

TỪ NGHIÊN CỨU LIÊN NGÀNH ĐẾN TƯ VẤN CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN **kinh tế đêm Thủ đô**

NGÀY 9/5/2026, UBND THÀNH PHỐ HÀ NỘI BAN HÀNH QUYẾT ĐỊNH PHÊ DUYỆT ĐỀ ÁN “PHÁT TRIỂN KINH TẾ ĐÊM TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI GIAI ĐOẠN 2026 - 2030, ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2045”. ĐÂY KHÔNG CHỈ LÀ MỘT CHÍNH SÁCH QUAN TRỌNG ĐỐI VỚI TIẾN TRÌNH PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI CỦA THỦ ĐÔ, MÀ CÒN LÀ MINH CHỨNG SINH ĐỘNG CHO VAI TRÒ CỦA TRI THỨC ĐẠI HỌC TRONG THAM GIA GIẢI QUYẾT NHỮNG VẤN ĐỀ PHÁT TRIỂN MỚI CỦA ĐÔ THỊ. TRONG QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG ĐỀ ÁN, TRƯỜNG KHOA HỌC LIÊN NGÀNH VÀ NGHỆ THUẬT, ĐHQGHN ĐÃ THAM GIA VỚI VAI TRÒ ĐƠN VỊ TƯ VẤN CHUYÊN MÔN CHÍNH, ĐỒNG HÀNH CÙNG SỞ VĂN HÓA VÀ THỂ THAO HÀ NỘI TRONG VIỆC NHẬN DIỆN THỰC TRẠNG, PHÂN TÍCH TIỀM NĂNG, THAM KHẢO KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN KINH TẾ ĐÊM PHÙ HỢP VỚI ĐẶC THÙ CỦA HÀ NỘI.



SONG MINH

Trong xu thế phát triển đô thị hiện đại, kinh tế đêm ngày càng được nhìn nhận như một phân khu kinh tế riêng biệt, có khả năng mở rộng không gian tăng trưởng, gia tăng giá trị dịch vụ, tạo việc làm, tăng thu ngân sách và nâng cao sức hấp dẫn của các thành phố lớn. Nếu trước đây, kinh tế đêm thường được hiểu theo nghĩa hẹp, gắn với hoạt động ăn uống, mua sắm, vui chơi, giải trí về đêm, thì trong tư duy phát triển hiện nay, đây là một hệ sinh thái đô thị phức hợp, liên quan đồng thời đến văn hóa, du lịch, công nghiệp sáng tạo, thương mại, giao thông, hạ tầng công cộng, quản lý dân cư, an ninh trật tự, môi trường và công nghệ số. Với cách tiếp cận đó, phát triển kinh tế đêm không chỉ

là kéo dài thời gian hoạt động của dịch vụ, mà là tổ chức lại một phần nhịp sống đô thị theo hướng an toàn, văn minh, sáng tạo, có bản sắc và có năng lực cạnh tranh.

HÀ NỘI VÀ TIỀM NĂNG CHƯA ĐƯỢC ĐÁNH THỨC TRỌN VẸN

Đối với Hà Nội, kinh tế đêm có ý nghĩa đặc biệt bởi Thủ đô hội tụ nhiều điều kiện để hình thành các sản phẩm ban đêm có chiều sâu. Đây là trung tâm chính trị - hành chính quốc gia, đồng thời là đô thị có bề dày lịch sử, mật độ di sản lớn, đời sống văn hóa phong phú, hệ thống thiết chế nghệ thuật đa dạng, không gian ẩm thực đặc sắc, mạng lưới dịch vụ phát triển và thị trường du lịch năng động. Những

lợi thế này tạo điều kiện để Hà Nội xây dựng các sản phẩm kinh tế đêm không chỉ phục vụ tiêu dùng, giải trí, mà còn góp phần quảng bá hình ảnh một đô thị văn hiến, sáng tạo, hiện đại và hội nhập.

Những năm qua, Hà Nội đã từng bước hình thành một số mô hình hoạt động ban đêm như các chương trình biểu diễn nghệ thuật, tour tham quan di sản về đêm, phố đi bộ, không gian ẩm thực, sự kiện văn hóa - nghệ thuật ngoài trời, các cụm dịch vụ giải trí và một số hoạt động sáng tạo trẻ. Các sản phẩm như tour đêm tại Hoàng thành Thăng Long, chương trình “Đêm thiêng liêng” tại di tích Hòa Lò, hoạt động trải nghiệm tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám,



không gian đi bộ hồ Hoàn Kiếm và khu phố cổ đã tạo hiệu ứng tích cực, thu hút người dân và du khách, đồng thời chứng minh tiềm năng lớn của Hà Nội trong việc khai thác giá trị di sản và ký ức đô thị vào khung giờ buổi tối.

TỪ NHỮNG “ĐIỂM ĐẾN BUỔI TỐI” ĐẾN HỆ SINH THÁI TIÊU DÙNG ĐÊM

Tuy nhiên, Đề án cũng chỉ ra rằng kinh tế đêm của Hà Nội vẫn phát triển chưa tương xứng với tiềm năng. Nhiều hoạt động còn mang tính phân tán, thiếu liên kết, chưa hình thành được các cụm kinh tế đêm đủ mạnh, có nhận diện rõ và có khả năng tạo dòng tiêu dùng ổn định. Cơ cấu sản phẩm còn nghiêng nhiều về ẩm thực, dạo bộ, sự kiện ngoài trời và tiêu dùng giá trị trung bình hoặc thấp; trong khi các sản phẩm có giá trị gia tăng cao

như biểu diễn nghệ thuật chuyên nghiệp, mua sắm đêm chất lượng, trải nghiệm công nghệ, dịch vụ sáng tạo, chăm sóc sức khỏe, giải trí tích hợp hay các gói trải nghiệm chuyên đề cho nhóm khách chi tiêu cao vẫn chưa phát triển tương xứng. Hà Nội đã có nhiều “điểm đến buổi tối”, nhưng chưa có đủ nhiều “hệ sinh thái tiêu dùng đêm” để giữ chân khách lâu hơn, kích thích chi tiêu cao hơn và tạo hiệu ứng lan tỏa rộng hơn.

Một trong những điểm nghẽn căn bản được Đề án nhận diện là mức chi tiêu ban đêm của khách còn thấp, thời gian lưu trú chưa tương xứng với tiềm năng. Hà Nội có lợi thế rất lớn về di sản, ẩm thực, nghệ thuật biểu diễn, phố cổ, làng nghề, không gian cảnh quan và các thiết chế văn hóa, nhưng

phần lớn hoạt động ban đêm vẫn thiên về tham quan ngắm, dạo chơi, ăn uống quy mô nhỏ hoặc tiêu dùng ngẫu hứng. Khi chưa có chuỗi trải nghiệm đủ dài, đủ đa tầng và đủ chuyên nghiệp, du khách khó có động lực chi tiêu thêm hoặc kéo dài thời gian ở lại. Đây là vấn đề không chỉ thuộc về sản phẩm du lịch, mà còn liên quan đến tổ chức không gian, giao thông, dịch vụ tiện ích sau 22 giờ, thông tin đa ngữ, thanh toán số, an ninh, vệ sinh môi trường và chất lượng vận hành tổng thể.

Điểm nghẽn thứ hai là các hoạt động ban đêm còn phân tán, thiếu liên kết và chưa hình thành các cụm kinh tế đêm đúng nghĩa. Hà Nội có một số hạt nhân như hồ Hoàn Kiếm, khu phố cổ, một phần khu vực hồ Tây, phố Trịnh Công Sơn, khu vực Sơn Tây, các di tích tổ chức tour đêm và một số không gian sáng tạo. Tuy nhiên, các hoạt động này phần nhiều vẫn phát triển theo từng điểm, từng sự kiện, từng địa phương hoặc từng đơn vị, chưa được kết nối thành chuỗi hành trình trải nghiệm hoàn chỉnh. Trong khi đó, một cụm kinh tế đêm đủ mạnh cần có mật độ hoạt động cao, dòng khách ổn định, thương hiệu rõ ràng, liên kết với lưu trú - giao thông - văn hóa - tiêu dùng - an ninh - vệ sinh - truyền thông và có khả năng thu hút đầu tư tư nhân. Nói cách khác, Hà Nội hiện có nhiều “hạt nhân” nhưng chưa có đủ nhiều “quần thể” kinh tế đêm có năng lực vận hành thường xuyên.

Điểm nghẽn thứ ba thuộc về không gian đô thị ban đêm. Kinh tế đêm không thể chỉ dựa trên cửa hàng, nhà hàng, sân khấu hay điểm tham quan, mà cần một môi trường đô thị khiến người dân và du khách cảm thấy an toàn, thuận tiện, thoải mái và có động lực quay lại. Hệ thống chiếu sáng, giao thông công cộng ban đêm, bãi đỗ xe, kết nối đi bộ, nhà vệ sinh công cộng, thông tin số, điểm dừng nghỉ, kiểm soát tiếng ồn, thu gom



rác thải, tổ chức dòng người tại khu vực đông đúc đều là những điều kiện nền tảng. Nếu các điều kiện này chưa được thiết kế như một “hạ tầng xã hội của ban đêm”, các sản phẩm dù hấp dẫn cũng khó tạo thành thói quen tiêu dùng bền vững.

Điểm nghẽn thứ tư là cơ chế quản lý, điều phối, đầu tư và hỗ trợ vận hành chưa thực sự tạo điều kiện cho các mô hình kinh tế đêm mới phát triển. Những mô hình như bảo tàng đêm định kỳ, trình diễn công nghệ, chợ đêm sáng tạo, không gian văn hóa ven sông, biểu diễn ngoài trời, tour xe đạp đêm, cụm dịch vụ đa chức năng hay các sản phẩm kết hợp giữa di sản - công nghệ - thương mại thường đòi hỏi cơ chế linh hoạt về thời gian hoạt động, sử dụng không gian công cộng, cấp phép sự kiện, kiểm soát âm thanh - ánh sáng, giao thông, phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường, quản lý cư trú, thanh toán số và phối hợp liên ngành. Nếu mỗi lĩnh vực chỉ được xử lý theo tuyến quản lý riêng, các ý tưởng sáng tạo sẽ khó đi vào thực tiễn. Vì vậy, một yêu cầu lớn đặt ra là Hà Nội cần chuyển từ

tư duy “quản lý hoạt động ban đêm” sang tư duy “quản trị hệ sinh thái kinh tế đêm”.

TRI THỨC LIÊN NGÀNH TRONG TƯ VẤN CHÍNH SÁCH ĐÔ THỊ

Chính ở điểm này, vai trò của tư vấn chính sách dựa trên tri thức liên ngành trở nên đặc biệt quan trọng. Kinh tế đêm không phải là vấn đề của riêng ngành văn hóa, du lịch, thương mại hay quy hoạch, mà là một bài toán tổng hợp của đô thị hiện đại. Với thế mạnh về khoa học liên ngành, công nghiệp văn hóa, sáng tạo và nghệ thuật, Trường Khoa học liên ngành và Nghệ thuật đã tham gia xây dựng Đề án bằng cách tiếp cận không chỉ từ phía sản phẩm, mà từ cấu trúc phát triển: nhận diện tài nguyên, phân tích hành vi tiêu dùng, đánh giá điểm nghẽn, tham chiếu kinh nghiệm quốc tế, đề xuất mô hình không gian, xác lập nguyên tắc vận hành và gợi mở cơ chế điều phối phù hợp với đặc thù của Thủ đô.

Cách tiếp cận của Đề án cho thấy kinh tế đêm Hà Nội được xác định là một hợp phần của hệ sinh thái kinh tế đô

thị, phát triển theo hướng tích hợp đa ngành, đa lĩnh vực, trong đó văn hóa, du lịch và công nghiệp sáng tạo giữ vai trò nền tảng. Đây là một định vị quan trọng. Nó giúp tránh cách hiểu giản đơn rằng phát triển kinh tế đêm chỉ là mở thêm hàng quán, kéo dài giờ kinh doanh hoặc tổ chức thêm sự kiện. Thay vào đó, kinh tế đêm được đặt trong tổng thể chiến lược phát triển Thủ đô văn hiến, sáng tạo, hiện đại và hội nhập quốc tế; gắn với bảo tồn di sản, nâng cao chất lượng sống, thúc đẩy tiêu dùng, phát triển dịch vụ chất lượng cao, ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số và quản trị đô thị thông minh.

TỪ MỤC TIÊU TĂNG TRƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG SỐNG ĐÔ THỊ

Đề án đặt mục tiêu đến năm 2030, kinh tế đêm từng bước trở thành một động lực quan trọng của kinh tế dịch vụ Thủ đô, phần đầu đóng góp khoảng 5% GRDP của Thành phố và gia tăng tỷ trọng đóng góp vào thu ngân sách. Cùng với đó, tỷ lệ chi tiêu ban đêm của khách du lịch được kỳ vọng đạt 25 - 30% tổng chi tiêu, góp phần nâng



thời gian lưu trú trung bình lên 2,5 - 3,5 ngày. Những chỉ tiêu này cho thấy Hà Nội không chỉ hướng tới việc làm phong phú đời sống về đêm, mà còn đặt kinh tế đêm trong mục tiêu chuyển đổi mô hình tăng trưởng dịch vụ, nâng giá trị gia tăng của du lịch và công nghiệp văn hóa.

Một định hướng đáng chú ý khác là phát triển các khu kinh tế đêm trọng điểm và các sản phẩm ban đêm mang tính biểu tượng của Hà Nội. Đề án định hướng hình thành một số khu kinh tế đêm theo các sắc thái khác nhau như khu kinh tế đêm văn hóa - di sản ở khu vực Hoàn Kiếm, Cửa Nam; khu kinh tế đêm giải trí - hiện đại ở Tây Hồ - Tây Hồ Tây; khu kinh tế đêm sáng tạo - công nghiệp gắn với tái thiết một phần không gian công nghiệp cũ hoặc các không gian phù hợp; khu kinh tế đêm nghỉ dưỡng - trải nghiệm. Đồng thời, Hà Nội hướng tới hình thành các sản phẩm, sự kiện ban đêm mang tính "signature", gắn với di sản văn hóa, nghệ thuật, ẩm thực và không gian đô thị đặc trưng của Thủ đô. Đây là hướng

đi cần thiết để "Đêm Hà Nội" không chỉ là một khẩu hiệu truyền thông, mà trở thành một thương hiệu trải nghiệm có nội hàm, có sản phẩm cụ thể và có khả năng cạnh tranh.

Về dài hạn, Đề án đặt tầm nhìn đến năm 2045, Hà Nội trở thành trung tâm kinh tế đêm có sức cạnh tranh trong khu vực, với kinh tế đêm đóng góp trên 12% GRDP, hình thành thương hiệu "Thành phố trải nghiệm văn hóa ban đêm", sở hữu một số không gian và sự kiện đêm mang tầm quốc tế, thu hút 8 - 10 triệu lượt khách quốc tế tham gia hoạt động ban đêm mỗi năm. Tầm nhìn này cho thấy kinh tế đêm được nhìn nhận như một cấu phần chiến lược trong việc định vị Hà Nội trên bản đồ các đô thị sáng tạo, chứ không chỉ là giải pháp ngắn hạn nhằm tăng doanh thu du lịch.

Để hiện thực hóa mục tiêu đó, Đề án nhấn mạnh nguyên tắc phát triển có trọng điểm, không dàn trải, không đồng loạt kéo dài thời gian hoạt động trên diện rộng, mà ưu tiên hình thành các khu vực đủ điều kiện vận hành ổn

định, có nhận diện rõ, có sức hút và có khả năng lan tỏa. Đây là lựa chọn phù hợp với đặc thù Hà Nội, nơi mật độ cư dân cao, không gian di sản dày đặc, hạ tầng đô thị chịu nhiều áp lực và yêu cầu bảo đảm an ninh trật tự, môi trường, đời sống dân cư luôn phải được đặt ngang hàng với mục tiêu tăng trưởng. Phát triển kinh tế đêm vì thế phải là quá trình thiết kế cân bằng giữa sôi động và trật tự, giữa khai thác và bảo tồn, giữa tiêu dùng và chất lượng sống.

CÔNG NGHỆ, DỮ LIỆU VÀ QUẢN TRỊ THÔNG MINH CHO KINH TẾ ĐÊM

Một trục quan trọng trong Đề án là ứng dụng khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Kinh tế đêm của Hà Nội được định hướng quản lý theo hướng đô thị thông minh, với mục tiêu tăng tỷ lệ giao dịch thanh toán không tiền mặt, trang bị hệ thống giám sát an ninh và hạ tầng số tại các khu vực trọng điểm, phát triển bản đồ số, nền tảng kết nối dịch vụ, công cụ giám sát thời gian thực và hệ thống dữ liệu phục vụ điều hành. Điều này cho phép Thành phố không chỉ quảng

bá, kết nối và nâng cao trải nghiệm người dùng, mà còn quản lý tốt hơn các vấn đề nhạy cảm của kinh tế đêm như an ninh, dòng khách, tiếng ồn, vệ sinh môi trường, giao thông, doanh thu và tuân thủ pháp luật.

Đề án cũng đặt ra yêu cầu thúc đẩy xã hội hóa và hợp tác công - tư trong phát triển kinh tế đêm. Trong mô hình này, Thành phố giữ vai trò kiến tạo thể chế, quy hoạch và giám sát; doanh nghiệp tham gia đầu tư sản phẩm, tổ chức vận hành, cung cấp dịch vụ hỗ trợ và khai thác thương mại; cộng đồng sáng tạo và người dân trở thành những chủ thể cùng tham gia xây dựng bản sắc, chất lượng và sức sống của kinh tế đêm. Cách tiếp cận này phù hợp với xu hướng quốc tế, nơi các mô hình kinh tế đêm thành công thường không chỉ dựa vào đầu tư công, mà dựa vào năng lực huy động nhiều chủ thể, thiết lập cơ chế vận hành linh hoạt và xây dựng hệ sinh thái sáng tạo bền vững.

Điểm đáng chú ý là Đề án không tách kinh tế đêm khỏi đời sống của cư dân đô thị. Ba nhóm khách chính được phân tích gồm khách nội địa, khách quốc tế và cư dân Hà Nội, mỗi nhóm có hành vi tiêu dùng, kỳ vọng và mức chi tiêu khác nhau. Khách nội địa thường thiên về các hoạt

động linh hoạt, chi phí hợp lý, không khí sôi động và tính chia sẻ trên mạng xã hội. Khách quốc tế quan tâm nhiều hơn đến bản sắc văn hóa, câu chuyện điểm đến, chất lượng tổ chức, thông tin ngoại ngữ, an toàn và khả năng thanh toán thuận tiện. Cư dân đô thị lại là nhóm tạo cầu thường xuyên, gắn với nhu cầu sinh hoạt hàng ngày, tái tạo sức lao động, giao tiếp xã hội, thư giãn tinh thần và nâng cao chất lượng sống. Việc phân tích các nhóm khách này cho thấy Hà Nội không thể phát triển kinh tế đêm theo một mô hình đơn tuyến, mà cần cấu trúc sản phẩm, không gian và chính sách quản lý phù hợp với từng nhóm đối tượng.

ĐẠI HỌC ĐỒNG HÀNH CÙNG THỦ ĐÔ BẰNG TRI THỨC VÀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI

Từ góc độ của ĐHQGHN, sự tham gia của Trường Khoa học liên ngành và Nghệ thuật trong Đề án là minh chứng cho vai trò ngày càng rõ nét của đại học nghiên cứu trong tham gia hoạch định chính sách công. Trong bối cảnh các vấn đề phát triển ngày càng phức tạp, đòi hỏi cách tiếp cận liên ngành, các cơ sở đào tạo và nghiên cứu không chỉ thực hiện chức năng đào tạo nguồn nhân lực, mà còn cần trở thành trung tâm cung cấp tri thức, dữ liệu, mô hình



và giải pháp cho Nhà nước, địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng. Việc một đơn vị của ĐHQGHN tham gia tư vấn chuyên môn chính cho một đề án có tính chiến lược của Thủ đô cho thấy năng lực chuyển hóa tri thức hàn lâm thành luận cứ chính sách, đồng thời khẳng định vai trò xã hội của đại học trong phát triển đất nước.

Với Trường Khoa học liên ngành và Nghệ thuật, Đề án cũng là một minh chứng cụ thể cho giá trị của mô hình đào tạo và nghiên cứu liên ngành. Những vấn đề như công nghiệp văn hóa, không gian sáng tạo, nghệ thuật đô thị, du lịch đêm, hành vi tiêu dùng, kinh tế dịch vụ, bảo tồn di sản, công nghệ số và quản trị đô thị không thể được giải quyết trọn vẹn bằng một ngành đơn lẻ. Chúng đòi hỏi sự kết hợp giữa khoa học xã hội, nhân văn, nghệ thuật, quản trị, kinh tế, truyền thông, công nghệ và chính sách công. Đây chính là không gian học thuật và thực tiễn mà Trường Khoa học liên ngành và Nghệ thuật có thể phát





huy lợi thế, đóng góp trực tiếp vào các bài toán phát triển mới của Hà Nội và cả nước.

Việc hoàn thành Đề án “Phát triển Kinh tế đêm trên địa bàn thành phố Hà Nội giai đoạn 2026 - 2030, định hướng đến năm 2045” cũng là một trong những kết quả quan trọng đầu tiên trong chương trình hợp tác giữa Trường Khoa học liên ngành và Nghệ thuật với Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội giai đoạn 2026 - 2031. Kết quả này cho thấy hướng đi thiết thực trong kết nối nhà trường với cơ quan quản lý nhà nước, đưa nghiên cứu vào thực tiễn chính sách, đồng thời mở ra khả năng tiếp tục triển khai các nghiên cứu, chương trình đào tạo, dự án tư vấn và hoạt động sáng tạo gắn với phát triển công nghiệp văn hóa, kinh tế đêm và đô thị sáng tạo của Thủ đô.

Từ một đề án chính sách, có thể nhìn thấy một thông điệp rộng hơn: trong

giai đoạn phát triển mới, Hà Nội cần những mô hình tăng trưởng dựa nhiều hơn vào tri thức, văn hóa, sáng tạo và công nghệ; còn các đại học nghiên cứu như ĐHQGHN cần hiện diện sâu hơn trong những tiến trình kiến tạo chính sách và phát triển địa phương. Khi tri thức liên ngành được đặt đúng chỗ, nó không chỉ giúp nhận diện vấn đề đầy đủ hơn, mà còn mở ra các giải pháp có tính khả thi, cân bằng giữa kinh tế và văn hóa, giữa hiện đại hóa và bảo tồn, giữa nhu cầu của thị trường và lợi ích cộng đồng.

Với việc Đề án được phê duyệt, Hà Nội có thêm một công cụ chính sách quan trọng để tổ chức lại không gian phát triển ban đêm, khai thác hiệu quả hơn các nguồn lực văn hóa, con người, tri thức và hạ tầng đô thị. Chặng đường triển khai phía trước chắc chắn còn nhiều thách thức, từ quy hoạch không gian, hoàn thiện cơ chế điều phối, huy động đầu tư, phát triển sản phẩm đặc trưng đến

bảo đảm an ninh, môi trường và chất lượng sống của cư dân. Tuy nhiên, việc Đề án được xây dựng trên nền tảng nghiên cứu khoa học, tiếp cận liên ngành và tham chiếu các xu hướng phát triển hiện đại là tiền đề quan trọng để Hà Nội từng bước hình thành thương hiệu “Đêm Hà Nội” an toàn, văn minh, bản sắc, sáng tạo và hấp dẫn.

Trong tiến trình đó, đóng góp của Trường Khoa học liên ngành và Nghệ thuật không chỉ nằm ở việc tham gia xây dựng một văn bản chính sách, mà còn ở việc khẳng định một phương thức đồng hành mới của ĐHQGHN với Thủ đô: đồng hành bằng tri thức, bằng năng lực nghiên cứu, bằng tư duy liên ngành và bằng trách nhiệm xã hội của một đại học quốc gia. Đây cũng là hướng đi phù hợp với sứ mệnh của ĐHQGHN trong giai đoạn mới: không chỉ đào tạo nhân lực chất lượng cao và tạo ra tri thức mới, mà còn trực tiếp tham gia giải