

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm qua cùng với sự phát triển của du lịch thế giới, du lịch Việt Nam đã có được những thành quả rất đáng tự hào. Ngành du lịch hiện nay đã và đang trở thành ngành công nghiệp không khói mang lại những đóng góp to lớn về mặt kinh tế cho nền kinh tế quốc dân và mang lại giá trị tinh thần rất lớn cho mọi người trong xã hội.

Thủ đô Hà Nội với ngàn năm lịch sử, trung tâm văn hóa – kinh tế – chính trị của cả nước, là một trong những trung tâm du lịch trọng điểm. Hà Nội có tiềm năng du lịch vô cùng to lớn đặc biệt là nguồn tài nguyên du lịch với rất nhiều các quần thể kiến trúc về di tích lịch sử và danh lam thắng cảnh là những di sản quý giá của Thủ đô, và là nguồn tài nguyên đặc sắc vô cùng hấp dẫn của du lịch Hà Nội – nơi hàng năm thu hút rất đông khách du lịch quốc tế và nội địa. Trong không khí nhộn nhịp của Thủ đô Hà Nội cùng hàng triệu người dân trên cả nước đang hân hoan chuẩn bị những công việc, tổ chức các sự kiện để chào đón dịp đại lễ 1000 năm Thăng Long, Hà Nội lại càng trở nên đẹp hơn, đáng để tự hào và trân trọng hơn bao giờ hết.

Song đến nay, việc khai thác các tài nguyên du lịch tại các khu di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh nói chung và tại Hà Nội nói riêng vẫn chưa thật sự hiệu quả. Các sản phẩm du lịch tại Hà Nội nhiều và đa dạng song vẫn chưa thật sự thu hút và giữ chân được du khách nhiều. Điều đó đặt ra cho du lịch Hà Nội phải có những giải pháp đúng hướng để khai thác triệt để những tiềm năng sẵn có để thực hiện đúng vai trò của ngành du lịch trong xây dựng và phát triển Thủ đô, hướng tới Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội.

Vì vậy, với việc chọn đề tài “ Xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách du lịch nước ngoài trong dịp đại lễ 1000 năm Thăng Long” làm khóa luận tốt nghiệp em mong muốn có một đóng góp nhỏ vào việc làm đa dạng và phát triển sản phẩm du lịch Thủ đô góp phần hướng tới kỷ niệm dịp đại lễ

Xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách nước ngoài trong dịp  
Đại lễ 1000 năm Thăng Long

---

1000 năm Thăng Long – Hà Nội, nhằm thu hút và giữ chân du khách nhiều hơn.

## **2. Mục đích nghiên cứu**

Như tên đề tài đã chỉ ra, mục đích của khóa luận là đề xuất xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách du lịch nước ngoài trong dịp đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội, góp phần làm đa dạng hóa loại hình sản phẩm du lịch của Thủ đô góp phần thúc đẩy sự phát triển của du lịch Hà Nội.

Nhiệm vụ cụ thể của đề tài là hệ thống hóa những vấn đề lý luận và làm rõ một số vấn đề lý luận khác có liên quan đến sản phẩm du lịch. Khảo sát hoạt động du lịch tại Hà Nội và tìm kiếm một số bài học kinh nghiệm về sản phẩm du lịch đêm ở một số nơi. Trên nền tảng đó làm cơ sở cho việc đưa ra đề xuất xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội như một sản phẩm du lịch mới cho Thủ đô.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.**

Như đã xác định tên đề tài, đối tượng nghiên cứu của khóa luận là các loại hình sản phẩm du lịch. Tìm thông tin từ các tư liệu có liên quan, các yếu tố có khả năng tạo nên sản phẩm du lịch trên phạm vi địa bàn Thủ đô Hà Nội.

## **4. Phương pháp nghiên cứu của đề tài.**

Để thực hiện nhiệm vụ của đề tài, một số phương pháp nghiên cứu chủ yếu sau đã được áp dụng:

- Phương pháp thu thập, tổng hợp và xử lý thông tin, tư liệu có liên quan đến đề tài.
- Phương pháp khảo sát, điều tra thực địa.
- Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi
- Phương pháp phỏng vấn trực tiếp

## **3. Bố cục của khóa luận**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, lời cảm ơn, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục, nội dung chính của khóa luận được trình bày trong 3 chương:

**Chương 1. Lý luận chung về sản phẩm du lịch**

**Chương 2. Thực trạng sản phẩm du lịch Hà Nội**

**Chương 3. Giải pháp xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách nước ngoài trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long**

## CHƯƠNG 1

### LÝ LUẬN CHUNG VỀ SẢN PHẨM DU LỊCH

#### 1.1. Khái niệm, đặc điểm, thành phần của sản phẩm du lịch

##### 1.1.1. Khái niệm

Ngày nay khi nói về sản phẩm người ta không còn chỉ hình dung ra một dạng vật chất cụ thể nữa mà quan niệm nó ở mức độ rộng lớn hơn bởi khi xã hội ngày càng phát triển thì để định nghĩa một sản phẩm là rất phức tạp. Đã là một sản phẩm thì chắc chắn nó có một số đặc trưng vật chất, nhưng cũng có những sản phẩm mang đặc trưng phi vật chất. Philip Kotler định nghĩa như sau:

*“Sản phẩm là mọi thứ có thể chào bán trên thị trường để chú ý, mua, sử dụng hay tiêu dùng, có thể thỏa mãn được mong muốn hay nhu cầu”.*[2,83]

Từ định nghĩa trên ta có thể thấy sản phẩm có thể là bất cứ hàng hóa vật chất như món ăn, đồ uống trong khách sạn... hoặc các dịch vụ như hướng dẫn du lịch, các buổi hòa nhạc trong khách sạn, dịch vụ giặt là... hay địa điểm như các nơi có danh lam thắng cảnh, tài nguyên du lịch, ý tưởng tư vấn lời khuyên cho du khách...

Hiện nay, có rất nhiều khái niệm khác nhau về sản phẩm du lịch, có thể kể đến một số khái niệm như sau:

Trước hết, Michael M. Coltman cho rằng: *“sản phẩm du lịch là một tổng thể bao gồm các thành phần không đồng nhất hữu hình và vô hình. Sản phẩm du lịch có thể là một món hàng cụ thể như thức ăn hoặc một món hàng không cụ thể như chất lượng phục vụ, bầu không khí tại nơi nghỉ mát”* [8,26]

Cũng định nghĩa về sản phẩm du lịch thì Trần Ngọc Nam và các cộng sự trong cuốn Marketing du lịch lại có cách hiểu khác như sau *“ Sản phẩm du lịch còn là kinh nghiệm du lịch và nó là một tổng thể”.* [8,26]

Theo Nguyễn Minh Tuệ và các đồng nghiệp thì *“sản phẩm du lịch còn là loại hình du lịch gắn với các tài nguyên mang tính đặc trưng của một khu vực hay của các điểm đến du lịch”*

Có rất nhiều ý kiến khác nhau về định nghĩa thế nào là sản phẩm du lịch. Tại chương 1 Điều 4 Luật du lịch của Quốc Hội Nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam ban hành năm 2005 đã giải thích: “ *Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch*”. [1,10]

#### 1.1.2. Đặc điểm

Sản phẩm du lịch mang nhiều đặc điểm song nó cũng có nhiều điểm riêng biệt mang đặc trưng riêng. Những đặc điểm này cũng là những đặc trưng của dịch vụ du lịch cụ thể như sau:

- Khách mua sản phẩm trước khi thấy sản phẩm. Bởi lẽ sản phẩm du lịch cố định ở một nơi còn người tiêu dùng phần lớn sau khi mua sẽ đến nơi đó để thưởng thức sản phẩm và hưởng thụ sản phẩm mình đã mua. Mặt khác sản phẩm du lịch là dịch vụ, nó không tồn tại dưới dạng vật chất cụ thể để khách hàng kiểm tra xem xét trước khi ra quyết định mua. Khách chỉ có thể kiểm tra và cảm nhận được chất lượng dịch vụ trong sản phẩm đó khi đã sử dụng nó chứ không thể được thử trước hay chạm tay vào nó trước.

- Sản phẩm du lịch thường là một kinh nghiệm (tiếng Anh là experience) và dễ bắt chước. Các thành phần cơ bản của sản phẩm du lịch ví dụ như chương trình du lịch rất dễ bị sao chép lẫn nhau về hình thức và kết cấu tạo nên sự trùng lặp thiếu hấp dẫn, khó tạo nên điểm khác biệt. Du khách khó có thể phân biệt được chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp lữ hành cho đến khi đã tiêu dùng sản phẩm.

- Khoảng thời gian mua và thấy được sản phẩm là quá lâu. Bởi lẽ từ khi kí hợp đồng du lịch đến khi đi và cảm nhận diễn ra trong khoảng thời gian khá dài. Vì sản phẩm du lịch là tất cả những gì du khách thu nhận, cảm nhận được sau chuyến đi. Cho nên sự phản hồi là khá chậm chạp gây khó khăn cho các nhà thiết kế tour trong việc điều chỉnh hay bổ sung các dịch vụ để đem lại sự hài lòng cao cho du khách.

- Sản phẩm du lịch thường ở nơi xa cư trú thường xuyên nên cần phải có một hệ thống phân phối qua khâu trung gian như đại lý du lịch, văn phòng du lịch. Chính vì vậy mà marketing du lịch là hoạt động luôn được coi trọng và đóng vai trò then chốt trong việc giới thiệu sản phẩm du lịch đến với du khách như một cách cụ thể và đầy đủ nhất đáp ứng mọi yêu cầu chính đáng của du khách trong việc sử dụng các dịch vụ. Thuyết phục khách có lòng tin và quyết định mua sản phẩm du lịch của doanh nghiệp.

- Sản phẩm du lịch do sự tổng hợp của các ngành kinh doanh khác nhau nên các sản phẩm này có mối quan hệ qua lại, tác động lẫn nhau và tác động đến nhu cầu của khách. Hoạt động du lịch là hoạt động đóng vai trò là cầu nối giữa du khách với các nhà cung cấp dịch vụ và giữa các nhà cung cấp dịch vụ với nhau vì vậy nó mang tính tổng hợp thậm chí có các mối quan hệ khá phức tạp với nhau về dịch vụ. Nhưng cũng chính vì vậy nên nó cũng trở nên rất đa dạng và phong phú cho sự lựa chọn của khách được thoải mái hơn. Tính tổng hợp của sản phẩm du lịch còn được thể hiện ở chỗ việc sản xuất và kinh doanh sản phẩm du lịch liên quan tới nhiều ngành nghề và bộ phận. Trong đó vừa có dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ vận chuyển, dịch vụ bổ sung trực tiếp cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho du khách, vừa bao gồm một số bộ phận phi sản xuất như văn hóa, giáo dục, khoa học...

- Sản phẩm du lịch không thể tồn kho được nên việc tạo nên sự ăn khớp giữa cung và cầu trong du lịch là rất quan trọng. Vì trong thời gian ngắn lượng cung sản phẩm cố định nhưng lượng cầu của khách lại biến đổi. Ví dụ như vào mùa vụ du lịch thì việc tăng đột ngột về lượng cầu trong khi lượng cung không đổi dễ dẫn đến thiếu cung thừa cầu trong du lịch hoặc trường hợp ngược lại cầu quá nhỏ mà cung lại không thay đổi nên dẫn tới thừa cung sẽ làm mất đi lợi nhuận trong việc tiêu dùng sản phẩm du lịch rất lớn. Do đó nó mang đặc trưng của một sản phẩm dịch vụ có tính chất không thể dự trữ như sản phẩm vật chất nói chung. Sau khi du khách mua sản phẩm du lịch, công ty du lịch liền trao quyền sử dụng sản phẩm liên quan trong thời gian quy định. Nếu sản phẩm du

lịch chưa thể bán kịp thời thì không thể thực hiện giá trị của nó, tổn thất gây nên sẽ không thể bù đắp được. Đặc trưng này cho thấy trong việc sản xuất sản phẩm du lịch và thực hiện giá trị phải lấy việc mua thực tế của du khách làm tiền đề.

- Sản phẩm du lịch chịu ảnh hưởng của các yếu tố kinh tế, chính trị, an ninh, tỉ giá hối đoái...Đó là những yếu tố khách quan thuộc môi trường kinh tế vĩ mô nằm ngoài tầm kiểm soát của các doanh nghiệp. Do vậy thị trường du lịch nói chung mang tính nhạy cảm cao đối với những yếu tố này. Một sự thay đổi nhỏ, một biến động nhỏ của môi trường kinh tế này cũng gây ra những thay đổi (đôi khi là rất lớn) trong tương quan cung – cầu du lịch. Vì vậy sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp.

- Khách du lịch mua sản phẩm du lịch ít trung thành hoặc không trung thành với công ty bán sản phẩm. Đây là sự khắc nghiệt của thị trường du lịch nên phải tạo mối quan hệ rộng rãi và gắn bó với khách hàng và có các chiến lược về quảng bá và đưa sản phẩm tới tay người tiêu dùng thật hợp lý và khéo léo. Đồng thời không ngừng nâng cao hoàn thiện chất lượng sản phẩm du lịch để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.[3]

### 1.1.3. Các thành phần của sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch có rất nhiều thành phần khác nhau, do vậy cách sắp xếp chúng cũng rất phong phú. Cụ thể như sau [5,28,29]

#### • *Theo cách sắp xếp của Jeffries và Krippendorf*

- + Các di sản thiên nhiên, tài nguyên thiên nhiên
- + các di sản do con người tạo ra
- + Các yếu tố thuộc về con người: tôn giáo, phong tục tập quán
- + hệ thống các phương tiện giao thông, thông tin liên lạc
- + Những cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ ngành du lịch: khách sạn, nhà hàng.
- + Các chính sách kinh tế, tài chính, chính sách xã hội

#### • *Theo cách sắp xếp của Michael M. Coltman*

M. Coltman chia sản phẩm du lịch theo 2 hướng tài nguyên:

- Tài nguyên theo hướng marketing
- + Tài nguyên thiên nhiên: phong cảnh, công viên, hồ suối, núi non, dốc đá, đèo, hệ động vật và thực vật, bãi biển, hải cảng.
- + Nơi tiêu biểu văn hóa và lịch sử: vùng khảo cổ, kiến trúc truyền thống, nghề thủ công bản địa, thực phẩm đặc sản, lễ lạt, nghi thức, phong tục, múa hát.
- + Nơi giải trí: công viên, sân golf, nơi cắm trại, nơi picnic, nơi bơi lội.
- + Các tiện nghi du lịch: Chiếu đài, phục vụ nghỉ ngơi, nhà hàng, mua sắm, trung tâm thông tin, hệ thống đăng kí giữ chỗ.
- + Khí hậu
- + Các tài nguyên thiên nhiên khác
- + Hấp dẫn tâm lý, mỹ quan, thái độ hài lòng.
- **Cách sắp xếp theo hướng chức năng điều hành**
  - + Khả năng mua đất đai
  - + Kế hoạch và phân vùng
  - + Vận chuyển: đường bộ, đường hàng không, xe lửa, xe đò, tàu bè...
  - + Phục vụ công cộng: nước, điện...
  - + Kỹ nghệ trợ giúp: công an, cứu hỏa, y tế, nhà thờ, chùa, ngân hàng, cung ứng, lương thực, giặt ủi, các dịch vụ trợ giúp khác.
  - + Lực lượng lao động: khéo léo, tay nghề cao...
  - + Vốn
  - + Thái độ của chính quyền địa phương
- **Cách sắp xếp sản phẩm du lịch theo tổ chức thế giới**
  - + Di sản tự nhiên
  - + Di sản năng lượng
  - + Di sản về năng lượng
  - + Những hình thái xã hội
  - + Những hình thái về thiết chế chính trị, pháp chế, hành chính
  - + Những điều tốt đẹp và mọi dịch vụ, phương tiện vận chuyển, hạ tầng
  - + Những hoạt động kinh tế tài chính, chính trị



#### 1.1.4. Phân loại

Bản chất của tài nguyên du lịch là một yếu tố quyết định loại hình sản phẩm du lịch. Tuy nhiên ngoài tài nguyên du lịch, còn có những yếu tố khác nữa có thể làm căn cứ để phân loại tài nguyên. Do vậy mà tùy cách tiếp cận khác nhau, có thể có những cách phân loại sản phẩm du lịch khác nhau.

##### ***Phân loại theo tài nguyên du lịch***

Theo cách tiếp cận này sản phẩm du lịch được phân thành hai loại hình cơ bản sau:

*Sản phẩm du lịch tự nhiên:* là loại hình dịch vụ dựa trên nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên là chủ yếu. Ví dụ như du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch nghỉ dưỡng núi, du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm...trong mỗi loại hình sản phẩm trên, lại có thể phân ra những sản phẩm cụ thể khác như du lịch đồng quê, du lịch lặn biển, du lịch leo núi, du lịch đi bộ, du lịch miệt vườn...

*Sản phẩm du lịch văn hóa:* Cũng có thể chia ra thành các loại: du lịch tham quan di tích, du lịch lễ hội, du lịch làng nghề, tour du lịch di sản, tour du lịch thăm lại chiến trường xưa, city tour,..

##### ***Phân loại theo mục đích chuyến đi***

Theo cách này ta sẽ có du lịch nghỉ phép, du lịch thương mại, du lịch điều dưỡng chữa bệnh, du lịch học, du lịch hội nghị, du lịch thăm thân, du lịch thể thao, du lịch mua sắm và các loại hình du lịch khác...

##### ***Phân loại theo chủ đề của chuyến đi:***

Những sản phẩm du lịch được phân theo chủ đề của chuyến đi là những sản phẩm du lịch được hình thành dựa trên những chủ đề khác nhau, mục đích làm đa dạng hóa sản phẩm, thu hút được sự chú ý và đáp ứng được những nguyện vọng đa dạng của khách hàng. Ví dụ sản phẩm du lịch theo chủ đề tôn giáo, lễ hội, mạo hiểm, sinh thái, các sản phẩm theo chủ đề chiến tranh, chủ đề nông thôn...

##### ***Các sản phẩm du lịch được phân theo cầu thị trường:***

*Cầu về thời gian:* ta có các sản phẩm du lịch ngắn ngày và cả các sản

phẩm du lịch dài ngày, được quy định theo nhu cầu thị trường. Những sản phẩm du lịch ngắn có thể được xác định từ 1- 2 giờ và tối đa không quá 3 ngày. Những sản phẩm du lịch dài ngày là từ 3 ngày trở lên. Nội hàm của các sản phẩm du lịch này cũng khác nhau.

*Cầu đặc biệt:* là các sản phẩm du lịch hướng vào mối quan tâm hay sở thích đặc biệt của du khách, được thiết kế theo yêu cầu của một hay một nhóm du khách và chỉ dành cho những đối tượng này chứ không bán sản phẩm rộng rãi ra công chúng. Tour du lịch vũ trụ gần đây là sản phẩm du lịch loại này.

***Phân theo hình thức tổ chức của sản phẩm:***

*Sản phẩm du lịch trọn gói:* bao gồm những trải nghiệm du lịch hoàn chỉnh từ khi du khách rời khỏi nhà đến khi trở về nhà. Sản phẩm du lịch trọn gói là hệ thống các dịch vụ, các hàng hóa được sắp xếp theo chuỗi thời gian liên tục nhằm thỏa mãn những nhu cầu khác nhau của du khách trong suốt chuyến đi.

*Sản phẩm du lịch riêng lẻ:* là những dịch vụ, hàng hóa thỏa mãn các nhu cầu riêng lẻ của du khách ( thường là khách đi lẻ – du lịch ba lô) khi họ thực hiện chuyến đi của mình. Đó là những dịch vụ thỏa mãn từng nhu cầu riêng lẻ như nhu cầu lưu trú, nhu cầu vận chuyển, tham quan giải trí...

Các loại sản phẩm này có vai trò khác nhau. Các sản phẩm đặc thù tạo nên hình ảnh của nơi du lịch và sức hút của nơi đó. Những sản phẩm thiết yếu và bổ xung tạo nên điều kiện tiện nghi trong quá trình thụ hưởng những sản phẩm du lịch đặc thù. Như vậy, nếu sản phẩm du lịch đặc thù thu hút khách đến nơi du lịch thì những sản phẩm thiết yếu và bổ sung là một trong những yếu tố quan trọng tạo khả năng kéo dài thời gian lưu lại của khách.

## **1.2. Xây dựng sản phẩm du lịch**

### **1.2.1. Những điểm cần chú ý khi xây dựng sản phẩm du lịch**

Khi xây dựng một sản phẩm du lịch thì cần chú ý tới rất nhiều vấn đề và đòi hỏi phải thật thận trọng và phải có sự nghiên cứu, tìm hiểu và chuẩn bị rất kỹ trước khi tiến hành. Trước khi tiến hành xây dựng sản phẩm du lịch cần chú ý những điểm cơ bản sau:

- Phù hợp với đặc điểm tiêu dùng
- Sản phẩm nếu là chương trình du lịch thì phải có tốc độ hoạt động hợp lý
- Chương trình phải có tính hấp dẫn
- Chương trình phải có tính khả thi
- Chương trình phải có mục đích rõ ràng
- Sản phẩm phải đa dạng, và đa dạng hóa các hoạt động liên quan tới việc sản phẩm để tránh sự nhàm chán ( có thể chú ý tới những hoạt động đón tiếp, tiễn đưa, các hoạt động buổi tối hay thái độ phục vụ...)

#### 1.2.2. Các yếu tố tham gia vào việc hình thành sản phẩm du lịch

Khi đề cập đến bất cứ hoạt động kinh doanh nào chúng ta cũng không thể không nhắc tới sản phẩm của hoạt động đó. Vì vậy khi tìm hiểu các khái niệm chung về du lịch chúng ta cũng phải tìm hiểu xem thế nào là sản phẩm du lịch và từ đó làm cơ sở để đưa ra các yếu tố tham gia vào việc hợp thành và bán sản phẩm du lịch như thế nào. Theo GS.TS. Nguyễn Văn Đính và TS. Trần Thị Minh Hòa thì sản phẩm du lịch được đề cập đến 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 với việc sử dụng các nguồn lực : cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động tại một cơ sở, 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 đang nói tới hàng hóa, còn yếu tố vô hình ở đây là dịch vụ. Xét theo quá trình tiêu dùng của khách du lịch trên chuyến hành trình du lịch chúng ta có thể tổng hợp các thành phần của sản phẩm du lịch theo các nhóm cơ bản sau: [4,31]

Dịch vụ vận chuyển

Dịch vụ lưu trú

Dịch vụ ăn uống

Dịch vụ tham quan giải trí

Hàng hóa tiêu dùng và đồ lưu niệm

Các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch

Ngoài ra có thể nói theo cách khác như TS. Nguyễn Văn Bình ( Bàn về sản phẩm du lịch, Du lịch Việt Nam, số 9 năm 2008, trang 26) thì cơ cấu của sản phẩm du lịch gồm 2 yếu tố có sẵn và yếu tố tự tạo cụ thể như sau:

*1.2.2.1. Các yếu tố có sẵn bao gồm:*

Tài nguyên du lịch nhân văn

Tài nguyên du lịch tự nhiên

Yếu tố có sẵn của 1 sản phẩm du lịch chính là tài nguyên du lịch – yếu tố hạt nhân trong một sản phẩm du lịch. Tài nguyên du lịch gồm 2 yếu tố: tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn.

Yếu tố cơ bản tạo nên động cơ du lịch chính là điểm hấp dẫn du lịch hay tài nguyên du lịch. Rõ ràng để có sản phẩm du lịch tốt thì phải có tài nguyên tốt. Giá trị tài nguyên tốt trước hết được xác định bởi giá trị nguyên bản ban đầu của tài nguyên và chất lượng bảo tồn của tài nguyên.

Giá trị nguyên bản của tài nguyên là những giá trị ban đầu của tài nguyên, khi tài nguyên được định hình. Ví dụ giá trị nguyên bản của Văn Miếu Quốc Tử Giám hay của Phong Nha Kẻ Bàng được xác định khi Phong Nha Kẻ Bàng được hình thành hoặc khi xây dựng Văn miếu. Giá trị nguồn tài nguyên càng đặc sắc và độc đáo thì càng có giá trị cao đối với việc hấp dẫn du lịch.

Giá trị của tài nguyên còn được xác định bởi chất lượng bảo tồn tài nguyên. Chất lượng bảo tồn tài nguyên phụ thuộc vào hai yếu tố: chất lượng bảo tồn (hay chính là việc tu bổ và tôn tạo) và quản lý khai thác.

Về chất lượng bảo tồn tài nguyên phản ánh giá trị của tài nguyên. tài nguyên du lịch có hai chiều giá trị: giá trị vật thể hữu hạn và giá trị tinh thần, phi vật thể. Giá trị vật thể là hình thức biểu hiện của các giá trị tinh thần phi vật thể. Hai giá trị trên đã hình thành nên giá trị của tài nguyên, tạo nên sức hấp dẫn của tài nguyên, là cơ sở để hình thành sản phẩm du lịch. Tại sao nói giá trị vật thể hữu hạn? Bởi vì chúng ta có thể hoàn toàn làm mất đi không thể lấy lại được hòn Vọng Phu hay bất cứ một di sản quý giá nào khác nếu không có một chính sách đúng đắn để bảo vệ và bảo tồn nó. Khi chúng đã bị mất đi rồi thì mặc dù

giá trị phi vật thể của chúng vẫn còn đầy song sự hấp dẫn du lịch sẽ không còn nữa. Đó cũng là 1 trong những lý do giải thích tại sao chúng ta phải phát triển du lịch bền vững.

Như vậy, vấn đề cần làm rõ ở đây là để có được một sản phẩm du lịch không chỉ tốt mà còn hấp dẫn và mang tính cạnh tranh. Để có được điều đó đòi hỏi cần 2 điều sau:

1/ Biết đánh giá đúng giá trị tài nguyên, quý trọng và bảo vệ tôn tạo tài nguyên;

2/ Sản phẩm du lịch phải có sự hài hòa giữa các yếu tố có sẵn với các yếu tố tự tạo, nghĩa là các dịch vụ phải phù hợp với các đặc điểm của tài nguyên. Đây là vấn đề thuộc về nhận thức và tầm nhìn.

#### *1.2.2.2. Các yếu tố tự tạo gồm:*

Dịch vụ vui chơi giải trí

Dịch vụ nhà hàng

Dịch vụ lưu trú du lịch

Dịch vụ hướng dẫn

Dịch vụ vận chuyển

Cơ sở vật chất kỹ thuật

Đối với yếu tố tự tạo của tài nguyên du lịch chính là các chương trình du lịch( tour du lịch) là sự tổ chức kết nối tất cả các dịch vụ cung cấp cho du khách từ thời điểm đầu đến thời điểm cuối của chuyến du lịch. Như các dịch vụ đưa đón, vận chuyển và lưu trú, ăn uống, tham quan, vui chơi giải trí...Nghĩa là tất cả các hoạt động được tổ chức trong một chuyến du lịch.

Tất cả các sản phẩm trên là thành tố tạo nên sản phẩm du lịch. Chúng có mối quan hệ khăng khít, chặt chẽ với nhau, trong đó các tour du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút khách.[7,26]

Bất kể với cơ quan quản lý du lịch hay công ty du lịch, hiểu được khái niệm du lịch một cách thiết thực và xây dựng ý thức các sản phẩm du lịch hoàn chỉnh đều hết sức cần thiết. Xét về nhu cầu, khi du khách tiến hành quyết định

tới nơi du lịch hoàn chỉnh chứ không phải sản phẩm du lịch đơn lẻ, sự đánh giá của du khách đối với chất lượng sản phẩm du lịch cũng xuất phát từ điểm này. Vì thực sự hiểu được khái niệm này sẽ có lợi cho việc tăng cường ý thức hợp tác của người kinh doanh du lịch, cùng nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, tạo ra hình tượng du lịch hoàn chỉnh tốt đẹp.

### 1.2.3. Quy trình xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch mới

#### 1.2.3.1. Quy trình xây dựng sản phẩm du lịch

Hiện nay có rất nhiều cách khác nhau thể xây dựng sản phẩm du lịch nhưng cụ thể và chi tiết hơn cả là gồm có 12 bước căn bản sau:

##### *Bước 1: Nghiên cứu nhu cầu thị trường*

Có cung thì phải có cầu, nếu cung có mà cầu không có hoặc cung nhiều mà cầu lại quá ít thì sẽ gây ra những hậu quả không thể lường trước được. Trong khi đó nhu cầu và mong muốn của khách lại rất đa dạng, nhiệm vụ của các nhà xây dựng sản phẩm du lịch là phải hiểu và đáp ứng điều đó. Tức là phải biết cách tìm ra những nhu cầu thiết thực của họ để từ đó có thể tạo lập các chiến lược, kế hoạch cho việc thiết kế và xây dựng sản phẩm. Nghiên cứu thị trường bao gồm phân tích thị trường hiện tại và thị trường tiềm năng. Đây là công việc vô cùng quan trọng quyết định trực tiếp đến sự thành bại của sản phẩm khi tung ra thị trường. Vì vậy trong bước 1 phải nghiên cứu thị trường thật cẩn thận và đầy đủ. Đối với thị trường hiện tại thì cần chú ý nghiên cứu chủ yếu tới các thông tin:

Đối với thị trường tiềm năng thì các nhà thiết kế và xây dựng chương trình du lịch phải chú ý tới xu hướng mang tính chất Quốc gia và thậm chí là xu hướng Quốc tế hoặc cả xu hướng của một vùng nhất định và những thị trường. Trong quá trình nghiên cứu cần chú ý các điểm sau:

- Đo lường và dự đoán thị trường tiềm năng, xác định số lượng khách du lịch hiện tại và tương lai cho một chuyến đi

- Xác định khúc đoạn thị trường và cụ thể hơn là xác định các khúc đoạn chính tạo nên thị trường của chương trình du lịch như xác định nhóm khách

chính, để từ đó lựa chọn thị trường trọng điểm tốt nhất

- Phân tích khách hàng mà sản phẩm sẽ hướng tới để xác định đặc điểm của khách, những nhu cầu, thị hiếu, sự cảm nhận, hành vi của họ nhằm thay đổi sản phẩm, chương trình du lịch cho phù hợp

*Bước 2: Nghiên cứu khả năng đáp ứng*

+Nghiên cứu tài nguyên du lịch:

- Để lựa chọn một điểm du lịch nào đó các nhà thiết kế tour phải sử dụng thông tin từ các loại sách báo du lịch, tạp chí cùng các CD về điểm du lịch hoặc lấy từ mạng internet để thấy những thuận lợi và khó khăn của điểm du lịch đó nhằm đưa ra các biện pháp giải quyết cho phù hợp.

- Độ hấp dẫn của tài nguyên du lịch chính là các vẻ đẹp độc đáo của tự nhiên, của di tích lịch sử, sự thích hợp của khí hậu, vẻ đẹp của quang cảnh.

- Vị trí của điểm du lịch: có thuận tiện về đường đi không, có khó khăn không, khắc phục được không...?

Đây chính là các giá trị vô hình để thu hút khách nên khi nghiên cứu tài nguyên du lịch cần phải quan tâm đến nó.

+ Các nhà cung cấp du lịch

Sản phẩm du lịch là sự kết hợp của nhiều ngành, nhiều thành phần đặc biệt là các nhà cung ứng. Nói cách khác, đây là người sẽ cung cấp những dịch vụ cho khách du lịch như lưu trú, nghỉ ngơi, ăn uống, vận chuyển và các dịch vụ vui chơi giải trí khác. Vì thế họ rất quan trọng đảm bảo cho sự thành công về chất lượng của bất cứ một chương trình du lịch nào.

+ Mức độ cạnh tranh trên thị trường

Đây là điều tất yếu trong kinh doanh nhất là kinh doanh du lịch. Trước khi sự cạnh tranh có thể được tính toán, doanh nghiệp cần biết được đối thủ cạnh tranh của mình là ai. Đồng thời phân tích mức độ cạnh tranh trên thị trường có khốc liệt hay không để từ đó đưa ra những chiến lược hoặc chương trình cho phù hợp.

*Bước 3: Xây dựng khả năng và vị trí của sản phẩm du lịch*

Sản phẩm du lịch có thể là chương trình du lịch hay các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch. Song dù là sản phẩm nào cũng cần phải xác định vị thế của chương trình du lịch trên thị trường trong thời gian tới ra sao. Liệu đó có thể là điểm nhấn độc đáo để thu hút khách du lịch đến với chúng ta hay không. Trên thị trường du lịch cạnh tranh vô cùng phức tạp và thị hiếu cũng như nhu cầu của con người nói chung và khách du lịch nói riêng ngày càng cao nên nếu xây dựng sản phẩm du lịch độc đáo thì sẽ tạo dựng được vị trí của sản phẩm du lịch và từ đó đưa nó lên là sản phẩm độc tôn thì sẽ giành được sự đồng ý và chào đón của khách.

*Bước 4: Xây dựng mục đích ý tưởng của sản phẩm*

Tức là phải xác định được sản phẩm du lịch xây dựng nhằm mục đích gì? phục vụ cho đối tượng khách nào và tung ra thị trường vào thời điểm nào là hợp lý nhất? ý tưởng chủ đạo của sản phẩm là gì?

*Bước 5: Quy thời gian và mức giá tối đa*

Tại bước 5 này nhà thiết kế và xây dựng sản phẩm du lịch phải trả lời được các câu hỏi như: chuyến du lịch sẽ dài hay ngắn ngày, sản phẩm du lịch này có thể chào bán với mức giá cao nhất là bao nhiêu?...

*Bước 6: Xây dựng chuyến hành trình cơ bản*

Khi sản phẩm du lịch được xây dựng là chương trình du lịch thì phải xác định được chương trình du lịch đó bao gồm những tuyến điểm cơ bản và bắt buộc nào?

*Bước 7: Xây dựng phương án vận chuyển*

Tùy thuộc vào vị trí của điểm du lịch có trong chương trình mà lên phương án vận chuyển cho hợp lý. Phương tiện vận chuyển rất linh hoạt và phong phú, nó có thể là ô tô, tàu hỏa, tàu thủy, máy bay, thuyền,...

*Bước 8: Xây dựng phương án lưu trú*

Tùy vào mức giá và nhu cầu thực tiễn của khách du lịch và khả năng đáp ứng của nhà cung cấp dịch vụ mà có thể sắp xếp cho khách ở nhà nghỉ, khách sạn thường, khách sạn hạng sang...



*Bước 9: Chi tiết hóa chương trình*

Xây dựng sản phẩm du lịch cần phải có sự tổng hợp những yếu tố cấu thành nên sản phẩm du lịch đó thành một chuỗi logic và thành một lộ trình cụ thể. Trong lộ trình đó có thể được trình bày theo thời gian ngày giờ, nhu cầu của khách cùng với các dịch vụ đi kèm theo như chuyến bay, vận chuyển, tham quan giải trí, ăn uống... Công việc này rất quan trọng nên cần phải quan tâm đến sự điều độ và sự cân đối để đem đến thành công cho sản phẩm du lịch.

*Bước 10: Xây dựng phương án dự phòng, ứng cứu*

Khi xây dựng bất cứ một sản phẩm nào nhất là các chuyến tour chúng ta cũng phải xây dựng những phương án dự phòng sẵn sàng để ứng cứu trong trường hợp gặp rủi ro. Đặc biệt cần chú ý nhất là các chương trình du lịch mạo hiểm, khám phá,... luôn ẩn chứa những rủi ro lớn nên việc chuẩn bị trước sẽ giảm bớt những thiệt hại cho nhà cung cấp sản phẩm du lịch và quan trọng hơn là giúp bảo đảm được tài sản, tính mạng cho khách du lịch.

*Bước 11: Xác định giá thành, giá bán theo một số cách định giá phổ biến sau:*

Định giá theo chi phí

Định giá theo giá trị

Định giá theo cạnh tranh

*Bước 12: Xác định quy định của chương trình*

Đối với bất cứ sản phẩm du lịch hay chương trình du lịch cụ thể nào cũng phải có những quy định và điều kiện thực hiện. Những điều kiện này thường được ghi chi tiết trong các hợp đồng du lịch hoặc trong vé bán lẻ chương trình du lịch đối với sản phẩm là chương trình du lịch hoặc được thông báo bằng nhiều cách đối với các sản phẩm dịch vụ thông thường dành cho du lịch...

Trên đây là 12 bước cơ bản để xây dựng một sản phẩm du lịch, song ở thực tế thì việc xây dựng các sản phẩm du lịch tùy thuộc vào từng điều kiện vào hoàn cảnh cụ thể để thiết kế quy trình xây dựng nó một cách linh hoạt, nhanh chóng và đảm bảo chất lượng hay tùy vào nhà thiết kế sản phẩm và nhiều yếu tố khác nên không nhất thiết thiết kế và xây dựng sản phẩm du lịch phải trải qua

đúng 12 bước như trên. Tuy nhiên muốn xây dựng và phát triển được sản phẩm du lịch mới thì nhà thiết kế rất quan trọng, đòi hỏi giàu kinh nghiệm, có đầy đủ kiến thức về cung, cầu, am hiểu khá tường tận về nhu cầu, thị hiếu và khả năng thanh toán của thị trường mục tiêu...

#### *1.2.3.2. Các bước cần thiết để phát triển sản phẩm du lịch mới*

Việc phát triển sản phẩm du lịch mới là việc làm cần thiết, song có thể nó rất mạo hiểm đối với các doanh nghiệp bởi vì tỉ lệ thất bại của sản phẩm mới rất cao, chi phí lớn. Việc xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch mới rất quan trọng cần phải nghiên cứu thật kỹ nhu cầu thị trường để có thể đáp ứng được chính xác nhu cầu đó một cách đầy đủ về chất và lượng. Do vậy khi xây dựng và phát triển một sản phẩm du lịch mới phải tuân thủ nghiêm ngặt các bước trong quá trình tạo ra sản phẩm mới và đưa nó vào thị trường bao gồm:

##### *Hình thành ý tưởng*

Việc hình thành ý tưởng phải được thực hiện một cách có hệ thống trên cơ sở xem xét mục tiêu của việc phát triển sản phẩm mới và thị trường sẽ hướng tới. Nguồn thông tin hình thành lên ý tưởng có thể từ ý kiến của khách hàng qua các bản thăm dò ý kiến của du khách tại mỗi điểm du lịch hay sau mỗi chuyến đi hay đã sử dụng các dịch vụ của khách sạn, các ý kiến của họ gửi đến qua thư từ góp, khiếu nại, hay qua các phương tiện thông tin đại chúng; nguồn thông tin cũng có thể từ bộ phận nghiên cứu và phát triển; từ các giám đốc các bộ phận trong khách sạn, hay cán bộ, nhân viên phụ trách các bộ phận như lễ tân, nhân viên bán hàng, nhân viên phục vụ khách, hướng dẫn viên du lịch...hoặc từ những thành công hay thất bại của đối thủ cạnh tranh.

Để tạo được nguồn thông tin giá trị và thường xuyên, các nhà nghiên cứu, thiết kế và xây dựng sản phẩm du lịch mới phải tạo được các điều kiện thuận lợi cho việc hình thành và cung cấp các ý tưởng như:

- Tạo điều kiện dễ dàng cho việc góp ý như hộp thư góp ý dành cho nhân viên, các đường dây điện thoại góp ý miễn phí, các phiếu thăm dò ý kiến cho khách...

- Tạo không khí chung trong toàn bộ doanh nghiệp cho việc đề xuất những ý tưởng mới, đặc biệt là những người thường xuyên tiếp xúc với khách hàng.

- Phải thường xuyên khuyến khích, khen thưởng các nguồn tin và có ý kiến phản hồi cho người có ý kiến đóng góp đó.

Trong điều kiện ở nước ta hiện nay nói chung và tại thị trường du lịch Hà Nội nói riêng thì việc lấy ý tưởng thường không mang tính sáng tạo nhiều mà nó mới chỉ dừng lại ở việc lấy ý tưởng từ những sản phẩm đã có sẵn trên thị trường hay trong nhiều trường hợp là sao chép chúng hoặc có cải biên đôi chút để xây dựng các tour du lịch mới, các dịch vụ mới, làm như vậy sẽ ít mạo hiểm hơn.

#### *Lựa chọn ý tưởng*

Nếu như ở bước trên cần hình thành nên càng nhiều ý tưởng càng tốt, thì ở bước này lại phải giảm bớt số các ý tưởng xuống còn một vài ý tưởng trên cơ sở chọn lọc chúng để chọn lấy những ý tưởng có tính hấp dẫn và thực tiễn nhất. Để việc chọn lọc có hiệu quả cần hết sức thận trọng tránh bỏ sót những ý tưởng tốt và mới mẻ hay để lọt lưới những ý tưởng không tốt không có tính khả thi và thực tiễn. Việc sàng lọc như vậy cần phải có các công cụ để đánh giá về ý tưởng của sản phẩm bằng cách đưa ra mẫu đánh giá thống nhất, nêu rõ ý tưởng của sản phẩm, thị trường mà nó nhằm vào, tình hình cạnh tranh, ước tính quy mô thị trường, giá bán, thời gian và chi phí để phát triển, chi phí sản xuất, lợi nhuận dự kiến. Các ý tưởng sau khi đã chọn lọc lại có thể được đánh giá cụ thể hơn như các yếu tố đảm bảo cho sản phẩm thành công khi tung ra thị trường, mức độ quan trọng của từng yếu tố, mức độ đáp ứng, năng lực của doanh nghiệp về từng yếu tố trên. Trên cơ sở đó ta có thể tính được đánh giá cuối cùng toàn diện về khả năng thành công khi đưa sản phẩm mới ra thị trường.

#### *Soạn thảo và thẩm định dự án*

Từ những ý tưởng về sản phẩm đã được chọn lựa chẳng hạn ý định xây dựng tour du lịch mạo hiểm leo núi chẳng hạn, đó mới là ý tưởng, là tư tưởng khái quát về sản phẩm, khách hàng không mua ý tưởng mà họ mua sản phẩm, tức là ý tưởng mới đó phải hình thành sản phẩm thực tiễn, từ các ý tưởng đó

phải hình thành được các phương án sản phẩm mới với các thông số cụ thể, hình thành nên một khái niệm cụ thể có khả năng thu hút du khách và có ý nghĩa với du khách. Như vậy điều đặt ra cho các nhà thiết kế, xây dựng sản phẩm du lịch và các nhà kinh doanh là phải có nhiệm vụ đưa ra các phương án để lựa chọn lấy một phương án nào đó tốt nhất. Có thể lấy ví dụ luôn về ý tưởng xây dựng tour du lịch leo núi mạo hiểm thì có thể đề ra các phương án như là xây dựng tour mạo hiểm đó với mức độ trang bị vừa phải, giá trung bình hay phương án xây dựng tour mạo hiểm đó với mức độ trang bị cao, mức độ mạo hiểm cao, chi phí, giá cao...

Từ các dự án đã hình thành như trên cần thẩm định từng dự án bằng cách đưa ra các thử nghiệm trên cùng một nhóm người tiêu dùng mục tiêu các dự án đã hình thành. Qua việc thẩm định, dựa trên ý kiến của khách hàng sẽ giúp cho ta lựa chọn được phương án có sức hấp dẫn nhất. Có thể lấy ví dụ năm 1994 tại Điện Biên có một số công ty về du lịch đã xây dựng những tour mới trong đó có tour để du khách nhả dù xuống Điện Biên có hướng dẫn, huấn luyện, song khi đưa ra thử nghiệm đã không thành công.

#### *Soạn thảo chiến lược marketing cho sản phẩm mới*

Khi đã xây dựng được sản phẩm du lịch rồi, dù nó có mới mẻ và có khả thi, thực tế bao nhiêu mà không đưa được các sản phẩm đó tới tay những du khách để thuyết phục họ tiêu dùng sản phẩm thì việc xây dựng và bán sản phẩm mới cũng không được cho là thành công. Sau khi thử nghiệm chọn được các phương án tốt nhất, bước tiếp theo là phải soạn thảo chiến lược marketing cho sản phẩm mới. Hầu hết các tác giả đều cho rằng bước này có 3 phần.

Phần thứ nhất sẽ mô tả về quy mô, cơ cấu, hành vi của thị trường mục tiêu, dự kiến định vị sản phẩm đối với khách hàng mục tiêu dựa trên những công cụ của marketing để tạo ra sự khác biệt là giá và quảng cáo, khuyến mại, xác định mức tiêu thụ, lợi nhuận dự kiến trong thời gian đầu...

Phần thứ hai là trình bày giá dự kiến, chiến dịch phân phối, ngân sách marketing cho thời gian đầu tiên.

Phần thứ ba là trình bày những dự kiến cho tương lai về mức tiêu thụ, lợi nhuận, marketing cho từng thời gian.

Đến đây có thể đánh giá được tính hấp dẫn của dự án kinh doanh sản phẩm mới, ước tính mức tiêu thụ, dự tính chi phí và lợi nhuận và xem xét chúng với mục tiêu của nhà thiết kế và xây dựng sản phẩm hay không. Nếu chúng thỏa mãn thì chuyển sang bước tiếp theo là thiết kế sản phẩm mới.

#### *Thiết kế sản phẩm mới*

Trong bước này phải biến các dự án trên thành sản phẩm hiện thực, bộ phận xây dựng chương trình, thiết kế phải đưa ra được một hay nhiều phương án hay mô hình hóa, phải tính toán, đưa ra được các thông số cụ thể cần thiết cho sản phẩm mới, chẳng hạn tour du lịch mấy ngày sẽ ăn ở đâu, ngủ ở đâu, nghỉ ở đâu, vui chơi giải trí ở đâu... toàn bộ hành trình của chuyến đi từ hướng dẫn viên đến bố trí nơi ăn nghỉ, phương tiện vận chuyển và các dịch vụ khác đều phải đưa ra cụ thể. Đối với các dịch vụ như khách sạn giai đoạn này phải thiết kế hết sức cụ thể các dịch vụ cơ bản và các dịch vụ bổ sung như cách thức phục vụ, phương án đầu tư trang thiết bị, các phương án làm cho các dịch vụ của khách sạn khác với các sản phẩm hiện tại và của đối thủ cạnh tranh. Khi các sản phẩm được thiết kế xong, phải đưa ra các thử nghiệm đối với khách hàng hay người tiêu dùng để biết được nhận xét hay đánh giá của họ.

#### *Thử nghiệm trên thị trường*

Thử nghiệm trên thị trường nhằm mục đích xem người tiêu dùng và các đại lý phản ứng như thế nào với sản phẩm mới và xem xét độ lớn của thị trường. Qua đó ta có thể thử nghiệm toàn bộ các công cụ marketing trên môi trường thực tế để có thể có những điều chỉnh cho phù hợp với từng điều kiện, hoàn cảnh cụ thể nếu không đạt được các kết quả như mong đợi. Để thử nghiệm, ban đầu ta có thể đưa ra các sản phẩm để bán trên thị trường giới hạn, hay chỉ bán qua số ít các đại lý, nhóm nhỏ khách hàng. Việc thử nghiệm trên thị trường có thể chọn một số địa bàn nhỏ để bán các sản phẩm du lịch mới. Đối tượng thử nghiệm vừa có thể là khách hàng, vừa là các nhà bán buôn hay các chuyên gia có kinh

nghiệm. Số lần thử nghiệm cũng cần được tính toán, cân đối với chi phí thử nghiệm và thời gian tiến hành để đảm bảo có được kết quả chắc chắn.

### *Thương mại hóa*

Sau khi thử nghiệm trên thị trường thì doanh nghiệp sẽ có quyết định có đưa ra sản phẩm kinh doanh và bán đại trà hay không. nếu quyết định đưa sản phẩm ra kinh doanh thì doanh nghiệp sẽ phải ký kết hàng loạt các hợp đồng với các doanh nghiệp đối tác, để cùng cung cấp các dịch vụ cho các chương trình du lịch mới. Giai đoạn này doanh nghiệp phải luôn thông qua 4 quyết định đó là:

Thời điểm nào thì tung sản phẩm mới ra thị trường, hoặc là tung ra đầu tiên, hay đồng thời, muộn hơn so với các đối thủ cạnh tranh và các vấn đề phụ khác như có chám dứt kinh doanh sản phẩm cũ hay không, hay chọn thời vụ du lịch mới đưa ra...?

Tung sản phẩm mới ra thị trường ở đâu, diện rộng hay hẹp và phải lưu ý đến các đối thủ cạnh tranh sẵn có?

Sản phẩm mới tung ra bán cho đối tượng khách nào?

Sản phẩm được tung ra thị trường bán như thế nào? các hoạt động hỗ trợ, xây dựng kế hoạch hành động cụ thể để tung ra sản phẩm ra thị trường?

Có thể nói rằng trong kinh doanh, nhất là trong môi trường du lịch ngày càng phát triển mạnh mẽ như hiện tại thì tất cả các doanh nghiệp tại thị trường Hà Nội luôn chịu một sức ép và mong muốn đưa ra thị trường những sản phẩm mới để kinh doanh liên tục và có hiệu quả hơn. Tuy nhiên thì phản ứng đáp lại của khách hàng ở các mức độ khác nhau tùy theo loại sản phẩm và đặc điểm người tiêu dùng. Các doanh nghiệp phải cố gắng thu hút khách hàng tiên phong. Do việc đưa ra các sản phẩm mới có tỉ lệ rủi ro cao nên khi quyết định kinh doanh sản phẩm mới nhất thiết phải trải qua các bước trên. Đặc biệt các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn, du lịch ở nước ta lại càng cần cẩn trọng hơn, tránh tình trạng đầu tư cho sản phẩm, dịch vụ mới tràn lan và dẫn tới thua lỗ kéo dài.

Ngày nay sản phẩm mới được xếp vào một trong mười bí quyết tiêu thụ sản phẩm đó là: Thông tin thị trường để nắm bắt thời cơ; hai là, sản phẩm mới

đề chiến thắng đối thủ; ba là, sản phẩm nổi tiếng để mở rộng thị trường tiêu thụ; bốn là, quảng cáo để thu hút khách; năm là, mở rộng mạng lưới tiêu thụ; sáu là, liên doanh tiêu thụ để tấn công vào thị trường; bảy là, định giá để kích thích nhu cầu; tám là, quan hệ công cộng để xây dựng hình tượng; chín là bao tiêu sản phẩm để tiêu thụ, mười là thành tâm phục vụ để đứng vững trên thị trường.

#### 1.2.4. Những yêu cầu trong xây dựng sản phẩm du lịch

##### 1.2.4.1. Yêu cầu về chất lượng

Ngày nay, trong môi trường kinh doanh du lịch thì mức độ cạnh tranh diễn ra ngày càng khốc liệt và gay gắt hơn đặc biệt là sự cạnh tranh về chất lượng sản phẩm du lịch giữa các công ty lữ hành với nhau. Như vậy vấn đề đặt ra là thế nào là sản phẩm du lịch chất lượng?

Sản phẩm du lịch được coi là có chất lượng đó là một sản phẩm mang lại cho du khách sự thoải mái, ở đó du khách có thể tìm thấy sự thích thú và thỏa mãn cũng như xứng đáng với đồng tiền và thời gian mà họ bỏ ra. Đồng thời nó cũng phải mang lại lợi nhuận tương xứng cho doanh nghiệp.

Khi xây dựng một sản phẩm du lịch người ta thường làm công tác thiết kế tour du lịch phải đặc biệt chú trọng tới việc giới thiệu sản phẩm với khách hàng như thế nào để sản phẩm đó có thể được chấp nhận và ngày càng chiếm được sự lựa chọn cũng như thu hút được đông đảo du khách tham gia hơn.

Những đòi hỏi về chất lượng trong sản phẩm du lịch của khách du lịch ngày càng cao. Nó có thể là đòi hỏi về giá cả phải hợp lý, các hoạt động trong chương trình du lịch phải hấp dẫn, bữa ăn phải ngon, phương tiện vận chuyển phải tốt, sang trọng, lịch sự... nhưng lại phải phù hợp với giá cả của sản phẩm du lịch đó.

Muốn thu hút được lượng khách tối đa, chiếm lĩnh được thị trường thì biện pháp hữu hiệu người làm công tác thiết kế và xây dựng sản phẩm du lịch cần ứng dụng và hoàn thiện các sản phẩm trong đó vì du khách nào cũng chuộng những sản phẩm hoàn hảo và có chất lượng cao.

#### *1.2.4.2. Yêu cầu về tính đa dạng*

Theo Luật Du Lịch Việt Nam, một điểm du lịch được xác định là nơi có một nguồn tài nguyên du lịch đặc sắc. Đây là cơ sở để hình thành nên sản phẩm du lịch. Tuy nhiên, trên một địa bàn hành chính, thường có nhiều nguồn tài nguyên du lịch khác nhau vì vậy cần phải nghiên cứu khai thác hiệu quả các nguồn tài nguyên để phát triển nhiều sản phẩm du lịch khác nhau, tạo sự đa dạng cho hệ thống sản phẩm bên cạnh sản phẩm du lịch chính. Du khách đến thăm một điểm du lịch với nhiều lí do: Văn hóa khác biệt với nơi họ ở, sự hấp dẫn và lâu đời của di tích lịch sử, các địa điểm tham quan đẹp, những tòa nhà nổi tiếng, các loại hình nghệ thuật đặc sắc của thế giới, những phong cảnh tự nhiên đặc sắc... Hơn nữa, thị trường du khách cũng khá đa dạng, do vậy có nhu cầu khác nhau. Cần nghiên cứu để xây dựng những sản phẩm sao cho đáp ứng được nhu cầu khác nhau của du khách. Do vậy đa dạng hóa sản phẩm du lịch luôn là yêu cầu thiết yếu để tăng sự hấp dẫn của du khách và kéo dài thời gian lưu trú của khách.

#### *1.2.4.3. Yêu cầu về tính đặc thù*

Mỗi một vùng miền, một địa phương, một khu vực đều có những nét riêng biệt thu hút du khách của các vùng khác tới thăm. Vì vậy, cần khai thác tối đa những nét đặc thù trong tài nguyên du lịch để xây dựng những sản phẩm du lịch mang tính đặc thù. Tính đặc thù chính là tính khác biệt của sản phẩm, là yếu tố quan trọng để sản phẩm có được tính cạnh tranh, thu hút khách nhiều hơn. Việc tạo ra sản phẩm du lịch mang tính đặc thù là yêu cầu quan trọng đảm bảo hiệu quả kinh doanh và phát triển du lịch của mỗi quốc gia, mỗi vùng miền.

#### *1.2.4.4. Yêu cầu về tính liên kết*

Sản phẩm du lịch là một tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong một chuyến đi du lịch, bởi vậy mà đòi hỏi sản phẩm du lịch phải có tính liên kết cao, các yếu tố trong một sản phẩm phải có mối quan hệ khăng khít song song tương tác hỗ trợ cho nhau.

Tính liên kết ở đây được thể hiện ở mối quan hệ hữu cơ của toàn bộ hệ thống sản phẩm. Nghĩa là khi xây dựng sản phẩm du lịch cần đặt nó trong mối



quan hệ tổng thể, tạo thuận lợi cho du khách khi lựa chọn sản phẩm du lịch. Điều này đặc biệt quan trọng, vì thông thường để tiết kiệm trong chi phí và di chuyển, khi lựa chọn một sản phẩm du lịch, du khách thường quan tâm đến các sản phẩm gần gũi với sản phẩm chính. Vì lý do đó, cần hết sức lưu ý tính liên kết trong khi xây dựng sản phẩm du lịch.

Đảm bảo tính liên kết còn có nghĩa là đảm bảo tính không lặp lại sản phẩm trong điểm đến và giữa các điểm đến gần gũi, tránh sự nhàm chán và lãng phí trong đầu tư. Chính vì thế, việc liên kết giữa các địa phương trong phát triển sản phẩm du lịch là một yêu cầu bức thiết và quan trọng.

### **Tiểu kết chương 1**

Tóm lại, chương 1 của khóa luận đã cố gắng tập hợp những vấn đề lý luận cơ sở về sản phẩm du lịch, bao gồm: khái niệm về sản phẩm du lịch; đặc điểm của sản phẩm du lịch; các yếu tố hợp thành của sản phẩm du lịch; đặc điểm của sản phẩm du lịch; các yêu cầu khi xây dựng sản phẩm du lịch; những yếu tố tác động đến quá trình xây dựng sản phẩm và phát triển sản phẩm du lịch mới...Nghĩa là toàn bộ những vấn đề lý thuyết về xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch. Đây sẽ là chương quan trọng để khóa luận căn cứ vào đó để đưa ra khái quát sản phẩm du lịch Hà Nội và đề xuất ý tưởng khai thác du lịch về đêm trong việc xây dựng sản phẩm du lịch mới cho Thủ Đô Hà Nội.

## CHƯƠNG 2

### THỰC TRẠNG SẢN PHẨM DU LỊCH HÀ NỘI

#### 2.1. Khái quát tài nguyên du lịch Hà Nội

Hà Nội nằm ở vị trí trung tâm Bắc Bộ, là một thành phố lớn nằm ở hai bên bờ sông Hồng trên vùng đồng bằng trù phú và nổi tiếng từ lâu đời. Hà Nội có vị trí và địa thế đẹp, là trung tâm văn hóa, chính trị và kinh tế của cả nước. Hà Nội ngàn năm văn hiến, chứa đựng trong nó với bề dày lịch sử lâu đời nên cũng là nơi thu hút khách du lịch tới thăm. Hà Nội có nhiều tài nguyên du lịch để phát triển kinh tế nói chung và phát triển du lịch nói riêng.

##### 2.1.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên

Về địa hình, với diện tích sau khi đã được mở rộng địa giới hành chính vào tháng 8/2008 là 3.324,92 km<sup>2</sup> gồm 1 thị xã, 10 quận và 18 huyện và dân số năm 2009 là 6.448.837 (người), Hà Nội nằm ở phía Tây Bắc của vùng đồng bằng châu thổ sông Hồng. Hà Nội tiếp giáp với các tỉnh Thái Nguyên, Vĩnh Phúc ở phía Bắc, Hà Nam, Hòa Bình phía Nam, Bắc Giang, Bắc Ninh và Hưng Yên ở phía Đông, Hòa Bình, Phú Thọ phía Tây.

Địa hình Hà Nội nhìn chung thấp dần theo hướng từ Bắc xuống Nam và từ Tây sang Đông với độ cao trung bình từ 5 đến 20m so với mực nước biển. Nhờ có phù sa bồi đắp, ba phần tư diện tích tự nhiên của Hà Nội là đồng bằng, nằm ở hữu ngạn sông Đà, hai bên sông Hồng và các chi lưu các con sông khác. Phần diện tích đồi núi phần lớn thuộc các huyện Sóc Sơn, Ba Vì, Quốc Oai, Mỹ Đức, với các đỉnh như Ba Vì cao 1.281 m, Gia Dê 707 m, Chân Chim 462 m, Thanh Lanh 427 m, Thiên Trù 387 m... khu vực nội thành có một số gò đồi thấp như gò Đống Đa, núi Nùng.

Nhìn chung địa hình Hà Nội tương đối đơn giản so với nhiều khu vực khác ở miền Bắc nhưng cũng khá đa dạng làm nền tảng cho cảnh quan tự nhiên, tạo nét độc đáo cho tài nguyên du lịch Hà Nội.

## Xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách nước ngoài trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long

---

Khí hậu Hà Nội tiêu biểu cho vùng Bắc Bộ với đặc điểm của khí hậu nhiệt đới gió mùa ẩm, mùa hè nóng, mưa nhiều và mùa đông lạnh, ít mưa. Thuộc vùng nhiệt đới, Hà Nội quanh năm tiếp nhận lượng bức xạ mặt trời rất dồi dào và có nhiệt độ cao. Và do chịu sự ảnh hưởng của biển, Hà Nội có độ ẩm và lượng mưa khá lớn. Khí hậu Hà Nội có đủ 4 mùa xuân, hạ, thu, đông. Sự luân chuyển của các mùa làm cho khí hậu nơi đây càng thêm phong phú và đa dạng mang những nét riêng, khách du lịch có thể tới thăm Hà Nội quanh năm.

Về tài nguyên nước của Hà Nội: nói đến Hà Nội không thể không nhắc tới vẻ đẹp của những sông Hồ. Hà Nội là thành phố gắn liền với những dòng sông trong đó sông Hồng là lớn nhất. Đây là con sông chính của thành phố bắt đầu chảy vào địa phận Hà Nội ở huyện Ba Vì và ra khỏi thành phố ở khu vực huyện Phú Xuyên tiếp giáp Hưng Yên. Đoạn sông Hồng chảy qua Hà Nội dài 163 km chiếm khoảng 1/3 chiều dài của con sông này trên đất Việt Nam. Hà Nội còn có sông Đà là ranh giới giữa Hà Nội và Phú Thọ, hợp lưu với dòng sông Hồng ở phía Bắc thành phố tại huyện Ba Vì. Ngoài ra. Ngoài sông Hồng, trong địa phận Hà Nội còn có sông Tô Lịch, sông Kim Ngưu, sông Đuống, sông Cà Lồ...



Hà Nội là thành phố với nhiều đầm hồ, dấu vết còn lại của các dòng sông cổ với hơn 3.600 ha ao, hồ, đầm. Thiên nhiên đã rất ưu đãi cho Hà Nội khi ban tặng nơi đây khá nhiều Hồ nước giữa thành phố tạo nên cảnh quan



đẹp tuyệt. Tiêu biểu trong nội thành là hồ Tây với diện tích khoảng 500 ha, đóng vai trò quan trọng trong điều hòa thủy văn và là tài nguyên du lịch tự nhiên của Hà Nội. Nói đến Hà Nội ta nhớ tới ngay Hồ Gươm mà người dân nơi đây hay

gọi là lá phổi xanh nằm giữa trung tâm của Thành Phố, nơi đây gắn liền với truyền thuyết thiêng liêng, là điểm du lịch văn hóa đặc sắc luôn giữ vị trí đặc biệt quan trọng đặc biệt về ý nghĩa lịch sử và phát triển du lịch Hà Nội. Thủ Lệ, Thiên Quang... và những hồ đầm khác như Kim Liên, Linh Đàm, Suối Hai,..

Thảm cây xanh Hà Nội: Một trong nhiều lí do để du khách yêu mến các thành phố của Việt Nam, đặc biệt ở Hà Nội là những tán lá xanh mướt, những con đường rợp bóng cây. Một đặc điểm của cấu trúc không gian đô thị Hà Nội là có nhiều mặt nước và cây xanh. Nhiều người đã ví Hà Nội là thành phố của sông hồ và cây cối. Mặt nước, sông, hồ đã trở thành thân quen với người Hà Nội và tạo nét đặc trưng riêng về tài nguyên du lịch tự nhiên của thủ đô luôn gây ấn tượng tốt với du khách.

Hà Nội có tới trên 30 vườn hoa, công viên và có tới 377 ha thảm cỏ, hàng chục ngàn mét vuông hàng rào cây xanh với đường đi dạo, tượng đài, bể phun nước làm tăng thêm vẻ đẹp Thủ Đô. Hà Nội còn có thể được gọi là thành phố “xanh” với trên 200 ngàn cây xanh bao gồm 46 loài cây khác nhau như xà cừ, bàng, sấu, phượng, hoa sữa... trải khắp phố phường Hà Nội.

Tất cả những điều đó đã mang tới cho Hà Nội một nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên vô cùng phong phú và đa dạng mang đặc trưng riêng mà không phải nơi đâu cũng có được. Đó là điều kiện và nền tảng để du lịch Hà Nội ngày càng phát triển mạnh mẽ hơn nữa hiện tại và tương lai.

#### 2.1.2. Tài nguyên du lịch nhân văn

Là một thành phố có bề dày lịch sử, Hà Nội có hệ thống tài nguyên du lịch nhân văn vô cùng phong phú với hệ thống các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể mang giá trị truyền thống, các di tích khảo cổ, các di tích lịch sử, các công trình kiến trúc, các làng nghề truyền thống tạo



nên một mảng màu sắc đa dạng về văn hóa của Hà Nội vừa huyền bí vừa mang

dáng dấp của vẻ đẹp hiện đại.

Về di tích lịch sử văn hóa, trong khu vực Hà Nội hiện có trên 500 di tích được xếp hạng cấp quốc gia. Mật độ di tích của Hà Nội hiện nay thuộc loại cao nhất cả nước. Di tích kiến trúc cổ Hà Nội đa dạng và phong phú, có niên đại trải dài từ trước Công Nguyên cho đến các triều đại nhà Đinh, Lê, Lý, Trần, Nguyễn, hiện nay tại Hà Nội có trên 2000 di tích lịch sử văn hóa cổ trong đó có trên 700 di tích đình, trên 200 di tích đền, trên 100 di tích miếu và trên 800 di tích chùa...[theo nguồn của sở văn hóa Hà Nội ]

Ngoài chùa là hệ thống các đền đài thờ phụng các anh hùng dân tộc, các Thánh mà trong tâm thức dân gian cho là thiêng liêng, tiêu biểu là đền thờ Hai Bà Trưng, đền Kim Mã thờ Phùng Hưng, đền thờ Trần Hưng Đạo... Nổi tiếng khắp cả nước là Văn Miếu Quốc Tử Giám được xây dựng năm 1070 là nơi thờ Khổng Tử là người sáng lập ra nho giáo, và là trường đại học đầu tiên ở Việt Nam, ngày nay là một trong những điểm du lịch thu hút khách tới thăm nhất tại Hà Nội.



Về di tích khảo cổ: Hà Nội ngàn năm văn hiến đã để lại cho đời sau nhiều di tích khảo cổ mà đến nay các nhà khảo cổ học đã dốc công đi tìm kiếm mà vẫn chưa tìm được hết những cổ vật đó. Những di tích khảo cổ đó là một tài sản quý giá của cả quốc gia, nó đánh dấu thời kỳ lịch sử dựng nước của dân tộc Việt Nam. Hiện nay ở Hà Nội còn giữ lại khá nhiều các di tích khảo cổ vẫn còn đang được nghiên cứu như: Hoàng Thành Thăng Long, Thành Cổ Loa, một số di tích khảo cổ học dưới mặt đất như lò nung gốm ở xã Xuân Thu( Sóc Sơn), đồ gốm men, sành sứ, mảnh ống bễ, mộ Hán ở các xã Đông Hội, Xuân Canh( Đông Anh),... Riêng Thành Cổ Loa được các nhà khảo cổ đánh giá là “tòa thành cổ nhất, quy mô lớn nhất vào bậc nhất, cấu trúc cũng thuộc loại độc đáo nhất trong lịch sử xây dựng thành lũy của người Việt cổ”.

Di tích khảo cổ hiện nay thành phố và các nhà khảo cổ cũng đang rất quan tâm đó là Hoàng Thành Thăng Long hiện vẫn đang được khai quật và nghiên cứu. Các nhà khảo cổ đã phát hiện trong Hoàng Thành Thăng Long nhiều di tích đặc biệt nghiêm trọng và có giá trị khoa học cao về lịch sử văn hóa Thăng Long. Đây là lần đầu tiên chúng ta nhìn thấy tận mắt một phần diện mạo cực kỳ phong phú và to đẹp của các cung điện ở trong Hoàng Thành Thăng Long thời Lý – Trần – Lê.

Về các làng nghề truyền thống và lễ hội: Hiện nay Hà Nội có hơn 1160 làng có nghề thủ công, trong đó hơn 200 làng nghề đã được nhà nước công nhận danh hiệu làng nghề với nhiều nghề truyền thống có giá trị như: làng gốm, sơn mài, khảm trai, điêu khắc, thêu ren, tơ lụa, điêu khắc đá, gỗ, hàng song, mây, tre, nón lá, rèn, đúc... Thành phố Hà Nội trước kia vốn đã nổi tiếng với những làng nghề phong phú, thể hiện qua câu thành ngữ quen thuộc “ Hà Nội 36 phố phường”. Theo thời gian, bộ mặt đô thị của khu phố cổ đã có nhiều thay đổi, nhưng những con phố nơi đây vẫn giữ nguyên những cái tên thuở trước và không ít trong số chúng vẫn còn là nơi buôn bán, kinh doanh những mặt hàng truyền thống cũ. Sau khi Hà Tây được sát nhập vào Hà Nội, thành phố còn có thêm nhiều làng nghề danh tiếng khác. Theo số liệu cuối năm 2008 toàn Hà Nội có 1.264 làng nghề, là nơi tập trung làng nghề đông đúc bậc nhất Việt Nam.

Tuy Hà Nội có khá nhiều làng nghề truyền thống, song chỉ còn tồn tại một số làng nghề còn được đưa vào khai thác du lịch như: một số làng nghề trong khu phố Cổ, làng gốm Bát Tràng, làng lụa Vạn Phúc... nếu muốn phát triển được loại hình du lịch làng nghề truyền thống thì các nhà quản lý cần phải có các biện pháp phục hồi và tôn tạo các làng nghề này. Để từ đó thu hút được khách du lịch tới thăm và sẽ tạo được những sản phẩm du lịch đặc thù cho thủ đô Hà Nội.

Về ẩm thực tại Hà Nội cũng rất đa dạng, phong phú và đặc sắc. Trong kho tàng văn hóa phi vật thể Hà Nội các giá trị về văn hóa ẩm thực chiếm một vị trí rất đáng kể. Chính những giá trị này đã góp phần sâu sắc để định hình nên bản

sắc văn hóa Hà Nội. Phong vị Hà Nội đã được nhắc đến khá nhiều với các món ăn được coi là đặc sản Hà Nội như chả cá Lã Vọng, xôi lúa Tương Mai, cốm làng Vòng, bánh cuốn Thanh Trì, rượu Mơ... tất cả đã góp phần làm cho Hà Nội trở thành khó quên đối với những ai đã từng một lần đặt chân tới Hà Nội. Từ xa xưa khu phố cổ vẫn là nơi tập trung những hàng ăn có tiếng, những món ăn cổ truyền đặc sắc của người Hà Nội như phở Hà Nội, cốm làng Vòng, chả cá Lã Vọng, bánh cuốn Thanh Trì, ...

Về các giá trị văn hóa dân gian: Hà Nội không chỉ có bề dày lịch sử, phong phú về các di tích lịch sử, các làng nghề truyền thống, mà các loại hình văn hóa dân gian cũng rất đa dạng. Hiện nay, các giá trị văn hóa dân gian Hà Nội còn lại như: múa rối nước, hát ca trù, hát chèo, hát tuồng... các loại hình này rất độc đáo và mang giá trị nghệ thuật cao.

Hà Nội chính là nơi đã mang lại sự hồi sinh cho nghệ thuật múa rối nước truyền thống. Hiện nay, trong chương trình du lịch city tour dành cho khách du lịch (đặc biệt là khách du lịch nước ngoài) phần lớn luôn bao gồm các chương trình xem múa rối nước tại nhà hát múa rối nước Thăng Long. Ngoài ra các nhà hát tuồng, nhà hát chèo ở Hà Nội, nơi bảo tồn, đào tạo và phát triển nghệ thuật ca kịch dân tộc, các nhà hát này thường xuyên công diễn các vở lịch kinh điển.

Tuy nhiên. ở Hà Nội còn có rất nhiều loại hình văn hóa nghệ thuật dân gian để thu hút khách du lịch, song hiện nay thì các tour du lịch có kèm theo các loại hình văn hóa dân gian này còn rất nhàm chán bởi sự lặp lại, và tổ chức kém, còn đơn điệu và không có nhiều sự lựa chọn cho khách. Chính vì vậy mà các nhà làm nghệ thuật nên kết hợp với những nhà kinh doanh du lịch để đưa ra các loại hình văn hóa nghệ thuật khác nhau để thu hút được khách du lịch hơn và còn để góp phần quảng bá thương hiệu du lịch Việt Nam ra bạn bè thế giới.

Hà Nội còn có một nguồn tài nguyên du lịch nhân văn vô cùng quý giá nữa đó là khu phố cổ. Khu phố cổ Hà Nội phân bố trên một khu vực hình tam giác, bao gồm các phố hẹp, ngang dọc theo kiểu bàn cờ. Đây là khu buôn bán lâu đời mang tính truyền thống với bề dày lịch sử gần 1000 năm. Đến Hà Nội



mà không tới phố cổ thì đó là một điều vô cùng đáng tiếc. Phần lớn các khu phố cổ này mang tên gọi của các mặt hàng sản xuất hay kinh doanh tại đó như : Hàng Đường, Hàng Bạc, Hàng Mã... Trước đây phố Hàng Đào, Hàng Ngang chỉ buôn bán tơ lụa nhưng ngày nay trở thành khu mua sắm có cả quần áo may sẵn được diễn ra cả vào ban ngày và ban đêm với các mặt hàng khác nữa.

Khu phố cổ Hà Nội nổi tiếng với lối kiến trúc nhà ống dài và sâu, những con đường đông đúc người qua lại không bao giờ ngớt, những đền chùa với mái cong mềm mại. Điều đó tạo nên một không gian đô thị mang sắc màu huyền thoại, thiêng liêng khiến cho du khách cảm thấy càng thêm hấp dẫn và lôi cuốn.

Ngoài khu phố cổ, Hà Nội còn có khu phố cũ, bao gồm 3 khu: khu nhượng địa, khu thành cổ, và khu Nam hồ Gươm. Đây cũng là nơi du khách rất thích tản bộ ngắm cảnh quan bởi vì khu phố này có nhiều kiến trúc cổ có giá trị.

Khu nhượng địa hình chữ nhật, nguyên là đồn thủy quân của tỉnh Hà Nội cổ. Đây là công trình kiến trúc kiểu "chính thống", mái lợp đá ngói đen mặt có hành lang chạy bốn xung quanh, nhà cuốn hình cung.

Khu thành cổ gồm các phố Phan Đình Phùng, Hùng Vương, Hoàng Diệu, Điện Biên Phủ, Lê Hồng Phong, Chu Văn An, Trần Phú. Ở đây có các biệt thự theo kiến trúc miền Bắc nước Pháp, mái dốc, các chi tiết trang trí ở cửa, ở nóc diêm dúa, tỉ mỉ thể hiện sự công phu và cẩn thận, kiên trì của người làm nên nó.

Khu nam hồ Gươm là một hình chữ nhật mà hai cạnh dài này là Tràng Thi – Tràng Tiền và Trần Hưng Đạo, hai cạnh ngang là Phan Bội Châu và Phan Chu Trinh. Ở đây có Nhà Hát Lớn xây dựng năm 1902 theo kiểu Pháp, có phố Tràng Tiền nay là trung tâm mua sắm lớn của Hà Nội. Ngoài ra Hà Nội hiện đang sở hữu một nguồn tài nguyên du lịch nhân văn vật thể và phi vật thể vô cùng phong phú và có ý nghĩa lớn đối với lịch sử và quốc gia khác nữa. Điều đó góp phần càng làm tăng thêm vẻ hấp dẫn du khách tới khám phá Hà Nội và tạo cho Hà Nội những nét riêng biệt xứng tầm là thủ đô lịch sử nhưng đầy tráng lệ của Việt Nam.

## **2.2. Khái quát về các sản phẩm du lịch Hà Nội**

Theo khái niệm về sản phẩm du lịch của Luật Du Lịch Việt Nam “*Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch*”. Tuy nhiên trong phạm vi khóa luận này thì sản phẩm du lịch được hiểu và đề cập đến là các loại hình du lịch có thể tổ chức trong phạm vi Hà Nội. Theo đó, hệ thống sản phẩm du lịch hiện có tại Hà Nội có các sản phẩm là:

### **❖ City tour (du lịch tham quan thành phố)**

Bất cứ du khách nào đến Hà Nội lần đầu đều muốn tham gia vào tour này. Vì đây là một tour khá phổ biến – tour khám phá Hà Nội, cung cấp cho du khách những thông tin cần thiết, giúp du khách hiểu về văn hóa, lịch sử và con người Hà Nội. Tham gia vào tour này, du khách được tham quan các di tích, các danh lam thắng cảnh tiêu biểu của Hà Nội như Hồ Hoàn Kiếm và Đền Ngọc Sơn, Văn Miếu Quốc Tử Giám – trường đại học đầu tiên ở Việt Nam; thăm Lăng chủ tịch Hồ Chí Minh và chùa Một Cột – công trình kiến trúc Phật giáo độc đáo được xây dựng vào thời nhà Lý. Ngoài ra du khách có cơ hội được ngồi trên xích lô tham quan khu phố cổ Hà Nội – Một trong những trung tâm thương mại lớn của Hà Nội nổi tiếng với ba mươi sáu phố phường với các làng nghề truyền thống; Có cơ hội thưởng thức các món ăn ngon đặc sắc của Hà Nội và các loại hình văn hóa dân gian truyền thống.

Đến với tour du lịch này du khách có thể tham quan phố phường Hà Nội theo các tour cơ bản như sau:

- Chương trình 1: Hồ Gươm – Hàng Ngang – Hàng Đào – Quán Thánh – Hồ Tây
- Chương trình 2: Hồ Gươm – Tràng Thi – Hồ Tây
- Chương trình 3: Đền Ngọc Sơn – thăm khu phố cổ Hà Nội – Qua chợ Đồng Xuân – thăm khu thành cổ lâu đời – thăm Lăng và Viện bảo tàng – Nhà sàn Chủ tịch Hồ Chí Minh – chùa Một Cột . Đền Quán Thánh – chùa Trấn Quốc – bảo tàng dân tộc – Văn Miếu Quốc Tử Giám

- Chương trình 4: Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh và Bảo tàng Hồ Chí Minh – chùa Một Cột – Văn Miếu Quốc Tử Giám – hồ Hoàn Kiếm và đền Ngọc Sơn – bảo tàng Dân tộc học Việt Nam và khu phố cổ
- Chương trình 5: Lăng và bảo tàng Hồ Chí Minh – chùa Một Cột – Văn Miếu – bảo tàng Mỹ Thuật – tham quan bảo tàng dân tộc học Việt Nam – hồ Hoàn Kiếm - Đền Ngọc Sơn và khu phố cổ.

Hiện nay, tour du lịch tham quan thành phố đang dần trở nên nhàm chán với du khách và đứng trước nhiều thách thức và khó khăn mới nảy sinh, một phần là do sự nhàm chán về sự lặp lại giống nhau giữa các chương trình, phần khác do sự xâm hại các di tích lịch sử của các hoạt động kinh doanh và buôn bán, sự xuống cấp của tài nguyên mà không được nhà quản lí



bảo tồn và nâng cấp. Trong điều kiện nền kinh tế phát triển, các hoạt động buôn bán kinh doanh càng diễn ra mạnh mẽ trong khu phố cổ – một trong những trung tâm thương mại lớn của Hà Nội. Điều đó gây ảnh hưởng lớn đối với việc giữ gìn và bảo tồn giá trị truyền thống, làm cho các khu phố cổ trở nên quá tải, ngày càng xuống cấp. Mặc dù đã có những dự án, chính sách cải tạo, bảo tồn khu phố cổ nhưng chưa thực sự có hiệu quả vì thiếu sự hợp lý và phối hợp hành động của các ban ngành quản lí với người dân sống trong khu phố cổ. Có lẽ đây chính là nguyên nhân dẫn đến loại hình du lịch này không còn thu hút được khách du lịch.

#### ❖ Du lịch bảo tàng

Hà Nội có hệ thống các viện bảo tàng phong phú và lớn nhất cả nước, có tới 6 bảo tàng cấp TW. Đây là điều kiện thuận lợi để phát triển một loại sản phẩm du lịch độc đáo và có ý nghĩa là du lịch tham quan các viện bảo tàng. Hệ thống bảo tàng được phân bố trong thành phố, chúng là những bằng chứng sinh

## Xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách nước ngoài trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long

---

động phản ánh một cách tập trung và toàn diện lịch sử hào hùng và năng lực sáng tạo của đại gia đình các dân tộc Việt Nam trong sự nghiệp dựng nước và giữ nước với bảo tàng Lịch Sử Việt Nam và bảo tàng Cách Mạng Việt Nam, bảo tàng Hồ Chí Minh, bảo tàng Dân Tộc Học Việt Nam, bảo tàng Hà Nội... và các bảo tàng chuyên ngành như bảo tàng quân đội nhân dân Việt Nam, bảo tàng Mỹ Thuật Việt Nam, bảo tàng Phòng Không Không Quân...



Tùy vào từng mục đích và sở thích du khách có thể có những lựa chọn cho mình khi muốn tới thăm một bảo tàng nào đó. Nếu muốn tìm hiểu về lịch sử dựng nước và giữ nước của người Việt Nam từ thuở đầu đến ngày ra đời nước Việt Nam dân chủ cộng hòa, du khách có thể đến thăm bảo tàng Lịch Sử, đến với các sưu tầm về hoạt động cách mạng của Hồ Chí Minh và các lãnh tụ khác, sưu tập sách báo Đảng, sưu tập vũ khí của bảo tàng Cách Mạng tái hiện lịch sử đấu tranh của nhân dân Việt Nam chống thực dân Pháp, phát xít Nhật, đế quốc Mỹ, chống phong kiến để dành lại nền độc lập tự do, tất cả trở thành một hệ thống giúp du khách có thể tìm lại cho mình một cảm giác hay chút khoảnh khắc của lịch sử Việt nam.

Du khách cũng có thể lựa chọn đến với những sưu tập nghệ thuật của các dân tộc ít người, sưu tập điêu khắc gỗ cổ, sưu tập ba mươi năm nghệ thuật sơn mài, sưu tập tranh dân gian bảo tàng Mỹ Thuật Việt Nam là một kho báu của nền tạo hình Việt Nam. Viện bảo tàng Quân Đội là một minh họa tương đối đầy đủ cho ý chí “không có gì quý hơn độc lập tự do” của nhân dân Việt Nam.

Một bảo tàng không thể bỏ qua khi tới thăm Hà Nội đó là bảo tàng Dân Tộc Học Việt Nam. Đây là một bảo tàng có diện tích lớn hơn cả so với các bảo tàng khác. Nơi đây hiện trưng bày các hiện vật tiêu biểu của 54 dân tộc Việt Nam. Du khách tới đây sẽ được khám phá về lối sống, thói quen, phong tục tập quán của từng dân tộc ở từng vùng miền khác nhau trên mọi miền đất nước Việt Nam.

Có thể nói đây là sản phẩm du lịch rất có ý nghĩa nhưng số lượng khách đến tham quan còn khá khiêm tốn chủ yếu là khách du lịch quốc tế, những người có nhu cầu tìm hiểu về văn hóa Việt Nam, những người có nhu cầu học tập,...

#### ❖ Du lịch di tích lịch sử văn hóa

Hà Nội vốn rất nổi tiếng với nguồn tài nguyên du lịch nhân văn vô cùng phong phú mà trong đó có hệ thống các di tích lịch sử văn hóa có ý nghĩa to lớn đối với lịch sử và dân tộc Việt Nam. Nói tới Hà Nội là khách thập phương thường nhớ tới một Hà Nội cổ kính, linh thiêng hào hoa trong sự hiện đại của nền kinh tế đang ngày càng phát triển hay nhớ tới lịch sử hào hùng của dân tộc Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng. Dòng lịch sử Hà Nội gắn với hệ thống các di tích lịch sử ấy đã đi vào thơ ca, phim ảnh và cả trong trí nhớ mỗi người con của tổ quốc Việt Nam thân yêu. Thế hệ trẻ ngày nay luôn nhớ những hình ảnh thật sống động về Hà Nội qua thước phim “Em Bé Hà Nội” của đạo diễn Hải Ninh, hay những bài hát về Hà Nội như “ Hà Nội đêm trở gió” của Trọng Đài, “Hà Nội mùa vắng những cơn mưa” của Trương Quý hải...tất cả làm nên một Hà Nội thật đẹp và đáng trân trọng.

Du khách có thể tự đi hoặc, sẽ thật dễ dàng để tìm mua cho mình một tour du lịch tham quan các di tích lịch sử tại Hà Nội với giá vừa phải và không mất nhiều thời gian để có thể tới thăm một số điểm di tích lịch sử tiêu biểu của Hà Nội như Chùa Một Cột (Diên Hựu), ngôi chùa cổ có kiến trúc thật đặc biệt chỉ có duy nhất một gian nằm trên một cột đá nằm giữa hồ Linh Chiểu có trồng hoa sen, trong thờ tượng Phật Bà Quan Âm. Truyền thuyết kể lại rằng ngôi chùa này được xây dựng dựa theo giấc mơ của Vua Lý Thái Tông theo gợi ý thiết kế của nhà sư Thiên Tuệ năm 1049. Đây là một trong những ngôi chùa được đánh giá là



cổ nhất Việt Nam còn gìn giữ được đến ngày nay. Chùa được xây dựng theo lối kiến trúc gần giống kiến trúc nhà Hậu Lê rất độc đáo gợi hình tượng một bông sen vươn lên khỏi mặt ao sen rất gây ấn tượng với khách du lịch tới đây đặc biệt là khách nước ngoài. Chùa Một Cột đã được chọn làm một trong những biểu tượng của thủ đô Hà Nội, đặc biệt biểu tượng chùa Một Cột còn được thấy ở mặt sau của đồng tiền kim loại 5000 đồng của Việt Nam. Hiện nay ở một số nơi khách du lịch nếu không tìm hiểu có thể lẫn chùa Một Cột ở Hà Nội với một số chùa ở nơi khác như chùa Nhất Trụ (chùa Một Cột) ở Cổ Đô Hoa Lư – Ninh Bình được xây dựng trước cả Chùa Một Cột tại Hà Nội gắn với tên tuổi của Vua Lê Đại Hành.

Ngoài ra du khách cũng nên tới thăm quần thể di tích đa dạng và phong phú hàng đầu của Hà Nội đó là Văn Miếu Quốc Tử Giám nằm ở phía Nam kinh thành Thăng Long thời nhà Lý. Trước kia là nơi dựng các tấm bia ghi tên những nguwoif đỗ tiến sĩ và thu nhận các học trò giỏi. Nay là nơi tham quan của người trong và ngoài nước và còn là nơi mà các sĩ tử thường tới “cầu may” trước mỗi kỳ thi quan trọng.

Văn Miếu được xây dựng từ “tháng 8 năm Canh Tuất (1070) tức năm Thần Vũ thứ hai đời Lý Thánh Tông, đắp tượng Chu Công, Khổng Tử và Tứ phối vẽ tranh tượng Thất thập nhị hiền, bốn mùa cúng tế. Hoàng thái tử đến đây học”. Năm 1076, Lý Nhân Tông cho lập trường Quốc Tử Giám, có thể coi đây là trường đại học đầu tiên ở Việt Nam. Ban đầu trường chỉ dành riêng cho con vua và con các bậc đại quyền quý nên gọi tên là Quốc Tử. Từ năm 1253, vua Trần Thái Tông cho mở rộng Quốc Tử Giám và thu nhận cả con cái các nhà thường dân có sức học xuất sắc. Văn Miếu được sửa nhiều lần tới năm 802 thì vua Gia Long cho xây thêm Khuê Văn Các. Trải qua nhiều sự kiện lịch sử ngày nay Văn Miếu Quốc Tử Giám là nơi thu hút rất nhiều khách du lịch hàng ngày.

Ngoài ra du khách có thể thăm quan một số các di tích lịch sử khác tại Hà Nội như: Quảng Trường Ba Đình – Lăng Chủ Tịch Hồ Chí Minh, Nhà 48 Hàng Ngang ( nơi Hồ Chí Minh đã viết bản tuyên ngôn độc lập Việt Nam), nhà 5D Hàm Long (nơi thành lập Chi Bộ Đảng Cộng Sản đầu tiên), Thành Cổ Hà Nội,

Thành Cổ Loa, Tượng Đài Chiến Thắng B52,... Trong khu vực nội thành Hà Nội, du khách sẽ không mất nhiều thời gian để có thể thăm nhiều di tích lịch sử nói trên bởi chúng nằm khá gần nhau và giao thông đi lại cũng có nhiều phương tiện để du khách lựa chọn tùy vào sở thích của mỗi người.

### ❖ Du lịch ngắm cảnh

Hà Nội vào ban ngày khách du lịch thường đã quen với sự náo nhiệt trong nhịp sống khá nhanh dưới sự phát triển kinh tế nhưng vẫn không quên khoác lên mình thành phố vẻ đẹp linh thiêng, bình yên trong nét cổ kính của thủ đô ngàn năm lịch sử. Du khách khi có dịp ở lại qua đêm tại Hà Nội sẽ càng cảm thấy thú vị và bị cuốn hút hơn nếu được tham gia một hành trình du lịch tham quan ngắm cảnh đêm ở một số nơi tại Hà Nội. Hà Nội về đêm mang vẻ đẹp đến thú vị càng được nổi bật hơn và hấp dẫn hơn khi hiện lên dưới những ánh đèn đủ màu sắc của đường phố thấp thoáng dưới những tán lá cây già nhiều năm tuổi đứng nghiêng mình che cho những con đường thủ đô bao đời trên khắp phố phường Hà Nội.

Với một khoảng thời gian không nhiều vào buổi tối nghỉ tại Hà Nội du khách có thể tìm cho mình những khoảng trời thật riêng tư dạo bộ trên những con đường Hà Nội, nhất là khi sắc trời đang sắp chuyển mùa về Thu khiến những hàng cây hai bên phố như Hoàng Diệu, Đinh Tiên Hoàng, tinh nghịch thả những chiếc lá vàng rơi bay theo những làn gió thoảng nhẹ làm cho người qua đây có cảm giác thật lãng mạn và tâm hồn nhẹ nhàng thư thái hơn, trẻ hơn rất nhiều.

Du khách cũng có thể chọn cho mình một phương tiện giao thông phù hợp để tự đi như bằng xích lô khám phá đường phố Hà Nội vào buổi tối hoặc chọn cho mình một tour giá không quá cao so với mức thu nhập của Việt Nam để tham quan ngắm cảnh một số nơi tại Hà Nội khi mặt trời đã lặn. Một số nơi du khách có thể tới có rất nhiều có thể là khu vực Hồ Hoàn Kiếm, Đền Ngọc Sơn, Hồ Tây, hay ngắm cảnh chợ đêm Phố Cổ,... Tuy nhiên nếu du khách không có nhiều thời gian ở lại Hà Nội nhiều đêm thì có thể chọn tham quan ngắm cảnh khu vực Hồ Hoàn Kiếm vì nó rất gần với khu phố cổ để du khách có thể vừa ngắm cảnh vừa tham gia mua sắm cho mình và gia đình những món quà lưu niệm.

Khu vực Hồ Hoàn Kiếm không chỉ là khu trung tâm của quận mà còn là

của thủ đô Hà Nội. Sở dĩ nó chiếm được vị trí quan trọng trong lịch sử phát triển của thủ đô, trở thành niềm tự hào và say mê, quan tâm sâu sắc trong lòng mọi người cả nước như ngày hôm nay bởi trong khu này đã và đang chứa đựng một hệ thống giá trị di sản lịch sử, văn hóa nghệ thuật, kiến trúc vô cùng to lớn, chứa đựng một giá trị lịch sử lâu dài. Nó đã chứng kiến biết bao sự kiện lịch sử hào hùng của dân tộc trong sự nghiệp chống giặc ngoại xâm giữ nền độc lập cho nước ngoài. Nói cách khác nó mang trong mình 1000 năm lịch sử dựng nước và giữ nước của dân tộc Việt Nam. Cũng là một trong ít nơi buôn bán sầm uất nhất của cả nước từ trước đến nay và là gương mặt của đất nước trong quan hệ đối ngoại.

Khu vực này nằm trong khu phố cũ của quận Hoàn Kiếm gồm các phường Cửa Nam, Trần Hưng Đạo, Phan Chu Trinh, Tràng Tiền, Tràng Thi, Đinh Tiên Hoàng, Cầu Gỗ, Lý Thái Tổ, Hàng Bông, Hàng Trống, Hàng Bài. Nhiều loại công trình kiến trúc đẹp như nhà biệt thự, công sở, nhà hát, cửa hàng, khách sạn, bảo tàng, thư viện... Tất cả những con phố trên đều mang trong nó một giá trị lịch sử lâu đời. Không phải hiển nhiên mà nó tồn tại ở đó 1000 năm mà nó là chứng tích của 1000 năm lịch sử phát triển của dân tộc. Đặc biệt là các công trình như nhà hát, biệt thự kiểu Pháp, thư viện quốc gia... đều là những công trình có kiến trúc đẹp và mang giá trị thẩm mỹ cao, đánh dấu quá trình du nhập văn hóa của nước bạn vào Việt Nam từ những thế kỷ trước.

Khi tới khu vực Hồ Hoàn Kiếm du khách sẽ được tận mắt chiêm ngưỡng những di tích với bề dày lịch sử lâu đời như Hồ Gươm, Tháp Rùa, Đền Ngọc Sơn, Tháp Bút, Đài Nghiên, Tháp Hòa Phong, Đền Bà Kiệu,... Đây đều là những di tích lịch sử mang trong mình nó một dấu ấn thời gian từ thời vua Lý Thái Tổ dời đô về Thăng Long





cho đến tận thời kỳ kháng chiến chống Pháp. Những di tích trên không những cho thấy sức hút của kinh đô Thăng Long và thể hiện một khía cạnh đáng quan tâm đó là giá trị lịch sử ngàn năm văn hiến mà ít có dân tộc nào có thể có được.

Hồ Hoàn Kiếm được coi là viên ngọc của thủ đô, hay như du khách nước ngoài vẫn thường ví von gọi là “lăng hoa giữa lòng thành phố”. Cách đây khoảng 6 thế kỷ Hồ Gươm gồm hai phần chạy dài từ phố Hàng Đào, qua Hai Bà Trưng, Lý Thường Kiệt tới phố Hàng Chuối, thông với sông Hồng. Nước hồ quanh năm xanh biếc nên hồ Gươm cũng được gọi là hồ Lục Thủy. Tương truyền vào thế kỷ thứ 15 hồ được đổi tên thành Hồ Hoàn Kiếm gắn với truyền thuyết trả gươm thần cho Rùa Vàng, ghi dấu thắng lợi của cuộc chiến đấu 10 năm của nhân dân Việt Nam chống lại quân Minh (1417 – 1427) dưới sự lãnh đạo của Lê Lợi. Trong hồ có 2 đảo nổi, đảo lớn là đảo Ngọc ở phía Bắc hồ, gần bờ Đông, có cầu Thê Húc sắc đỏ uốn cong nối ra đảo. Đảo Rùa nhỏ hơn nằm phía Nam hồ trên có ngọn tháp cổ được chiếu sáng cả đêm. Ngọn tháp này được xây trên gò Rùa nơi xưa từ thời vua Lê Thánh Tông đã dựng Điều Đài ở đó để vua ra câu cá. Sang tới thời Lê Trung Hưng ( khoảng thế kỷ 17, 18) thì chúa Trịnh cho xây đình Tả Vọng trên gò nhưng sang thời nhà Nguyễn thì không còn dấu tích gì nữa. Ngọn tháp kết hợp phong cách kiến trúc châu Âu với hàng cửa cuốn Gô-tích hai tầng dưới nhưng phần mái cong giữ quy thức kiến trúc Việt Nam. Vào thời Pháp thuộc trên đỉnh Tháp Rùa có dựng một phiên bản của tượng Nữ Thần Tự Do ( 1890 – 1896), sang thập niên 1950 thì tượng này đã bị phá bỏ khi chính phủ Đế quốc Việt Nam của thủ tướng Trần Trọng Kim nắm chính quyền thay cho quân Pháp.

Phía Bắc Hồ Gươm là di tích Đền Ngọc Sơn được xây dựng từ thế kỷ 19. Lúc đầu được gọi là chùa Ngọc Sơn sau đổi gọi là đền Ngọc Sơn vì



trong đền chỉ thờ thần Văn Xương là ngôi sao chủ của việc văn chương khoa cử và thờ Trần Hưng Đạo, vị anh hùng có công lãnh đạo đại phá quân Nguyên thế kỷ 13. Khởi nguyên, khi vua Lý Thái Tổ dời đô ra Thăng long đặt tên ngôi đền đã có tại đây là Ngọc Tượng, đến thời nhà Trần đổi tên thành Ngọc Sơn để thờ những anh hùng liệt sĩ đã hy sinh trong kháng chiến chống quân Nguyên – Mông. Về sau lâu ngày đền ấy sụp đổ. Năm Tự Đức thứ mười tám ( 1865), nhà nho Nguyễn Văn Siêu đứng ra tu sửa lại đền. Đền mới sửa được đắp thêm đất và xây kè đá xung quanh, xây đình Trấn Ba, bắc một cây cầu từ bờ Đông đi vào gọi là cầu Thê Húc. Trên núi Ngọc Bội cũ có cho xây một tháp đá, đỉnh tháp hình ngọn bút lông, thân tháp có khắc ba chữ “Tả Thanh Thiên” (viết lên trời xanh) ngày nay gọi là Tháp Bút.

Tiếp đến là một cửa cuốn gọi là đài Nghiên, trên có đặt một cái nghiên mực bằng đá hình nửa quả đào bở đôi theo chiều dọc, có hình ba con ếch đội. Trên nghiên có khắc một bài minh nói về công dụng của cái nghiên mực xét về phương diện triết học, người đời sau hay ca ngợi là “ Nhất Đài Phương Đình Bút”. Nếu muốn đi sâu vào trong đền thì du khách phải đi qua cầu Thê Húc, cây cầu có tên mang ý nghĩa là giữ lại ánh sáng đẹp ủa mặt trời, được làm bằng gỗ và sơn màu đỏ có thiết kế uốn lượn cong như hình con tôm. Qua cầu Thê Húc sẽ dẫn tới cửa đền Ngọc Sơn hay còn gọi là Đắc Nguyệt lâu.

Sự kết hợp giữa đền Ngọc Sơn và hồ Hoàn Kiếm đã tạo thành một quần thể kiến trúc Thiên – Nhân hợp nhất, tạo nên vẻ đẹp cảnh quan cổ kính hài hòa đăng đôi cho đền và Hồ, gợi cảm giác chan hòa giữa con người và thiên nhiên. Càng đẹp hơn và yên bình hơn về buổi tối dưới ánh sáng đèn xa xa. Nơi đây cũng trở thành những chứng tích gợi lại những kỷ niệm xưa về lịch sử dân tộc, thức tỉnh niềm tự hào, yêu nước chính đáng, cũng như tâm linh, ý thức mỗi người Việt Nam trước sự trường tồn của dân tộc.

Ngoài ra du khách cũng có thể ngắm cảnh nơi Đền Bà Kiệu, nằm ngay bên thắng cảnh Hồ Hoàn Kiếm, đối diện với đền Ngọc Sơn nhìn ra tháp Bút và cầu Thê Húc là nơi thờ ba vị nữ thần : Liễu Hạnh công chúa, Đệ nhị Ngọc nữ Quỳnh Hoa, Đệ tam Ngọc nữ Quế Hương. Hay du khách cũng có thể tới thăm

tượng đài chiến sĩ cảm tử quân nằm ngay bên cạnh đền Bà kiệu được xây dựng từ thời kháng chiến chống Pháp để tưởng nhớ đến những người chiến sĩ cách mạng của thủ đô đã anh dũng hy sinh trong cuộc kháng chiến để giữ vững thủ đô Hà Nội.

Ngay gần Hồ Gươm, du khách dễ dàng có thể tới ngắm cảnh và tản bộ nghỉ ngơi tại khu công viên tượng đài vua Lý Thái Tổ – vị vua đầu tiên của triều Lý, là vương triều có đóng góp nhiều công lao cho nước Việt trong lịch sử. Du khách có thể chiêm ngưỡng tượng đài Lý Thái Tổ được đúc bằng đồng tại vườn hoa Chí Linh bên Hồ Gươm. Hay cũng có thể tới thăm di tích Tháp Hòa Phong đứng trên bờ hồ Hoàn Kiếm ngay đối diện với trung tâm Ngoại Vụ Bộ Điện Hà Nội qua trục đường Đinh Tiên Hoàng. Đây là di tích còn sót lại của chùa Báo Ân ( Quan Thượng) là một quần thể kiến trúc Phật giáo nổi tiếng một thời từ thế kỷ 19. Ngoài ra du khách có thể lựa chọn cho mình nhiều điểm đến xung quanh khu vực Hồ Gươm hay những nơi khác tại Hà Nội. Đó đều là những điểm di tích, thắng cảnh có giá trị cao và được du khách ưa thích. Hồ Hoàn Kiếm được coi như là một biểu tượng của thủ đô Hà Nội. Nơi đây luôn thu hút rất nhiều khách du lịch tới thăm quan nhất là khách du lịch nước ngoài thường thích đi về buổi tối.

### ❖ Du lịch phố cổ

Có thể nói du lịch Phố cổ là tour du lịch hấp dẫn và độc đáo của Hà Nội nhưng bên cạnh đó còn nhiều vấn đề cần được giải quyết. Trước hết đó là điều kiện sinh hoạt của người dân sống trong khu phố cổ không được tốt: họ phải sống trong những ngôi nhà quá chật hẹp, đã quá cũ kỹ thậm chí có thể gây nguy hiểm cho con người, chính vì vậy nên họ có nhu cầu muốn cải tạo xây dựng lại nhà mới. Điều này sẽ làm ảnh hưởng đến cảnh quan khu phố cổ, làm phá vỡ đi giá trị cổ xưa và nét truyền thống cổ kính nơi đây. Hơn thế nữa, giao thông trong khu phố cổ hết sức lộn xộn, đường hẹp, người đông. Vì vậy mà thường xuyên diễn ra tình trạng ùn tắc, làm cản trở các hoạt động của người dân sống trong phố cổ và làm mất đi vẻ đẹp vốn có của nó. Một vài năm gần đây tại khu

phố cổ đã có những con phố chuyên dành cho đi bộ, đó là một trong những kế hoạch để điều chỉnh rất hợp lý và làm tăng thêm sức hấp dẫn với du khách quốc tế và nội địa.

#### ❖ Du lịch mua sắm

Tới Hà Nội chắc chắn du khách sẽ muốn tìm đến với Phố Cổ bởi nó mang trong mình một bề dày lịch sử với những cái tên của 36 phố phường đã gắn liền với nó suốt gần 1000 năm qua. Đây là khu phố buôn bán lâu đời mang tính truyền thống. Nó không chỉ là khu thương mại truyền thống mà mỗi ngôi nhà đã toát lên vẻ đẹp độc đáo mà chỉ có những du khách không vội vàng mới phát hiện được vẻ đẹp vừa rộn rã vừa u tịch, song thật bình dị và kín đáo vẻ đẹp không giống với bất cứ nơi nào khác, vẻ đẹp của riêng Hà Nội.

Chợ đêm Phố Cổ Hà Nội cũng mang trong mình như nét hấp dẫn thật riêng. Giữa trung tâm thành phố Hà Nội, chợ đêm Phố Cổ là một sản phẩm du lịch rất thu hút sự chú ý của nhiều du khách. Cũng là những hoạt động mua và bán ấy, sự nhộn nhịp và náo động ấy nhưng khi diễn ra vào ban đêm khiến cho mọi thứ hàng hóa, con người và các gian hàng, khách và người bán như hòa với nhau và như có điểm



chung trong cái mát dịu của bầu trời đêm Hà Nội, cái thấp thoáng và lung linh sắc vàng đỏ của ánh đèn. Tất cả như hòa quyện lẫn nhau và tạo nên một sản phẩm du lịch thú vị thu hút sự chú ý của nhiều du khách. Bắt đầu được khai trương từ khoảng đầu tháng 11 năm 2003 hiện tại đã có tới hơn 200 hộ đăng kí kinh doanh tại chợ đêm phố cổ với thời gian hoạt động ban đầu từ khoảng 22h đêm đến 2h sáng hôm sau, nhưng hiện nay chợ đêm Phố Cổ đã bán từ sớm hơn rất nhiều và tùy thuộc vào ngày lễ và số lượng du khách tới đông hay không. Gần

đây do có một số phát sinh về sinh hoạt của các hộ dân sống nơi đây như về ồn ào, rác thải, giao thông, an ninh nên chợ đêm chủ yếu bắt đầu từ chập tối đến khoảng 11h đêm là các gian hàng bán ở đây chuẩn bị dọn hàng đóng cửa. Không gian nơi đây tạo nên những sắc màu riêng của Hà Nội, giữa lòng thủ đô Hà Nội huyên náo xe cộ, chợ đêm tại một số tuyến phố chính như Hàng Ngang – Hàng Đào, Cầu Đông, Hàng Khoai, Đồng Xuân và một số phố liền kề đang dần trở thành một chốn thư giãn tuyệt vời của bất cứ du khách nào khi đặt chân tới đây. Nó là một nét sinh hoạt văn hóa của người dân Hà Thành mà đến đó du khách có thể thoải mái khám phá những điều thú vị khi hòa chung với không khí nơi này. Vào thứ 6, thứ 7 và chủ nhật nơi đây lại trở thành tuyến phố đi bộ khiến cho du khách càng dễ dàng hơn để thỏa sức khám phá chợ đêm Phố Cổ.

Khi tìm hiểu tại các hộ dân kinh doanh tại chợ đêm Phố Cổ, được biết chợ đêm Phố Cổ được khai trương từ năm 2003 và khác với 2 chợ đêm cũng khá nổi tiếng đất Hà Thành là chợ đêm Dịch Vọng Và Phùng Khoang thường mở đều đặn mỗi tối phục vụ chủ yếu là khách hàng sinh viên học sinh, thời gian hoạt động của chợ đêm Phố cổ chỉ diễn ra vào thứ 6, thứ 7 và chủ nhật, các ngày thường chỉ có các hộ dân ven đường kinh doanh tại nhà bán hàng cho du khách ghé qua. Không gian nơi đây khá rộng và kéo dài theo các phố liền kề nhau thành 1 dãy. Sản phẩm chủ yếu của các dãy phố thường là đồ lưu niệm, quần áo, váy, mũ, kính,... Phố Hàng Khoai dành cho ba ngành hàng may mặc, ẩm thực và mỹ phẩm. Các điểm kinh doanh ăn uống đặc biệt ở phố văn hóa ẩm thực Tống Duy Tân đều là các món đặc sản của Hà Nội và các món ăn tiêu biểu của 3 miền Bắc – Trung – Nam với tổng số các món ăn khoảng trên 50 món. Đây cũng là sản phẩm thu hút được khá nhiều du khách đặc biệt là du khách nước ngoài. Ngoài ra vào những dịp đặc biệt đây cũng là nơi diễn ra một số hoạt động văn hóa văn nghệ như chèo, hát xẩm, hòa tấu... đây cũng trở thành một lợi thế để thu hút khách du lịch tới đây khám phá đêm Phố Cổ.

Nếu những mặt tích cực trên đã tạo nên những giá trị lớn lao cho chợ đêm Phố Cổ thì những mặt tiêu cực đang làm dần mất đi những hình ảnh đẹp về chợ

đêm Phố Cổ trong lòng du khách bởi các hạn chế như : tình hình an ninh trật tự, vệ sinh môi trường chưa đảm bảo triệt để, các mặt hàng còn đơn điệu và chưa mang đậm tính truyền thống của thủ đô Hà Nội nên còn kém hấp dẫn, nói là tuyến phố đi bộ song giao thông còn lộn xộn, vẫn có xe máy, xe đạp đi lại xem kẽ với khách đi bộ tại chợ đêm...Tất cả những điều đó không làm mất đi sự thích thú của khách du lịch nhất là khách nước ngoài với Phố Cổ song nó vẫn tạo cho du khách sự khó chịu và không thoải mái khi tham gia khám phá chợ đêm Phố Cổ. Có những khách du lịch nước ngoài khi tới đây được hỏi đã trả lời khá dí dỏm là những lộn xộn và hạn chế đó đôi khi cũng làm họ thấy có cảm hứng như là phưu lưu mạo hiểm tìm cảm giác mạnh. Nhưng không phải vì khách nào cũng có được óc hài hước như vậy,nếu Hà Nội muốn du lịch tiến bộ, muốn sản phẩm của mình ngày càng có chất lượng tốt hơn thì phải giải quyết được những nhược điểm đó một cách triệt để nhất là khi cả nước đang đợi chờ và hướng tới dịp kỷ niệm đại lễ 1000 năm Thăng Long Hà Nội.

#### ❖ Du lịch xích lô

Tour du lịch xích lô là một loại tour du lịch tham quan thành phố bằng xích lô, chủ yếu là khách du lịch quốc tế. Đây là một loại sản phẩm du lịch đặc thù của thủ đô Hà Nội, được du khách thưởng thức khá nhiều trong những năm gần đây. Phương tiện chính sử dụng của loại hình du lịch này là xích lô. Thông thường thì đây là những đội xe xích lô lúc đầu tự phát, sau đó được tổ chức thành các công ty, được đầu tư tân trang các xe, với đội ngũ lái xe có đào tạo và trang bị đông phục, các tour tham quan thường được xây dựng theo một lộ trình nhất định với khoảng thời gian hạn chế thường chỉ kéo dài vài tiếng.

Hiện nay trên địa bàn Hà



Nội đã có một số công ty kinh doanh vận chuyển khách du lịch bằng xích lô có tên tuổi như Công ty cổ phần thương mại và dịch vụ Lâm Anh, công ty lữ hành xích lô Sans Souci, Công ty du lịch văn hóa, công ty Huy Phong,... Trong đó hầu hết các xe của các công ty trên đều đã đăng kí chính thức với cơ quan quản lý phương tiện. Các nhà hàng, khách sạn cũng tham gia thành lập các đoàn xích lô của riêng mình với cách trang trí lộng lẫy, ăn mặc lịch sự, biết một chút về ngoại ngữ, am hiểu về kiến thức xã hội và nghiệp vụ du lịch thì đội ngũ đạp xích lô này cũng gây được ấn tượng với du khách và được chấp nhận. Tour du lịch xích lô đã góp phần không nhỏ làm cho tour du lịch tham quan thành phố trở nên hấp dẫn và đặc biệt hơn tạo nên nét riêng đặc trưng cho sản phẩm du lịch Hà Nội. Tour này giúp du khách tham quan cảnh quan Hà Nội và cảm nhận được cuộc sống của người dân Hà Nội một cách bình dị và gần gũi nhất. Nó trở thành một sản phẩm du lịch văn hóa khi nó phản ánh nét sinh hoạt rất đời thường của người dân. Nó còn khai thác một phương tiện giao thông rất đời thường thô sơ lại rất độc đáo của người Hà Nội. Bên cạnh đó với những con đường chật chội ngang dọc đầy ngõ ngách trên đường phố Hà Nội, thì tour du lịch xích lô này đã thật sự đáp ứng được nhu cầu của du khách muốn đi sâu vào các ngõ nhỏ Hà Nội để khám phá cuộc sống sôi động trong cái dân dã của người dân thủ đô. Nó thực sự đã thỏa mãn được sự thích thú của du khách. Tuy nhiên bất cứ điều gì cũng có mặt trái và trong tour du lịch xích lô này cũng còn tồn tại một số các hạn chế, đặc biệt trong việc tạo nên hình ảnh riêng cho tour du lịch xích lô của Hà Nội, còn rất lộn xộn chưa có sự quản lý chặt chẽ một cách triệt để và xử phạt vi phạm nghiêm túc rõ ràng. Gần đây nhất các báo tại Việt Nam và các trang web như *www.dantri.com* hay *www.baomoi.com* có bài viết đưa tin về xích lô tại Hà Nội chở khách du lịch gây hình ảnh xấu khi đi tràn lan ra giữa đường phố Hà Nội thành hàng ngang gây tắc nghẽn cản trở giao thông, khiến du khách nước ngoài không hài lòng không chỉ về cách đưa đón khách như vậy mà họ còn phàn nàn về việc ăn mặc lôi thôi của một số xích lô ngoài không thuộc sự quản lí của cơ quan tổ chức nào khiến hình ảnh xích lô du lịch tại Hà Nội bị méo mó

trong cái nhìn của du khách quốc tế. Không chỉ thế du lịch xích lô Hà Nội nếu không có sự thay đổi cho phù hợp sẽ dần mang tới sự nhàm chán vì vẫn duy trì một tour du lịch cũ không tạo ra được những sản phẩm du lịch mới, giá cả vẫn còn bị bắt chẹt quá đắt... Vì vậy các nhà quản lý cần có biện pháp giải quyết triệt để, nghiêm túc và càng sớm càng tốt để tour du lịch xích lô thật sự để lại ấn tượng tốt đẹp với du khách quốc tế khi tới Việt Nam và để xây dựng và gìn giữ hình ảnh du lịch xích lô thật văn minh, lịch sự tại Hà Nội.

### ❖ Du lịch ẩm thực

Đến với Hà Nội, du khách không chỉ đến với các di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, mà còn để có những trải nghiệm thú vị với ẩm thực Hà Nội. Dù là khách lẻ hay khách đi theo tour du lịch, theo nhóm cũng sẽ cảm thấy rất vui khi có thể được thưởng thức những món ăn



đặc trưng và nổi tiếng của Hà Nội và các vùng miền trên cả nước tại thủ đô. Có thể nói ẩm thực Hà Nội được coi là đại diện cho ẩm thực miền Bắc: không đậm các vị cay, béo, ngọt bằng các vùng khác tại Việt Nam. Thăng Long Hà Nội không chỉ là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội mà còn là trung tâm của các món ăn, nghệ thuật ẩm thực dân tộc cổ truyền. Quà từ khắp các làng quê cả nước đều về Hà Nội bán, nếu ngon sẽ trở thành một trong những món ăn người Hà Nội ưa dùng. Có những món ăn ngày thường, món ăn làm quà sáng hay quà trưa, quà chiều, quà đêm, có những món ăn gắn với tục lệ thờ cúng tổ tiên, gắn với phong tục ngày Tết... Nấu ăn và thưởng thức các món ăn là cả một nghệ thuật của người Hà Nội, chẳng thế mà cho đến tận bây giờ thói quen ấy vẫn tồn tại và trở thành một nét văn hóa độc đáo, hấp dẫn bất cứ ai khi mới đặt chân đến đây.

Ở Hà Nội có rất nhiều món ăn ngon và rất nổi tiếng và đã đi vào danh mục ẩm thực của những món ăn đặc trưng của người Hà Nội như: chả cá Lã



Vọng, phở Hà Nội, nem rán phô mai Mai Hắc Đế, bún ốc Phủ Tây Hồ, cốm Làng Vòng, bánh cuốn Thanh Trì... Du khách khi tới Hà Nội nhất là du khách nước ngoài đều thấy ấn tượng vì Hà Nội có những phong cách ăn rất riêng và khá mới mẻ với họ, đó là những món ẩm thực tại vỉa hè, hay ngoài đường phố. Hà Nội đẹp không chỉ bởi những ngôi nhà cổ kính, những con phố rêu phong với quán xá vỉa hè mà còn bởi những món ăn đặc trưng mang đậm một nét văn hóa riêng của người dân Hà Thành. Có những món ăn mới xuất hiện, nhưng có những món ăn cũ đã có từ rất lâu và gắn bó với người dân nơi đây. Từ nhiều đời nay, sự phong phú về chủng loại món ăn, cách bài trí độc đáo cùng với nghệ thuật thưởng thức tao nhã đã làm nên những nét rất riêng của văn hóa ẩm thực Hà Thành. Nói đến ẩm thực Hà Nội, mọi người thường hay nhắc tới một món ăn rất bình dân nhưng lại trở thành món ăn đặc sản của Hà Nội và gắn bó với đời sống hàng ngày của người dân nơi đây và cũng trở thành món ăn yêu thích của nhiều khách du lịch, đó là món phở Hà Nội. Phở Hà Nội là món ăn mọi người có thể tìm đến thưởng thức một cách nhanh, dễ dàng và bất cứ lúc nào kể cả ban đêm với mức giá rất vừa phải nếu không muốn nói là tiết kiệm. Người Hải Phòng thường có thói quen ăn phở kèm với rau sống cụ thể là rau muống chẻ, còn phở Miền Nam người chế biến thường hay cho đường vào nước dùng, ăn cứ ngọt lịm. Riêng phở Hà Nội mang cho mình một nét riêng vị ngọt chân chất của xương, hương thơm vừa chín đến độ để vẫn dẻo mà lại không dai của thịt, nước phở trong, bánh phở mỏng và mềm. Chỉ nhìn bát phở thôi cũng đủ thấy chất sành và cẩn thận trong ăn uống của người Hà Nội.

Văn hóa ẩm thực truyền thống người Hà Nội trước hết ở chỗ tinh sành, thanh cảnh, ngon và lành, sạch sẽ, chế biến tinh vi với nghệ thuật cao, món nào ra món ấy, đầy đủ gia vị để mỗi món mang một đặc trưng riêng biệt. Không thể kể hết những cách ăn của người Hà Nội đã quen với cách ăn thanh lịch, mùa nào thức ấy, giờ nào món ấy. Tháng ba ăn bánh chay, tháng tám ăn bánh trung thu, tháng năm làm rượu nếp, mùa thu ăn cốm hồng hoặc chuối trứng cuốc... Buổi sáng là bánh cuốn Thanh Trì, xôi lúa Hoàng Mai, tối mới ăn lục tào xá (chè),

trưa ăn bún chả... Những món ăn Hà Nội chẳng phải là cao lương mỹ vị gì, chỉ là những món dân dã gợi nhớ hương vị Hà Nội mà những người xa Hà Nội chẳng thể nào quên. Chẳng thế mà nhà văn Vũ Bằng vào Sài Gòn sống hàng chục năm trời xa cách Hà Nội, ông mang bệnh nhớ nhung, nỗi nhớ cồn cào, se sắt, y như người xưa trong điển cổ Trung Hoa mà Vũ Bằng đặc dẫn trong lời nói đầu cuốn “Món ngon Hà Nội”: “Tại kinh đô Trương Hàn thấy lá ngô rụng giếng thu thì sự nhớ đến rau thuyền, cá lư và muống treo ẩn trở về quê cũ”. Nhà văn Nguyễn Tuân có sở thích ăn phở Hà Nội, đến nỗi trong dịp đi dự Đại hội hòa bình thế giới tại Hensiki ( Phần Lan) mới chỉ xa Hà Nội chưa đầy một tuần lễ, cụ Nguyễn đã nhớ đến phở, đó là: “Chúng tôi nhớ heo hắt vì đi xa đất nước, khẩu vị lạc điệu, thấy nhớ nhà, nhớ đất nước, có cả một sự nhớ ăn phở nữa”.

Ẩm thực Hà Nội được nhắc đến nhiều trong thơ ca, các nhà văn, nhà báo như Phạm Đình Hồ, Cao Bá Quát, Vũ Bằng, Nguyễn Tuân, Thạch Lam... Có thể kể ra đây một loạt các đặc sản ẩm thực Hà Nội qua những câu ca dao tục ngữ truyền khẩu: bánh trôi làng Gạ, bún làng Sùi, cá rô đầm Sét, sâm cầm Hồ Tây, bưởi Diễn, cà Láng, bánh cuốn Thanh Trì... Chả cá Lã Vọng đã như một thương hiệu được nhiều người trong và ngoài nước biết đến. Cái món ăn độc đáo này có từ cuối thế kỷ 19, theo truyền lại thì món nổi tiếng này thuộc chi họ Đoàn ở phố Hàng Sơn, Hà Nội, đến khi tiếng tăm vang dội của chả cá Lã Vọng mà đã đổi tên phố Hàng Sơn thành phố Chả Cá. Nem vế xưa nổi tiếng khắp kinh kỳ, được xếp vào hàng cao lương mỹ vị và không bao giờ thiếu trên mâm cỗ vua ban lộc nước cho các trạng nguyên, tiến sĩ đỗ đạt.

Riêng các món quà thì Hà Nội đã nâng nghệ thuật ăn uống lên cao nhiều bậc, nói đến Phở ta nghĩ ngay tới Phở Bắc, mà phở Bắc thì không đâu bằng phở Hà Nội. Vũ Bằng từng viết phở là món ăn điểm tâm của tất cả người Việt, người Việt có thể không ăn cái này cái kia nhưng chắc chắn ai cũng từng ăn phở. Bánh cuốn Thanh Trì cũng làm Thạch Lam phải ví nó như mẩu lụa mát rượi đầu lưỡi. Bún ốc là món kỳ lạ của người Hà Nội đối với một số người khi tới đây, có món nóng, có món nguội, có món chua hương dấm bỗng, có món mà Thạch

Lam thấy mấy cô gái ăn nó, nước mắt rùng rùng vì cay vì chua, ông nhận xét những giọt nước mắt này còn chân thật hơn cả những giọt lệ tình... Rồi nữa, cốm thì không đâu vượt được cốm Làng Vòng, bánh cốm thì người ta hay tìm đến Hàng Than. Còn ô mai là kỷ niệm thời áo trắng nữ sinh thì ở phố Hàng Đường, mít sen, mít tết, bánh trung thu, chè ướp hương sen, hương nhài ngon nhất là trên phố Hàng Điếu. Có thể nói tại Hà Nội tồn tại những khu chuyên bán các món ẩm thực riêng. Ngoài chuyện ăn thì người Hà Nội uống cũng rất cẩn thận và chu đáo. Nhiều gia đình Hà Nội thường không thể thiếu cái vị thơm dịu, ngọt mát của chén trà sen, đó là thứ trà được ướp hương của hoa sen Hồ Tây rất cầu kỳ. Rượu ngon Hà Nội thì đại thi hào Nguyễn Trãi đã nhắc đến rượu sen, rượu cúc như một sản vật của đất Thượng Kinh trong tác phẩm du địa chí. Một số địa danh nổi tiếng rượu ngon như làng Hoàng Mai, làng Thụy, làng vọng, làng Ngâu,..đều là những nơi nấu rượu ngon nổi tiếng. Ngày nay người Hà Nội có thói quen uống cà phê vào mỗi sáng, thanh cảnh, lịch sử và tinh tảo nữa. Ẩm thực Hà thành ngày càng trở nên phong phú và đa dạng bởi sự du nhập của phong cách ẩm thực đến từ nhiều quốc gia khác nữa khiến ẩm thực Hà Nội càng trở nên hấp dẫn khách du lịch trên mọi miền tổ quốc và du khách nước ngoài.

### ❖ Du lịch Hồ Tây

Giữa lòng thành phố Hà Nội có nhiều hồ đẹp, song hay được nhắc đến và tới thăm nhất có lẽ là Hồ Hoàn Kiếm và Hồ Tây. Khác với Hồ Hoàn Kiếm với nét cổ xưa, Hồ Tây là nơi lý tưởng để du khách có những phút thư giãn khi thuê cho mình một con thuyền vịt và tự mình đi thưởng ngoạn trên mặt hồ trong khí trời mát mẻ của Hà Nội. Đây được coi là một trong những sản phẩm du lịch đặc trưng của người Hà Nội. Du khách có thể tự mình “đạp vịt” Hồ Tây để có những phút riêng tư cho mình, cũng có thể



thường thức các món ăn rất mang đậm chất Hà Nội như bánh tôm Hồ Tây hay các món ốc trên những chiếc thuyền được trang trí cầu kỳ trên Hồ Tây. Thường thức món bánh tôm Hồ Tây trên thuyền rất thú vị đối với các du khách. Đây là món ăn nổi tiếng của người Hà Nội được ăn nóng cùng với nước chấm vị chua, ngọt và cay, thêm chút dưa góp ( đu đủ và cà rốt thái nhỏ ngâm giấm), ăn cùng răng xà lách, có thể thêm bún rối và rất hợp với uống bia. Bánh tôm Hồ Tây có cách làm khá đơn giản có tôm (nước ngọt) hồ tây bọc bột mì cho vào chảo mỡ nóng già ngập bánh cho chín tới. Khi bánh phồng lên và ngả màu vàng và có mùi thơm ngậy thì gấp bánh lên xếp cho ráo mỡ. Bánh tôm Hồ tây đã gắn bó với nhiều thế hệ người Hà Nội trong văn hóa ẩm thực và trở thành một phần không thể thiếu của du lịch Hồ Tây. Ngoài ra tại Hồ Tây còn phục vụ nhiều món ăn khác của người Việt và các món ăn của nước ngoài để phục vụ du khách khi tới đây. Nằm ngay bên Hồ Tây có con phố mà người dân hay gọi là “phố ốc” có rất nhiều quán ốc lớn nhỏ mà chủ nhân chính là người dân ven hồ, nơi đây thu hút rất nhiều khách tới thưởng thức các món ốc và ngồi hóng mát Hồ Tây.

Đến với Hồ Tây không chỉ nổi tiếng bởi các món ăn đặc trưng dân dã của người Hà Nội mà còn nổi tiếng bởi nơi đây có Phủ Tây Hồ. Phủ Tây Hồ nằm trên một bán đảo nhô ra giữa Hồ Tây, trước đây vốn là một làng cổ kính của thành Thăng Long nằm phía Đông của Hồ Tây. ở ngay đầu làng có một ngôi đền thờ bà chúa Liễu Hạnh, một người đàn bà tài hoa, giỏi đàn ca, thơ phú, đức độ nên đã được dân gian tôn làm Thánh Mẫu. Hàng năm vào rằm tháng giêng âm lịch, khách hành hương về đây rất đông, vừa đi lễ Mội ban cho điều lành và mọi sự may mắn, vừa đi thưởng ngoạn cảnh đẹp Hồ Tây và địa danh khác của Hà Nội. Có truyền thuyết kể rằng chính tại mảnh đất Phủ Tây Hồ ngày nay, công chúa Quỳnh Hoa đã tái ngộ xướng họa thơ văn cùng Trạng Bùng Phùng Khắc Khoan. Nơi đây được người dân lập nên để thờ Bà Chúa Liễu Hạnh, và bà cũng được xem là một trong “tứ bất tử” của Việt Nam. Phủ Tây Hồ còn gắn liền với truyền thuyết về Kim Ngưu ( Trâu Vàng) và ở Phủ Tây Hồ cũng dựng một đền thờ là đền Kim Ngưu để thờ thần Trâu Vàng.

Vào tháng 5, du khách qua Hồ Tây thường mua được những bó hoa sen

chỉ khoảng chục bông rất đẹp để cắm lọ hoa cho đẹp và còn để ướp chè. Đó cũng là một nét đẹp nơi đây. Hình ảnh Phủ Tây Hồ nơi đây cũng đã đi vào thơ ca của Việt Nam và ngày nay du lịch Hồ Tây trở thành một điểm đến hấp dẫn của nhiều du khách trong và ngoài nước tới tham quan.

### ❖ Du lịch sông Hồng

Hà Nội là thành phố rộng lớn gắn liền với sông Hồng, ngày nay, sông Hồng vẫn là trục giao thông đường thủy quan trọng của Hà Nội. Riêng đoạn sông chảy qua địa phận Hà Nội đã chứng kiến bao nhiêu sự kiện lịch sử đi vào ký ức của người Hà Nội. Với những giá trị nhân văn đó sông Hồng đã được các nhà làm du lịch khai thác và đưa vào một tuyến du lịch bằng ca nô, thuyền máy cho những người muốn tìm hiểu lịch sử con sông Việt Nam, con sông trở thành hồn dân tộc trở thành nguồn cảm hứng sáng tác cho nhiều thi nhân và nghệ sĩ cho tác phẩm của mình.

Các tour du lịch sông Hồng đưa du khách tới thăm quan những địa danh lịch sử tìm hiểu những nét văn hóa đặc sắc, với những truyền thuyết của dân tộc Việt Nam, khám phá những làng nghề truyền thống dọc hai bờ sông như : thăm di tích đền Dầm - đền Đại Lộ ( Hà Tây – HN), đền Chử Đồng Tử, làng gốm Bát Tràng, chùa Bút Tháp, chùa Dâu ( Thuận Thành – Bắc Ninh), tham quan các di tích lịch sử ở Hưng Yên...

Với vị trí thuận lợi đó, các nhà quản lí đã đưa du lịch sông Hồng trở thành sản phẩm du lịch đặc thù của thủ đô là một sự độc đáo và mới lạ. Đây là một tour du lịch có ý nghĩa tìm hiểu và khám phá nét văn hóa truyền thống thông qua các đình chùa, các làng nghề truyền thống dọc sông Hồng. Mỗi điểm dừng chân đều mang đến cho du khách một sự khám phá mới với những sự hiểu biết mới. Phương tiện chủ yếu khi tham gia loại hình du lịch này là thuyền, ca nô...

Hiện nay, đơn vị kinh doanh chủ yếu khai thác tour du lịch sông Hồng là một doanh nghiệp Nhà nước hoạt động du lịch – Xí nghiệp đầu tư và phát triển du lịch Sông Hồng. Xí nghiệp đa dạng hóa các loại hình kinh doanh bằng cách kết hợp khai thác tiềm năng tự nhiên của sông Hồng và những nét văn hóa

truyền thống của vùng đồng bằng Bắc Bộ. Với loại hình du lịch này, du khách có thể chọn một trong các chương trình tham quan sông Hồng tiêu biểu như sau:

- Chương trình 1: Hà Nội - Đền Dâm – chùa Bồ Đề – Đền Đại Lộ - Đền Chủ Đồng Tử – Bát Tràng
- Chương trình 2: Hà Nội - Đền Chèm – chùa Bồ Đề – Bát Tràng
- Chương trình 3: Hà Nội - Đền Gióng – Chùa Kiến Sơ - Đền Đô
- Chương trình 4: Hà Nội – chùa Dâu – chùa Bút Tháp – Chùa Bồ Đề
- Chương trình 5: Hà Nội – Chùa Chuông – phố Hiến
- Chương trình 6: Hà Nội - Đền Chủ Đồng Tử - Đền Lảnh Giang

Phương tiện tàu được sử dụng trong tour chủ yếu là 3 con tàu mang tên Sông Hồng 3, Thăng Long 18 và Thăng Long 333 và 1 số tàu khác. Trong những năm qua, xí nghiệp đã phục vụ hàng trăm lượt khách trong nước và quốc tế.

Nói du lịch sông Hồng thu hút du khách tới tham quan khám phá là thế, song loại hình du lịch này vẫn có những mặt hạn chế như : vẫn chưa được du khách đánh giá là tour du lịch hấp dẫn được vì cảnh quan 2 bên bờ sông còn sơ sài, không thực sự thu hút sự chú ý của du khách, thêm vào đó là đường đi từ các bến thuyền vào các điểm du lịch chưa thật sự chuyên nghiệp trong một chuyến du lịch cộng với cảnh chèo kéo khách dọc đường và lộ trình của tuyến du lịch còn khá đơn giản và thiếu sự kết hợp chặt chẽ của các địa phương nên việc khai thác tour du lịch sông Hồng mới chỉ thành công được bước đầu. Các vấn đề nêu trên nếu được triển khai kế hoạch để giải quyết và tu bổ thì tour du lịch sông Hồng sẽ là một sản phẩm du lịch đích thực mang dấu ấn riêng của Hà Nội. Nó sẽ thật tuyệt vời khi có thể đóng góp phần lớn vào sự nghiệp phát triển du lịch của thủ đô.

#### ❖ Du lịch làng nghề

Tới Hà Nội, du khách sẽ cảm thấy rất tiếc khi không được tới tham quan tìm hiểu hoặc mua những món đồ lưu niệm tại các làng nghề của Hà Nội. Du khách có thể dễ dàng tìm tới điểm đến là làng Gốm Bát Tràng để tận mắt chứng kiến những bàn tay tài hoa của các nghệ nhân nơi đây. Làng gốm Bát Tràng

thuộc Gia Lâm – Hà Nội theo Đại Việt sử ký toàn thư của Ngô Sĩ Liên, Dư địa chí của Nguyễn Trãi và truyền thuyết dân gian, đã được hình thành từ thế kỷ 15. Trong 600 năm tồn tại và phát triển của làng, nhiều đời nghệ nhân đã làm ra những sản phẩm có giá trị, tạo lập



danh tiếng cho xứ sở. Từ khi những sản phẩm của làng gốm Bát Tràng ra đời đã được các bậc vương giả quyền quý ở kinh thành Thăng Long cho đến nông phu chân lấm tay bùn ở thôn quê đều ưa chuộng. Không chỉ thế nhiều đồ gia dụng thường ngày ở Bát Tràng còn vượt ra biên giới đất Việt. Từ thế kỷ 15, đồ gốm Bát Tràng có mặt trong lễ vật triều cống cho các hoàng đế Trung Hoa – nơi có truyền thống làm gốm sứ từ hàng ngàn năm trước và nổi tiếng khắp thế giới. Từ đó về sau, thời đại nào, dù suy hay thịnh thì làng gốm Bát Tràng vẫn khẳng định được giá trị hàng hóa của mình, nghề gốm vẫn trụ vững và vượt qua mọi thử thách.

Từ vài thập kỷ nay, sức sống của làng nghề Bát Tràng truyền thống vẫn được thổi lên bởi ngàn lò gốm cháy rực suốt ngày đêm. Theo các nghệ nhân của làng, đề tài phổ biến của các sản phẩm gốm Bát Tràng là hình rồng, phượng, câu thơ đối, hoa văn, cảnh người, cảnh hoa, cảnh thiên nhiên...Đều phản ánh đời sống tâm linh và triết lý của con người Việt Nam. Sản phẩm gốm sứ Bát Tràng không những nổi tiếng trong cả nước mà còn được xuất khẩu sang nhiều nước trên thế giới như Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ, và có nhiều sản phẩm gốm cổ Bát Tràng đang được lưu giữ tại một số viện bảo tàng lớn trên thế giới như Royaux – Bỉ, Guimet – Pháp...Về Bát Tràng du khách sẽ được thấy một Bát Tràng – làng cổ tồn tại song song với một Bát Tràng - đô thị. Truyền thống và hiện đại đan xen cả trong tư duy sản xuất kinh doanh của người làng gốm cũng như trong diện mạo của làng gốm Bát Tràng. Hàng năm lễ hội làng Bát Tràng được tổ chức vào ngày 15 tháng 2 (âm lịch) và thường kéo dài 7 ngày.

Hà Nội có nhiều làng nghề còn tồn tại, song những làng nghề đã và đang được quan tâm đưa vào phát triển phục vụ khách du lịch không nhiều. Chúng ta cũng có thể kể đến làng nghề khá nổi tiếng tại đất Hà thành là làng lụa Vạn Phúc hay còn gọi là làng lụa Hà Đông thuộc quận Hà Đông – Hà Nội.

Về với Vạn Phúc hôm nay, mới đến đầu làng du khách đã có thể nghe thấy tiếng dệt lụa rộn ràng và bắt gặp một không khí nhộn nhịp, tấp nập của cửa hàng giới thiệu làng Vạn Phúc được đặt ngay đầu làng với những xấp vải nhiều màu sắc. Lụa Vạn Phúc nổi tiếng bền đẹp, khoác tấm áo lên người sẽ thấy mềm mại và nhẹ nhàng. Cái nét đặc sắc và độc đáo ấy chính là nhờ vào đôi bàn tay khéo léo, điêu luyện, tinh đời của người dân dệt lụa Vạn Phúc. Qua thời gian đến nay nghề dệt lụa Vạn Phúc được cải tiến và phát triển mạnh mẽ và cho ra đời nhiều mặt hàng độc đáo, cao cấp như gấm, lụa, the, lĩnh,... với nhiều hoa văn sinh động và tinh tế hấp dẫn và chinh phục những khách hàng khó tính nhất. Nằm bên bờ sông Nhuệ, lụa Vạn Phúc vẫn giữ được những thủ pháp nghệ thuật truyền thống. Các sản phẩm làm ra đều mang nét độc đáo là ấm áp về mùa đông và mát mẻ về mùa hè, hoa văn trang trí sống động khiến bộ trang phục càng trở nên duyên dáng. Bởi vậy lụa Vạn Phúc không chỉ được ưa chuộng ở trong nước mà đã vượt ra ngoài lãnh thổ Việt Nam tới tay khách bốn phương. Làng lụa Vạn Phúc nay vẫn giữ được ít nhiều nét cổ kính quê ngày xưa như hình ảnh cây đa cổ thụ, giếng nước, sân đình. Lụa Hà Đông cũng như các sản phẩm thủ công truyền thống của các làng nghề khác, cùng với các loại hình nghệ thuật truyền thống tại Hà Nội ngày nay được du khách trong và ngoài nước rất yêu mến và đón nhận. Đó cũng chính là một điểm mạnh làm cơ sở cho việc bảo tồn và phát triển các loại hình nghệ thuật và các làng nghề truyền thống của Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng.

Một loại hình du lịch độc đáo và đặc trưng không thể bỏ qua khi tới Hà Nội là du lịch văn hóa khám phá những nét độc đáo của văn hóa Việt nói chung và Hà Nội nói riêng, đó chính là các giá trị văn hóa dân gian Hà Nội còn lại và đang đưa vào khai thác du lịch như: múa rối nước, hát ca trù, hát chèo, hát



tuồng,...hay chính là các làng nghề truyền thống tại Hà Nội như làng lụa Vạn Phúc, làng gốm Bát Tràng...

Ngoài một số sản phẩm du lịch cơ bản tại Hà Nội hiện nay như trên không thể không kể đến các sản phẩm du lịch là hệ thống các dịch vụ đi kèm tại Hà Nội đó là dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ vận chuyển, và các dịch vụ bổ sung khác như làm đẹp, massage,..để thỏa mãn nhu cầu thư giãn nghỉ ngơi của du khách.

Nhìn một cách tổng thể thì các sản phẩm du lịch của Hà Nội đã khai thác được những giá trị tài nguyên đặc trưng của thủ đô để xây dựng những sản phẩm du lịch đặc sắc chứa đựng những nét đẹp văn hóa, nét đẹp đời thường của người Hà Nội cũng như truyền đạt tới du khách những thông tin về lịch sử lâu đời của thủ đô ngàn năm văn hiến với những giá trị văn hóa mang đậm chất dân gian và tính nhân văn.

Tuy nhiên, hệ thống sản phẩm du lịch tại Hà Nội vẫn còn đưa được phong phú và đa dạng, chất lượng cũng chưa cao và chưa khai thác hết tiềm năng, giá trị của tài nguyên. Có lẽ vì vậy mà chúng ta chưa thật sự giữ chân du khách ở lại Hà Nội được lâu và khiến cho khách quay lại nhiều lần. Do đó có thể nói việc nghiên cứu và tìm kiếm khả năng xây dựng thêm nhiều sản phẩm đặc biệt và mới cho thủ đô là một nhu cầu cấp bách. Sẽ thật tiếc nếu Hà Nội không có hướng khai thác du lịch về đêm nhất là vào dịp kỷ niệm đại lễ 1000 năm Thăng Long Hà Nội. Đó cũng chính là lý do khóa luận đề xuất nghiên cứu xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách nước ngoài trong dịp đại lễ 1000 năm Thăng Long. Để làm được điều đó cần có sự nghiên cứu và tìm hiểu cũng như học hỏi kinh nghiệm tổ chức du lịch đêm tại một số nơi khác để có thể có những nhận định và đánh giá đưa ra những phương án xây dựng chính xác và phù hợp.

### **2.3. Sản phẩm du lịch đêm ở một số nơi**

#### **2.3.1. Trên thế giới**

Trên thế giới, đã có rất nhiều nơi xây dựng và tổ chức thành công những sản phẩm du lịch đêm của mình. Họ đã và vẫn đang mang về cho đất nước mình

số lợi nhuận khổng lồ hàng năm từ việc khai thác tiềm năng du lịch về đêm của đất nước mình và biến nó thành một lợi thế trong ngành du lịch của đất nước. Có những nước trên thế giới đã có được những sản phẩm du lịch đêm thành công tới mức mỗi lần sản phẩm du lịch đêm đó xuất hiện thì lại nhận được sự đón nhận nhiệt tình của du khách cả trong và ngoài nước, họ có được những khách hàng trung thành ở nước ngoài luôn tìm đến họ những khi họ có sản phẩm mới. Đó không phải là điều dễ làm song nếu có những hướng đi đúng đắn và phù hợp thì chắc chắn sẽ thành công. Trong các nước trên thế giới có sản phẩm du lịch đêm thành công nhất thì chúng ta không thể bỏ qua sản phẩm du lịch “Đêm Trắng” của Paris ( Pháp).

Thành phố Paris của Pháp luôn là điểm đến du lịch hấp dẫn đối với mọi người dân Pháp và cũng là niềm ước mơ được đặt chân tới của rất nhiều du khách nước ngoài. Không chỉ phát triển du lịch khai thác thế mạnh của thành phố vào ban ngày. Về đêm Paris còn thu hút khách du lịch hơn rất nhiều lần. Cũng bởi nơi đây đã có được sự tổ chức tuyệt vời của những nhà làm du lịch khi họ xây dựng được những sản phẩm du lịch đêm thật đáng nể phục dưới sự ủng hộ của các nhà lãnh đạo và quản lý. Paris, nơi được mệnh danh là kinh đô của ánh sáng không chỉ bởi nơi đây không bao giờ tắt điện mà nó còn có ý nghĩa đẹp đẽ và tuyệt vời hơn rất nhiều lần. Paris



của ban ngày và ban đêm đều đẹp, nhưng dường như ban đêm nó đẹp hơn rất nhiều khi được tô vẽ thêm những sắc màu bởi hàng triệu ánh đèn, nó càng trở nên lung linh hơn.

Về đêm du khách có thể tới thăm bất cứ nơi đâu mình thích, từ những lâu đài sang trọng và đẹp như Louvere hay những công viên như Jardin Du Luxembourg, bảo tàng lịch sử, tòa thị chính, hoặc các nhà thờ như nhà thờ đức

bà Notre-Dame, Saint-Eustache, cung điện Versailles,...Đêm tại Paris du khách có rất nhiều sự lựa chọn cho mình, có thể vui chơi thỏa thích tại các công viên hay tới xem các buổi biểu diễn nhạc kịch với các vở diễn về kinh thánh tại các nhà thờ, tới tháp Eiffel mua cho mình một vé để được lên cao ngắm nhìn cả thủ đô Paris tráng lệ lung linh trong đêm... Với tình hình an ninh tốt và người dân văn minh lịch sự và tự giác, Paris có thể dễ dàng tổ chức được những hoạt động phục vụ du khách trước hết là trong nước sau đó là du khách nước ngoài về đêm. Cả đường phố tại Paris sáng điện đến sáng, các phương tiện giao thông rất đa dạng và hoạt động cả đêm mà trong đó phải kể đến là tàu điện, xe bus. Du khách khi tới đây có thể đi tàu điện với giá cả bình thường khoảng 2Eour/ 1 lượt/ 1 tuyến khi mua vé, hoặc đi theo card thì 1 tháng mất khoảng 30Eour/ 1 khách. Vào thứ 7, chủ nhật và các ngày lễ thì được miễn phí với tất cả các tuyến. Với mức giá như vậy có thể nói là bình thường so với mức sống tại Paris, và cao hơn so với mức thu nhập của Việt Nam, song nếu đi du lịch tới đây, du khách chắc chắn sẽ vẫn hài lòng chấp nhận mức giá đó để được nhận lại dịch vụ vận chuyển tốt cho mình.

Chẳng ai từng đến Paris mà không làm một chuyến du lịch dọc sông Senine để thấy hết được vẻ đẹp lung linh của Paris về đêm và vẻ đẹp trầm mặc của các lâu đài tráng lệ ban ngày. Nhiều sinh hoạt cộng đồng còn được tổ chức bên bờ sông. Người Pháp còn chịu khó chở cát rải trên bờ làm bãi tắm “biển” về mùa hè và nhiều người thì câu cá, nhiều đôi nam nữ lại chọn bờ làm chỗ bày tỏ tình cảm với nhau. Có tới 37 chiếc cầu bắc ngang sông senine, mỗi chiếc cầu là một tuyệt tác kiến trúc, không cái nào giống cái nào. Chạy giữa thủ đô Paris, sông Senine được xếp vào danh sách di sản thế giới của UNESCO năm 1991 mặc dù con sông cũng đẹp như rất nhiều con sông khác trên thế giới song người Paris đã khéo biến sông Senine thành một trong những con sông lãng mạn và đẹp nhất thế giới.

Paris từ lâu cũng nổi tiếng với thời trang ăn mặc. Quả đúng như vậy, người dân nơi đây và cả các du khách tới đây dường như coi đường phố Paris là

sản diễn thời trang của mọi thời đại. Trên tất cả các đường phố cả ban ngày và ban đêm, mọi người ăn mặc theo gu thẩm mỹ riêng và sẵn sàng mặc tất cả những gì mình thích đi ra đường, tự tin, mà không sợ bất cứ ánh nhìn nào của người khác, trẻ trung, năng động, lịch lãm,..tất cả tạo một không gian thoải mái, tự do sáng tạo, tự do thể hiện mình. Đây cũng là một đặc điểm thu hút khách du lịch tới Paris.

Là kinh đô của ánh sáng, năm 2009 Paris đón tổng cộng khoảng 28 triệu khách du lịch trong đó hơn 17 triệu khách nước ngoài. Các địa điểm nổi bật như Nhà THờ Đức Bà đón 13,5 triệu du khách là công trình thu hút nhất nước Pháp, nhà thờ Sacré-Coeur với 10,5 triệu khách, viện bảo tàng Louvre với 8,3 triệu, tháp Eiffel hơn 7 triệu lượt khách... Với số lượng khách du lịch lớn như vậy, có thể nói Paris đã rất thành công trong lĩnh vực du lịch của mình và luôn là 1 trong những thủ đô thu hút khách du lịch nhất thế giới.

Tới Paris, du khách thường không thể quên được ấn tượng về đất nước của “Đêm trắng”. Tại Paris, mỗi năm lại có một đêm người dân Paris cũng như khách du lịch có thể thức trắng đêm nhưng không phải như những cuộc dạo chơi về đêm thông thường mà thức trắng với tất cả các hoạt động trong năm có thể tổ chức diễn ra ngoài trời từ 19h tối đến 7h sáng hôm sau. “Đêm trắng”(Nuit Blance), một Paris khác hẳn hiện lên huyền hoặc trong bóng đêm và ánh sáng. Mỗi năm đêm trắng được tổ chức một lần vào tuần lễ đầu tiên của tháng 10, vì đây là thời gian dài nhất tại Paris, là lúc mà những người bệnh mắt ngủ không phải trần trọc suốt đêm chờ trời sáng. Đêm trắng tại Pháp được tổ chức tại nhiều địa điểm trên toàn nước Pháp và Paris luôn là tâm điểm của sự chú ý vào ngày này. Người dân pháp hay nói rằng không ai có thể tham dự được hết hững hoạt động của đêm trắng, nhưng đây là dịp để người ta ra khỏi bốn bức tường, hòa lẫn với những người không quen biết và phát hiện một Paris mới, không giống như ngày thường.

Đêm trắng Paris là đêm của sự tổng hòa giữa văn hóa, nghệ thuật, thể thao, chính trị... của tất cả các hoạt động trong năm. vào lễ hội này tại Paris có hàng trăm các nghệ sĩ tham gia với đủ các loại hình từ âm nhạc, nghệ thuật,

chiếu phim, diễn kịch, đọc thơ trên nền nhạc, các chương trình lễ hội, biểu diễn ca nhạc, nhảy múa tới các cuộc trình diễn thời trang độc đáo với những mẫu thời trang của các nhà tạo mốt nổi tiếng hay các chương trình tham gia trò chơi...tất cả đều được tổ chức trong một đêm trắng tại nhiều địa điểm khác nhau.

Tại các khu vườn rộng lớn như Tullerries nằm ngay trung tâm thủ đô Paris, tất cả các đêm trắng đều trở nên lung linh trong bóng đêm với hàng ngàn chiếc bóng đèn cùng bùng sáng một lượt. Những chậu đất nung treo dọc ngang trên không nở tung những ngọn lửa ấm áp, những quả cầu kim loại vĩ đại với hàng trăm bóng đèn bên trong mỗi quả cầu góp phần tạo nên không khí lễ hội đặc biệt này. Vào đêm trắng người tham gia đông nườm nượp, không chỉ có thanh niên mà cả những người lớn tuổi, người già và trẻ em. Nhiều chiếc ghế được đặt thêm tại các điểm công cộng cho khách nghỉ chân. Nếu tham gia tại một địa điểm có lễ hội khiêu vũ, du khách được thỏa thích nhảy múa vui vẻ cả với những người xa lạ, tất cả không quen những cũng nói chuyện và cười nói thoải mái với nhau, cùng nhau uống rượu. Người tham gia có thể mua rượu tại đây với giá vừa phải hoặc mang từ nhà đi uống và mời nhau. Tại Paris vào đêm trắng, có hàng triệu người đã tập trung về quảng trường Concorde ở trung tâm thủ đô Paris để chiêm ngưỡng ánh sáng phát ra từ những thác nước và đài tưởng niệm với tháp Eiffel in hình trên bầu trời trong suốt đêm.

Đêm trắng đã được nhiều thành phố khác trên thế giới như Rome ( Ý), Toronto ( Canada)...tổ chức theo và mỗi nơi có những màu sắc riêng nhưng với Paris đêm trắng luôn là lễ hội, điểm hẹn quen thuộc của người dân thủ đô nước Pháp.

Nếu châu Âu có Paris luôn lung linh đủ màu sắc và sở hữu lễ hội đêm trắng thu hút hàng triệu khách du lịch thì tại Châu á, một thành phố được mệnh danh là “paris của châu á, đặc biệt không kém hấp dẫn du khách với những sản phẩm du lịch đêm thật tuyệt vời của mình đó chính là Thượng Hải ( Trung Quốc), nằm ở quốc gia láng giềng với Việt Nam, thành phố Thượng Hải về đêm cũng vô cùng đẹp trong lung linh của sắc màu các ánh đèn. Và đặc biệt hơn, sẽ thật lãng mạn và thú vị nếu du khách có dịp nghỉ đêm tại đây để được hưởng một đêm du thuyền trên sông Hoàng Phố ngắm cảnh dọc bờ sông.

Sông Hoàng Phố là dòng sông có từ lâu của thành phố Thượng Hải, hai bên bờ sông được phân ra là khu phố Đông và khu phố Tây. Điều đặc biệt khác so với các phố khác là du khách khi đi trên thuyền dọc sông Hoàng Phố được chiêm ngưỡng vẻ đẹp của một bên là phố Đông hiện đại và phố Tây cổ kính. Về đêm dọc hai bên bờ sông Hoàng Phố ánh đèn lấp lánh đủ



màu sắc sáng thành một dải trải dọc bờ sông. Khi đứng trên bờ nhìn xuống, sông Hoàng Phố như một chiếc khăn trải trong lòng thành phố, lãng mạn và thơ mộng khiến du khách cảm thấy rất khoan khoái và lôi cuốn.

Tàu cao tốc nệm từ trường tại Thượng Hải cũng là một trong những trải nghiệm thú vị với du khách bởi đây là một trong những hệ thống tàu cao tốc hiện đại và nhanh nhất thế giới. Nó có thể đưa quý khách từ sân bay tới trung tâm thành phố cách đó 30km chỉ trong 6 phút với giá 12 USD. Với những nước phát triển đã rất quen thuộc với tàu điện cao tốc, du khách lại có suy nghĩ muốn đi thử tàu cao tốc hiện đại của thế giới như thế nào, còn với du khách đến từ các nước còn lạ lẫm với tàu điện ngầm như Việt Nam thì đó vẫn là một điều thú vị cần khám phá. Tàu cao tốc tại đây chạy suốt đêm cũng như những đường phố sang đèn đến sáng tại Thượng Hải.

Về đêm du khách có thể tới thăm một số các địa điểm nổi bật tại thành phố như tháp truyền hình Minh Châu là một trong những tháp truyền hình cao nhất thế giới, hay tới thăm tòa nhà Kim Mậu, đây là 2 nơi cao nhất Thượng Hải. Du khách có thể mua vé để được lên tháp truyền hình Minh Châu ngắm cảnh thành phố về đêm với cảm giác rất mạo hiểm nếu ai lần đầu đi thang máy lên nhanh với tốc độ 10m/s tại đây với giá khoảng 80 đến 100 tệ/ 1 lượt. Từ trên cao tháp truyền hình Minh Châu nhìn xuống, Thượng Hải hiện lên như một rừng cao ốc với hàng ngàn màu sắc lung linh sáng ngời về đêm. Đối với người có sở thích

mua sắm về đêm thì phố Nam Kinh là một địa điểm lý tưởng bởi nơi đây được mệnh danh là thiên đường mua sắm. Tại Thượng Hải được chia ra thành các khu Vip với đầy đủ các hãng thời trang, hàng hóa danh tiếng của thế giới như khu đại lộ Nam Kinh hoặc các khu có mức giá cả bình thường như Quipu Lũ, Hảo Hớn du khách có thể mặc cả thoải mái, thuận mua vừa bán, mà những người bán hàng khá thoải mái và vui vẻ. Ngoài ra khu Dự Viên cũng là một điểm đến thú vị để tham quan, ngắm cảnh đêm, ở đây có cả chợ đêm để du khách khám phá tìm hiểu và mua sắm. Với những du khách có cảm hứng về các ngôi đền thì nên đến đền Phật Ngọc tại Thượng Hải vì ngôi đền này rất đẹp và được đánh giá là một trong những ngôi đền đẹp nhất của Trung Quốc. Vào buổi tối tại Nhà Hát Trung Tâm, luôn có những chương trình phục vụ khách tới đây trong đó đặc biệt kể đến là tiết mục quay đĩa nổi tiếng thế giới của nghệ sĩ Trung Quốc. Khi đi du lịch tới Thượng Hải, muốn tham quan thành phố du khách nên đi bộ hoặc đi taxi nếu gần. Ngoài ra du khách yêu văn hóa cũng có thể tới thăm bảo tàng Thượng Hải, hay khu Monganshan chuyên về điêu khắc và hội họa với những người yêu thích nghệ thuật. Nơi đây có đặc trưng là bức tường dài với nhiều hình vẽ độc đáo mang phong cách graffiti với các phòng tranh mỗi nơi một kiểu khác nhau về ý tưởng và sáng tạo. Về đêm tại Thượng Hải để tìm đến khu phố của Bar không khó, đó là phố Tân Thiên Địa, nơi đây có đủ các phong cách sôi động đến nhẹ nhàng lãng mạn của các bar. Có thể nói đêm Thượng Hải có rất nhiều nơi để đi, tìm hiểu và khám phá, điều đó cũng khiến cho du lịch đêm Thượng Hải trở thành một sản phẩm du lịch đặc trưng nơi đây và Thượng Hải đã và đang rất thành công trong việc thu hút rất nhiều du khách trong và ngoài nước. Ngoài những sản phẩm có vẻ như đồ sộ như đêm trắng Paris hay đêm trên sông Hoàng Phố của Thượng Hải, cũng có thể kể đến 1 sản phẩm du lịch rất đơn giản và nhỏ bé như dịch vụ chụp ảnh và in hình khách du lịch lên các chiếc cốc rất xinh xắn và bán cho chính những người khách du lịch đó tại Singapore cũng là một sáng tạo rất thú vị...

Tại Châu Á cũng như nhiều nơi khác trên thế giới, có rất nhiều nơi thành

công trong việc xây dựng và đưa sản phẩm du lịch đêm tới tay du khách như Hàn Quốc, Rome, Singapore..Song hầu hết các nước đó đều là các nước đã và đang phát triển, tiến bộ hơn Việt Nam rất nhiều và quan trọng nhất là họ biết tận dụng những gì đang có và biết cách biến nó thành thế mạnh người dân cũng tự giác hơn chúng ta nên việc thành công trong việc phát triển du lịch về đêm cũng là điều dễ hiểu.

### 2.3.2. Ở Việt Nam

Việt Nam là một nước nhỏ bé song lại có được những tiềm năng phát triển du lịch về đêm tại một số nơi rất lớn và cũng đã có những nơi đã xây dựng thành công sản phẩm du lịch về đêm, tuy không nhiều, đa dạng và có quy mô lớn song cũng đã được du khách trong và

ngoài nước rất đón nhận. Trong đó phải kể đến đầu tiên là tại di sản Hội An – Quảng Nam. Phố cổ Hội An từ lâu đã được biết đến là một di sản văn hóa thế giới, không chỉ nổi tiếng với hình ảnh là phố đèn lồng mà còn được biết đến với



những ngôi nhà cổ hàng trăm năm tuổi mang phong cách kiến trúc Việt, Nhật, Trung...và cả những đêm Hội An cổ kính độc đáo thu hút hàng ngàn du khách trong và ngoài nước.

Bắt đầu từ năm 2004, sản phẩm du lịch mới “phố đêm Hội An” đã được triển khai ở đường Bạch Đằng (dài 400m), đường Hoàng Văn Thụ (đoạn giáp đường Nguyễn Thái Học đến giáp đường Bạch Đằng), đường Lê Lợi (đoạn giáp Nguyễn Thái Học đến giáp đường Bạch Đằng), khu bãi bồi An Hội (rộng 0,5 ha) và sông Hoài (trong phạm vi khoảng 2ha. Ngoài ra còn có các khu vực đêm là bờ Bắc và Tây Cầu Nam, 1 đầu còn lại của đường Bạch Đằng và đoạn phía Tây cầu An Hội. Sản phẩm mới này ra đời ngay lập tức đón nhận được sự thu hút của đông đảo người dân trên cả nước, khách du lịch trong và ngoài nước biết



đến và tham gia. Đêm Hội An đã tái hiện một phố cổ lung linh huyền ảo trong ánh sáng của những chiếc đèn lồng, du khách có thể mua sắm, thưởng thức các món ăn đặc trưng và thưởng ngoạn cảnh lung linh trên sông Hoài trong hội hoa đăng.

“Phố đêm Hội An” chia làm 2 giai đoạn: phần sôi động được đặt tên là *Rộn rã đêm Hội An* từ 19h đến 22h, phần tĩnh lặng là *lắng đọng đêm Hội An* từ 22h đến 24h. Về mùa đông thì thời gian bắt đầu và kết thúc sớm hơn 30 phút.

Ở phần *rộn rã đêm Hội An*, các diễn viên thể hiện các cảnh diễn trên đường phố như hát sắc bùa, hát múa đồng dao, múa tứ linh, múa lân, tái hiện lễ mừng lúa mới – múa cà tu, hát Du hò ( Trung Quốc), múa Bon (Nhật Bản), hội hóa trang các dân tộc thế giới và kết thúc bằng hoạt động khiêu vũ quốc tế. Đêm về khuya là dành lúc cho phần *lắng đọng đêm Hội An*. Đồng loạt ở nhiều nơi trong khu phố cổ có nhiều sinh hoạt văn hóa êm dịu để du khách thưởng thức. “Phố đêm Hội An” sẽ được duy trì thường xuyên vào thứ 7 hàng tuần gắn với sản phẩm du lịch mới “phố cổ Hội An không có tiếng động cơ xe máy”. Du khách tới Hội An vào những ngày này hay ngày khác đều thấy một Hội An thật đặc biệt bởi nơi đây bày bán rất nhiều đèn lồng. Và chính những chiếc đèn lồng ấy đã tạo nên một Hội An thật cổ kính và dung dị một cách lung linh trong ánh sáng nhiều màu sắc của đèn lồng vào buổi tối. Rất nhiều khách du lịch trong và ngoài nước tới Hội An đã có ấn tượng không thể quên khi được hòa mình vào không khí tối thứ 7 hàng tuần, hai bên bờ sông Hoài, người ta rồng rắn rủ nhau đi như trẩy hội dưới ánh sáng lờ mờ của những chiếc đèn lồng, những ngọn đèn gió và đèn cầy tỏa ra từ những hàng quán phố Bạch Đằng bên này sông, hoặc ở khu phố ẩm thực An Hội bên kia sông... Trên những con phố Hội An hiện lên sinh động đầy ắp tiếng người đến tận 12h đêm. Tiếng nói râm ran khắp nơi, từ những hàng quán, những gian trò chơi mái lợp tranh mới dựng lên bên cồn An Hội. Tất cả đã tạo nên một sản phẩm du lịch thật đặc biệt cho đêm cho Hội An đó là “Phố đêm Hội An”. Theo thống kê sơ bộ năm 2004, ngay sau khi chương trình “Phố đêm Hội An” được tổ chức ra mắt công chúng trong vòng 2 tháng đã

thu hút trên 10 vạn du khách đến tham dự các sinh hoạt. Chương trình từ 7h đến 10h tối càng sinh động bao nhiêu thì phần “lắng đọng” từ sau đó đến khuya lại gây một tình cảm phong phú và gợi trí tưởng tượng bấy nhiêu với những sinh hoạt nghệ thuật đặc thù làm cho lòng người dịu lại trong không gian phố cổ về đêm...Tiếng đèn kìm, đàn tranh, đàn bầu, ghi ta cổ điển lạnh lốt, du dương ở nhiều góc phố. ở các tụ điểm khác lại là các nhóm đọc thơ đường, nhạc trữ tình, nhạc thính phòng..ánh sáng được điều chỉnh càng về khuya càng dịu lịa, âm cúng và gợi cảm.

Có lẽ đối với nhiều du khách lại ấn tượng hơn khi có dịp họ qua Hội An vào những ngày cuối tuần và điều làm họ bất ngờ là Phố Cổ Hội An hiện lên không ồn ào như thường nhật và không hề có tiếng của động cơ xe máy, không có những ánh đèn rực rỡ trong các phố cổ. Đây cũng là một sản phẩm du lịch rất độc đáo của Hội An hay người dân nơi đây còn gọi là “dự án nghệ thuật” đã được thực hiện rất thành công ở Hội An với sự hưởng ứng tự nguyện của người dân nơi đây. Du khách khi tới đây vào dịp này có thể thấy trên đường Bạch Đằng, Trần Phú không có tiếng xe cộ và ánh đèn nê-ông, những mái rêu đặc lại trong một gam màu sẫm càng làm cho Hội An đẹp lên, huyền ảo hơn. Trên sông Hoài, du khách sẽ thật hào hứng khi xem các đội hò khoan, các đội hát bả trạo vừa chèo thuyền vừa hát, múa trong trang phục cổ rất ấn tượng, thỉnh thoảng một ánh đèn pha lê nhẹ nhàng hắt trên mặt sông làm nổi bật một đội hát và những tràng pháo tay lại rộ vang trời. Đã có những nhà báo như anh Maurois say sưa chụp ảnh và phải thốt lên rằng “Với sự tham gia của thanh niên nam nữ thế này, tôi nghĩ các bạn đã thành công trong việc giáo dục văn hóa truyền thống cho lớp trẻ”. Quả đúng như vậy, bất kỳ một sản phẩm du lịch nào thiết nghĩ yếu tố con người thật không thể thiếu. Khi người dân có văn hóa, có tri thức, có sự tự giác, lòng nhiệt tình thì bất cứ sản phẩm du lịch nào có họ tham gia cũng sẽ thành công tốt đẹp ngoài mong đợi. Người dân nơi đây đã thấy rõ họ cũng được hưởng lợi qua việc mua bán hàng lưu niệm cho du khách tăng lên vì người đi dạo phố, mua sắm đang tăng lên rõ rệt. Tất nhiên tất cả những điều đó cũng rất

cần phải có sự giúp đỡ của các nhà lãnh đạo. Chủ tịch UBND thị xã Hội An Nguyễn Sự đã từng chia sẻ: “chúng tôi sẽ thiết kế ngày một nhiều hơn những trò chơi dân gian trong nước lẫn của bạn bè quốc tế. Trò chơi nào thu hút được sự ủng hộ sẽ được giữ lại và nâng cao. Làm sao cho những đêm phố cổ trở thành điểm hẹn của mọi người đặc biệt là giới trẻ. Phố đêm Hội An là để đọc lại lịch sử trên những di tích, những sinh hoạt dân gian được tái hiện, các bạn trẻ không những chỉ hoài niệm một nền văn hóa mà còn thể hiện trách nhiệm của họ trong việc giữ gìn nó. Đó là mục tiêu của chúng tôi...” Đó hầu như đã chứa đựng tất cả những gì muốn nói về ý nghĩa sản phẩm du lịch Hội An. Gần đây nhất Hội An cũng đã khẳng định vị thế sản phẩm du lịch của mình với việc đã, đang và sẽ tổ chức các lễ hội có từ lâu đời lồng vào các dự kiện lớn như “giò trái đất”, các lễ kỷ niệm,... đặc biệt là chương trình nghệ thuật “huyền diệu trăng phố cổ” tại khu vực sông Hoài – phố cổ Hội AN. Điều đó chứng tỏ Hội An đã xác định được vị trí của mình và đang ngày càng nỗ lực tạo ra những sản phẩm du lịch mới, đặc trưng và mang nét của riêng mình để làm cho Hội An ngày càng đẹp hơn, đặc biệt hơn và thu hút nhiều du khách hơn nữa.

Gần với Hội An, mỗi khi nhắc tới những sự kiện đặc biệt được diễn ra vào đêm gây chú ý của nhiều khán giả thậm chí sự quan tâm của người dân trên cả nước và khách du lịch nước ngoài, người ta hay nhắc tới sông Hàn - Đà Nẵng.

Là một thành phố trực thuộc Trung ương và là 1 trong 4 đô thị loại 1 của Việt Nam. Đà Nẵng không chỉ là trung tâm kinh tế, văn hóa giáo dục, khoa học và công nghệ của khu vực miền Trung – tây Nguyên. Thiên nhiên đã ưu đãi cho Đà Nẵng có vị trí nằm giữa vùng kế cận ba di sản văn hóa thế giới: Cố đô Huế, phố cổ Hội An và thánh địa Mỹ Sơn, khiến nó càng làm nổi rõ vai trò của thành phố trong việc phục vụ, đón tiếp, trung chuyển khác. Không chỉ là tâm điểm của 3 di sản thế giới, thành phố Đà Nẵng có nhiều danh thắng tuyệt đẹp đến nỗi du khách khó lòng quên được khi đã đến thăm thành phố này, trong đó nổi bật chính là sông Hàn.

Sông Hàn từ lâu đã là nguồn cảm hứng cho du lịch Đà Nẵng. Vào những

## Xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách nước ngoài trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long

---

đêm hè oi bức, nếu được dạo bộ trên con đường Bạch Đằng dọc theo dòng sông thơ mộng du khách mới có thể cảm nhận thấy hết vẻ đẹp của dòng sông này. Nó từ lâu đã trở thành biểu tượng riêng và cũng là niềm tự hào của mỗi người dân nơi đây. Và nếu có dịp đến Đà Nẵng, du khách nên ghé thăm dòng sông này về đêm. Trên sông Hàn luôn mang đến cho lòng người những cảm xúc thật nhẹ nhàng. Dòng sông xanh mềm mại chia hai bờ Đông – Tây, dường như mọi vẻ đẹp nên thơ của dòng sông đều được bộc lộ một cách hoàn hảo nhất và rõ nét nhất trong không gian cầu sông Hàn lồng gió, mát rượi – cây cầu quay đặc biệt duy nhất tại Việt Nam đã mang tên dòng sông – cầu quay sông Hàn. Trải qua dòng thời gian cây cầu này trở thành biểu tượng cho sức sống mới và khát vọng đi lên của thành phố. Về đêm, con đường Bạch Đằng loang loáng ánh đèn xe, thông dong để những cơn gió lồng lên từ dòng sông, thổi trôi đi những mệt mỏi lo âu và muộn phiền khiến cuộc sống trở nên bình yên và nhẹ nhàng hơn. Đà Nẵng tự hào về con đường này và tự hào về dòng sông Hàn đầy thơ mộng ấy.

Cũng tại dòng sông này, hàng năm lại diễn ra các lễ hội đua thuyền truyền thống trên sông Hàn, các hoạt động văn hóa nghệ thuật, các



buổi biểu diễn kỷ niệm những ngày lễ quan trọng, và chính trên con đường Bạch Đằng này từ năm 2008 đến nay đã diễn ra các cuộc thi bắn pháo hoa quốc tế Đà Nẵng với những màn trình diễn theo các chủ đề từng năm ngoạn mục của các đội thi đến từ các nước trên thế giới. Cuộc thi năm 2010 đã kết thúc tốt đẹp với chủ đề “Huyền thoại sông Hàn” cùng các chương trình ca nhạc, thuyền hoa, thả hoa đăng trên sông Hàn và thu hút hàng vạn du khách trong nước và quốc tế đến

tham dự. Sông hàn bình yên bao ngày bỗng lộng lẫy huy hoàng trong ánh sáng, màu sắc của những màn pháo hoa tuyệt diệu. Các đội tham gia đến từ các nước trên thế giới đã thay nhau vẽ lên bầu trời Đà Nẵng những nét riêng bằng ngôn ngữ của âm thanh và sắc màu. Tất cả tạo nên cho Đà Nẵng một diện mạo mới về sản phẩm du lịch của mình, những sản phẩm du lịch mà không dễ nơi nào có được. Để có được một Đà Nẵng mới mẻ đầy màu sắc như vậy thật không dễ, các đội tham gia thi khi tới Đà Nẵng đều thừa nhận Đà Nẵng đã tổ chức rất thành công sự kiện này . “không dễ để có thể tổ chức sự kiện pháo hoa, vì Ban Tổ Chức phải mời những người rất quan trọng như quan chức cấp cao, đại diện các nước khác, khách quốc tế..cùng lúc phải bảo vệ an ninh tuyệt đối. Nhưng Đà Nẵng đã làm rất tốt. Dù mưa, người xem vẫn rất đông, chứng tỏ họ thích và hào hứng” . Hình ảnh Đà Nẵng hòa bình, sạch sẽ, văn minh, thân thiện cùng các điểm đến đẹp, cơ sở hạ tầng và chất lượng dịch vụ khá tốt đã được quảng bá rộng rãi. Với việc chọn tuyến đường Bạch Đằng làm mạch huyết chính cho phố du lịch, thì sông Hàn, Đà Nẵng còn tập trung phát triển du lịch đường sông bằng cách tập trung phát triển loại hình du thuyền trên sông Hàn theo tuyến Bảo tàng Chăm – cửa biển, Bảo tàng Chăm – bán đảo Sơn Trà, Bảo tàng Chăm – K20. Hình ảnh sông Hàn đã, đang và sẽ mãi là niềm tự hào của mỗi người dân Đà Nẵng, đồng thời trong một tương lai không xa, nơi đây sẽ là điểm đến lý tưởng và hấp dẫn du khách trong và ngoài nước. Những sản phẩm du lịch đặc trưng tại dòng sông này sẽ gắn liền với hình ảnh “trên bến dưới thuyền” được xây dựng trên cơ sở chọn một địa điểm có các yếu tố cần thiết về mật độ dân cư, về lịch sử, văn hóa, hệ thống cơ sở hạ tầng, không gian kiến trúc và những yếu tố khác về tổ chức dịch vụ du lịch nhằm tạo ra một điểm tham quan du lịch - điểm nhấn đặc biệt tại khu vực trung tâm thành phố, thu hút khách, hạn chế việc đến với Đà Nẵng và góp phần tăng thời gian lưu trú của du khách. Và vì thế trong tương lai, nhiều khả năng Đà Nẵng sẽ được thêm vào danh sách các “thiên đường du lịch” của Việt Nam, ngoài các địa danh đã quá quen thuộc với thị trường trong nước như Nha Trang, Đà Lạt, Hội An...

Có thể nói tại một số nơi tại Việt Nam, sản phẩm du lịch đêm không còn là khái niệm xa lạ nữa mà đã và đang ngày càng thấy được lợi thế mà nó mang lại đối với ngành du lịch. Các sản phẩm du lịch đêm đã trở thành món ăn tinh thần không thể thiếu và trở thành sản phẩm độc đáo thể hiện cái đặc trưng của các điểm đến du lịch tại Việt Nam. Du khách trong và ngoài nước đều đón nhận một cách rất hào hứng và thậm chí rất ấn tượng với các sản phẩm du lịch đêm như “ phố đêm Hội An”, “ Huyền diệu trăng Phố Cổ” của Hội An, “Huyền thoại sông Hàn” tại Đà Nẵng, cũng có thể nhún nhảy bởi dư âm của đêm lễ hội hóa trang tại Carnavan tại Hạ Long – Quảng Ninh hay bất cứ nơi nào khác. Nhưng tất cả nhìn lại đều thấy được sự cố gắng và nỗ lực của người dân và lãnh đạo tại TW và địa phương trong việc xây dựng những sản phẩm du lịch thật tuyệt vời và cũng để thấy được sản phẩm du lịch đêm tại Việt Nam vẫn còn đang là một tiềm năng lớn đang cần đến sự sáng tạo của tất cả công dân Việt Nam muốn đóng góp chút sức mình vào ngành du lịch đất nước.

## Tiểu kết chương 2

Chương 2 của khóa luận đã hệ thống một cách khái quát những tài nguyên du lịch Hà Nội với tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn để thấy được Hà Nội có một hệ thống tài nguyên du lịch rất phong phú và đa dạng và đang là điểm đến hấp dẫn của nhiều du khách.

Nhìn vào hiện trạng sản phẩm du lịch Hà Nội qua khái quát về hệ thống sản phẩm du lịch tại Hà Nội với những loại hình du lịch đặc thù đang được sử dụng khá phổ biến của Hà Nội hiện nay như: du lịch Sông Hồng, du lịch xích lô, du lịch tham quan thành phố, du lịch phố cổ...và các loại hình dịch vụ đi kèm như lưu trú, ăn uống, vận chuyển, dịch vụ bổ sung tại chương 2 đã cho thấy sự phát triển không ngừng của thủ đô Hà Nội trong lĩnh vực Du lịch. Ngành du lịch Hà Nội đã và đang thu hút được rất nhiều khách du lịch tới đây đặc biệt là khách du lịch nước ngoài. Tuy nhiên chương 2 cũng cho thấy được phần nào điểm yếu của du lịch Hà Nội khi chưa thật sự khai thác triệt để tài nguyên du lịch và đang thật sự thiếu những sản phẩm du lịch độc đáo và mới lạ nhưng vẫn mang nét đặc trưng riêng để thu hút khách du lịch hơn nữa và sự cần thiết phải xây dựng những sản phẩm du lịch mới để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch sẽ tới Hà Nội trong dịp đại lễ 1000 năm Thăng Long Hà Nội. Để làm cơ sở cho việc xây dựng sản phẩm du lịch mới chương 2 của khóa luận đã nghiên cứu và đưa ra được một số sản phẩm du lịch đặc biệt là du lịch đêm tại một số nơi trên thế giới và ở Việt Nam với mục đích sẽ giúp ích trong việc tham khảo và học tập kinh nghiệm tổ chức và xây dựng các sản phẩm du lịch mới tại Hà Nội để phục vụ khách du lịch và khai thác bảo tồn tài nguyên du lịch Hà Nội.

### **CHƯƠNG 3**

## **GIẢI PHÁP XÂY DỰNG SẢN PHẨM DU LỊCH ĐÊM HÀ NỘI DÀNH CHO KHÁCH NƯỚC NGOÀI TRONG DỊP ĐẠI LỄ 1000 NĂM THĂNG LONG**

### **3.1. Đặc điểm lễ hội 1000 năm Thăng Long Hà Nội**

#### **3.1.1. Hà Nội hướng tới 1000 năm Thăng Long đang là điểm đến hấp dẫn**

Trong những năm gần đây Đảng và Nhà Nước ta đã có những chính sách kinh tế mở cửa để thu hút đầu tư nước ngoài. Đặc biệt là sự kiện Việt Nam đã gia nhập tổ chức Thương mại thế giới – WTO từ năm 2007 tới nay ngành du lịch Việt Nam nói chung và du lịch Hà Nội nói riêng đã có những thuận lợi đặc biệt là vị thế ngoại giao, khả năng thu hút khách du lịch quốc tế, thu hút đầu tư nước ngoài, nhìn chung đã có những bước chuyển biến mới tốt hơn rõ rệt.

Hà Nội là một trong 2 cửa ngõ quốc tế lớn nhất Việt Nam, là trung tâm tiếp nhận và phân phối khách đi khắp cả nước. Theo thống kê hiện nay cho biết thì Hà Nội đã đón du khách từ hơn 170 quốc gia và vùng lãnh thổ tới thăm và con số đó trong thời gian gần đây ngày càng có xu hướng tăng lên đáng kể. Trong năm 2008 số lượng khách quốc tế tới Hà Nội đạt 2954855 lượt, sang năm 2009 lượng khách quốc tế tới Hà Nội tăng đạt 3698086 lượt. Riêng quý 1/2010 số lượng khách quốc tế tới Hà Nội đã có được con số 1.29.7672 lượt khách. (số liệu: Cục Thống kê Hà Nội)

Bắt đầu từ đầu năm 2010, Hà Nội, ngành du lịch tổ chức Năm du lịch quốc gia tại Hà Nội để cùng cả nước hướng về dấu mốc lịch sử trọng đại khi đã trở thành một trong số ít thủ đô trên thế giới tròn 1000 năm tuổi. Trái tim thân yêu của cả đất nước Việt Nam dường như đang trở thành tâm điểm của sự chú ý của bạn bè thế giới cũng như của khách du lịch trong nước, tất cả đang cùng hướng về Hà Nội, hướng về dịp kỷ niệm đại lễ 1000 năm Thăng Long dự kiến được tổ chức vào 10/2010 Dương lịch (24/8-3/9/2010 Âm lịch) tại Hà Nội. Hàng ngày, không chỉ báo chí, truyền hình và các phương tiện thông tin liên lạc khác



đa tin về dịp đại lễ Thăng Long, mà trên các mặt báo, trang web của một số nơi trên thế giới cũng đang cập nhật và đưa tin về Việt Nam và Hà Nội. Gần đây nhất mọi người được biết đến từ báo về du lịch của Pháp Le Figaro đã đưa tin về những nét đẹp Hà Nội để kỷ niệm 1000 năm Thăng Long. 1000 năm Thăng Long - Đây có thể nói là sự kiện có một không hai trong lịch sử Việt Nam. Điều đáng mừng là từ vài năm trở lại đây, Việt Nam đã hiện diện trên bản đồ du lịch thế giới, từ đó thủ đô Hà Nội đã được một số tạp chí và cẩm nang lữ hành có uy tín trên thế giới bình chọn vào danh sách những địa điểm du lịch hấp dẫn nhất trong năm 2010. Điều đó thật đáng để tự hào và trân trọng Hà Nội hòa bình, linh thiêng, cổ kính trong sự tráng lệ của sự phát triển kinh tế như ngày nay. Ngày nay du khách trong và ngoài nước không chỉ thấy Hà Nội hấp dẫn bởi vẻ đẹp lịch sử hiên ngang anh dũng của những năm chiến tranh mà còn nhìn Hà Nội với cái đẹp mang nét hiện đại và tiềm ẩn kích thích sự tò mò tìm kiếm và chinh phục của du khách khi tới đây. Khác với một số nước trên thế giới hiện nay đang có tình hình kinh tế chính trị bất ổn, du khách khi tới Hà Nội không hề lo lắng mà hoàn toàn yên tâm bởi không gian hòa bình thân thiện tại Việt Nam. Tất cả những điều đó có thể khẳng định rằng dịp kỷ niệm đại lễ 1000 năm Thăng Long Việt Nam sẽ đón lượng du khách rất lớn tới thăm. Theo dự đoán và bình chọn của Frommer's, một địa chỉ lữ hành hàng đầu ở Mỹ với hơn 300 cuốn cẩm nang lữ hành toàn cầu, đã bình chọn Top 12 địa điểm du lịch hấp dẫn nhất năm 2010 từ 3.500 địa điểm khắp thế giới thì Hà Nội ( Việt Nam) đứng thứ 5 trong danh sách đó và cũng nằm trong Top 10 điểm đến châu Á năm 2010. Có thể đánh giá đây là một thế mạnh và cũng là thách thức lớn đối với Việt Nam trong việc chuẩn bị đón tiếp và phục vụ rất nhiều du khách tới thăm mà trong đó có số lượng rất lớn của khách du lịch nước ngoài. Thêm vào đó, thời gian gần đây tại một số điểm du lịch trên cả nước đã tổ chức thành công rất nhiều sự kiện lớn và những sự kiện đó đều đã hoặc có xu hướng mang chủ đề nói về đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội như sự kiện tổ chức cuộc thi Bán pháo hoa quốc tế Đà Nẵng đã được Thủ tướng Chính phủ chọn là một trong những lễ hội lớn nhất

cả nước hướng tới Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội; sự kiện Quảng Ninh tổ chức lễ hội Carnival Hạ Long vào 29/4/2010 đến 2/5/2010 ước tính đã thu hút hơn 60.000 du khách tới đây. Với chủ đề của lễ hội “Hạ Long hướng về Thăng Long” và các nội dung chương trình hoạt động phong phú đều hướng về 1000 năm Thăng Long – Hà Nội, Hạ Long đã thu hút được số khách rất lớn bằng khoảng 8 – 10% tổng lượng khách đến Quảng Ninh trong vòng 1 năm. Đây có thể nói là một dịp quảng bá lớn cho sự kiện lịch sử trọng đại 1000 năm Thăng Long – Hà Nội để du khách trong và ngoài nước biết đến và quan tâm nhiều hơn. Thêm vào đó, sự thành công của Carnival Hạ Long đã hứa hẹn với du khách về du lịch Việt Nam đang ngày càng có những bước đổi mới, mang đến cho du khách hình ảnh du lịch Việt Nam hòa bình – thân thiện – nhiều sắc màu sống động và ngàn năm văn hiến.

Đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội là sự kiện trọng đại của đất nước nên sẽ là chương trình được tổ chức hoành tráng và quan trọng sẽ kéo dài từ tháng 1 đến 10/10/ 2010 (sẽ tập trung vào 10 ngày đầu tháng 10/ 2010) Ông Lương Duy Ngân, giám đốc công ty Du lịch quốc tế Ngôi sao mới ( Newstar Tour) nhận định rằng thời điểm tổ chức Lễ công bố Năm Du lịch Quốc gia 2010 và thời điểm diễn ra đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội trùng với mùa cao điểm khách du lịch Việt Kiều đến Hà Nội, do vậy trong dịp này Hà Nội có thể đón một lượng khách nước ngoài rất đông. Hai sự kiện trên sẽ là điểm nhấn thu hút sự quan tâm của một lượng khách Việt kiều và khách nội địa.

Có thể nói rằng, chưa bao giờ Hà Nội nói riêng và Việt Nam nói chung lại có một lợi thế lớn trong để phát triển du lịch nh hiện nay khi đang được cả nước hướng về dịp đại lễ 1000 năm mới có một lần, và các bạn bè trên thế giới cũng đang rất quan tâm tới sự kiện này của Việt Nam, báo chí nước ngoài đưa tin hàng ngày về sự kiện này của Việt Nam, internet đâu đâu cũng tràn ngập những hình ảnh của Hà Nội ngàn năm văn hiến và những hoạt động đang chuẩn bị cho dịp kỷ niệm đại lễ... Tất cả những điều đó dự báo Hà Nội trong dịp này sẽ đón rất nhiều du khách tới thăm và việc đầu tiên không gì khác là phải chuẩn bị đón

tiếp họ thật chu đáo. Trong đó ngoài việc chuẩn bị cho chương trình kỷ niệm dịp đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội thì xây dựng sản phẩm du lịch mới và độc đáo sẽ để phục vụ khách du lịch nước ngoài tới Hà Nội là một điều không thể thiếu.

### **3.1.2. Đặc điểm về khách**

Trong không khí khẩn trương chuẩn bị cho dịp đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội với rất nhiều các chương trình và hoạt động sẽ được tổ chức hoành tráng hoành tráng sẽ hứa hẹn thu hút rất nhiều du khách trong và ngoài nước tham gia. Với những giá trị đặc biệt của thủ đô 1000 năm tuổi, Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long không chỉ là niềm tự hào của người Việt Nam mà còn thu hút sự quan tâm của nhiều nước trên thế giới. Do đó có thể dự đoán được rằng du khách tới Hà Nội trong dịp đại lễ 1000 năm Thăng Long sẽ rất nhiều và đa dạng. Và điều tất cả chúng ta đều đang rất quan tâm đó là khách tới dự đại lễ là những ai?

Vì sự kiện Thăng Long – Hà Nội 1000 năm tuổi là sự kiện lịch sử quan trọng có ý nghĩa quốc gia nên được các cấp lãnh đạo đánh giá đây có thể nói là ngày hội toàn dân. Do đó khách tới dự đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long Hà Nội trước hết là nhân dân từ khắp mọi miền tổ quốc Việt Nam sẽ về Hà Nội tham dự đại lễ. Họ trước hết là những lãnh đạo các cấp, ban ngành, của các tỉnh, thành phố, thị xã, quận huyện về tham dự đại lễ. Ban Tổ Chức chương trình đã cho biết Thủ đô sẽ mời khách từ 63 tỉnh, thành trong cả nước, và mỗi tỉnh, thành phố được mời khoảng 5 người. Tuy nhiên đó mới chỉ là danh sách khách mời dự kiến chính thức của Ban Tổ Chức đối với các lãnh đạo tại các tỉnh, thành. Ngoài ra số khách du lịch tự do là những công dân Việt Nam trên khắp mọi miền tổ quốc sẽ tới Hà Nội vào dịp này thì không thể nào đoán trước được sẽ có bao nhiêu. Tuy nhiên ngay trong thời gian này Trung tâm Lữ hành Hanoitourist đã dự kiến lượng khách họ sẽ phục vụ trong khoảng thời gian trước và trong đại lễ sẽ tăng gấp 10 lần so với thời điểm bình thường, khoảng 10.000 khách trong đó khách nội địa chiếm phần lớn. Đây mới chỉ là số liệu ban đầu của 1 địa chỉ lữ hành tại Hà Nội mà con số đã dự kiến lên tới 10.000 du khách. Hiện tại vẫn chưa

thể xác định được sẽ có khoảng bao nhiêu khách du lịch sẽ tới Hà Nội thông qua hàng trăm đại lý du lịch lữ hành khác tại Hà Nội và các tỉnh thành khác trong cả nước nh Hà Nội và TP Hồ Chí Minh. Tuy nhiên lúc này có thể khẳng định được rằng số lượng khách du lịch nội địa sẽ tới Hà Nội trong dịp này là rất đông với đủ mọi lứa tuổi thành phần như học sinh, sinh viên, công chức, giáo viên, cựu chiến binh...nhưng tất cả đều sẽ có chung một đặc điểm là quan tâm tới sự kiện lịch sử trọng đại của dân tộc và sẽ sẵn sàng ở lại Hà Nội các đêm diễn ra Đại lễ.

Ngoài số lượng khách nội địa lớn được dự báo sẽ tới Hà Nội trong thời gian diễn ra Đại lễ 1000 năm Thăng Long, điều khá đặc biệt khác mà mọi người rất đang quan tâm là khách đến dự đại lễ là khách nước ngoài sẽ tới Hà Nội sẽ tăng nhiều so với các sự kiện lớn khác là các khách mời đến từ nhiều quốc gia trên thế giới và nhiều du khách đi theo tour du lịch, du khách đi du lịch tự do. Hà Nội sẽ phải chuẩn bị sẵn sàng đón số lượng du khách nước ngoài rất lớn. Đón khách dịp thủ đô tổ chức Đại lễ được xem là một trong nhiều công việc quan trọng của BTC. Hơn thế, để đảm bảo sự thành công trong công tác tổ chức của thành phố chủ nhà, công việc này cần phải được chuẩn bị sớm.

Theo BTC, cho đến thời điểm này, thành phố Hà Nội đã lên danh sách 132 đoàn khách quốc tế được mời bao gồm các thủ đô, thành phố có quan hệ hợp tác với Hà Nội cũng như một số tổ chức quốc tế. Đứng đầu danh sách là khách mời khu vực Châu Á - Thái Bình Dương là đoàn Trung Quốc với các đại diện đến từ Bắc Kinh, Quảng Tây, Thiên Tân, Thượng Hải, Hong Kong, Quảng Đông, Hải Nam, Vân Nam, Đài Bắc. Nhật Bản xếp thứ hai với các đoàn Tokyo, Hiroshima, Yokohama, Fukuoka, Nara. Lào có hai thành phố được mời là Viêng – chăn và Luongphrabăng; Campuchia cũng có hai thành phố là Phnôm Pênh và sihanuc trong danh sách mời.

Tại các châu lục khác như châu Âu, Mỹ...cũng có hàng chục thành phố là thủ đô hay thành phố đã có hợp tác với Hà Nội nằm trong danh sách mời. Đối với các tổ chức quốc tế, đến nay BTC cũng đã lên danh sách khách mời khoảng 24 tổ chức như: Tổ chức Giáo dục, khoa học và văn hóa Liên Hợp Quốc

(UNESCO); Chương trình phát triển Liên Hợp Quốc ( UNDP), Ngân hàng thế giới (WB); Tổ chức Y tế thế giới (WHO); Quỹ nông lương Liên Hợp Quốc (FAO)...

Ngoài ra còn rất nhiều các quốc gia khác cũng được mời như : Singapore, Myanmar, Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Philippines, Brunei, Úc, New Zealand, Ấn Độ, Kazakhtan, Mông Cổ, Hàn Quốc, CHDCND Triều Tiên đều trong danh sách mời. Tuy nhiên đến thời điểm này BTC vẫn chưa chốt được danh sách khách mời. Hiện tại đã có tới hơn 100 quốc gia không chỉ đăng ký tham dự mà còn mang đến nhiều hoạt động trong dịp này.

Nhìn sơ bộ vào các điều trên có thể thấy được rằng thành phần khách mời quốc tế tới dự đại lễ cũng không kém phần đa dạng và phức tạp với nhiều quốc gia, nhiều tôn giáo, nhiều thói quen sinh hoạt, độ tuổi...khác nhau khiến việc chuẩn bị đón tiếp các vị khách mời quốc tế này của thành phố chủ nhà lại càng thêm khó khăn và yêu cầu cẩn thận hơn rất nhiều. Điều lo ngại đặt ra là họ sẽ ăn ở đâu, ngủ ở đâu, như thế nào...điều đó hoàn toàn có cơ sở bởi lẽ việc lo ăn ở cho số lượng khách mời lớn trong đó có nhiều quan chức cao cấp cần phải có thời gian dài để chuẩn bị. Thứ hai, các khách sạn( đợc giao đảm nhận nơi nghỉ của khách) cũng đặt ra yêu cầu nghiêm ngặt về thời gian lưu trú, số lượng khách, giá cả để họ xây dựng kế hoạch kinh doanh. Dự kiến lượng khách du lịch trong nước và quốc tế dồn về Hà Nội vào tháng cao điểm( tháng 10) sẽ tạo áp lực cho nhiều khách sạn cao cấp. Ngày 12/3/2010 UBND TP Hà Nội đã có văn bản gửi Chủ tịch HĐQT, TGD Công ty phát triển du lịch Làng Nghi Tàm và TGD khách sạn Intercontinental cũng nh giám đốc 3 nhà khách Chính Phủ. Văn bản nêu rõ “... Thành phố Hà Nội đợc Chính Phủ giao cho tổ chức Đại lễ kỷ niệm từ ngày 1 đến ngày 10/10/2010...” trong đó, Hà Nội sẽ đón tiếp lãnh đạo hơn 70 quốc gia, các đoàn ngoại giao nước ngoài, lãnh đạo thủ đô các nước.

Với giá trị to lớn của thủ đô 1000 năm tuổi, đối với các vị khách mời quốc tế thì đây là dịp để họ đợc tận hưởng không khí của thời khắc Hà Nội 1000 năm tuổi, đồng thời đợc giới thiệu những nét văn hóa đặc sắc của họ, để mở

rộng giao lưu văn hóa và góp phần làm phong phú cho ngày Đại lễ. Các nước sẽ mang đến nhiều hoạt động như biểu diễn nghệ thuật, giới thiệu ẩm thực, tổ chức triển lãm và xúc tiến các hoạt động thương mại... Các hoạt động trên tất yếu sẽ tác động thêm vào việc thu hút ngày càng nhiều khách du lịch trong và ngoài nước. Ngoài các đoàn khách quốc tế đến từ hàng trăm quốc gia có tên chính thức trong danh sách khách mời. Việt Nam hiện nay cũng đang có những chính sách khuyến khích nhập cảnh đối với du khách quốc tế khiến cho lượng du khách quốc tế trên thế giới sẽ đến Hà Nội chắc chắn sẽ tăng lên đáng kể và cũng sẽ rất đa dạng về số lượng và thành phần, từ nhiều quốc gia khác nhau.

Ngoài ra, có một thành phần khách nữa sẽ nhập cảnh vào Việt Nam đáng kể đến nữa đó chính là những người khách quốc tế gốc Việt, những kiều bào từ nước ngoài trong dịp diễn ra sự kiện lịch sử của quê hương cũng sẽ về với số lượng lớn. Bởi lẽ gần đây Chính phủ Việt Nam đã có nhiều chính sách khuyến khích họ về với quê hương và cũng đã có rất nhiều khách du lịch là kiều bào đã về thăm Việt Nam nơi họ sinh ra. Hơn nữa đây là dịp kỷ niệm hiếm có của quê hương, có ý nghĩa lịch sử, xã hội vô cùng to lớn, đưa mọi người lại gần nhau hơn, không có lí do nào họ có thể bỏ lỡ, không muốn tham dự.

### **3.1.3. Đặc điểm về các hoạt động trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long**

Đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội hiện đang là niềm tự hào của cả dân tộc Việt Nam và được mọi người trên cả nước quan tâm. Được đánh giá là dấu mốc lịch sử quan trọng và là ngày hội của toàn dân sẽ đón tiếp rất nhiều khách trong và ngoài nước tới dự. Đây là dịp hiếm có để quảng bá hình ảnh du lịch Hà Nội, gương mặt của du lịch Việt Nam với bạn bè thế giới. Bởi vậy ngay từ đầu năm 2010 trên cả nước đã và đang rất nhộn nhịp trong không khí chuẩn bị những hoạt động về các lĩnh vực khác nhau để hướng tới kỷ niệm Đại lễ 1000 năm Thăng Long. Hà Nội sẽ hứa hẹn mang tới cho khán giả cả nước những chương trình, hoạt động thật hoành tráng, nổi bật và mang đậm bản sắc văn hóa, lịch sử, đa hình ảnh đất nước và con người Việt Nam nói chung Hà Nội nói riêng vượt lên khỏi tầm vóc quốc gia cùng thủ đô ngàn năm văn hiến vươn ra thế

giới cùng bạn bè năm châu bốn bể. Điều đặc biệt là không chỉ có dân tộc Việt Nam quan tâm chuẩn bị cho sự kiện này mà các bạn bè trên thế giới cũng đang có những chuẩn bị của họ cho những chương trình hoạt động văn hóa, văn nghệ hóng tới dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long của Việt Nam.

### 3.1.3.1. Một số hoạt động trong nước

Theo thông tin từ [www.chinhphu.vn](http://www.chinhphu.vn) chỉ còn hơn 100 ngày nữa sẽ đến Đại lễ kỷ niệm 1000 năm, Thường trực Chính phủ đề nghị thành phố Hà Nội tập trung triển khai quyết liệt các công việc theo chương trình đề ra, trong đó bao gồm một số nội dung và các hoạt động sau:

#### *Đưa hình ảnh Thủ đô ngàn năm văn hiến lan tỏa*

Thường trực Chính phủ và thành phố Hà Nội đã tích cực phối hợp với các Bộ, ngành Trung ương, địa phương tập trung chỉ đạo, triển khai thực hiện nội dung công việc của Đại lễ. Nổi bật là việc triển khai các chương trình, mở các chuyên trang, chuyên mục, đa nhiều tin, bài viết về kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội. Qua đó giới thiệu đến đồng bào các tầng lớp nhân dân, bạn bè quốc tế về truyền thống văn hiến của Thăng Long – Hà Nội. UNESCO cũng đã ra nghị quyết về kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội.

Tính đến hết tháng 2 năm 2010 đã có gần 400 tác phẩm có giá trị thuộc thể loại: ca khúc, giao hưởng, thơ, bút ký, tượng, kịch bản phim, vọng cổ, cải lương, bài viết, sáng tác về Hà Nội. Bên cạnh đó kết quả sau hơn 3 tháng vận động nhân dân tại Hà Nội không đổ rác ra đường, xóa quảng cáo rác, quảng cáo rao vặt, đến nay tình trạng đổ rác, phế thải ra đường giảm hẳn, một số quận xóa được hơn 90% quảng cáo rao vặt.

Ngoài ra Hà Nội cũng đang tiếp tục chỉnh trang đô thị, hạ ngầm đường dây tại một số tuyến phố, cải tạo vườn hoa công viên, vỉa hè, nơi công cộng...tạo diện mạo mới cho các tuyến phố chính, các trục đường lớn. Nhiều công trình, dự án do tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước đăng ký tham gia theo phương thức xã hội hóa, nhà nước hỗ trợ một phần kinh phí đã và đang triển khai thực hiện như tượng đài Thánh Gióng, “con đường gốm sứ ven sông Hồng”, phim tài liệu

khoa học nghệ thuật “ Thăng Long – Thành phố rồng bay”.

*Tạo không khí phấn khởi hướng tới Đại lễ*

Hà Nội đang tập trung triển khai các công việc theo chương trình đề ra nhưng phải tạo được không khí phấn khởi và đầy ấn tượng cho thời khắc lịch sử quan trọng này với việc thẩm định, duyệt và tổ chức luyện theo kịch bản chi tiết cho các hoạt động, đặc biệt các hoạt động có quy mô lớn như Lễ khai mạc Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long –Hà Nội ( sáng 01/10/2010) ; Lễ mít tinh kỷ niệm ( sáng 10/10/2010); đêm hội văn hóa, nghệ thuật chào mừng 1000 năm Thăng Long ( tối 10/10/2010) tại sân vận động quốc gia Mỹ Đình.

Bên cạnh đó chú ý việc quy hoạch xử lý rác thải, giữ gìn cảnh quan của thủ đô. Tất cả các Bộ, ngành, đơn vị, cơ quan chủ động làm sạch, làm đẹp trụ sở, cơ quan mình trên địa bàn thành phố để chào đón Đại lễ 1000 năm Thăng Long –Hà Nội.

Đại lễ 1000 năm Thăng long là niềm tự hào của cả dân tộc và người dân Thủ đô. Để đón chào cột mốc trọng đại này, ngay từ những ngày đầu năm, các hoạt động kỷ niệm gắn với các ngày lễ lớn đã được triển khai thực hiện trên phạm vi cả nước. Theo thông tin từ ông Nguyễn Công Trường – phó văn phòng ban chỉ đạo Quốc gia kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội, chương trình năm Đại lễ kỷ niệm 2010 là 10 ngày Đại lễ kỷ niệm từ 1/10 – 10/10/2010 đã được Bộ Văn Hóa – Thể thao và Du Lịch phối hợp chặt chẽ với UBND thành phố Hà Nội xây dựng, thẩm định, duyệt và tổ chức tập luyện theo kịch bản chi tiết cho các hoạt động. Đến nay đã hoàn thành xây dựng 31 kịch bản cho các nội dung chính. Đang nghiên cứu và xem xét đề xuất đạo diễn thực hiện 3 kịch bản chính Lễ khai mạc các hoạt động ( sáng 1/10), lễ mít tinh, diễu binh, diễu hành kỷ niệm vào sáng 10/10 và Đêm hội văn hóa, nghệ thuật (tối 10/10). Ban tổ chức cũng đang tiếp cận tư vấn quốc tế về kỹ thuật âm thanh, ánh sáng, pháo hoa, khinh khí cầu để chọn lựa đối tác phù hợp. Năm cổng chào tại 5 cửa ô chắc chắn sẽ hoàn thành trước tháng 10/ 2010. Riêng việc cải tạo một ô phố cổ của Hà Nội xong trước Đại lễ. Tham gia các hoạt động kỷ niệm này không chỉ có các địa phương



trong nước mà còn có nhiều thủ đô, thành phố và tổ chức của các nước trên thế giới đăng ký tham dự như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Nga, Pháp, Đại sứ quán của một số nước... Chính vì thế các hoạt động chuẩn bị cho sự kiện này càng trở nên quan trọng và khẩn trương hơn.

*Nhiều hoạt động hướng tới Đại lễ*

Ngay từ khi bước vào đầu năm 2010, rất nhiều hoạt động hướng về Đại lễ 1000 năm Thăng Long đã diễn ra tại thủ đô Hà Nội và các địa phương khác trên cả nước. Đón chào cột mốc trọng đại này, ngay từ những ngày đầu năm, các hoạt động kỷ niệm gắn với các ngày lễ lớn đã được triển khai thực hiện trên phạm vi cả nước như : Lễ hội Hoa tại Hà Nội; Festival Hoa Đà Lạt kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội tại Lâm Đồng; Liên hoan hợp xướng Những bài ca dâng Đảng của thanh niên, học sinh, sinh viên toàn quốc; Mít tinh trọng thể cấp quốc gia kỷ niệm 80 năm thành lập Đảng; Gặp mặt 1000 đảng viên trẻ tiêu biểu; tổ chức lễ hội Xuân Thăng Long – Hà Nội ngàn năm, mở đầu cho mùa lễ hội năm 2010 với chủ đề “Khí phách Thăng Long – Hồn thiêng sông núi”; tổ chức các cuộc thi sáng tác video ngắn về Thăng Long – Hà Nội văn hiến; Ngày thơ Việt Nam với chủ đề Đại lễ hội thơ 1000 năm; Hội nhà văn Việt Nam với chủ đề “Trời Nam thương nhớ đất Thăng Long”, Carnival Hạ Long với chủ đề “Hạ Long hướng về Thăng Long”...Không chỉ khởi động tổ chức các hoạt động từ đầu năm, trước đó, Ban Chỉ đạo Quốc gia kỷ niệm 1000 năm Thăng Long cùng Thành phố Hà Nội đã phối hợp với các bộ, ngành, các tỉnh thành phố tổ chức thành công các hoạt động kỷ niệm theo mốc sự kiện 1000 ngày, 500 ngày, 1 năm, kỷ niệm 999 năm, 55 năm Ngày giải phóng thủ đô và Công bố năm Du lịch Quốc gia. Điều đáng chú ý ở đây là các chương trình đó đều được công chúng và dư luận đánh giá cao, có chất lượng và ấn tượng sâu sắc góp phần nâng cao nhận thức, trách nhiệm và tình cảm về truyền thống lịch sử – văn hóa của thủ đô Hà Nội đến đông đảo nhân dân cả nước, người Việt Nam ở nước ngoài và bạn bè tổ quốc. “Qua các hoạt động được tổ chức thành công, tạo kinh nghiệm và niềm tin làm nên thành công cho các hoạt động Đại lễ kỷ niệm 1000 năm

Thăng Long – Hà Nội vào năm 2010”. Song song với các hoạt động đó thì đã có rất nhiều các dự án trùng tu, tôn tạo di tích lịch sử văn hóa, triển lãm di sản văn hóa thời Lý đã được thông qua và thực hiện được khá tốt như dự án tôn tạo, trùng tu khu Phố Cổ. Bên cạnh đó các ấn phẩm về lịch sử văn hóa thời Lý ở các địa phương – vùng đất con người quê hương nhà Lý như Bắc Ninh, Ninh Bình..đã được xuất bản, sẽ giúp cho du khách dễ tiếp cận hơn với đất nước, lịch sử, con người Việt Nam hơn.

Ngoài ra, 26 công trình sẽ được hoàn thành trước ngày 10/10/2010 để chào mừng Đại lễ trọng đại này. 18 công trình kỷ niệm 1000 năm Thăng Long trên phạm vi cả nước được làm lễ gắn biển, ngoài 8 công trình của Thành phố Hà Nội, trong số này đáng chú ý còn có 5 công trình của các Bộ, ngành Trung ương tiêu biểu như trung tâm phát thanh Quốc gia ( Đài TNVN), trụ sở Bộ Tài chính, tòa nhà trung tâm Tài chính Việt Nam...Các tỉnh, thành phố cũng đóng góp 5 công trình như Tượng Bác Hồ( Cần Thơ),



công viên Văn hóa Xà No (Hậu Giang), Đền Rồng ( Bắc Ninh)...Hướng về 1000 năm Thăng Long – Hà Nội còn phải kể đến những dấu ấn với các dự án như : “con đường gốm sứ ven sông”, chương trình lễ hội ký ức cầu Long Biên, games show truyền hình, các chương trình truyền hình (chương trình tái hiện qui trình sản xuất đồ chơi truyền thống Thăng Long – Hà Nội, chương trình “đếm ngược”), phim truyện nhựa, video, tài liệu.

Không chỉ Khẩn trương chuẩn bị cho những gì sắp diễn ra, Ban lãnh đạo thành phố Hà Nội cũng đang có những hoạt động chuẩn bị cho tương lai xa hơn nữa. Với việc UBND thành phố Hà Nội phối hợp với Bộ Ngoại giao tổ chức thành công hoạt động kỷ niệm 999 năm Thăng Long – Hà Nội và tham gia kỳ họp thứ 182 của Đại hội đồng UNESCO và được tổ chức này ra Nghị quyết về

kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội. Đây là cơ sở pháp lý quan trọng nâng tầm tổ chức các hoạt động kỷ niệm ở quy mô quốc tế. Nhiều đề tài khoa học được nghiên cứu hoàn thành như chương trình “Nghiên cứu phát huy điều kiện tự nhiên, kinh tế – xã hội và giá trị lịch sử, văn hóa 1000 năm Thăng Long – Hà Nội, phục vụ phát triển toàn diện Thủ đô”; sản xuất hai bộ phim lịch sử “Trần Thủ Độ” và “Người con của rồng”, đĩa DVD những ca khúc chọn lọc về Hà Nội qua các thời kỳ... Ngoài ra còn nhiều những hoạt động của các cá nhân trên cả nước với tấm lòng yêu mến thủ đô cũng được ghi nhận, hiện tại có thể kể đến là 2 tác phẩm 1000 bức thư pháp chữ “Long” nếu xếp cạnh nhau sẽ tạo thành một bức tranh khổng lồ và chiếc đĩa gốm Chu Đậu lớn đường kính 1,5m với hoa văn chính là 1000 bức vẽ nói trên thể hiện trên đĩa này của thư pháp gia Lê Thiên Lý – chủ nhiệm câu lạc bộ thư pháp thành phố Hải Phòng và người bạn của ông; Bức tranh thêu khổng lồ có tên “Cội xa” nặng 1,5 tấn tại làng Văn Lâm ( Ninh Bình) sắp hoàn thành với mong muốn đọc trưng bày tại Hà Nội trong dịp Đại lễ; Pháo thần công dâng tặng Đại lễ 1000 năm Thăng Long... Sự hưởng ứng tham gia của các bộ ngành, địa phương và nhân dân trong cả nước và bạn bè quốc tế là rất đáng quý. Nó thể hiện tình cảm và trách nhiệm mong muốn xây dựng một thủ đô ngàn năm văn hiến với nhiều di sản giá trị cho muôn đời sau, trong sự nghiệp phát triển và trờng tồn của dân tộc.

### 3.1.3.2. Tại một số nước trên thế giới

Có thể nói đến giờ phút này tại thủ đô Hà Nội đâu đâu cũng có thể cảm nhận được không khí háo hức chờ đợi của người dân thủ đô và sự gấp rút chuẩn bị của các cá nhân, tập thể cho dịp Đại lễ. Tại các nơi khác trên cả nước, đâu đâu mọi người cũng hướng về Hà Nội với niềm yêu mến, hy vọng và chờ đón Hà Nội sẽ tổ chức thành công tốt đẹp sự kiện lịch sử của cả dân tộc. Hiện tại đã có hơn 100 quốc gia đăng kí tham dự Đại lễ 1000 năm Thăng Long và hơn 30 quốc gia đăng ký các tiết mục, hoạt động tặng góp vui cho sự kiện lịch sử của dân tộc Việt Nam. Lúc này họ cũng đang rất bận rộn với việc chuẩn bị những hoạt động sẽ mang tới Việt Nam.

Italia là một trong những nước có nhiều hoạt động nghệ thuật đặc biệt đón chào Đại lễ Thăng Long – Hà Nội 1000 năm tuổi. Chi hội hữu nghị Italia – Việt Nam ở thành phố cảng Genoa đã thành lập một Ủy ban ủng hộ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội. Vào dịp kỷ niệm Đại lễ, chính quyền thành phố Trento dự định sẽ đa dàn đồng ca thiếu nhi nổi tiếng thế giới của mình sang Hà Nội biểu diễn, còn thành phố Milan sẽ đa dàn nhạc thính phòng của nhà hát La Scala đến Việt Nam.

Những người bạn Pháp lại có một món quà khá đặc biệt và chan chứa tình hữu nghị để đón chào thủ đô của Việt Nam bước vào tuổi 1000. Cách đây 2 năm, những người trong hội AD@1Y đã khởi xướng ý tưởng làm một món quà tặng Việt Nam là chiếc chăn len khổng lồ. Phong trào thu gom len và đan len đã được phát động và nhận được sự ủng hộ của lãnh đạo thành phố Montperllier, tổ chức UNICEF và nhiều hiệp hội khác. Đã có hàng ngàn miếng len vuông vức rực rỡ muôn màu, có kích thước 20cm x 20cm, được đan rồi ghép lại, tạo thành tấm chăn len rất lớn. Bà Anna Owhadi- Richardson, Chủ tịch hội AD@1Y cho biết: cùng với chiếc chăn len làm ở Pháp còn một chiếc chăn len tương tự cũng đang được làm ở Việt Nam. Đến tháng 10/2010, 2 chiếc chăn ở 2 đất nước sẽ được ráp nối để trở thành chiếc chăn lớn nhất thế giới. Chiếc chăn không chỉ mang ý nghĩa phá kỷ lục mà quan trọng hơn nó còn là biểu tượng của tình thân đoàn kết giữa hai dân tộc Pháp và Việt Nam nói chung, giữa nhân dân thành phố Montpellier với thủ đô Hà Nội nói riêng. Chiếc chăn len khổng lồ sẽ được bán đấu giá, lấy tiền ủng hộ nạn nhân chất độc màu da cam/ điôxin Việt Nam và sau đó, sẽ được chia thành những tấm chăn nhỏ để tặng các nạn nhân nhỏ tuổi. Ngoài ra còn có nhiều địa phương khác tại Pháp cũng mong muốn được mang đến Đại lễ Thăng Long – Hà Nội những tình cảm riêng của mình.

Những người bạn Hà Lan đang chuẩn bị để mang đến thủ đô 1000 năm tuổi 30.000 bông hoa tuylip, biểu tượng của đất nước Hà Lan và sẽ dựng một làng Hà Lan với những nét văn hóa sống động và độc đáo để góp vui cho Đại lễ hội. Các bạn ở đất nước Thái Lan cũng đang rất tập trung để chuẩn bị các hoạt động

biểu diễn và còn tổ chức giới thiệu âm thực, triển lãm cũng như xúc tiến các hoạt động thương mại. Thành phố Fukuoka của Nhật Bản dự định tổ chức những ngày văn hóa Nhật tại Hà Nội trong dịp này. Cũng nhiệt tình không kém các nước khác, những người bạn thủ đô Seoul ( Hàn Quốc) sẽ có nhiều tiết mục nghệ thuật đặc sắc với những nghệ sĩ tên tuổi. Các bạn còn dự định tổ chức “ Đêm hữu nghị Seouk – Hà Nội”, hội chợ thương mại Seoul – Hà Nội và hội thảo về Dự án sông Hồng...Đón mừng Đại lễ 1000 năm của Hà Nội, chính quyền Moskve (Nga) đang chuẩn bị để tổ chức tham gia” những ngày Moskva” tại Hà Nội, nh một cách bày tỏ tình đoàn kết sâu nặng, gắn bó truyền thống giữa 2 nước Việt Nam – Liên Bang Nga. Những người bạn đến từ Thủ đô berlin (Đức) đã đăng ký tham gia Đại lễ bằng một chương trình nhạc cổ điển đặc sắc.

Ngoài ra, các Đại sứ quán tại Hà Nội cũng có mong muốn tham gia đóng góp những hoạt động của mình tới Đại lễ. Đại sứ quán Đan Mạch tại Việt Nam đề nghị sẽ tổ chức chương trình biểu diễn nghệ thuật đường phố trong dịp kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội. Đại sứ quán Italia tại Hà Nội cũng mang đến các triển lãm tranh ảnh, hòa nhạc; biểu diễn nghệ thuật và những vũ điệu tango quyến rũ sẽ là món quà của Đại sứ quán Argentina. Đại sứ quán Australia tại Việt Nam lại có một chương trình độc đáo của vùng đất Kangkuru là giới thiệu nền văn hóa cổ xa và nền văn hóa thổ dân mang tên “ Món quà Australia tặng 1000 năm Thăng Long – Hà Nội”. Một số thành phố và tổ chức quốc tế đề nghị tham gia chiếu sáng cầu Long Biên và các công trình công cộng khu vực trung tâm thủ đô Hà Nội như nhà khách Chính Phủ, vòn hoa Con cóc, vòn hoa Lý Thái Tổ.

Những hoạt động trên hướng tới sự kiện 1000 năm Thăng Long – Hà Nội cho thấy niềm hân hoan của cộng đồng quốc tế trước sự kiện trọng đại của dân tộc Việt Nam. Điều đó càng cho thấy tầm vóc lớn lao của một thủ đô mang trong mình bao dấu ấn của lịch sử, thủ đô ngàn năm Văn Hiến – Hà Nội.

### **3.2. Các đề xuất sản phẩm du lịch đêm Hà Nội**

Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long Hà Nội sẽ là một trong những dịp kỷ niệm lớn chưa từng có tại Việt Nam và là sự kiện 1000 năm mới có thể tổ chức. Do đó chắc chắn sẽ được các cấp lãnh đạo quan tâm tới việc tổ chức sao cho hoành tráng và gây ấn tượng mạnh mẽ. Với việc chuẩn bị sẵn sàng cho nhiều hoạt động trong thời gian diễn ra Đại lễ sẽ khiến cho Hà Nội được tô điểm thêm vẻ đẹp của mình không chỉ vào ban ngày mà chắc chắn Hà Nội sẽ còn đẹp lung linh hơn về ban đêm với hàng ngàn sắc màu của các hiệu ứng ánh sáng của các loại đèn. Điều đó sẽ tạo cho Hà Nội không những một vẻ đẹp hiện đại về ban ngày, mà càng tô đậm thêm nét những nét đẹp lung linh, huyền ảo và cổ kính trong không gian tĩnh lặng về đêm mà ban ngày không thể có được. Hà Nội hiện lên trong những hiệu ứng sắc màu của những ánh đèn sẽ tạo nên vẻ đẹp thật khác biệt so với Hà Nội trong ánh sáng của ban ngày. Hà Nội yên lành về đêm cũng sẽ thật khác xa so với những ồn ào, nhộn nhịp của cuộc sống thủ đô về ban ngày. Tất cả những điều đó sẽ tạo nên một thủ đô Hà Nội đẹp một cách đặc biệt về đêm trong không gian kỷ niệm Đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội.

Xuất phát từ việc trong thời gian diễn ra Đại lễ 1000 năm Thăng Long với rất nhiều các hoạt động diễn ra vào cả ban ngày và ban đêm sẽ thu hút rất nhiều du khách trong và ngoài nước đến với Hà Nội. Cùng với việc Hà Nội trong thời gian này sẽ được quan tâm làm tăng thêm vẻ đẹp thủ đô bằng các hiệu ứng đèn, điện cùng các chương trình văn hóa văn nghệ, nghệ thuật lớn sẽ được diễn ra vào buổi tối tại thủ đô. Ngoài ra xét về đặc điểm khách du lịch quốc tế tới Hà Nội trong thời gian này đa dạng, nhiều thành phần, có thời gian sinh hoạt, ở các múi giờ khác nhau khác Việt Nam. Căn cứ vào thực tế về giao thông tại Hà Nội và dự báo sẽ có tình trạng khó khăn đi lại về giao thông (tắc đường) trong khu vực nội thành vào ban ngày trong thời gian diễn ra Đại lễ và một số hiện trạng khác về sản phẩm du lịch Hà Nội hiện nay. Khóa luận đã tìm hiểu và muốn đề xuất một số ý tưởng cụ thể về việc xây dựng một số những sản phẩm du lịch chủ yếu dành cho khách du lịch nước ngoài trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long.

### 3.2.1. Đêm city tour Hà Nội

Khách du lịch nhất là khách du lịch nước ngoài khi tới Hà Nội đều muốn tham gia một chuyến du lịch tham quan một vòng quanh thành phố để biết được một cách tổng quan về thủ đô Hà Nội. Tuy nhiên nếu đến vào dịp diễn ra đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội thì lượng khách rất đông, dễ có tình trạng quá tải về dịch vụ vào ban ngày hoặc vì lí do nào khác du khách không có thời gian đi tham quan thành phố vào ban ngày thì du khách có thể chọn cho mình sản phẩm du lịch đêm city tour Hà Nội.

Với việc xây dựng một tour du lịch quanh thành phố về đêm sẽ là một sản phẩm rất thú vị và có tính khả thi. Bởi khi khách chọn city tour là mong muốn có một tour du lịch đi tham quan, ngắm cảnh quanh thành phố hoặc tới một số điểm nổi bật của thành phố để hiểu một cách tổng thể về Hà Nội chứ không phải để tìm hiểu sâu về một điểm du lịch nào cả. Hơn nữa vào ban ngày việc đi lại của du khách sẽ gặp một số khó khăn như về giao thông, bụi trên đường phố, đông đúc thay vào đó nếu chuyển sang tổ chức cho du khách một đêm city tour thì thời gian sẽ có thời gian thoải mái, thời tiết mát mẻ hơn, đường đi lại sẽ vắng hơn phù hợp với việc ngắm cảnh phố phường Hà Nội khi du khách đi chuyển. Đêm city tour Hà Nội sẽ đưa du khách đi vòng quanh thành phố Hà Nội và dừng chân tại một số điểm du lịch nổi bật và hấp dẫn của thành phố. Với tour này chúng ta có thể kết hợp đưa du khách tới thăm một số viện bảo tàng tại Hà

Nội. Ngoài ra có thể đưa du khách tới thăm quan một số nơi thể hiện rõ nét văn hóa, thói quen của người Việt Nam nói chung và người Hà Nội nói riêng như các chợ đầu mối tại Hà Nội như chợ đầu mối hoa tươi Quảng Bá trên



đê Nghi Tàm, phường Quảng An, Q. Tây Hồ là nơi bán buôn, bán lẻ hoa tươi mà người Hà Nội tự trồng hiện đang thu hút rất nhiều khách cả người mua hoa lẫn người đến xem hoa tới đây. Đây là

## Xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách nước ngoài trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long

---

một trong những nét văn hóa riêng không còn xa lạ với người Việt Nam nhưng nó vẫn khá lạ lẫm đối với những du khách quốc tế khi tới đây. Chợ diễn ra đông từ khoảng 1h30 sáng đến tận khoảng 12h trưa. Những người bán hàng ở đây cho biết vào những ngày lễ họ thường bán cả ngày, cả đêm bởi rất đông khách. Đây là một điểm đến khá hấp dẫn với khách du lịch nước ngoài bởi là dịp họ khám phá những nét văn hóa thật riêng của người Hà Nội. Du khách sẽ được tới thăm các chợ đầu mối rau đêm lớn nhất nhì Hà Nội đó là chợ Long Biên và chợ Dịch Vọng cầu giấy. 11h đêm là lúc chợ đêm Long Biên ngồn ngộn các loại rau củ tươi ngon, các loại xe rau hàng nối hàng nằm gọn bên lối đi để chờ khách. Ngoài cổng thì các xe khách đang chờ đến lượt mình để ùn ùn “đổ bộ”. Tại chợ đầu mối lớn nhất nhì Hà Nội này giờ cao điểm mua buôn là 2-3h sáng. Còn tại chợ Dịch Vọng (Cầu Giấy) thì rau thường tập trung đổ về lúc 12h đêm, nhưng đến tầm 3-4h sáng thì lượng người mua mới đông nhất. Hình ảnh những người phụ nữ nhanh miệng mời khách, những người đàn ông thoăn thoắt nhặt nhanh, khuôn vác, chở rau từ chỗ nọ sang chỗ kia, tiếng mặc cả, tiếng cười nói, tiếng gọi, tiếng quát át cả tiếng mời... Tất cả tạo nên một thế giới ồn ào, náo nhiệt giữa màn đêm và không gian của những nét văn hóa riêng người Hà Nội. Các chợ đầu mối về đêm và sáng sớm tại Hà Nội có rất nhiều, song chúng ta có thể đưa du khách đến tham quan và khám phá tại một số chợ lớn kể trên kết hợp với việc tham quan các di tích, điểm tham quan khác tại Hà Nội. Du khách sẽ có thể tự do ngắm cảnh đêm Hà Nội và khám phá những nét văn

hóa độc đáo riêng của người Hà Nội hay tham quan những điểm đến hấp dẫn du khách hàng đầu tại thủ đô ngàn năm tuổi. Thêm vào đó thời gian kỷ niệm Đại lễ 1000 năm Thăng Long Hà Nội sẽ đẹp hơn rất nhiều do được trang trí, sửa sang, tổ chức các hoạt động



khác... Như vậy sản phẩm du lịch đêm city tour Hà Nội chắc chắn sẽ được du khách quốc tế đón nhận. Theo kế hoạch khai trương vào đầu tháng 7 tới đây, sẽ



có 12 ô tô điện được đưa vào hoạt động. Lộ trình của tuyến du lịch trong phố cổ có chiều dài khoảng 7km, đi qua 28 tuyến phố thương mại, 13 phố nghề, 22 đình, 9 đền, 3 chùa, 8 di tích lịch sử, thắng cảnh khu vực hồ Hoàn Kiếm và chợ Đồng Xuân. Khu vực đường đôi trên phố Đinh Tiên Hoàng được chọn làm ga đầu và ga cuối của ô tô điện. Như vậy nếu khai thác được nguồn phương tiện này về đêm trong thời gian diễn ra Đại lễ để phục vụ khách du lịch thì sẽ rất hợp lý và là điều thuận lợi.

### 3.2.2. Đêm mua sắm

Đêm mua sắm tại Hà Nội sẽ là sản phẩm du lịch rất thú vị thu hút du khách nhất là du khách nước ngoài bởi đây không chỉ là dịp họ có thể mua sắm cho mình những món quà yêu thích mà còn là dịp khám phá các phố phường Hà Nội về đêm. Thay vì đi vào ban ngày, buổi tối có vẻ là thời gian rất thích hợp để du khách có thể lang thang khắp



Hà Nội để tự mình khám phá phố phường Hà Nội tại một số khu mua sắm. Hiện nay tại Hà Nội đã có sản phẩm du lịch mua sắm tại chợ đêm Phố Cổ, song thời gian hoạt động chợ đêm Phố Cổ hiện tại chỉ dừng lại ở khoảng 12h đêm nên đôi khi khách du lịch nước ngoài tới đây muộn hơn sẽ không kịp hoặc không khám phá được hết chợ. Một số khu mua sắm tại Hà Nội như Phạm Ngọc Thạch, Hàng Bông Thọ



Nhuộm...chủ yếu kinh doanh mặt hàng thời trang quần áo, vải vóc và một số đồ lưu niệm...hiện cũng mở cửa khá muộn nhưng cũng chỉ khoảng hơn 12h đêm là đóng cửa. Như vậy, xây dựng sản phẩm du lịch đêm mua sắm tại Hà Nội ở đây là trong dịp kỷ niệm Đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội, sẽ có những khu vực mua sắm hoạt động muộn hơn bình thường vào ban đêm. Tổ chức cho các

khu phố dành cho mua sắm ngày thường bán hàng muộn hơn và tổ chức thêm các khu vực để bán những đồ lưu niệm thông ngày, xây dựng các gian hàng bán sản phẩm lưu niệm truyền thống ví dụ như một số sản phẩm của các làng nghề truyền thống sẽ được lựa chọn, đưa những sản phẩm tiêu biểu về bán tại một số gian hàng với quy mô tập trung.

Bên cạnh đó, trong sản phẩm du lịch đêm mua sắm sẽ không thể thiếu vai trò của một số chợ đêm đặc biệt là chợ đêm Phố Cổ. Do đó nếu trong dịp này chợ đêm Phố Cổ có thể diễn ra muộn hơn vài tiếng sẽ là một hoạt động tích cực đóng góp vào hình ảnh Hà Nội về đêm. Du khách nước ngoài khi đến Hà Nội sẽ thấy rất thú vị nếu chúng ta đưa họ tới một chợ đêm hiện thu hút khá nhiều người mà chủ yếu là sinh viên với rất nhiều các mặt hàng đa dạng, phong phú, giá cả rất “sinh viên” là chợ đêm Sinh Viên ( Dịch Vọng – Cầu Giấy), chợ diễn ra từ chập tối đến khoảng 12h đêm. Nếu du khách đi chợ đêm muộn hơn 1 chút vào khoảng 2h sáng có thể đến chợ hoa đêm Quảng Bá, Tây Hồ.

Theo dự kiến kế hoạch của Ban tổ chức thì dịp kỷ niệm Đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội sẽ diễn ra nhiều hoạt động nhất vào thời gian từ 1/10-10/10/2010, thực ra thì thời gian này không phải là nhiều nên chúng ta cần phải có kế hoạch sắp xếp thời gian và tổ phân bố các sản phẩm du lịch sao cho hợp lý những cũng vừa phải tranh thủ thời gian du khách có mặt với số lượng lớn như vậy để quảng bá hình ảnh Hà Nội 1000 năm tuổi qua các hoạt động văn hóa, xã hội, các sản phẩm du lịch...Do đó việc xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội mà cụ thể xây dựng sản phẩm đêm mua sắm Hà Nội là một việc nên làm và có khả năng thực hiện được.

### **3.2.3. Đêm văn hóa văn nghệ**

Đất nước Việt Nam vốn mang trong mình bề dày lịch sử từ lâu đời, con người Việt Nam vốn luôn tự hào với những chiến công, lịch sử của cha ông để lại. Bởi vậy cứ mỗi khi để kỷ niệm những sự kiện lịch sử quan trọng, chiến công oanh liệt của các bậc cha anh, hay tưởng nhớ về cội nguồn hay về những người anh hùng đất Việt thì Việt Nam thông hay tổ chức các sự hoạt động văn hóa, xã

hội như văn nghệ, mitting, cuộc thi... để mọi người dân Việt Nam được sống lại khoảnh khắc của thời gian xa. Hà Nội cũng vậy, dịp kỷ niệm Đại lễ 1000 năm Thăng Long này được coi như một sự kiện lịch sử trọng đại đánh dấu bước ngoặt cho thủ đô bước sang tuổi 1000.



Các chương trình kỷ niệm Đại lễ không thể bỏ qua các chương trình, hoạt động văn hóa xã hội mang tính quần chúng rộng rãi như: Lễ khai mạc Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội ( sáng 01/10/2010) ; Lễ mít tinh kỷ niệm ( sáng 10/10/2010); đêm hội văn hóa, nghệ thuật chào mừng 1000 năm Thăng Long ( tối 10/10/2010) tại sân vận động quốc gia Mỹ Đình... Theo đề xuất của khóa luận, Hà Nội nên đặc biệt chú ý xây dựng các chương trình hoạt động đêm văn hóa văn nghệ cụ thể trong thời gian từ 1/10/2010 đến 10/10/2010 (Dương lịch) mỗi đêm tổ chức nhiều chương trình hoạt động văn hóa văn nghệ quy mô lớn ở các điểm khác nhau tại Hà Nội. Như vậy sẽ giãn được khách ra các điểm khác nhau, tránh tình trạng tập trung đổ dồn về một điểm. Bên cạnh sự tham gia của các nghệ sĩ, ca sĩ, diễn viên chính thì các chương trình cần phải mang tính quần chúng rộng rãi với các trò chơi dân gian như bịt mắt đập niêu, tập đi cà kheo, thi hát với khán giả là khách du lịch nước ngoài, khiêu vũ với khán giả, lễ hội hóa trang, mời rượu tặng quà du khách đặc biệt... Nhưng các hoạt động đó du khách quốc tế có thể dễ dàng tham gia, tránh mang tính chất biểu diễn hơn là quần chúng. Nếu làm được điều đó thì những đêm Hà Nội trong thời gian diễn ra Đại lễ 1000 năm Thăng Long sẽ trở nên sôi động và thu hút được nhiều du khách đặc biệt là giới trẻ tại Hà Nội và du khách quốc tế tham gia. Đó sẽ là một sản phẩm du lịch đêm văn hóa văn nghệ đặc sắc mừng thủ đô Hà Nội bước sang 1000 năm tuổi và sẽ làm cho thêm phần đa dạng sản phẩm du lịch tại Hà Nội.

### 3.2.4. Đêm Hồ Tây

Hà Nội đã vốn được khách du lịch yêu thích bởi một phần nơi đây có nhiều hồ rất đẹp giữa thủ đô. Buổi tối người dân Hà Nội và du khách tới đây hay đổ về khu vực Hồ Hoàn Kiếm và Hồ Tây để hóng mát và ngắm cảnh đẹp nơi đây. Hồ Tây vào buổi tối vốn đã đẹp lại càng đẹp hơn khi được trang trí thêm bởi những chiếc thuyền



thấp đèn sáng rực rỡ trên mặt Hồ. Nên có dịch vụ phục vụ khách về đêm đi trên những chiếc thuyền lên đèn hóng mát trên mặt hồ Tây và thưởng thức một vài món ăn ngon của người Hà Nội. Mà trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long Hà Nội sẽ có rất nhiều du khách quốc tế đến với Hà Nội nên việc xây dựng những sản phẩm du lịch mới cũng như cải tạo một số sản phẩm du lịch cũ để có chất lượng cao hơn, sự mới mẻ hơn để thuyết phục du khách chọn mua những sản phẩm du lịch của Hà Nội là một điều nên làm.

Không có lí do gì chúng ta để từ chối đưa du lịch Hồ Tây trở thành một sản phẩm du lịch đêm Hồ Tây để phục vụ du khách quốc tế tới thăm Hà Nội. Để xây dựng được sản phẩm đêm Hồ Tây trước hết phải trang trí về ánh sáng trên Hồ Tây thật đẹp và sáng để du khách có thể ngắm được cảnh Hồ Tây từ xa nhưng vẫn phải giữ được vẻ yên tĩnh của Hồ Tây dưới những ánh đèn không quá sáng. Đặc biệt hơn, Hà Nội cần phải tổ chức một số hoạt động văn nghệ như hát quan họ, hát đối đáp trên Hồ Tây để du khách có thể xem từ trên thuyền, trên bờ hồ thì còn tuyệt vời hơn nữa. Du khách có thể lên thuyền đi một vài vòng quanh Hồ Tây và vừa ngắm cảnh, vừa nghe những làn điệu dân ca, quan họ một mà trên Hồ Tây từ xa xa. Điều này chúng ta có thể học kinh nghiệm từ việc biểu diễn ca Huế vfa thả đèn hoa đăng trên sông Hương phục vụ khách du lịch. Đến nay, ca Huế đã trở thành một món ăn tinh thần của bất cứ ai khi đến với xứ Huế mộng mơ. Đó là một thành công trong dịch vụ mà không phải nơi đâu cũng làm được,

du khách có thể tới tham quan “con đường gốm sứ ven sông” cách hồ Tây không xa, đây là một ý tưởng mới của người dân thủ đô trong việc làm đẹp thêm mỹ quan thành phố.

Với Hà Nội trong thời khắc chỉ có duy nhất trong lịch sử mà ngàn năm sau có lẽ mới có dịp kỷ niệm long trọng như thế này, du khách tới Hà Nội hẳn sẽ không ngại sống với Hà Nội qua đêm. Ban ngày Hà Nội đẹp, đêm đến Hà Nội còn đẹp hơn nhất là trong không khí tung bừng ngày hội mừng Đại Lễ. Tất cả những lí do đó có thể khẳng định xây dựng đêm Hồ Tây là đúng đắn và có khả thi, có giá trị thực tế vừa phục vụ đáp ứng nhu cầu du khách vừa xây dựng hình ảnh du lịch đêm Hà Nội, vừa mang lại lợi ích về kinh tế cho quốc gia nói chung và cho Hà Nội nói riêng.

### **3.2.5. Đêm Sông Hồng**

Nhìn về sông Senine của thủ đô Paris( Pháp) khó có ai không ngỡ ngàng trước vẻ đẹp lung linh của nó khi nằm giữa thủ đô Paris tráng lệ. Không phải ngẫu nhiên mà đôi bờ sông Senine, chảy giữa thủ đô Paris hoa lệ của Pháp lại được xếp vào danh sách Di sản Thế giới của UNESCO năm 1991. Đây cũng là trường hợp hiếm hoi mà tổ chức quốc tế này “phong thánh” cho đôi bờ một con sông.

Sông Senine là một con sông đục khai thác cách đây 2500 năm, khi những người Pháp đầu tiên đến Paris là đến khai phá đảo Cite nằm giữa sông. Từ bấy đến nay, đôi bờ sông đoạn chảy qua Paris đã trở thành hòn ngọc lung linh, góp phần không nhỏ tạo nên sự hấp dẫn của thành phố mỗi năm có tới hơn 30 triệu khách du lịch tới đây. Về mặt tự nhiên thì sông cũng như bao dòng sông khác ở Châu Âu , cũng với vẻ đẹp xanh lục, chảy hiền hòa nhưng có lợi thế là nằm chính giữa và chia thủ đô Pháp làm đôi bờ Nam, Bắc. Paris đã biết tận dụng cái lợi thế này và coi 2 bờ sông Senine là “mặt tiền” để khoe nhiều kiến trúc đẹp trên khoảng 14km sông chảy qua thủ đô.

Từ dòng sông Seine của Paris, chúng ta hãy thử suy ngẫm về dòng sông Hồng với đoạn chảy qua thủ đô Hà Nội. Có vẻ như sông Hồng tại Hà Nội có

một điểm tương đồng khá thú vị, từ lâu Hà Nội đã là thành phố lớn nằm bên bờ sông Hồng trên vùng đồng bằng trù phú và nổi tiếng từ lâu đời.

Hiện nay du lịch sông Hồng đang là điều quan tâm lớn của nhiều nhà làm du lịch và các nhà quy hoạch du lịch. Vậy tại sao chúng ta không thử nhìn qua lăng kính văn hóa, lịch sử và nghệ thuật của một con sông đã thành danh, sông Senine để biết đâu có thể rút ra được một vài kinh nghiệm giúp dòng sông Hồng trở nên đẹp hơn.

Nói về sông Hồng, Người Hà Nội cổ đã biết khai thác sông Hồng sớm hơn người Paris khai thác sông Senine hơn 1000 năm. Sông Hồng đã từng là một con sông huyết mạch giao thông quan trọng nhất trong thời cổ đại. Khi đó, sông Hồng có thể nói là một mặt tiền giao thương. Đến thời trung đại và cận đại, sông Hồng vẫn đóng một vai trò quan trọng trong các cửa ô vào Kinh Thành, có nhiều cửa ô là bến sông, tuy nhiên nay chỉ còn lại dấu tích ô Quan Chởng. Khi Lý Công Uẩn lập đô ở Thăng Long cũng dẫn đoàn tùy tùng cập bến ở sông Hồng. Khi thực dân pháp tiến chiếm Hà Nội cũng từ sông Hồng mà vào. Nói thế để biết rõ ràng sông Hồng đối với Hà Nội rất quan trọng trong lịch sử. Sông Hồng đoạn chảy qua Hà Nội là con sông lịch sử ngàn năm dựng nước và giữ nước. Nhưng cùng với sự phát triển của giao thông hiện đại, sông Hồng đã thiếu được quan tâm. Chúng ta so sánh sông Hồng và sông Senine không phải để làm sông Hồng giống với sông Senine mà chúng ta có thể học được từ đó những gì cần thiết phải làm ngay lúc này và tương

lai xa hơn. Sông Hồng là một trong số ít những con sông chảy qua thủ đô và có bề dày lịch sử lâu đời như đoạn sông Hồng chảy qua Hà Nội. Vì thế chúng ta cần phải làm ngay lúc này là làm đẹp sông Hồng và trong tương lai xa, hãy biến sông



Hồng trở lại thành dòng sông tập nập người qua lại, không chỉ là giao thương mà còn là hàng ngàn khách du lịch qua lại trên dòng sông này để du khách khi

tới Hà Nội không chỉ đến với Hà Nội 36 phố phường mà còn đến với du lịch sông Hồng giữa thủ đô Hà Nội.

Trong tương lai gần, khi Hà Nội chuẩn bị tổ chức Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long, khóa luận xin đề xuất ý tưởng du lịch đêm sông Hồng để mong muốn góp phần nhỏ bé trong việc xây dựng sản phẩm du lịch tại thủ đô và làm đẹp sông Hồng. Với việc trong thời gian diễn ra Đại lễ 1000 năm Thăng Long, dự kiến sẽ có rất nhiều du khách trong và ngoài nước tập trung về Hà Nội. Nếu du khách đổ về nội thành quá đông thì điều đó cũng sẽ gây nhiều khó khăn trong việc du khách lựa chọn điểm đến du lịch, đi đâu, làm gì vào ban ngày. Nếu như các năm khác tổ chức sự kiện lớn tại Hà Nội chúng ta đã vô tình bỏ qua thời gian mà khách có thể tham quan về đêm. Có rất ít tour du lịch đưa khách đi tham quan vào thời gian thành phố trở nên yên lặng hơn, giao thông đi lại thuận tiện hơn, không có tắc đường, chỉ có thủ đô cổ kính trong ánh đèn. Vì thế, thiết nghĩ rằng tại sao trong dịp kỷ niệm thủ đô 1000 năm tuổi chúng ta không tổ chức một đêm du lịch sông Hồng cho du khách. Du khách tới Hà Nội sẽ không tập trung quá nhiều tại khu vực trung tâm thành phố nữa mà sẽ tỏa ra khu vực sông Hồng, sẽ tránh được sự quá tải về dịch vụ tại khu vực trung tâm. Nếu tổ chức muộn hơn thì du khách nhất là du khách nước ngoài cũng sẽ sẵn sàng tới đây bởi khi từ một đất nước khác tới Hà Nội thì chắc chắn họ sẽ có tâm lý không muốn bỏ qua bất cứ hoạt động nào nơi đây. Vào thời gian diễn ra đại lễ Hà Nội cần có kế hoạch thấp sáng và để hiệu ứng đèn đặc biệt tại 5 cây cầu lớn bắc qua sông Hồng đoạn chảy qua Hà Nội là cầu Long Biên, Chương Dương, Thăng Long, Vĩnh Tuy, Thanh Trì để du khách có thể ngắm cảnh sông Hồng từ 5 cây cầu đó.

Sản phẩm du lịch đêm Sông Hồng là tour du lịch cho khách đi ngắm cảnh hai bên bờ sông Hồng về đêm với những ánh sáng được thấp sáng hai bên bờ sông làm tăng thêm vẻ đẹp lấp lánh của mặt nước sông Hồng. Có thể khảo sát và huy động một số tàu, thuyền máy và ca nô ở một số nơi như Hạ Long về đây phục vụ trong 10 ngày cao điểm diễn ra Đại lễ 1/10- 10/10/2010. Sản phẩm du lịch đêm Sông Hồng nữa đó là buổi biểu diễn nghệ thuật có bắn pháo hoa trên

sông Hồng. Chúng ta có thể mời các nghệ sĩ hát chèo, quan họ Bắc Ninh trên sông Hồng ngay dưới đoạn sông sát cầu Long Biên. Biến cầu Long Biên thành chiếc cầu dành cho khách dạo bộ hóng mát gió sông Hồng. Nếu có thể học tập kinh nghiệm hát ca Huế trên thuyền rồng thả trôi sông Hương của Huế để tương lai chúng ta có thể tổ chức đa du khách đi ngắm cảnh dọc sông Hồng và thưởng thức các làn điệu dân ca trên thuyền thì cũng sẽ là một điều rất đặc biệt và mới. Khi Hà Nội làm được những được điều này thì sản phẩm du lịch đêm Sông Hồng sẽ trở thành một điểm nhấn rất đẹp trong chương trình kỷ niệm Đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội và trong hệ thống sản phẩm du lịch thủ đô.

Trong tương lai xa hơn, sẽ là công việc của các nhà quy hoạch nhưng đối với sông Hồng đoạn chảy qua Hà Nội thì việc không quy hoạch, cải tạo và xây dựng một số các công trình lớn, hiện đại có giá trị lịch sử và xúng tằm quốc gia thì thật là uổng phí và đáng trách đối với mỗi cá nhân thủ đô. Việc xây dựng thêm một số cây cầu lớn, hiện đại trong quá trình quy hoạch bắc qua sông Hồng sẽ vừa là việc làm tạo cảnh quan vừa giải quyết được việc lưu thông một lượng xe lớn qua lại giúp giảm tình trạng tắc đường tại thành phố. Và với một bề dày lịch sử như đoạn sông Hồng chảy qua thủ đô thì việc nên xây dựng một số tượng đài lớn mang ý nghĩa lịch sử thiết nghĩ là một điều chúng ta nên làm. Hy vọng vào tương lai của sông Hồng không xa sẽ được nhiều người biết đến hơn nữa.

### **3.2.6. Đêm ẩm thực**

Sản phẩm du lịch ẩm thực Hà Nội hiện nay đang là một trong những sản phẩm được khách nước ngoài khi tới thủ đô rất ưa chuộng. Họ thường đi từng nhóm theo sự hướng dẫn của hướng dẫn viên du lịch hoặc khách lẻ thì thường tự do khám phá tìm hiểu và thưởng thức các món ăn đặc trưng Hà Nội.

Tuy nhiên, có một điều chúng ta đã rất vô ý bỏ qua không khai thác triệt để đó là xây dựng sản phẩm du lịch đêm ẩm thực nhất là trong trọng Đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội.

Sản phẩm du lịch đêm ẩm thực Hà Nội ở đây là đưa khách du lịch đi khám phá các món ẩm thực đặc trưng của Hà Nội nhưng không phải vào ban



## Xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách nước ngoài trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long

---

ngày như bình thường mà vào ban đêm. Chúng ta có thể giúp du khách bằng cách tổ chức các tour du lịch để du khách vừa khám phá những đặc trưng về ẩm thực Hà Nội vừa khám phá vẻ đẹp của phố phường Hà Nội về đêm. Ẩm thực ban ngày khác với ẩm thực về đêm không chỉ ở chỗ để trải nghiệm, khám phá nét văn hóa, thói quen riêng ăn đêm của người Hà Nội mà còn để du khách có thể thưởng thức các món ẩm thực quen thuộc của người Việt dưới không gian hàng ngàn ánh sáng nhiều màu sắc, dưới bầu trời đầy sao của mùa thu man mát trong không khí bước sang tuổi 1000 hay nói cách khác là dưới cái đẹp cổ kính hơn bao giờ hết của Hà Nội hiện lên dưới hàng ngàn ánh sáng lung linh để cảm nhận sự khác biệt đối với riêng bản thân từng du khách.

Có nhiều cách để xây dựng sản phẩm du lịch đêm ẩm thực và đưa đến tay du khách ở lại qua đêm tại Hà Nội. Việc đưa khách đi khám phá ẩm thực đêm Hà Nội như nói trên cũng là một cách song nó còn phụ thuộc vào thời gian các nhà hàng, nơi cung cấp dịch vụ ẩm thực cho du khách ở đâu ngon, có uy tín? Hoạt động đến giờ nào thì đóng cửa? Chúng ta phải tìm hiểu, khảo sát và xem các phố nổi tiếng với ẩm thực như Triệu Việt Vương( cà phê), Mai Hắc Đế ( bún ốc ),hay đường Chùa Láng với nhiều món cháo, ốc, phở, bún...hoặc khu phố ẩm thực Tống Duy Tân, ngõ Hàng Bông hay còn gọi là ngõ Cầm Chỉ (nhiều món ăn đêm khác nhau), hoạt động phục vụ du khách tới giờ nào, nếu cần phải thuyết phục họ kéo dài thời gian bán hàng khuya hơn để phục vụ du khách nhất là du khách nước ngoài trước hết là trong khoảng thời gian ngắn nhất định phục vụ Đại lễ. Với những nét đẹp trong văn hóa ứng xử của người Hà Nội như mọi người được biết thì việc thuyết phục họ không khó, nhất là khi việc làm đó sẽ mang lại lợi ích cho thủ đô và cho chính họ.



Thêm một cách nữa trong ý tưởng xây dựng sản phẩm du lịch ẩm thực đêm Hà Nội đó là tổ chức các gian hàng tập trung lại với nhau thành khu tại một nơi nhất định phục vụ các món ăn ẩm thực truyền thống của Hà Nội và các món ăn của các nước khác mời và phục vụ cả về đêm để du khách sau khi đi tham quan đêm city tour hoặc tham quan một số nơi khác tại Hà Nội về đêm thì có thể tới đây thưởng thức các món ăn truyền thống của Hà Nội cũng như các món ăn của các nước khác trên thế giới do chính người Việt chế biến. Tuy nhiên phải chú ý một điều rất quan trọng trong sản phẩm du lịch ẩm thực đêm Hà Nội là phải xây dựng sao cho thực khách tới đây không chỉ cảm thấy ngon, tiện lợi để có thể du ngoạn các phố khác mà còn thấy được chất lượng dịch vụ, cung cách, thái độ phục vụ tại đây thể hiện được văn hóa, tri thức trong văn hóa ứng xử của người Hà Nội. Với cách làm này thì hiện nay tại Hà Nội đã có khu Phố ẩm thực Tống Duy Tân và Cấm Chi là khu phố đã được tổ chức làm thành phố ẩm thực tại Hà Nội và hoạt động cả về đêm. Đây có thể là nền tảng để chúng ta dựa vào đó để hoàn thiện các món ẩm thực truyền thống về chất lượng và các dịch vụ, cung cách phục vụ. Thêm vào đó làm đa dạng hơn về các món ăn, mở thêm một số gian hàng phục vụ các món ăn ẩm thực dành cho thực khách nước ngoài với các món ăn của đất nước họ trong thời gian diễn ra Đại lễ. Du khách chắc chắn sẽ cảm thấy thú vị nh có được những trải nghiệm riêng cho mình khi được nếm thử và so sánh các món ăn khác nhau. Nếu có một khu vực ẩm thực như vậy thì nó cũng đã góp thêm phần nào trong sự thành công của việc tổ chức tour du lịch đêm city tour Hà Nội. Góp phần vào việc quảng bá hình ảnh ẩm thực Hà Nội đẹp hơn trong mắt du khách tới Hà Nội, ngoài ra việc này còn thể hiện sự kết hợp hài hòa giữa hiện đại và những nét truyền thống của văn hóa ẩm thực Hà Nội.

Trong một tương lai xa hơn, tại Hà Nội nên xây dựng một nơi cung cấp dịch vụ ngắm cảnh thành phố từ trên tháp cao có thể quay được vào buổi tối nhưng điều đặc biệt là chúng ta nên xây dựng điểm này tại một khu vực trung tâm thành phố và kết hợp với các dịch vụ khác như vừa nghe nhạc nhẹ, thổi kèn saccophon, nghe các làn điệu dân ca... tại nơi du khách ngắm cảnh, vừa có thể

ngắm cảnh được tất cả các phía xung quanh và đặc biệt chú ý tới việc để du khách có thể ngắm toàn cảnh hồ Gươm và tháp Rùa để thấy được biểu tượng tiêu biểu cho sự cổ kính và đặc biệt của Hà Nội. Một số nước có du lịch phát triển đều có dịch vụ này tại thủ đô của đất nước họ như dịch vụ ngắm cảnh đêm trên tháp Eiffel tại thủ đô Paris ( Pháp), ngắm cảnh đêm tại khu vịnh đài - tháp N. Seoul tại NamSan( công viên xanh giữa trung tâm thành phố) về đêm...Chúng ta không xây dựng dịch vụ trên không chỉ vì học tập ý tưởng đó từ các nước bạn, mà bởi Hà Nội ngàn năm tuổi đang ngày càng đổi mới và không chỉ đẹp vào ban ngày mà còn đẹp hơn, cổ kính hơn về đêm với hàng ngàn ánh điện và không gian yên tĩnh hơn rất nhiều. Dịch vụ ngắm cảnh đêm Hà Nội từ trên cao có lẽ chúng ta nên làm từ lâu và làm cho nó trở thành một trong những sản phẩm du lịch dịch vụ đặc trưng mỗi khi du khách tới Hà Nội. Với du khách nội địa thì đây sẽ là sản phẩm khá quen thuộc khi họ đi du lịch tới các thành phố lớn, thủ đô của nước bạn, song nó cũng rất mới mẻ tại ngay chính thủ đô của Việt Nam, do đó đây sẽ là sản phẩm đóng góp vào việc thu hút khách du lịch trên khắp mọi miền tổ quốc. Với du khách quốc tế khi đến Việt Nam cũng như đến các nơi khác trên thế giới, mỗi nơi đều sẽ có những vẻ đẹp khác nhau và giống nhau khi ngắm cảnh toàn thành phố từ trên cao, nhưng tại thủ đô ngàn năm tuổi của Việt Nam, chúng ta có thể chứng minh cho họ thấy sản phẩm của Hà Nội mang đặc trng riêng và khác với những thành phố khác.

### **3.3. Các hoạt động xúc tiến quảng cáo**

Bất cứ sản phẩm nào khi mới được xây dựng muốn đến được tay khách hàng đều cần phải nhờ tới các hình thức của hoạt động xúc tiến. Khi xây dựng các sản phẩm du lịch đêm Hà Nội nói trên xét trong điều kiện thực tế có thể đánh giá là có lợi thế trong việc xúc tiến quảng cáo để khách hàng biết đến và lựa chọn các sản phẩm này thì có thể sử dụng rất nhiều hình thức nhưng chủ yếu có thể áp dụng các hình thức xúc tiến quảng cáo sản phẩm sau đây

Thứ nhất, vì đây là những sản phẩm du lịch được xây dựng chủ yếu phục vụ khách nước ngoài trong dịp kỷ niệm Đại lễ nên phải đưa thông tin mới về các sản phẩm mới trên các trang Web điện tử có chuyên trang nói về dịp kỷ niệm Đại lễ 1000 năm Thăng Long sắp tới trong và ngoài nước bằng tiếng Anh và

tiếng Việt, các mặt báo, các phương tiện thông tin đại chúng và đánh dấu khác biệt giữa các sản phẩm này với các sản phẩm thông thường khác để du khách chú ý tới các sản phẩm này và biết nó là sản phẩm mới và đặc biệt trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long.

Thứ 2, riêng đối với khách du lịch quốc tế, xây dựng các ấn phẩm, tập gấp giới thiệu về sản phẩm mới kèm những hướng dẫn và lưu ý cho du khách bằng tiếng Anh và tiếng Việt tới các địa chỉ cung cấp dịch vụ có uy tín và cung cấp cho du khách miễn phí như một món quà tại cửa các sân bay thông qua đội ngũ nhân viên được trang bị trang phục và thẻ đã được phân công và tại một số bưu điện của Thành Phố và các quầy bán sách báo...

Thứ 3, liên kết với các công ty, doanh nghiệp du lịch trong địa bàn Hà Nội và một số bưu điện trên một số tỉnh, thành phố lớn trên cả nước như Sài Gòn, Đà Nẵng, Quảng Ninh, Hải Phòng... để xây dựng tour cho hợp lý và đưa tới tận tay du khách những thông tin cụ thể về những sản phẩm mới này về thời gian, giá,...

Thứ 4, ý thức của người dân có vai trò rất quan trọng dẫn tới sự thành công đối với các sản phẩm du lịch đêm Hà Nội nói trên, do đó phải có những hình thức như tuyên truyền giáo dục ý thức tự giác và lối cư xử văn hóa, có học thức trên các phương tiện thông tin đại chúng như tivi, internet, đài báo... Để mọi người thấy được ý vai trò to lớn của chính mình trong văn hóa ứng xử đối với khách du lịch và khách mời tới dự Đại lễ 1000 năm Thăng Long.

Thứ 5, nhờ tới sự giúp đỡ của giới trẻ, học sinh, sinh viên nhất là đội ngũ đoàn TNCS HCM, đội ngũ sinh viên tình nguyện của các trường Đại Học trên địa bàn Hà Nội trong việc tuyên truyền, phát tờ rơi, tập gấp giới thiệu về Đại lễ 1000 năm Thăng Long, về những sản phẩm du lịch mới tại Hà Nội với du khách tại các nơi công cộng.

Ngoài ra còn nhiều hình thức xúc tiến khác nhưng trên đây là những hình thức xúc tiến quảng cáo và bán hàng chủ yếu cần thiết nhất. Nếu thực hiện được thành công các biện pháp xúc tiến quảng cáo như trên thì sẽ là yếu tố nền tảng đầu tiên giúp việc xây dựng, quảng cáo và bán các sản phẩm thành công

### **Tiểu kết chương 3**

Khóa luận tốt nghiệp được khép lại ở chương 3 với việc khái quát về một số đặc điểm của lễ hội 1000 năm Thăng Long – Hà Nội như : Hà Nội hướng tới Đại lễ là điểm đến hấp dẫn, đặc điểm về khách, đặc điểm về các hoạt động trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long, với một số hoạt động trong nước và một số các hoạt động của nước ngoài được thể hiện qua số lượng khách du lịch trong và ngoài nước tới Hà Nội đang tăng nhanh thông qua một số công ty du lịch có uy tín như Saigontourist, Hanoitourist, và thông qua các kế hoạch chương trình của ban tổ chức kỷ niệm Đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội để có thể dự đoán và khái quát được một số đặc điểm chủ yếu của lễ hội 1000 năm Thăng Long – Hà Nội. Chương 3 khóa luận cũng đó đề xuất một số sản phẩm du lịch đêm Hà Nội để phục vụ khách du lịch mà chủ yếu là khách du lịch nước ngoài trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long là: đêm city tour Hà Nội, đêm mua sắm, đêm văn hóa văn nghệ, đêm Hồ Tây, đêm sông Hồng, đêm ẩm thực, và sản phẩm du lịch dịch vụ khác tại Hà Nội. Những ý tưởng này đều xuất phát từ những tình hình thực tế tại Hà Nội hiện tại và những từ những đặc điểm về Đại lễ 1000 năm Thăng Long. Với những ý tưởng như trên khóa luận mong muốn góp phần vào việc tạo ra những sản phẩm du lịch mới cho thủ đô Hà Nội và góp phần tạo nên hình ảnh mới cho thủ đô đẹp hơn, đặc biệt hơn trong mắt du khách tới đây trong dịp này. Ngoài ra, chương 3 của khóa luận đó kết thúc bằng việc đưa ra một số các hoạt động xúc tiến quảng cáo cụ thể để quảng cáo, giới thiệu và đưa sản phẩm tới tay du khách. Với việc thực hiện tốt các hoạt động xúc tiến quảng cáo đó sẽ đóng góp một phần không nhỏ trong việc xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch mới cho thủ đô, giúp xây dựng hình ảnh thủ đô Hà Nội không chỉ đẹp bởi sự cổ kính với ngàn năm tuổi của mình mà còn sáng tạo, đặc biệt bởi những nét đẹp của con người và truyền thống văn hóa của thủ đô.

## KẾT LUẬN CHUNG

Hà Nội có vị trí và địa thế đẹp, là trung tâm văn hóa, chính trị kinh tế của cả nước. Hà Nội ngàn năm văn hiến, chứa đựng trong nó với bề dày lịch sử lâu đời. Nên cũng là nơi thu hút nhiều khách du lịch tới thăm. Hà Nội có nhiều tiềm năng phát triển kinh tế nói chung và phát triển du lịch nói riêng đặc biệt là du lịch văn hóa. Du lịch Hà Nội ngày càng phát triển mạnh mẽ, sánh ngang tầm với các thủ đô của các nước khác trong khu vực. Từ năm 2005 đến nay, Hà Nội liên tục được bình chọn là một trong năm thành phố du lịch hấp dẫn nhất hàng đầu Châu á và luôn đứng top 10 trên 300 thành phố du lịch hấp dẫn nhất trên thế giới. Du lịch Hà Nội ngày càng phát triển và có doanh thu cao, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của thủ đô.

Tuy nhiên sản phẩm du lịch Hà Nội vẫn còn nhiều hạn chế, vẫn còn nhiều vấn đề tồn tại khiến các sản phẩm du lịch thiếu sức hấp dẫn, không phát triển đúng với những tiềm năng sẵn có. Điều đó thể hiện ở số lượng khách quay trở lại, doanh thu, số ngày lưu trú không nhiều... Bên cạnh đó khóa luận còn nói rõ thêm về vị trí, những giá trị văn hóa, lịch sử và một số lợi thế để phát triển du lịch đêm Hà Nội tại một số nơi tiêu biểu tại Hà Nội như hồ Tây, sông Hồng, chợ đêm Phố Cổ, các làng nghề... và tìm hiểu một số thông tin về các sản phẩm du lịch đêm tại một số nơi trên thế giới và ở Việt Nam để qua đó đề xuất ý tưởng xây dựng sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách nước ngoài trong dịp đại lễ 1000 năm Thăng Long – sản phẩm mới và độc đáo cho du lịch thủ đô để khai thác triệt để tài nguyên du lịch Hà Nội và tranh thủ cơ hội này để quảng bá với bạn bè thế giới về du lịch Hà Nội nói riêng, Việt Nam nói chung.

Trong quá trình nghiên cứu khóa luận đã thu được các kết quả sau:

1. Hệ thống hóa được cơ sở lý luận về sản phẩm du lịch.
2. Khái quát được tài nguyên du lịch Hà Nội và sản phẩm du lịch của thủ đô.
3. Tìm hiểu và nêu lên được những đặc điểm cơ bản của lễ hội kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội. Từ đó thấy được sự cần thiết phải phát triển sản phẩm du lịch thủ đô đặc biệt trong thời gian sắp tới lễ hội.

4. Nêu lên được những giá trị văn hóa, lịch sử, giá trị du lịch với một số điểm du lịch tiêu biểu tại Hà Nội

5. Đề xuất xây dựng một số sản phẩm du lịch đêm Hà Nội phục vụ khách nước ngoài trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long – sản phẩm mới cho thủ đô Hà Nội.

- Đêm city tour Hà Nội
- Đêm mua sắm
- Đêm văn hóa văn nghệ
- Đêm Hồ Tây
- Đêm Sông Hồng
- Đêm ẩm thực

#### **Ưu và nhược điểm của khóa luận**

*Ưu điểm:* Khóa luận đã hệ thống được một số quan niệm đề cập đến khái niệm về sản phẩm du lịch có tính tham khảo, đồng thời tập hợp được các số liệu về du lịch Hà Nội trong một số năm gần đây. Đặc biệt khóa luận đã khái quát được hệ thống sản phẩm du lịch Hà Nội hiện nay và đánh giá được một số giá trị tiêu biểu tại của một số điểm du lịch và sản phẩm du lịch Hà Nội để từ đó đưa ra đề xuất xây dựng sản phẩm du lịch đêm mới cho thủ đô Hà Nội thông qua khảo sát và thực tế. Bên cạnh đó còn đưa ra được một số những phương thức thực hiện để ý tưởng trong việc xây dựng và xúc tiến quảng cáo được thực hiện có hiệu quả. Với ý tưởng mới này khóa luận mong muốn tạo ra được những sản phẩm mới đặc sắc và hấp dẫn cho thủ đô Hà Nội nhằm giúp đa dạng hóa sản phẩm du lịch của thủ đô để thu hút khách du lịch từ khắp các nước trên thế giới.

*Nhược điểm:* Do hạn chế về thời gian, khoảng cách địa điểm nghiên cứu và kiến thức, khóa luận bước đầu mới chỉ nghiên cứu hệ thống sản phẩm du lịch Hà Nội một cách sơ lược và những đánh giá còn mang tính chủ quan. Việc xây dựng ý tưởng và thiết kế xây dựng sản phẩm mới còn mang tính cá nhân chưa được thiết kế bài bản và cụ thể. Vì vậy, khóa luận còn nhiều thiếu sót, nhiều vấn đề chưa được phân tích làm rõ triệt để.

## . KIẾN NGHỊ

Để sản phẩm du lịch đêm Hà Nội dành cho khách nước ngoài trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long có thể được xây dựng và thực hiện được, khóa luận xin được kiến nghị một số vấn đề như sau:

Một trong những nhu cầu và điều kiện cần thiết nhất khi du khách tới một điểm đến du lịch và tiêu dùng các sản phẩm du lịch một cách thoải mái là luôn cần tới sự an toàn. Nói cách khác, an ninh tại nơi điểm đến phải đảm bảo được tài sản, tính mạng, an ninh trật tự xã hội. Do đó xin kiến nghị các cơ quan an ninh tại Hà Nội tăng cường an ninh, tuần tra về đêm trong thời gian diễn ra Đại lễ nhất là khoảng thời gian từ 1/10-10/10/2010 là khoảng thời gian diễn ra nhiều hoạt động nhất của lễ hội, đảm bảo tuyệt đối an ninh trật tự xã hội vào ban ngày cũng như ban đêm để du khách nước ngoài khi tới Hà Nội có thể yên tâm khi ra ngoài vào buổi tối vào các ngày lễ hội.

Về giao thông, xin kiến nghị Sở Giao Thông Vận Tải phải có những biện pháp thật khẩn trương và cụ thể, dứt khoát để giải quyết các vấn đề tiêu cực tác động tới hình ảnh đô thị như tắc đường, bán hàng trái phép tại khu vực vỉa hè nhất là tại các di tích lịch sử văn hóa. Sở cần có những biện pháp xử phạt vi phạm thật nghiêm khắc để răn đe. Bên cạnh đó tăng cường lực lượng cảnh sát giao thông tại các ngã tư, ngã ba, các khu vực đông dân cư trong thời gian diễn ra Đại lễ để giúp các làn đường luôn lưu thông góp phần xây dựng hình ảnh giao thông Hà Nội thật đẹp và có quy củ trong mắt du khách. Ngoài ra, tăng cường cảnh sát giao thông cơ động trên các đường phố về đêm để vừa đảm bảo về giao thông cho du khách được suôn sẻ, vừa đảm bảo được an ninh trên đường giúp du khách.

Vì sản phẩm du lịch đêm Hà Nội là sản phẩm tiêu dùng về đêm và trong thời gian ngắn chủ yếu là thời gian diễn ra Đại lễ từ 1/10- 10/10/2010 nên cần một yếu tố không thể thiếu cần kiến nghị đó là vấn đề ánh sáng. Vì đây là thời gian Hà Nội đang diễn ra lễ hội kỷ niệm 1000 năm Thăng Long nên đề nghị các lãnh đạo ngành điện xem xét quyết định trong 10 ngày diễn ra nhiều hoạt động



và chương trình của đại lễ cung cấp điện cho Hà Nội 24/24h và đề nghị ban lãnh đạo thành phố và các cấp có thẩm quyền ra quyết định trong đại lễ sẽ thấp đèn sáng toàn khu vực nội thành Hà Nội nhất là các khu di tích lịch sử qua đêm để du khách nước ngoài khi tới Hà Nội trong thời gian này có thể khám phá Hà Nội bất kỳ lúc nào vào ban đêm. Trong dịp kỷ niệm lớn như thế này nếu cần chúng ta có thể ưu tiên Hà Nội, tiết kiệm điện tại một số nơi khác bởi trong dịp Đại lễ 1000 năm mới có 1 lần này với biết bao du khách tới Hà Nội để chung vui thì không có lí do gì để Hà Nội lại bị mất điện về đêm. Đây sẽ không trở thành sự lãng phí bởi nó phục vụ cho lợi ích quốc gia, vừa giúp đảm bảo hơn về an ninh, trật tự thủ đô, vừa phục vụ ngành du lịch Hà Nội phát triển và phục vụ chính các hoạt động của Đại lễ 1000 năm Thăng Long tại thủ đô diễn ra suôn sẻ hơn, thuận lợi hơn, làm hài lòng các vị khách mời là những người lãnh đạo cấp cao tới từ các nước trên thế giới, từ đó giúp quan hệ ngoại giao của chúng ta với nước ngoài được cải thiện tốt hơn giúp ích cho sự phát triển kinh tế, đối ngoại của nước nhà sau này.

Hà Nội cần có kế hoạch kéo dài thời gian hoạt động du lịch về đêm như việc mở cửa cả đêm tại các di tích lịch sử như : Văn Miếu Quốc Tử Giám, Đền Ngọc Sơn, Chùa Trấn Quốc, các bảo tàng dân tộc, bảo tàng lịch sử...để du khách có thể tới đây tham quan vào đêm trong thời gian diễn ra Đại lễ.

Hiện nay tại một số khu vực các điểm thăm quan và các di tích lịch sử trên địa bàn Hà Nội việc xử lí rác thải rất kém. Trong khi những người dân thủ đô đang chuẩn bị rất nhiều việc, nhiều kế hoạch, hoạt động nghệ thuật để đón chào Hà Nội 1000 năm tuổi thì ít ai để ý rằng khu vực rìa bờ Hồ Hoàn Kiếm hiện đang rất bẩn với những mẩu rác thải của nhiều người dân vô ý ném xuống hồ. Đề nghị ngành Môi Trường thành phố Hà Nội lên kế hoạch khẩn trương thu gom rác thải tại các bờ hồ khu vực nội thành Hà Nội, tại các di tích lịch sử... kèm theo đó là việc đặt thêm nhiều các thùng rác có in các thông điệp kêu gọi bỏ rác vào thùng để giữ sạch thành phố và thể hiện ý thức, học thức, văn minh của người dân thủ đô.

Trong tất cả các công việc, hoạt động mang tính cộng đồng nào cũng cần phải có sự ủng hộ của người dân. Chính vì vậy đề nghị Sở Văn Hóa, Thể Thao và Du Lịch có những kế hoạch tuyên truyền qua các phương tiện thông tin đại chúng và qua các tờ rơi tờ gấp về ý thức tự giác, văn minh đô thị của người Hà Nội để mọi người ở thủ đô có một nhận thức rõ về vai trò của bản thân trong việc ứng xử có văn hóa, đúng mực và tự giác trong mọi hoạt động mang tính cộng đồng không chỉ trong thời gian diễn ra Đại lễ 1000 năm Thăng Long mà còn trong tương lai khi Hà Nội đã bước sang tuổi 1000. Để sao cho mỗi du khách khi tới Hà Nội đều thấy được hình ảnh Hà Nội đẹp, cổ kính, phát triển và con người Hà Nội văn minh, lịch sự, thanh lịch như nét đẹp xưa mà ông cha ta vẫn nói về Hà Nội:

“Chẳng thơm cũng thể hoa nhài

Dẫu không thanh lịch cũng người Tràng An”

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Luật Du Lịch Việt Nam*, Quốc Hội Nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam, 2005
2. Ts. Bùi Xuân Nhân, *Marketing du lịch*, NXB Thống kê, 2009
3. Pgs.Ts.Nguyễn Văn Mạnh & Ts.Nguyễn Đình Hòa, *Marketing du lịch*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2008
4. Gs.Ts.Nguyễn Văn Đính & Ts.Trần Thị Minh Hòa, *Giáo trình kinh tế du lịch*, NXB Lao động xã hội, 2004
5. Nguyễn Văn Đính và Phạm Hồng Chương, *giáo trình hướng dẫn du lịch*, NXB Thống kê, 2000
6. Nguyễn Tiến Độ & Lê Thành Công, *Bài giảng về Quản trị kinh doanh lữ hành*, khoa Văn Hóa Du Lịch, Đại Học Dân Lập Hải Phòng, 2009
7. Ts. Nguyễn Văn bình, *Bàn về sản phẩm du lịch*, Du lịch Việt Nam, số 9 năm 2008
8. Trần Ngọc Nam và các cộng sự, *Marketing du lịch*, NXB TP HCM, 2000
9. Bùi Thị Hải Yến, *Tuyển điểm du lịch Việt Nam*, NXB Giáo dục, 2006
10. Các trang web :  
[www.hanoi.gov.vn](http://www.hanoi.gov.vn)  
[www.dantri.com](http://www.dantri.com)  
[www.vietnamtourist.gov.vn](http://www.vietnamtourist.gov.vn)  
[www.vietnamnet.vn](http://www.vietnamnet.vn)  
[www.hanoitourist-travel.com](http://www.hanoitourist-travel.com)  
[www.cinet.gov.vn](http://www.cinet.gov.vn)

### **Lời cảm ơn**

Để khóa luận được hoàn chỉnh và nộp đúng hạn, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới:

- PGS.TS. Trần Đức Thanh - khoa Du Lịch – Trường Đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn - ĐHQG HN

Thầy đã tận tình chỉ bảo, giúp đỡ em chỉnh sửa để em hoàn thành tốt khóa luận và nộp về nhà trường đúng hạn.

- Cùng với các thầy cô giáo trong khoa Văn hóa Du lịch - Trường Đại học Dân lập Hải Phòng, đã giúp đỡ và dạy bảo em trong suốt 4 năm học tập và rèn luyện tại nhà trường.

- Các cán bộ cơ sở tại địa bàn nghiên cứu đề tài đã tạo điều kiện giúp đỡ và cung cấp thông tin cần thiết để em dùng làm tài liệu tham khảo về đề tài nghiên cứu.

- Gia đình và bạn bè, đã tạo điều kiện và hết sức động viên ủng hộ em để em học tập và hoàn thành tốt khóa luận tốt nghiệp của mình.

Hải Phòng, ngày Tháng 07 năm 2010

Sinh viên tốt nghiệp

Nguyễn Thị Ngân

## MỤC LỤC

### MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục đích nghiên cứu.....	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Phương pháp nghiên cứu của đề tài. ....	3
3. Bố cục của khóa luận .....	3

### CHƯƠNG 1 LÝ LUẬN CHUNG VỀ SẢN PHẨM DU LỊCH..... 4

1.1. Khái niệm, đặc điểm, thành phần của sản phẩm du lịch.....	4
1.1.1. Khái niệm .....	4
1.1.2. Đặc điểm .....	5
1.1.3. Các thành phần của sản phẩm du lịch .....	7
1.1.4. Phân loại .....	9
1.2. Xây dựng sản phẩm du lịch.....	10
1.2.1. Những điểm cần chú ý khi xây dựng sản phẩm du lịch.....	10
1.2.2. Các yếu tố tham gia vào việc hình thành sản phẩm du lịch.....	11
1.2.2.1. Các yếu tố có sẵn bao gồm: .....	12
1.2.2.2. Các yếu tố tự tạo gồm: .....	13
1.2.3. Quy trình xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch mới.....	14
1.2.3.1. Quy trình xây dựng sản phẩm du lịch .....	14
1.2.3.2. Các bước cần thiết để phát triển sản phẩm du lịch mới .....	18
1.2.4. Những yêu cầu trong xây dựng sản phẩm du lịch.....	23
1.2.4.1. Yêu cầu về chất lượng .....	23
1.2.4.2. Yêu cầu về tính đa dạng .....	24
1.2.4.3. Yêu cầu về tính đặc thù .....	24
Tiểu kết chương 1.....	26

### CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG SẢN PHẨM DU LỊCH HÀ NỘI..... 27

2.1. Khái quát tài nguyên du lịch Hà Nội.....	27
2.1.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên .....	27

2.1.2. Tài nguyên du lịch nhân văn .....	29
2.2. Khái quát về các sản phẩm du lịch Hà Nội .....	34
2.3. Sản phẩm du lịch đêm ở một số nơi.....	57
2.3.1. Trên thế giới .....	57
2.3.2. Ở Việt Nam .....	64
Tiểu kết chương 2.....	71
<b>CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP XÂY DỰNG SẢN PHẨM DU LỊCH ĐÊM HÀ NỘI DÀNH CHO KHÁCH NƯỚC NGOÀI TRONG DỊP ĐẠI LỄ 1000 NĂM THĂNG LONG.....</b>	<b>72</b>
3.1. Đặc điểm lễ hội 1000 năm Thăng Long Hà Nội.....	72
3.1.1. Hà Nội hướng tới 1000 năm Thăng Long đang là điểm đến hấp dẫn.....	72
3.1.2. Đặc điểm về khách .....	75
3.1.3. Đặc điểm về các hoạt động trong dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long .....	78
3.1.3.1. Một số hoạt động trong nước .....	79
3.1.3.2. Tại một số nước trên thế giới .....	83
3.2. Các đề xuất sản phẩm du lịch đêm Hà Nội .....	86
3.2.1. Đêm city tour Hà Nội.....	87
3.2.2. Đêm mua sắm.....	89
3.2.3. Đêm văn hóa văn nghệ.....	90
3.2.4. Đêm Hồ Tây .....	92
3.2.5. Đêm Sông Hồng .....	93
3.2.6. Đêm ẩm thực .....	96
3.3. Các hoạt động xúc tiến quảng cáo .....	99
Tiểu kết chương 3.....	101
<b>KẾT LUẬN CHUNG .....</b>	<b>102</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>107</b>