- [5] Huyền Châu, "Du lịch Hà Nội tìm lối đi riêng để phát triển đột phá", laodong.vn, 2022.
- [6] Lam Dương, "Hà Nội đẩy mạnh phát triển sản phẩm du lịch đêm", tuoitrethudo.com.vn, 4/2022.
- [7] Tuấn Hải, "Bàn giải pháp phục hồi và phát triển du lịch thủ đô sau đại dịch Covid-19", vtr.org.vn, 10/2022.

Thông tin liên hệ: **Nguyễn Thị Thanh Hoa**

Điện thoại: 0912219421 - Email: ntthoa@uneti.edu.vn

Khoa Du lịch và Khách sạn, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

-
-