

# KHAI THÁC SẢN PHẨM TOUR ĐÊM PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI HÀ NỘI

NGUYỄN NGỌC DUNG\* - TRẦN THÙY LINH\*\*

**Tóm tắt:** Trong bối cảnh phát triển kinh tế ban đêm đã và đang trở thành một định hướng chiến lược nhằm thúc đẩy tăng trưởng du lịch đô thị, việc xây dựng và khai thác sản phẩm du lịch ban đêm là xu thế tất yếu tại nhiều địa phương. Hà Nội - Thành phố sở hữu hệ thống di sản văn hóa - lịch sử phong phú, tạo điều kiện thuận lợi để hình thành các sản phẩm tour đêm gắn với không gian di tích, góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, kéo dài thời gian lưu trú và nâng cao chi tiêu của khách. Bài viết phân tích thực trạng khai thác sản phẩm tour đêm trong phát triển du lịch tại Hà Nội nhằm tăng cường khả năng thu hút khách và nâng cao hiệu quả khai thác các tour đêm. Đồng thời, đề xuất các khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả khai thác sản phẩm tour đêm, hướng tới phát triển du lịch đêm một cách chuyên nghiệp và bền vững.

**Từ khóa:** du lịch đêm, tour đêm Hà Nội, sản phẩm du lịch, khai thác điểm đến, phát triển bền vững.

**Abstract:** In the context of the night-time economy being identified as a strategic pathway for urban tourism growth, the development and utilisation of night tourism products has become an inevitable trend across many destinations. Hanoi, endowed with a rich system of cultural and historical heritage, offers favourable conditions to design heritage-based night tours that diversify the product mix, extend visitors' length of stay, and increase visitor spending. This article analyses the current development and operation of night tours in Hanoi to strengthen visitor appeal and improve the effectiveness of product exploitation. The paper proposes targeted recommendations to enhance operational efficiency and advance the professional and sustainable development of Hanoi's night tourism.

**Keywords:** night tourism, Hanoi night tours, tourism products, destination development, sustainable development.

## 1. Đặt vấn đề

Kinh tế ban đêm ngày càng được nhiều quốc gia coi là động lực chiến lược cho phát triển đô thị, du lịch đêm được xem là một cấu phần quan trọng nhờ khả năng kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng chi tiêu và tạo ra trải nghiệm khác biệt cho du khách. Sự phát triển của du lịch đêm mang lại lợi ích kinh tế, quảng bá hình ảnh điểm đến, đồng thời bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa - lịch sử.

Tại Việt Nam, định hướng này đã được thể chế hóa trong Quyết định số 1129/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về phát triển kinh tế ban đêm ngày 27-7-2020 và cụ thể hơn trong Quyết định số 147/QĐ-TTg về Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 ngày 22-1-2022. Các văn bản khẳng định yêu cầu đa dạng hóa sản phẩm, ứng dụng công nghệ, bảo đảm an ninh và phát

triển bền vững, làm cơ sở cho các đô thị triển khai du lịch đêm.

Với hệ thống di sản văn hóa - lịch sử phong phú, đời sống đô thị năng động và nhu cầu khám phá ngày càng cao từ du khách quốc tế, Hà Nội được xem là địa phương có lợi thế nổi bật để phát triển du lịch đêm. Thực tế những năm gần đây, thành phố đã bắt đầu hình thành một số tour đêm gắn với không gian di tích. Tuy nhiên, các sản phẩm này mới dừng ở quy mô thử nghiệm và còn nhiều hạn chế về hạ tầng, nhân sự, cũng như hiệu quả khai thác.

## 2. Cơ sở lý thuyết

*Khái niệm du lịch đêm*

Có rất nhiều quan điểm về định nghĩa “du lịch đêm”. Theo Holloway và Humphreys, du lịch đêm bao gồm các hoạt động tham quan, giải trí, thưởng thức văn hóa hoặc ẩm thực. Tresidder và DeSantis

nhấn mạnh rằng các yếu tố đa giác quan như ánh sáng, âm thanh và không gian đóng vai trò quan trọng trong việc định hình trải nghiệm. Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) xem du lịch đêm như một phần của chiến lược phát triển kinh tế ban đêm, giúp kéo dài thời gian lưu trú, tăng chi tiêu và đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Tổng hợp từ các quan điểm này, “du lịch đêm” có thể được định nghĩa là “hoạt động có tổ chức vào buổi tối đến khuya, gắn với tham quan, khám phá, giải trí hoặc trải nghiệm văn hóa, được thiết kế để tạo ra giá trị mới cho du khách”.

*Khái niệm sản phẩm tour đêm*

Sản phẩm tour đêm là một dạng sản phẩm du lịch chuyên biệt thuộc loại hình du lịch đêm. Theo Swarbrooke và Horner, một sản phẩm du lịch là sự kết hợp giữa yếu tố hữu hình (điểm đến, cơ sở vật chất) và yếu tố vô hình (trải nghiệm, cảm xúc, văn hóa) nhằm thỏa mãn nhu cầu của du khách. Trong bối cảnh đô thị, các sản phẩm tour đêm thường là chương trình có tổ chức, giới hạn thời gian, gắn với một chủ đề văn hóa hoặc lịch sử cụ thể, được thiết kế bằng công nghệ ánh sáng, âm thanh và các hình thức kể chuyện tương tác.

Từ việc tổng hợp cách tiếp cận này các nghiên cứu liên quan, có thể định nghĩa: *Sản phẩm tour đêm là chương trình du lịch có tổ chức, diễn ra vào buổi tối đến khuya, khai thác không gian di sản hoặc đô thị thông qua các yếu tố như trình diễn ánh sáng, âm thanh, dẫn chuyện lịch sử và tương tác văn hóa, nhằm tạo nên trải nghiệm khác biệt và tăng tính hấp dẫn của điểm đến.*

*Khung phân tích sản phẩm tour đêm*

Nghiên cứu kế thừa thang đo SERVPERF của Parasuraman và cộng sự, Cronin và Taylor cùng nghiên cứu ứng dụng của Nguyễn Thị Hồng và cộng sự trong bối cảnh du lịch đường sông, đồng thời điều chỉnh cho phù hợp với đặc thù tour đêm tại Hà Nội. Trên cơ sở đó, khung phân tích tập trung vào 5 nhóm yếu tố chính phản ánh toàn diện các khía cạnh chất lượng sản phẩm tour đêm.

Phương tiện hữu hình: bao gồm cơ sở vật chất tại điểm tham quan, hệ thống ánh sáng - âm thanh, thiết kế không gian và các tiện nghi hỗ trợ. Yếu tố này định hình ấn tượng ban đầu và tạo bối cảnh cảm xúc cho trải nghiệm du khách.

Sự tin cậy: thể hiện ở việc chương trình được thực hiện đúng cam kết, nội dung chính xác và đáng tin cậy, đồng thời khả năng xử lý sự cố nhanh chóng cũng củng cố lòng tin của du khách.

Sự đáp ứng: nhấn mạnh vai trò của hướng dẫn viên và nhân viên phục vụ trong việc hỗ trợ kịp thời, truyền tải thông tin, khơi gợi hứng thú và kết nối cảm xúc của du khách với giá trị văn hóa - lịch sử.

Sự đảm bảo: bao gồm kiến thức, thái độ chuyên nghiệp và cách thức tổ chức, giúp tạo niềm tin và cảm giác an tâm cho du khách trong suốt hành trình.

Sự hấp dẫn: phản ánh giá trị lịch sử - văn hóa, cảnh quan ban đêm, các hoạt động đặc sắc và tính hợp lý về giá cả, góp phần hình thành trải nghiệm độc đáo và ấn tượng khó quên.

Khung phân tích này cung cấp nền tảng lý luận để nghiên cứu các tour đêm tại Hà Nội, đồng thời hỗ trợ thiết kế công cụ phỏng vấn và định hướng phân tích dữ liệu định tính một cách hệ thống và khoa học.

**3. Kết quả nghiên cứu**

Kết quả phân tích dữ liệu thứ cấp, phỏng vấn sâu và khảo sát bảng hỏi cho thấy các tour đêm tại Hà Nội (Giải mã Hoàng thành Thăng Long, Đêm thiêng liêng tại nhà tù Hỏa Lò và Tinh hoa đạo học) đã đạt được nhiều thành tựu tích cực, góp phần hình thành sản phẩm du lịch đêm đặc sắc. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại những hạn chế cần khắc phục. Các phát hiện được trình bày theo 5 nhóm yếu tố chính.

*Phương tiện hữu hình*

Yếu tố này quan trọng định hình ấn tượng ban đầu qua ánh sáng, âm thanh, thiết kế không gian. Điểm mạnh được ghi nhận ở việc ứng dụng công nghệ chiếu sáng hiện đại, chẳng hạn như kỹ thuật 3D Mapping tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám giúp du khách dễ dàng hình dung tinh thần hiếu học, hay hệ thống ánh sáng làm nổi bật kiến trúc cổ tại Hoàng thành Thăng Long, từ đó, gia tăng hiệu ứng thị giác và tạo ấn tượng khó quên, như một hướng dẫn viên tại Hoàng thành nhận xét: không gian rộng lớn với ánh sáng hợp lý giúp thu hút và gợi cảm giác nhập vai.

Tuy nhiên, những hạn chế vẫn hiện diện ở cả 3 chương trình. Cụ thể, tại Hoàng thành Thăng Long, hệ thống biển chỉ dẫn còn thiếu và ánh sáng chưa đồng bộ, dẫn đến khó khăn khi di chuyển trong không gian rộng mở; tại nhà tù Hỏa Lò, một số khu vực ngục tối thiếu ánh sáng phù hợp, không chỉ làm giảm hiệu quả truyền tải thông tin mà còn ảnh hưởng đến cảm giác an toàn của du khách; trong khi đó, tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám, nhân viên lễ tân thừa nhận rằng: một số khu vực ánh sáng yếu kết hợp với biển chỉ dẫn còn thiếu khiến khách lè đôi khi gặp bất tiện khi đi lại.

Nhìn chung, phương tiện hữu hình phát huy thế mạnh kết hợp công nghệ với di sản, nhưng cần đầu

tư đồng bộ chiếu sáng, chỉ dẫn, tiện ích để nâng cao sự chuyên nghiệp.

#### *Sự tin cậy*

Kết quả nghiên cứu cho thấy độ tin cậy cao nhờ lịch trình ổn định, nội dung chính xác, tái hiện nhất quán. Điểm mạnh thể hiện rõ nét tại nhà tù Hỏa Lò qua cách truyền tải câu chuyện lịch sử giàu cảm xúc với tính chính xác được đảm bảo nhờ đào tạo kỹ lưỡng. Một hướng dẫn viên chia sẻ rằng: mọi chi tiết về nhân vật và sự kiện đều được kiểm chứng trước khi thuyết minh, từ đó tạo niềm tin cho du khách về giá trị thông tin. Tương tự, tại tour Giải mã Hoàng thành Thăng Long, sự ổn định trong kịch bản với hoạt cảnh, trò chơi giải mã và thuyết minh được thực hiện đều đặn, ít sai sót, khiến du khách hài lòng về mạch câu chuyện liền mạch và hấp dẫn nhờ phối hợp nhịp nhàng giữa diễn viên và hướng dẫn viên.

Tuy nhiên, vẫn tồn tại những điểm hạn chế làm giảm cảm nhận về độ tin cậy. Một số nhân viên tuyển đầu thừa nhận chưa được đào tạo đầy đủ, dẫn đến khả năng xử lý tình huống đột xuất chưa thực sự linh hoạt. Chẳng hạn, tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám, sự phối hợp chưa đồng bộ giữa ban quản lý và công ty tổ chức đôi khi gây điều chỉnh lịch trình bất ngờ, khiến du khách bối rối. Một quản lý du lịch cho rằng: trực trặc kỹ thuật trong phần trình chiếu 3D Mapping buộc phải thay đổi nội dung và ảnh hưởng đến trải nghiệm; còn tại Hoàng thành Thăng Long, diện tích rộng lớn với hệ thống an ninh chưa đồng bộ, đôi khi gây gián đoạn di chuyển, làm giảm cảm giác an toàn.

Nhìn chung, nền tảng tin cậy tốt, nhưng cần kịch bản dự phòng kỹ thuật và đào tạo xử lý sự cố.

#### *Sự đáp ứng*

Yếu tố này thể hiện sự hỗ trợ kịp thời, truyền tải thông tin, khơi gợi cảm xúc. Điểm mạnh được du khách đánh giá cao tại nhà tù Hỏa Lò nhờ sự nhiệt tình và khả năng kể chuyện cảm xúc của hướng dẫn viên, giúp họ cảm nhận rõ hơn tinh thần bất khuất của các chiến sĩ cách mạng. Tại Hoàng thành Thăng Long, hướng dẫn viên không chỉ dẫn dắt mạch câu chuyện mà còn phối hợp linh hoạt với diễn viên trong hoạt cảnh và trò chơi giải mã, tạo không khí nhập vai sôi động. Còn tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám, việc kết hợp trình chiếu 3D Mapping với hoạt động viết thư pháp góp phần duy trì sự chú ý và khuyến khích du khách tham gia trực tiếp.

Tuy nhiên, sự đáp ứng chưa đồng đều ở tất cả các khâu. Một số nhân viên tuyển đầu như lễ tân và bán vé thừa nhận chưa được đào tạo kỹ về kỹ năng giao

tiếp, dẫn đến khó khăn khi xử lý thắc mắc hoặc hướng dẫn chi tiết cho khách lẻ. Tại Hoàng thành Thăng Long, việc di chuyển trong không gian rộng đôi khi thiếu nhân sự hỗ trợ, khiến du khách gặp trở ngại. Ngoài ra, tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám, một số trường hợp nhân viên không giải thích được một cách rõ ràng về lịch trình điều chỉnh, gây lúng túng cho du khách.

Nhìn chung, sự đáp ứng thể hiện một số điểm tích cực từ phía nhân viên phục vụ trong tour, nhưng cần sự đầu tư cho việc đào tạo kỹ năng giao tiếp và cách thức hỗ trợ khách hàng.

#### *Sự đảm bảo*

Yếu tố này thể hiện chất lượng chuyên môn, tác phong chuyên nghiệp và sự nghiêm túc trong công tác tổ chức. Điểm mạnh nổi bật tại nhà tù Hỏa Lò với đội ngũ hướng dẫn viên được đào tạo bài bản về kiến thức lịch sử và kỹ năng kể chuyện cảm xúc, truyền tải nội dung mạch lạc, chuẩn xác và giàu sức thuyết phục. Một du khách nhận xét rằng: khi nghe về hành động anh hùng của tù nhân cách mạng, họ thấy rõ sự chuẩn bị kỹ lưỡng và chuyên môn vững vàng. Tại Hoàng thành Thăng Long, sự phối hợp ăn ý giữa thuyết minh, hoạt cảnh và trò chơi giải mã tạo kịch bản liền mạch, thể hiện tính chuyên nghiệp trong dàn dựng. Tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám, việc kết hợp công nghệ 3D Mapping với hoạt động văn hóa như thư pháp mang lại trải nghiệm vừa hiện đại, vừa trang trọng, phản ánh nỗ lực đầu tư và uy tín của đơn vị tổ chức.

Tuy vậy, một số hạn chế vẫn tồn tại. Nhân viên tuyển đầu tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám thừa nhận chưa có đủ kiến thức chuyên sâu để giải đáp chi tiết về lịch sử, khiến trải nghiệm của một số khách lẻ giảm tính chuyên nghiệp. Tại Hoàng thành Thăng Long, không gian rộng lớn, nhưng nhân sự hỗ trợ chưa thật sự đồng bộ, làm giảm tính kiểm soát trong phục vụ. Ngoài ra, tại nhà tù Hỏa Lò, quy định bảo tồn nghiêm ngặt hạn chế ứng dụng công nghệ hiện đại, đôi khi khiến khách quốc tế cảm nhận dịch vụ chưa đáp ứng hết kỳ vọng về sản phẩm chuyên nghiệp.

Nhìn chung, để sự đảm bảo tốt hơn cần tăng cường hoạt động đào tạo nhân viên, bổ sung nhân lực hỗ trợ và sử dụng linh hoạt sự trợ giúp của công nghệ.

#### *Sự hấp dẫn*

Sự hấp dẫn của các tour đem trước hết bắt nguồn từ khả năng chuyển hóa giá trị di sản thành trải nghiệm sống động, trong đó kể chuyện, công nghệ và nghệ thuật trình diễn được kết hợp để khơi gợi cảm xúc và tăng khả năng ghi nhớ của du khách.

Điểm mạnh thể hiện rõ nét tại nhà tù Hỏa Lò với các hoạt cảnh và câu chuyện lịch sử khắc họa tinh thần bất khuất; gây xúc động cho nhiều du khách. Một hướng dẫn viên chia sẻ: thông điệp được truyền tải chân thực và chạm đến trái tim du khách. Ở Hoàng thành Thăng Long, trải nghiệm nhập vai và tính tương tác cao thông qua trò chơi giải mã, hoạt cảnh linh giác cùng hiệu ứng ánh sáng hiện đại đã biến không gian di tích thành một “sân khấu sống”, tạo cảm giác mới lạ và khác biệt so với tour truyền thống. Tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám, công nghệ 3D mapping kết hợp hoạt động viết thư pháp mang lại trải nghiệm nghệ thuật - văn hóa độc đáo, vừa hiện đại, vừa gắn với tinh thần hiếu học, thu hút cả du khách trong nước lẫn quốc tế.

Tuy vậy, một số hạn chế làm suy giảm sức hút tổng thể. Ở Văn Miếu - Quốc Tử Giám, lượng khách lễ không ổn định khiến bầu không khí đôi lúc thiếu sôi động; có du khách nhận xét nội dung hay, nhưng cảm giác hơi tĩnh, chưa thật cuốn. Tại Hoàng thành Thăng Long, thiếu biển chỉ dẫn và một số khu vực chiếu sáng chưa đầy đủ làm giảm phần nào hứng khởi trong quá trình tham quan. Với nhà tù Hỏa Lò, các quy định bảo tồn nghiêm ngặt hạn chế việc áp dụng trình chiếu hiện đại, khiến chương trình khó đổi mới để thu hút nhóm khách trẻ hay quốc tế ưa thích cách tiếp cận đa dạng. Ngoài ra, giá vé tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám đôi khi trở thành rào cản khi so sánh với tour ban ngày hoặc các lựa chọn thay thế.

Về tổng thể, sức hấp dẫn của tour đêm tại Hà Nội hình thành từ sự cộng hưởng giữa di sản và thiết kế trải nghiệm đương đại. Để mở rộng phạm vi tiếp cận và duy trì sức hút bền vững, cần đa dạng hóa hình thức tương tác (nhập vai, trò chơi, trải nghiệm số), tinh chỉnh chính sách giá và gói dịch vụ theo từng phân khúc khách, tăng cường sáng tạo nghệ thuật trong khuôn khổ bảo tồn, đồng thời cải thiện hệ thống chỉ dẫn, chiếu sáng và truyền thông tại điểm đến.

#### *Đánh giá chung*

Theo phân tích ở trên, 3 tour đêm tại Hà Nội (Giải mã Hoàng thành Thăng Long, Đêm thiêng liêng, Tinh hoa đạo học) đã đạt được nhiều thành tựu đáng ghi nhận trong việc phát triển sản phẩm du lịch đêm gắn với di sản văn hóa - lịch sử. Xét trên 5 nhóm yếu tố phân tích, có thể thấy các tour đêm đã tận dụng hiệu quả công nghệ ánh sáng - âm thanh để tạo nên trải nghiệm khác biệt, duy trì lịch trình ổn định với nội dung thuyết minh chính xác, xây dựng đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp giàu cảm hứng, đồng thời

khẳng định sức hấp dẫn nhờ sự kết hợp hài hòa giữa giá trị lịch sử - văn hóa, hoạt động nhập vai, công nghệ hiện đại và các yếu tố tương tác.

Bên cạnh đó, vẫn tồn tại một số hạn chế cần khắc phục, chẳng hạn như hạ tầng chưa đồng bộ dẫn đến bất tiện trong di chuyển, xử lý tình huống kỹ thuật chưa linh hoạt làm giảm độ tin cậy, nhân sự tuyển đầu thiếu kỹ năng giao tiếp và kiến thức chuyên sâu, quy định bảo tồn nghiêm ngặt hạn chế đổi mới nội dung cho các nhóm khách trẻ hoặc quốc tế, cũng như mức giá vé được coi là rào cản đối với một bộ phận du khách.

Nhìn chung, các tour đêm đã hình thành nền tảng sản phẩm độc đáo, giàu giá trị văn hóa - lịch sử và có tiềm năng phát triển bền vững. Tuy nhiên, để khẳng định vị thế là sản phẩm du lịch đêm tiêu biểu của Thủ đô, cần tiếp tục đầu tư đồng bộ vào hạ tầng kỹ thuật, nâng cao năng lực nhân sự tuyển đầu, tăng cường kịch bản dự phòng và đa dạng hóa hoạt động trải nghiệm nhằm duy trì sức hấp dẫn lâu dài và củng cố hình ảnh chuyên nghiệp.

#### **4. Kinh nghiệm và đề xuất**

##### *Kinh nghiệm từ phát triển tour đêm tại Hà Nội*

Thứ nhất, để sản phẩm du lịch đêm vận hành ổn định và hấp dẫn, cần kết hợp hài hòa giữa công nghệ ánh sáng - âm thanh và không gian di sản gốc. Việc ứng dụng công nghệ chỉ phát huy hiệu quả khi đặt trong kịch bản mạch lạc, nhất quán và giàu cảm xúc, bảo đảm câu chuyện lịch sử - văn hóa được truyền tải đúng - trúng - đủ.

Thứ hai, sự thành công của các tour đêm phụ thuộc vào cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa ban quản lý di tích, đơn vị tổ chức và đội ngũ vận hành. Quy trình phối hợp chuẩn hóa (SOP) và phân vai rõ ràng, kèm kịch bản dự phòng kỹ thuật, giúp hạn chế gián đoạn và nâng cao mức độ tin cậy trong mắt du khách.

Thứ ba, nguồn nhân lực chất lượng cao là yếu tố then chốt. Hướng dẫn viên và nhân viên không chỉ cần kiến thức chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, mà còn phải có khả năng ứng biến trong tình huống phát sinh. Du khách đánh giá cao những trải nghiệm khi họ cảm nhận được sự tận tâm, chuyên nghiệp và tính nhân văn từ đội ngũ phục vụ.

Thứ tư, tính hấp dẫn của sản phẩm không chỉ đến từ giá trị di sản, mà còn từ mức độ tương tác, tính nhập vai và đổi mới nội dung theo nhóm khách. Cá nhân hóa vừa phải trong khung thời lượng gọn giúp tăng “độ ấn tượng” của tour.

Cuối cùng, yếu tố an toàn và tiện ích hỗ trợ cũng là một kinh nghiệm quan trọng. Hệ thống chiếu sáng, biển chỉ dẫn, an ninh và dịch vụ tiện ích cần được chú trọng song song với nội dung nghệ thuật, để đảm bảo trải nghiệm trọn vẹn và không bị gián đoạn bởi những bất tiện cơ bản.

*Đề xuất cho phát triển sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội*

Trước hết, đầu tư đồng bộ hạ tầng kỹ thuật tại các điểm di tích: nâng cấp chiếu sáng nghệ thuật gắn với lộ trình tham quan, bổ sung biển chỉ dẫn đa ngữ, dễ quan sát ban đêm, cải thiện tiện ích hỗ trợ (điểm nghỉ, vệ sinh, lối thoát an toàn) ở khu vực không gian mở như Hoàng thành Thăng Long.

Thứ hai, xây dựng quy trình vận hành chuẩn hóa giữa các bên: thống nhất lịch trình, phân công, kênh liên lạc tác nghiệp, kèm kịch bản dự phòng cho sự cố kỹ thuật (điện, âm thanh, trình chiếu) và quy tắc thông báo điều chỉnh tại chỗ cho khách. Chuẩn hóa bước “kịch bản trước tour” (thời lượng, lộ trình, lưu ý di chuyển) để tăng tính minh bạch.

Thứ ba, tăng cường đào tạo nhân sự tuyển đầu về giao tiếp, điều phối, kiến thức di sản cơ bản, đồng thời bồi dưỡng kỹ năng kể chuyện và dẫn dắt cảm xúc cho hướng dẫn viên. Khuyến khích cơ chế phản hồi nhanh sau tour để nhận diện điểm nghẽn và khen thưởng kịp thời những cải tiến nhỏ nhưng hữu ích trong vận hành.

Thứ tư, nâng mức bảo đảm vận hành trong khuôn khổ bảo tồn: bố trí nhân sự hỗ trợ luồng di chuyển tại các nút rộng/ thiếu sáng; ứng dụng thiết bị giám sát phù hợp ở khu vực đông khách; linh hoạt áp dụng công nghệ trình chiếu, tương tác ở những hạng mục cho phép, tránh xâm lấn không gian thiêng liêng/ tưởng niệm.

Cuối cùng, để duy trì sức hút, chú trọng đổi mới nội dung và đa dạng hóa trải nghiệm: tăng yếu tố nhập vai, tương tác có kiểm soát, làm mới điểm nhấn nghệ thuật (ví dụ, bố cục ánh sáng - âm thanh theo “chủ đề đêm”) và điều chỉnh mức giá/ giá trị đi kèm ở nơi cần thiết (ví dụ bổ sung tiện ích/ ưu đãi nhỏ), hướng tới cân bằng kỳ vọng và chi phí của các nhóm khách khác nhau. Mọi đổi mới cần tuân thủ nghiêm các quy định bảo tồn để bảo đảm sự trang trọng và tính xác thực của di sản.

Những đề xuất trên bám sát các phát hiện của nghiên cứu và nếu được triển khai đồng bộ, sẽ giúp Hà Nội củng cố vị thế điểm đến du lịch đêm di sản đặc sắc, đồng thời nâng chuẩn tính chuyên nghiệp, tin cậy và hấp dẫn của sản phẩm trong dài hạn.

## 5. Kết luận

Các sản phẩm tour đêm tại Hà Nội, tiêu biểu là Giải mã Hoàng thành Thăng Long, Đêm thiêng liêng và Tinh hoa đạo học đã thể hiện rõ tiềm năng trong việc làm mới trải nghiệm di sản và mở rộng không gian hoạt động du lịch về đêm. Những tour này không chỉ mang lại giá trị kinh tế mà còn góp phần bảo tồn và quảng bá di sản văn hóa - lịch sử, làm phong phú chương trình du lịch đêm thông qua công nghệ hiện đại và các chương trình biểu diễn nghệ thuật truyền thống. Bên cạnh những thành công, Hà Nội cần đầu tư hạ tầng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đảm bảo các vấn đề về an ninh, phát huy tinh thần sáng tạo trong thiết kế xây dựng sản phẩm để khẳng định vị thế là điểm đến du lịch văn hóa đặc sắc của Việt Nam ■

N.N.D-T.T.L

### Tài liệu tham khảo

- World Tourism Organization, *Tourism and Culture Synergies (Du lịch và sự hợp tác văn hóa)*, Madrid, 2018.
- Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 1129/QĐ-TTg ngày 27-7-2020 phê duyệt *Đề án phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam*, Hà Nội, 2020.
- Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22-1-2020 phê duyệt *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*, Hà Nội, 2020.
- Holloway, J.C. và Humphreys, C., *The Business of Tourism (Kinh doanh du lịch)*, Pearson Education, Harlow, 2004.
- Tresidder, R. & DeSantis, C., *Multisensory elements in tourism (Các yếu tố đa giác quan trong du lịch)*, tập 15, *Journal of Tourism Studies*, số 2, 2010.
- Swarbrooke, J. & Horner, S., *Consumer Behaviour in Tourism (Hành vi người tiêu dùng trong du lịch)*, Butterworth-Heinemann, Oxford, 1999.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L., *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality (SERVQUAL: Thang đo đa hạng mục để đo lường nhận thức của người tiêu dùng về chất lượng dịch vụ)*, tập 64, *Journal of Retailing*, số 1, 1988, tr.12-40.
- Cronin, J.J. & Taylor, S.A., *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension (Đo lường chất lượng dịch vụ: Xem xét lại và mở rộng)*, tập 56, *Journal of Marketing*, số 3, 1992, tr.55-68.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 5-9-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 18-9-2025; Ngày duyệt bài: 30-9-2025.