
DEVELOPING NIGHT TOURISM PRODUCTS-A WAY TO DIVERSIFY THANH HOA TOURISM PRODUCTS

Nguyen Thi Truc Quynh

Thanh Hoa University of Culture, Sports and Tourism

Email: nguyentrucquynh@dvttdt.edu.vn

Received: 02/01/2024

Reviewed: 11/4/2024

Revised: 16/4/2024

Accepted: 24/5/2024

Released: 31/5/2024

In recent years, Thanh Hoa tourism has made great strides, especially with the recovery of tourism after the COVID 19 pandemic, Thanh Hoa has become a destination attracting a very high number of tourists. In 2022 and 2023, Thanh Hoa tourism ranks 4th in the country in attracting visitors. However, tourism revenue is not equal to the number of tourists. One of the main reasons is the monotony of tourism products, especially night tourism products. To solve this problem, building night tourism products is set out to diversify the product system for Thanh Hoa tourism.

Keywords: Night tourism; Product; Thanh Hoa tourism.

1. Giới thiệu

Xây dựng sản phẩm du lịch đêm nhằm đa dạng hệ thống sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu của du khách, đặc biệt là du khách nước ngoài không phải là vấn đề mới được đặt ra hiện nay. Vấn đề này đã được Chính phủ, các Bộ ban ngành liên quan, các doanh nghiệp du lịch, các địa phương phát triển du lịch đưa ra bàn luận sôi nổi từ khoảng 5 năm về trước. Các ý kiến đều cho rằng, hầu hết sau 18 giờ du khách, nhất là du khách quốc tế hầu như không có hoạt động gì để tham gia, trải nghiệm, tiêu tiền... Đây chính là khoảng trống làm mất nguồn thu của ngành kinh tế du lịch. Theo khảo sát của Tổng cục Du lịch (nay là Cục Du lịch Quốc gia) năm 2018 du khách quốc tế đến Việt Nam chi trả chủ yếu cho thuê phòng, ăn uống (chiếm 56 - 60%), chỉ có 20% dành cho đồ lưu niệm, tham quan cùng với các hoạt động vui chơi giải trí, còn lại là một số chi phí khác. Trong khi đó tại Malaysia, Thái Lan khách đã dành 40 - 50%, thậm chí có những thời điểm con số này là 70%. Một thống kê khác cũng làm chúng ta không khỏi suy nghĩ khi mà sau 10 năm phát triển từ năm 2009 đến năm 2019 mức chi tiêu của khách du lịch đến Việt Nam chỉ tăng 1,2 lần. Theo đó, năm 2009 mức chi tiêu bình quân của khách du lịch quốc tế khi đến Việt Nam là 1.000 USD/ khách và năm 2019 (năm được coi là có mức thu hút khách du lịch quốc tế cao nhất) con số này là 1.200

USD/ngày. Tại Thái Lan năm 2019 mức chi tiêu của khách trung bình 2.400 - 2.500 USD/khách và ngành kinh tế du lịch đem về 11% tổng giá trị của ngành du lịch.

Trước thực tế này, tháng 7/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1129/QĐ-TTg ngày 27/7/2020 về phê duyệt Đề án “Phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam” với mục tiêu: *Khai thác tiềm năng phát triển kinh tế ban đêm nhằm tận dụng tối đa cơ hội phát triển kinh tế mới, nâng cao thu nhập và đời sống của người dân; đồng thời hạn chế những rủi ro, tác động tiêu cực đối với công tác đảm bảo an ninh chính trị và trật tự an toàn xã hội*¹. Trong giai đoạn đầu sẽ tập trung vào phát triển các ngành dịch vụ du lịch, một số chính sách cởi mở cho phép kéo dài thời gian cho một số hoạt động loại hình dịch vụ vào ban đêm. Tuy nhiên, sau khi đề án có hiệu lực thì đại dịch Covid 19 đã ảnh hưởng làm các định hướng này không được triển khai trong thực tiễn. Ngày 15/3/2022 khi ngành kinh tế du lịch mở cửa trở lại, câu chuyện về sản phẩm du lịch đêm một lần nữa lại được quan tâm và để tiếp tục triển khai đề án phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam, ngày 17/7/2023 Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành Quyết định số 1894 /QĐ-BVHTTDL về ban hành Đề án “Một số mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm” với mục tiêu: *Phát huy lợi thế các dịch vụ ban đêm để phát triển sản phẩm du lịch đêm ở Việt Nam đa dạng, đặc sắc, bền vững, có chất lượng và giá trị gia tăng cao. Khẳng định thương hiệu và nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch Việt Nam, tăng cường thu hút khách, tăng chi tiêu và kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch nội địa và quốc tế, góp phần đưa du lịch đêm trở thành sản phẩm chủ đạo để phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam*². Trong đó, phần đầu đến năm 2025, 12 tỉnh (gồm Hà Nội, Quảng Ninh, Hải Phòng, Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Hội An (Quảng Nam), Đà Lạt (Lâm Đồng), Cần Thơ, Phú Quốc (Kiên Giang), Thành phố Hồ Chí Minh, Bà Rịa - Vũng Tàu) có tối thiểu 01 mô hình về phát triển sản phẩm du lịch đêm.

Trong thực tế, trước khi Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành đề án phát triển sản phẩm du lịch đêm, nhiều địa phương trong đó có Thanh Hóa đã rất tích cực trong nghiên cứu và triển khai xây dựng các sản phẩm du lịch đêm nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, đồng thời tăng nguồn thu cho ngành kinh tế này. Tuy nhiên, vấn đề này vẫn đang còn nhiều bất cập, các điểm đến du lịch vẫn thiếu và đơn điệu ở nhóm sản phẩm này.

2. Tổng quan nghiên cứu vấn đề

Nghiên cứu về hoạt động du lịch đêm đã nhận được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu, nhiều quốc gia và địa phương có hoạt động du lịch. Có thể kể đến các công trình như: Bài viết “*Into the night*” đăng trên Tạp chí Phuket Guide. Trong bài viết, tác giả đã giới thiệu những hoạt động vui chơi - giải trí về đêm tại Phuket - Thái Lan; Guo Qin và các cộng sự (2011) với bài viết *The development of urban night tourism based on the nightscape lighting projects--a Case Study of Guangzhou*, thông qua nghiên cứu điển hình đã cho người đọc một cái nhìn mới trong sản phẩm du lịch đêm khi đi vào phân tích dự án chiếu sáng cảnh đêm tại đây đã trở thành một sản phẩm thu hút khách du lịch về đêm. Trong đó, nổi bật nhất là nước

¹ Quyết định số 1129/QĐ-TTg ngày 27/7/2020 về phê duyệt Đề án “Phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam”.

² Quyết định số 1894 /QĐ-BVHTTDL của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ngày 14/7/2023 về ban hành Đề án “Một số mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm”.

Mỹ với khu Disneyland ở bang California - nơi có các hoạt động biểu diễn 3D và bắn pháo hoa vào buổi tối; hay New Orleans với con đường Bourbon nổi tiếng chạy ngang qua khu phố Pháp (French quarter). Đây là con đường có nhiều du khách dạo chơi, ban ngày giao thông bình thường, nhưng ban đêm cấm xe cộ lưu thông. Du khách đến đây tham quan, ăn uống, mua đồ lưu niệm, thưởng thức nhạc Jazz đặc trưng của New Orleans. Bên cạnh đó, không thể không nhắc tới Las Vegas với những sông bạc mở đầu đêm. Công trình của Tổ chức London First và E&Y (2018), đã phân tích cụ thể về cơ cấu việc làm trong nền kinh tế 24 giờ tại London tương đối phát triển theo cả chiều rộng và chiều sâu, phong phú và đa dạng, trong đó nền kinh tế ban đêm đã tạo ra hệ sinh thái việc làm và rất có tiềm năng. Tác giả Trần Quốc Thái trong *Tạp chí Du lịch TP.Hồ Chí Minh* (số 10) với bài viết “*Thu giãn, giải trí hàng đêm phục vụ du khách quốc tế*”, đã giới thiệu những hoạt động vui chơi giải trí vào ban đêm dành cho khách du lịch quốc tế. Theo *Trung tâm Lựa chọn người tiêu dùng quốc tế* đã thống kê 10 thành phố thân thiện với cuộc sống về đêm nhất thế giới năm 2023, trong bài viết tác giả đã đưa ra những thông tin mà các thành phố này được lựa chọn là thành phố thân thiện với cuộc sống về đêm nhất thế giới. Các bài viết của Bùi Nhật Quỳnh, Thân Trọng Thụy (2017), *Đánh giá sự phát triển của các sản phẩm du lịch đêm tại thành phố Hà Nội*, *Tạp chí Khoa học*; Đỗ Hiền Hòa (2015), *Phát triển hoạt động du lịch đêm tại thành phố Hồ Chí Minh*, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn; Đặng Khôi (2019), *Kinh tế ban đêm - Những con số hấp dẫn và thách thức chờ đợi*; Nguyễn Minh Phong (2019), *Kinh tế ban đêm - “cửa sáng” cho ngành du lịch*; Lưu Thanh Tâm (2020), *Phát triển kinh tế ban đêm tại các thành phố của Việt Nam*, *Tạp chí Công thương*; Nguyễn Đức Bảo, Trần Đức Hiệp (2021), *Kinh nghiệm phát triển kinh tế ban đêm tại một số quốc gia*; Nguyễn Hằng, Trần Đình Thiên (2020), *Kinh tế đêm là giải pháp “chớp” thời cơ hậu COVID-19...* đã cho chúng ta cái nhìn khái quát về phát triển nền kinh tế ban đêm trong đó bao gồm các ngành dịch vụ du lịch.

Cùng với các công trình, các chủ trương, kế hoạch của các cơ quan quản lý đã cho chúng ta bức tranh toàn diện hơn về sản phẩm du lịch đêm: Nghị quyết 08/NQ-TW của Bộ Chính trị về “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”; Quyết định số 1129/QĐ-TTg ngày 27/7/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam”; Công văn số 3956/VPCP-KGVX ngày 27/6/2022 của Văn phòng Chính phủ về Đề án “Một số mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm”; Quyết định số 1894/QĐ-BVHTTDL ngày 14/7/2023 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về ban hành Đề án “Một số mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm”.

3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

Để nghiên cứu về phát triển sản phẩm du lịch đêm tại Thanh Hóa, tác giả bài viết đã sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu như: (1) Phương pháp phân tích - tổng hợp nguồn tài liệu về kinh tế đêm, sản phẩm du lịch đêm để làm cơ sở đánh giá đề xuất hệ thống sản phẩm du lịch đêm tại Thanh Hóa. (2) Phương pháp khảo sát thực địa để có số liệu thực tiễn cho các giải pháp đề xuất được phù hợp, mang lại hiệu quả.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Khái quát về sản phẩm du lịch đêm

Sản phẩm du lịch đêm là sản phẩm nằm trong chuỗi sản phẩm của hoạt động kinh tế ban đêm. Khái niệm về “Kinh tế ban đêm” xuất hiện và được biết đến từ những năm cuối thế kỷ XX cụ thể là năm 1977, khi chuỗi các sự kiện văn hóa vào buổi tối mùa hè tại thủ đô Roma (Italia) là một trong những hoạt động đầu tiên về đêm trong ý tưởng thành phố 24 giờ. Theo thời gian, các nước ngày càng khai thác nhiều các hoạt động kinh tế về đêm và trở thành một bộ phận không thể tách rời của ngành kinh tế. Những hoạt động này đã tạo ra bước chuyển lớn trong ngành kinh tế, đặc biệt là các lĩnh vực du lịch, dịch vụ, giải trí, văn hóa ở nhiều quốc gia trên thế giới. Vì vậy, “Kinh tế ban đêm” gọi tắt là “Kinh tế đêm” được hiểu là tất cả những hoạt động dịch vụ diễn ra sau 18h00 cho đến 6h00 sáng hôm sau, bao gồm các dịch vụ về văn hóa (biểu diễn nghệ thuật, âm nhạc,..) vui chơi giải trí, ẩm thực, mua sắm và các hoạt động trải nghiệm tại các điểm du lịch chỉ mở cửa vào ban đêm¹.

Từ khái niệm về kinh tế đêm và khái niệm về sản phẩm du lịch, chúng ta có thể hiểu một cách đơn giản: *Sản phẩm du lịch đêm là các hoạt động cung cấp các sản phẩm dịch vụ về lễ hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và những dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch trong khoảng thời gian từ 18h00 tối hôm trước đến 6h00 sáng hôm sau*².

Cơ sở phân loại sản phẩm du lịch đêm: Dựa trên các quy định về kinh doanh du lịch trong Luật Du lịch 2017 và dựa trên khái niệm về sản phẩm du lịch, thì sản phẩm du lịch là các dịch vụ, hàng hóa cung cấp cho du khách và được tạo nên bởi sự kết hợp của việc khai thác các yếu tố tự nhiên, xã hội, giá trị văn hóa với việc sử dụng các nguồn lực: Cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động tại một cơ sở, một địa phương, một vùng hay một quốc gia nào đó. Như vậy, chúng ta có thể thấy sản phẩm du lịch bao gồm cả các yếu tố hữu hình và những yếu tố vô hình. Yếu tố hữu hình ở đây là hàng hóa, còn yếu tố vô hình là các dịch vụ. Có thể phân loại sản phẩm dịch vụ đêm phục vụ khách du lịch bao gồm: (i) Dịch vụ vận chuyển; (ii) Dịch vụ lưu trú; (iii) Dịch vụ ăn uống; (iv) Dịch vụ tham quan giải trí; (v) Hàng hóa tiêu dùng và đồ lưu niệm; (vi) Các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch về đêm.

Như vậy, phát triển sản phẩm du lịch đêm vừa là động lực kinh tế vừa là động lực văn hóa tại các địa phương. Nhiều ngành công nghiệp sáng tạo như: làm phim, âm nhạc, xuất bản,... và các nhà thiết kế hoạt động thâu đêm suốt sáng, có thể thấy qua Bảng 1 về các sản phẩm dịch vụ du lịch đêm chủ yếu diễn ra vào các khoảng thời gian 18h00 tối hôm trước đến 6h00 sáng hôm sau:

Bảng 1: Các sản phẩm chủ yếu của dịch vụ du lịch đêm

TT	Loại hình sản phẩm dịch vụ du lịch về đêm	Thời gian
1	Dịch vụ biểu diễn nghệ thuật, trình diễn thời trang (bảo tàng, rạp hát, địa điểm nhạc sống,...)	18h00 - 24h00
2	Dịch vụ chiếu phim (phim, điện ảnh,...)	18h00 - 24h00

¹ Phạm Trung Lương (2022), *Hoàn thiện hệ thống chính sách phát triển kinh tế ban đêm trong hoạt động du lịch*. Khai thác từ: <https://quochoi.vn/tintuc/Pages/tin-hoat-dong-cua-quoc-hoi.aspx?ItemID=70535>

² Đoàn Mạnh Cường (2023), Đề án “Phát triển sản phẩm du lịch đêm đáp ứng xu hướng phát triển kinh tế đêm ở Việt Nam”.

3	Dịch vụ mua sắm (chợ truyền thống, siêu thị, phố đi bộ, khu thương mại,...)	18h00 - 24h00
4	Dịch vụ làm đẹp (thể dục, thể hình, thẩm mỹ, massage, spa,...)	18h00 - 6h00
5	Dịch vụ quán bar, vũ trường, sàn nhảy, karaoke	18h00 - 6h00
6	Dịch vụ ẩm thực (nhà hàng, quán cafe, đồ ăn nhanh,...)	18h00 - 6h00
7	Dịch vụ các môn thể thao, giải trí (bóng bàn, bóng đá,...)	18h00 - 24h00
8	Dịch vụ tham quan, trải nghiệm chương trình du lịch về đêm	18h00 - 24h00
9	Dịch vụ lễ hội, nghệ thuật đường phố	18h00 - 24h00
10	Dịch vụ casino và tổ hợp dịch vụ vui chơi giải trí có thưởng	18h00 - 6h00

Nguồn: Tổng hợp từ các địa phương

4.2. Các điều kiện phát triển sản phẩm du lịch đêm ở Thanh Hóa

Thanh Hóa có tất cả các điều kiện về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật cũng như nguồn tài nguyên tự nhiên và nhân văn để phát triển các sản phẩm du lịch ban đêm.

Điều kiện tự nhiên: Được ví như Việt Nam thu nhỏ, Thanh Hóa có đầy đủ các dạng địa hình: núi, trung du, đồng bằng và ven biển, biển đảo. Không những vậy, Thanh Hóa nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới gió mùa với sự phân hóa 4 mùa khá rõ rệt. Nhiệt độ trung bình 23⁰C - 24⁰C, nhiệt độ có xu hướng giảm dần khi lên các vùng núi cao. Mỗi mùa lại có những nét hấp dẫn riêng đối với du khách về đêm. Mùa xuân bắt đầu từ tháng 2 và kết thúc tháng 4, đây là thời điểm Tết về, Thanh Hóa với sự đa dạng sắc màu của từng vùng miền với sắc hoa ngập lối, những lễ hội đặc trưng của cộng đồng 7 dân tộc anh em, nét văn hóa riêng của từng vùng miền. Thanh Hóa vào hè trong khoảng thời gian từ tháng 5 đến đầu tháng 9. Đây được xem là thời gian nóng nhất với nhiệt độ ngoài trời ban ngày có thể hơn 40⁰C, cùng với đó vào khoảng thời gian cuối tháng 6 và tháng 7 còn có những đợt gió phơn Tây Nam gây ra khí hậu nóng rất. Điều này cũng gây cho du khách những khó khăn trong khám phá các điểm du lịch vào mùa hè và ban đêm là lựa chọn khách mong muốn có thể trải nghiệm. Mùa hè ở Thanh Hóa cũng tràn ngập sắc đỏ của hoa phượng, sắc tím của hoa bằng lăng, những đầm sen thơm ngát, các bãi biển với những con sóng bạc đầu trải dài trên bờ cát mịn, những cánh rừng xanh mướt, những thác nước trắng xóa cùng những dòng suối chảy ra từ khe núi mát rượi, những thửa ruộng bậc thang rộng nhộm vàng ươm trong mùa lúa chín ẩn giữa núi rừng bạt ngàn... là nguồn cảm hứng cho nhiều khách du lịch. Mùa thu mang sắc thái riêng với một chút se lạnh của miền Bắc và lại vương vấn một chút của cái nắng khô miền Trung tạo cho mùa thu xứ Thanh một sắc thái rất riêng. Mùa đông bắt đầu từ cuối tháng 11 đến hết tháng 01 của năm sau với nhiệt độ trung bình từ 15⁰C - 17⁰C. Đây là khoảng thời gian náo nhiệt nhất khi mọi người chuẩn bị đón Tết. Mùa đông ở Thanh Hóa, du khách sẽ có những trải nghiệm rất thú vị khi thưởng thức các món nướng trong không gian mênh mông của biển và hùng vĩ của núi rừng, trải nghiệm các phong tục tập quán đặc trưng của cộng đồng các dân tộc.

Hệ thống giá trị tài nguyên du lịch nhân văn độc đáo: Cùng với các giá trị tài nguyên tự nhiên, tài nguyên du lịch nhân văn cũng là một trong những cơ sở quan trọng để tạo dựng các sản phẩm du lịch về đêm. Thanh Hóa là vùng đất có bề dày về truyền thống và lịch sử từ thời các vua Hùng đến thời đại Hồ Chí Minh. Cùng với đó, Thanh Hóa là nơi cư trú của 28 dân tộc

anh em sinh sống, trong đó tập trung chủ yếu là 7 dân tộc (Kinh, Mường, Thái, Thổ, Mông, Dao, Khơ Mú) đã tạo cho Thanh Hóa những giá trị văn hóa độc đáo được nhìn nhận qua: các lễ hội, làng nghề truyền thống, các phong tục tập quán đa dạng, các phương thức mưu sinh phù hợp với từng vùng miền, hệ thống tri thức bản địa, ẩm thực phong phú... những giá trị này là cơ sở tạo nên những sản phẩm du lịch trong đó bao gồm các sản phẩm du lịch đêm. Du khách sẽ có những trải nghiệm thú vị mang đặc trưng riêng của vùng miền xứ Thanh khi tham gia vào một số phương thức mưu sinh của người dân tại điểm đến: câu mực đêm, bắt cua núi... các chương trình biểu diễn nghệ thuật với những nét riêng của từng vùng miền, dân tộc: chương trình nghệ thuật đường phố tại các khu du lịch biển; tham gia đốt lửa bên những điệu xòe, nhảy sạp của người Thái hay như say sưa bên bình rượu cần đậm hương vị núi rừng.... Ẩm thực cũng là một định hướng cần khai thác trong phát triển sản phẩm du lịch đêm bởi đây không chỉ là nhu cầu cơ bản mà còn là một trong những động cơ của du khách khi họ mong muốn được trải nghiệm, tìm hiểu các món ăn truyền thống và đặc trưng của địa phương...

Hệ thống các cửa hàng mở về đêm: Hầu hết các cửa hàng, siêu thị, chợ đêm, trung tâm thương mại được mở cửa khá muộn (21h00 - 22h00, có những nơi 23h00), đặc biệt ở các điểm du lịch. Đây là điểm khác biệt so với nhiều quốc gia khác như: Anh, Đài Loan. Ngoài ra, còn có các quán bar, câu lạc bộ ban đêm, các tụ điểm sinh hoạt văn hóa, các quán café... cũng là những điểm cung cấp sản phẩm du lịch đêm cho khách du lịch nội địa và quốc tế.

Xu hướng tiêu dùng các sản phẩm du lịch đêm: Các hoạt động vui chơi giải trí, các dịch vụ về đêm ngày càng thu hút sự quan tâm của du khách mỗi khi đến các điểm du lịch. Du khách có xu hướng dừng chân tại một điểm du lịch lâu hơn, dành nhiều thời gian vào tìm hiểu, khám phá và trải nghiệm các hoạt động mang tính đặc trưng của điểm đến, nhất là vào thời gian sau 18h00, khi các hoạt động ban ngày đã kết thúc. Trong chuyến đi, nhiều du khách, đặc biệt là khách du lịch trẻ thích ra ngoài chơi vào buổi tối, dành nhiều thời gian để tham gia các hoạt động ban đêm. Bên cạnh đó, khách du lịch nước ngoài cũng thích đi chơi ban đêm, họ có thể đi xuyên đêm. Nguyên nhân của sở thích này do lệch múi giờ, do thói quen tham gia các hoạt động ban đêm tại nước họ như khách du lịch Mỹ, Anh, Úc, Tây Ban Nha. Vì vậy, những đối tượng khách này rất kỳ vọng vào sự đa dạng và phong phú các sản phẩm du lịch ban đêm để họ có thể trải nghiệm và khám phá.

4.3. Sản phẩm du lịch đêm ở Thanh Hóa hiện nay

Đa dạng hóa sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu của du khách khi đến với Thanh Hóa luôn được các cấp chính quyền, đặc biệt là các địa phương nơi có hoạt động du lịch phát triển, trong đó các sản phẩm du lịch đêm cũng rất được quan tâm nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách, kéo dài thời gian ở lại và tăng nguồn thu cho người dân địa phương và cho tỉnh.

Hiện nay, tại các điểm du lịch Thanh Hóa đã chú trọng gia tăng các hoạt động du lịch đêm nhằm tăng cường trải nghiệm cho khách du lịch. Có thể kể đến như Sầm Sơn - khu du lịch biển không thể bỏ qua và là điểm du lịch thu hút khách du lịch lớn nhất tỉnh Thanh Hóa. Theo thống kê của Ủy ban nhân dân thành phố Sầm Sơn, trong năm 2023 thành phố biển đã đón gần 8 triệu lượt khách du lịch, đây là một con số khá ấn tượng đối với các điểm du lịch. Có được điều này nhờ những giải pháp đồng bộ trong đó chính là sự đa dạng hóa các sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu của du khách bao gồm sản phẩm du lịch đêm. Đến Sầm Sơn,

ngoài hoạt động tắm biển, tham quan các di tích lịch sử văn hóa, thưởng thức các ẩm thực đặc trưng của vùng biển xứ Thanh, vào buổi tối du khách không thể bỏ qua các hoạt động như: đạp xe hay đi bộ dọc bờ biển; tham gia các hoạt động sôi nổi tại chợ đêm; tham gia các trò chơi cảm giác mạnh, ngồi nhâm nhi các đặc sản của Sầm Sơn ở những quán ăn ven đường; tham gia các hoạt động giải trí khác như hát karaoke, thả mình vào âm thanh sôi động tại các quán bar... Cùng với khu vực biển Sầm Sơn, khu du lịch biển Hải Tiến (huyện Hoàng Hóa) và Hải Hòa, Bãi Đông (thị xã Nghi Sơn) cũng là một trong những điểm đến thu hút khách du lịch. Tại các khu vực biển này, du khách được trải nghiệm các hoạt động về đêm như: đi dạo dọc bờ biển, thưởng thức các món hải sản ven biển, tổ chức các bữa tiệc BBQ bên bờ biển hay nhâm nhi bên tách café với những điệu nhạc hòa cùng tiếng sóng biển.... Với những sản phẩm hấp dẫn như vậy trong năm 2023 khu vực biển Hải Tiến đã thu hút được 1,6 triệu lượt khách du lịch, doanh thu ước đạt 2.195 tỷ đồng¹; khu vực biển Hải Hòa và Nghi Sơn đã thu hút được 1.204.000 lượt, tổng thu từ du lịch ước đạt 2.300 tỷ đồng².

Pù Luông - một trong những điểm đến sinh thái du lịch cộng đồng hấp dẫn với nhiều khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch nước ngoài. Tại đây, vào buổi tối cùng với việc thưởng thức các món ăn đặc trưng mang đậm phong cách của người Thái, người Mường xứ Thanh, du khách còn được tham gia các loại hình sinh hoạt văn hóa của cộng đồng cư dân nơi đây như: cùng cư dân bản địa múa những điệu múa quanh ánh lửa bập bùng hay ngồi nhâm nhi cốc nước lá của đồng bào người Thái với công dụng giúp thư giãn, ngủ ngon... Với những điểm nhấn hấp dẫn trên, trong năm 2023 du lịch Pù Luông đã đón được 130.500 lượt khách, doanh thu ước đạt 220 tỷ đồng³.

Ngay tại thành phố Thanh Hóa, du khách cũng có những trải nghiệm tại các con phố ẩm thực ban đêm với những món ăn đặc trưng của người dân xứ Thanh như: chả tôm, bánh khoái tếp, bánh cuốn tôm, ốc chám chèo - một cách thức rất riêng của người dân Thanh Hóa và các địa điểm vui chơi giải trí văn hóa văn nghệ...

5. Thảo luận

Từ những kết quả nghiên cứu trên có thể thấy, ngành du lịch Thanh Hóa đã rất nỗ lực trong xây dựng các sản phẩm du lịch, đặc biệt là những sản phẩm du lịch đêm nhằm gia tăng trải nghiệm cho du khách tại các điểm du lịch, nhất là các điểm du lịch có tính chất trọng điểm. Tuy nhiên, đi vào phân tích sâu hơn thì chúng ta thấy các sản phẩm chưa thực sự thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch, nhất là nhu cầu chi tiêu và mua sắm tại các điểm du lịch. Có thể thấy rõ điều này tại chợ đêm trên tuyến phố đi bộ của Sầm Sơn. Đầu tiên phải nói đến, sản phẩm này là một điểm mới trong hệ thống sản phẩm du lịch đêm ở Sầm Sơn, tại đây du khách được xem, được mua sắm những mặt hàng yêu thích, được hòa mình vào các hoạt động. Nhưng có thể dễ dàng nhận thấy, các sản phẩm tại chợ đêm chưa thực sự đa dạng, chưa mang

¹ Báo cáo tình hình kinh tế xã hội - quốc phòng an ninh năm 2023 và phương hướng nhiệm vụ năm 2024 của UBND huyện Hoàng Hóa.

² Báo cáo tổng kết công tác văn hóa thông tin năm 2023 và phương hướng nhiệm vụ năm 2024 của Phòng VH TT, UBND thị xã Nghi Sơn.

³ Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội huyện Bá Thước năm 2024 của UBND huyện Bá Thước.

tính đặc trưng riêng cho điểm đến. Các mặt hàng được bán hầu như là các sản phẩm khách du lịch có thể mua ở bất kỳ đâu và đôi khi ngay tại nơi họ sinh sống cũng không thiếu. Thời gian hoạt động của chợ đêm chỉ kéo dài đến 22h00 rồi dừng hoạt động. Không gian của chợ cũng rất nhỏ, du khách chỉ mất khoảng 20 phút (nếu chỉ đi dạo chợ) đã đi hết toàn bộ không gian của chợ. Một hoạt động nữa cũng rất được yêu thích khi khách du lịch đến với Sầm Sơn đó là đạp xe dọc bờ biển. Đây là hoạt động thu hút rất nhiều khách bởi cảm giác thư giãn và vui vẻ khi được thong thả trên những chiếc xe đạp đôi, xe ba đi dọc bờ biển để cảm nhận chút vị mặn của biển được hòa trong những làn gió mát rượi. Tuy nhiên, du khách không dễ dàng khi tham gia các hoạt động này bởi đường phố đông đúc, chật hẹp. Do đặc thù tính mùa vụ của nơi đây, khách du lịch thường tập trung đông từ cuối tháng 6 đến hết tháng 7, vào thời điểm này khách du lịch đến với Sầm Sơn rất đông, cao điểm có lúc đón hơn 500 nghìn lượt khách, điều này dẫn đến những ách tắc trong giao thông, đặc biệt là con đường ven biển Hồ Xuân Hương. Ngoài ra còn các hoạt động khác. Nhưng một vấn đề là hầu hết các hoạt động này đều dừng ở mốc thời gian 23h00, chỉ có một vài hoạt động giải trí tại các quán bar muộn hơn.

Cũng như Sầm Sơn, khu du lịch Pù luông (Bá Thước) điểm du lịch mới trong những năm gần đây của Thanh Hóa có sức hút rất lớn đối với khách du lịch, nhất là khách du lịch nước ngoài. Đến 90% lượng khách du lịch quốc tế đến với Thanh Hóa đều tập trung ở đây. Để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch cùng với các hoạt động trải nghiệm khám phá văn hóa địa phương cũng như cảnh quan không gian nơi đây. Khu du lịch Pù Luông cũng rất chú trọng các hoạt động cho khách ở khoảng thời gian sau 18h00, và hoạt động phổ biến nhất là tham gia các hoạt động sinh hoạt văn hóa văn nghệ đặc trưng của cộng đồng cư dân nơi đây. Nhưng những hoạt động này thường diễn ra thời gian rất ngắn chỉ từ 1 - 2 giờ, sau hoạt động này hầu như không có thêm hoạt động gì cho khách.

Từ sự phân tích trên có thể thấy, mặc dù lượng khách đến với các điểm du lịch ở Thanh Hóa rất đông, tuy nhiên doanh thu hoạt động du lịch chủ yếu mới ở lưu trú và ăn uống, còn các hoạt động dịch vụ khác vẫn rất đơn điệu và ít hỏi, nhất là các hoạt động sau 18h00. Điều này đã làm cho du lịch Thanh Hóa mặc dù thu hút được lượng khách rất lớn, nhưng doanh thu từ các hoạt động du lịch thì rất khiêm tốn. Theo thống kê của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, trong năm 2022 Thanh Hóa đón 11,01 triệu lượt khách; doanh thu đạt 20.038 tỷ đồng; Hà Nội đón 18,7 triệu lượt khách, doanh thu đạt trên 60 nghìn tỷ đồng; Thành phố Hồ Chí Minh đón 31,2 triệu lượt khách, doanh thu đạt 131.138 tỷ đồng. Năm 2023, Thanh Hóa đón 12,4 triệu lượt khách, doanh thu du lịch ước đạt 24.500 tỷ đồng. Có thể thấy, hàng năm ngành du lịch Thanh Hóa đã đón rất đông khách du lịch, tuy nhiên doanh thu từ hoạt động này còn rất khiêm tốn. Có rất nhiều nguyên nhân, trong đó nguyên nhân chủ yếu được xác định là sản phẩm du lịch còn đơn điệu, nhất là nhóm sản phẩm dịch vụ, với trọng tâm là các dịch vụ du lịch đêm ít và tẻ nhạt.

Để khắc phục được tình trạng trên, một trong những giải pháp là du lịch Thanh Hóa cần tập trung vào đa dạng hóa hệ thống sản phẩm du lịch, nhất là các sản phẩm du lịch đêm, bởi đây là hoạt động chiếm nhiều nhất trong tỷ lệ chi tiêu của khách du lịch (từ 40 - 50%). Muốn làm được điều này du lịch Thanh Hóa cần:

Thứ nhất: Dựa vào đề án “Phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam” của Chính phủ; đề án “Một số mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm” của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Chương trình “Phát triển du lịch Thanh Hóa giai đoạn 2021 - 2025”, Thanh Hóa cần xây dựng một chương trình về phát triển sản phẩm du lịch đêm cho các điểm du lịch, trong đó cần tập trung trọng tâm vào các điểm du lịch lớn, thu hút lượng khách đông. Đây là cơ sở để các địa phương xây dựng được hệ thống sản phẩm phù hợp với đối tượng khách, điều kiện của địa phương và hạn chế được sự trùng lặp.

Thứ hai: Cần hoàn thiện những cơ chế chính sách trong phát triển các sản phẩm du lịch đêm bởi tính đặc thù của loại hình sản phẩm này. Những chính sách này sẽ giúp cho các điểm du lịch để quản lý tốt hoạt động kinh tế đêm gắn với phát triển du lịch, nhất là tại các điểm du lịch lớn như: xác định rõ loại hình kinh doanh; khu vực để triển khai các sản phẩm, khu vực hạn chế; giờ giới nghiêm; thời gian hoạt động; giấy phép hoạt động; tiêu chuẩn hoạt động (tiếng ồn, ánh sáng); chính sách về giao thông ban đêm; cơ sở hạ tầng công cộng; chính sách về an ninh, trật tự; chính sách khuyến khích, hỗ trợ người tiêu dùng, khách du lịch tham gia hoạt động ban đêm; và phân cấp mạnh cho địa phương trong việc quản lý và phát triển các sản phẩm du lịch đêm.

Thứ ba: Lựa chọn và xây dựng mô hình sản phẩm du lịch đêm phù hợp với điều kiện của địa phương và từng điểm du lịch nhằm phát huy được tiềm năng, thế mạnh của từng khu vực, tạo được sản phẩm đặc trưng. Cùng với đó, trên cơ sở 5 mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm mà Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã đề xuất trong đề án “Một số mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm”, Thanh Hóa cần xây dựng một chương trình phát triển sản phẩm du lịch đêm riêng để từ đó có cơ sở để các địa phương xây dựng và có kế hoạch đưa các sản phẩm du lịch đêm vào thực tiễn, đồng thời đầu tư hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật cũng như nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển của hoạt động du lịch đêm.

Thứ tư: Cần nghiên cứu và thống nhất trong xây dựng sản phẩm du lịch đêm để tránh tình trạng xây dựng sản phẩm theo phong trào và na ná nhau. Để làm được điều này cần chú ý đến tính bản địa tại các điểm du lịch để có thể khai thác tối đa trong xây dựng sản phẩm. Cần lưu ý tính mới trong sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

6. Kết luận

Phát triển các hoạt động du lịch về đêm là một trong những cách giữ chân du khách lâu hơn, đồng thời thúc đẩy gia tăng chi tiêu của khách trong thời gian lưu trú tại các điểm du lịch. Từ đó giúp tăng doanh thu cho kinh tế địa phương. Tuy nhiên, để thực hiện hóa việc phát triển du lịch đêm, còn rất nhiều vấn đề đặt ra và tìm ra hướng giải quyết. Đây là vấn đề khó bởi hệ thống sản phẩm này bên cạnh những nét đặc thù của sản phẩm du lịch nói chung thì nó có những điểm riêng. Nhưng để du lịch Thanh Hóa ngày càng phát triển xứng với tiềm năng của địa phương cũng như đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch ngành du lịch Thanh Hóa cần có những định hướng và giải pháp cụ thể cho loại hình sản phẩm du lịch đêm nhằm thực hiện được mục tiêu phát triển ngành kinh tế du lịch của tỉnh đồng thời để các điểm du lịch ở Thanh Hóa sẽ là những trải nghiệm không thể thiếu trong chuyến đi của khách du lịch trong nước và quốc tế.

Tài liệu tham khảo

Tiếng Việt

- [1]. Vân Anh (27/12/2023), *10 thành phố thân thiện với cuộc sống về đêm nhất thế giới năm 2023*. Khai thác từ <https://www.congluan.vn/10-thanh-pho-than-thien-voi-cuoc-song-ve-dem-nhat-the-gioi-nam-2023-post278573.html>.
- [2]. Nguyễn Đức Bảo, Trần Đức Hiệp (2021), *Kinh nghiệm phát triển kinh tế ban đêm tại một số quốc gia*, Tạp chí Tài chính, tháng 3/2021, tr. 25 - 29.
- [3]. Công văn số 3956/VPCP-KGVX ngày 27/6/2022 của Văn phòng Chính phủ về đề án “Một số mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm”.
- [4]. Nguyễn Hằng, Trần Đình Thiên (2020), *Kinh tế đêm là giải pháp “chớp” thời cơ hậu COVID-19*. <https://kinhtedothi.vn/pgs-ts-tran-dinh-thien-kinh-te-dem-la-giai-phap-chop-thoi-co-hau-covid-19.html>
- [5]. Đỗ Hiền Hòa (2015), *Phát triển hoạt động du lịch đêm tại thành phố Hồ Chí Minh*, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội.
- [6]. Tạp chí Phuket Guide (2004), “Into the night” (tr. 36 - 37).
- [7]. Đăng Khôi (2019), *Kinh tế ban đêm - Những con số hấp dẫn và thách thức chờ đợi*.
- [8]. Nghị quyết số 08/NQ-TW của Bộ Chính trị về *Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
- [9]. Bùi Nhật Quỳnh, Thân Trọng Thụy (2017), *Đánh giá sự phát triển của các sản phẩm du lịch đêm tại thành phố Hà Nội*, Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh.
- [10]. Nguyễn Minh Phong (2019), *Kinh tế ban đêm - “cửa sáng” cho ngành du lịch*. <https://baodautu.vn/kinh-te-ban-dem---nhung-con-so-hap-dan-va-thach-thuc-cho-doi-d106874.html>
- [11]. Quyết định số 1129/QĐ-TTg ngày 27/7/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam”.
- [12]. Quyết định số 1894/QĐ-BVHTTDL ngày 14/7/2023 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về ban hành đề án “Một số mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm”.
- [13]. Lưu Thanh Tâm (2020), *Phát triển kinh tế ban đêm tại các thành phố của Việt Nam*, Tạp chí Công thương.
- [14]. Trần Quốc Thái (2006), “*Thư giãn, giải trí hàng đêm phục vụ du khách quốc tế*”, Tạp chí Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, số 10/2006.

Tiếng Anh

- [15]. Guo Qin, Lin Meizhen, Meng Jin-hua, ZhaoJun-lei. (2011). *The development of urban night tourism based on the nightscape lighting projects-a Case Study of Guangzhou*. Energy Procedia, 5(2011), 477 - 481.
- [16]. London First & EY (2018), *London's 24 hour economy: The economic value of London's 24 hour economy*. Khai thác từ <https://www.london.gov.uk/sites/default/files/london-at-night-full-final.pdf>

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH ĐÊM - HƯỚNG ĐI ĐA DẠNG CHO SẢN PHẨM DU LỊCH THANH HÓA

Nguyễn Thị Trúc Quỳnh

Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Email: nguyentrucquynh@dvttdt.edu.vn

Ngày nhận bài: 02/01/2024

Ngày phản biện: 11/4/2024

Ngày tác giả sửa: 16/4/2024

Ngày duyệt đăng: 24/5/2024

Ngày phát hành: 31/5/2024

Trong những năm qua, du lịch Thanh Hóa đã có những bước tiến vượt bậc, đặc biệt là sự phục hồi du lịch sau đại dịch COVID 19, Thanh Hóa đã trở thành điểm đến thu hút lượng du khách rất cao. Năm 2022 và 2023, du lịch Thanh Hóa đứng thứ 4 cả nước về thu hút khách. Tuy nhiên, doanh thu từ du lịch lại không tương xứng với lượng khách. Có rất nhiều nguyên nhân, một trong những nguyên nhân chính là sự đơn điệu trong sản phẩm du lịch, đặc biệt là sản phẩm du lịch về đêm. Để khắc phục tình trạng này, xây dựng các sản phẩm du lịch đêm đang là vấn đề đặt ra nhằm đa dạng hệ thống sản phẩm cho du lịch Thanh Hóa.

Từ khóa: Du lịch đêm; Sản phẩm; Du lịch Thanh Hóa.