

PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Thị Mộng Ngọc

Khoa Du lịch – Khách sạn, Trường Đại học Ngoại ngữ -Tin học TP.HCM
ngocntm@huflit.edu.vn

TÓM TẮT— Trong bối cảnh các quốc gia đẩy mạnh chiến lược phục hồi và phát triển du lịch sau giai đoạn Covid-19, loại hình du lịch MICE được chọn là một sản phẩm du lịch quan trọng để khôi phục du lịch của các quốc gia nói riêng và toàn cầu nói chung.

Bài viết này tìm hiểu những cơ hội và thách thức đối với việc phát triển du lịch MICE tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) theo chiến lược phát triển du lịch quốc gia từ nay cho đến năm 2030. Nghiên cứu dựa trên kết quả tổng hợp các nền tảng cơ sở lý luận, tham khảo các nghiên cứu khoa học liên quan cũng như đánh giá thực tiễn của hoạt động phát triển sản phẩm MICE trong nước và quốc tế. Đồng thời, bài viết cũng trình bày một số giải pháp thiết thực mà TP.HCM có thể nghiên cứu để xây dựng, phát triển và triển khai hiệu quả loại hình du lịch đặc biệt này.

Từ khóa— MICE, du lịch, TP.HCM, chiến lược, cơ hội, thách thức, phát triển.

I. GIỚI THIỆU

Kinh tế thế giới nói chung và ngành du lịch thế giới nói riêng đang trong giai đoạn phục hồi sau gần hai năm gián đoạn, đình trệ do đại dịch Covid-19. Các dự báo và đề xuất phục hồi du lịch toàn cầu đều nhấn mạnh tầm quan trọng của loại hình dịch vụ du lịch kết hợp sự kiện, hội nghị, hội thảo, khen thưởng (MICE) trong chiến lược khôi phục kinh tế du lịch toàn cầu và đặc biệt của các quốc gia ở khu vực châu Á-Thái Bình Dương theo xu hướng du lịch sau đại dịch [1]&[2].

Hòa nhịp với chiến lược khôi phục và phát triển dịch vụ du lịch MICE toàn cầu, Việt Nam đã chủ động đưa sản phẩm này vào chiến lược phát triển du lịch quốc gia và chiến lược phát triển du lịch của TP.HCM giai đoạn 2020 - 2030 theo quyết định số 147/QĐ-Ttg ngày 22/01/2020 [3]&[4].

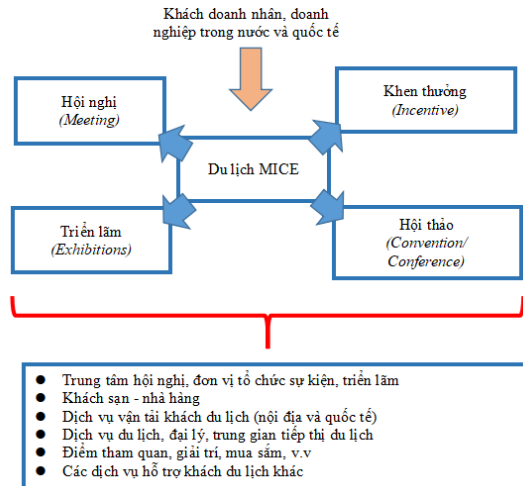
Để tìm hiểu đặc điểm, đóng góp của loại hình du lịch MICE cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của dịch vụ này đối với TP.HCM, bài viết này được trình bày qua ba phần chính như sau:

- Phần 1 - Tổng quan về loại hình dịch vụ MICE, điểm đến và các yếu tố góp phần phát triển điểm đến cạnh tranh, xu hướng nhu cầu du lịch sau đại dịch, v.v..
- Phần 2 - Tình hình nghiên cứu du lịch MICE trên thế giới và Việt Nam.
- Phần 3 - Cơ hội và thách thức cho TP.HCM với định hướng phát triển du lịch MICE.
- Phần 4 - Đề xuất giải pháp cho việc phát triển du lịch MICE tại TP.HCM.

II. TỔNG QUAN VỀ DU LỊCH

A. KHÁI NIỆM “DU LỊCH MICE”

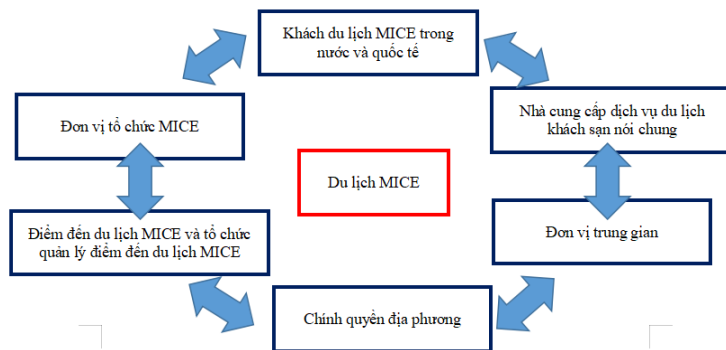
Theo Tổ chức Du lịch thế giới [5,6], du lịch MICE là thuật ngữ viết tắt của Meetings, Incentives, Conferences và Inhibitions và là loại hình du lịch đặc biệt kết hợp nhiều sản phẩm, dịch vụ du lịch cụ thể là hoạt động hội nghị, khen thưởng, hội thảo và triển lãm liên quan đến doanh nghiệp trong nước hoặc quốc tế. Đối tượng khách hàng này sẽ di chuyển từ nơi họ sinh sống và làm việc để đến một địa phương khác, một quốc gia khác nhằm tổ chức, thực hiện hoặc tham gia các hoạt động phục vụ cho công việc của họ thay vì du lịch thư giãn, nghỉ dưỡng. Theo đó, khách du lịch MICE sẽ phát sinh nhu cầu chi tiêu cho các hoạt động đi lại, nghỉ dưỡng, tham quan, khám phá ẩm thực, giải trí, v.v. trước khi, trong khi và sau khi các hoạt động du lịch MICE của họ. Và từ đó, du lịch MICE tạo ra nguồn doanh thu cho khách sạn, nhà hàng, các điểm tham quan du lịch, dịch vụ giao thông vận chuyển khách du lịch, dịch vụ tổ chức sự kiện, triển lãm; cơ hội việc làm đa dạng phong phú cho nguồn lực địa phương để phục vụ khách du lịch MICE (xem Hình 1).



Hình 1. Tóm tắt về khái niệm Du lịch MICE

Và trong bốn hoạt động nêu trên, hội nghị (Meetings) được xem là hoạt động cốt lõi của du lịch MICE vì là nhu cầu lớn và thường xuyên của doanh nghiệp khi tổ chức các hội nghị nội bộ hoặc hội nghị khách hàng và hội nghị ngành nghề. Ví dụ như để tổng kết hoạt động kinh doanh và khen thưởng, tri ân khách hàng, đối tác, một doanh nghiệp tại TP.HCM sẽ có thể tổ chức hội nghị tại Nha Trang hoặc Đà Nẵng. Và thông qua hội nghị, doanh nghiệp này bố trí nơi nghỉ dưỡng cũng như các hoạt động du lịch giải trí kết hợp hoạt động giao lưu kết nối trước hoặc sau hội nghị dành cho ban lãnh đạo, nhân viên và khách hàng hoặc đối tác của doanh nghiệp.

Bên cạnh chủ thể chính là doanh nghiệp có nhu cầu du lịch MICE, du lịch MICE chỉ được thực hiện khi có sự tham gia của nhiều chủ thể quan trọng khác, điển hình như (1) các đơn vị cung cấp tổ chức sự kiện, triển lãm; (2) các hiệp hội, tổ chức ban ngành hỗ trợ du lịch MICE ở cấp chính quyền; (3) các đơn vị trung gian kết nối trong ngành; (4) điểm đến du lịch MICE và (5) các đơn vị cung cấp các dịch vụ nghỉ ngơi, ăn uống, giải trí, dịch vụ hỗ trợ v.v. tại địa phương hoặc nước chủ nhà nơi diễn ra du lịch MICE [7&8] (Hình 2).

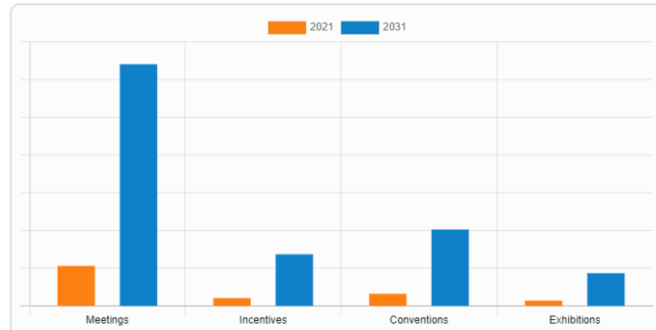


Hình 2. Tóm tắt về các chủ thể chính của du lịch MICE

B. XU HƯỚNG DU LỊCH MICE TOÀN CẦU SAU ĐẠI DỊCH COVID-19

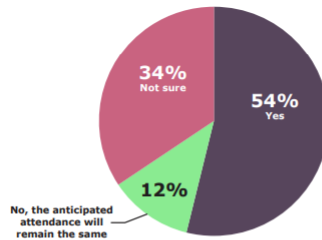
Về yếu tố địa lý, nơi các hoạt động du lịch MICE được tổ chức thì MICE được chia theo các châu lục chẳng hạn như MICE khu vực châu Âu, khu vực châu Á-Thái Bình Dương, châu Mỹ Latin, châu Phi và Trung Đông [5&9]. Từ đó, chúng ta thấy được du lịch MICE luôn nhận được sự quan tâm lớn từ các tổ chức thế giới ví dụ như Tổ chức Du lịch thế giới UNWTO, Hiệp hội quốc tế các trung tâm hội nghị ICCA, Hiệp hội các nhà tổ chức hội nghị hội thảo chuyên nghiệp MPI, PCMA, v.v. để nghiên cứu và dự báo về vai trò tạo ra giá trị kinh tế cao, góp phần phát triển kinh tế nói chung và phát triển du lịch nói riêng cho một địa phương, một quốc gia cụ thể và cho toàn thế giới. Điển hình như dự báo của Tổ chức Du lịch toàn cầu American Express Global Business Travel [2], Hiệp hội quốc tế các trung tâm hội nghị ICCA [10] và Trường Đại học Kinh tế và Thương mại Kyi thông qua bài nghiên cứu của Dupliak [11] đã ghi nhận khu vực châu Á-Thái Bình Dương là một thị trường du lịch MICE đang phát triển vượt bậc bên cạnh “anh lớn” của ngành là châu Âu trong giai đoạn hậu Covid-19.

Ngoài ra, hoạt động hội nghị, hội thảo được dự báo sẽ có tiềm năng phát triển nhiều hơn so với ba (03) hoạt động MICE còn lại. Theo Tổ chức Du lịch thế giới [1] và Tổ chức Nghiên cứu thị trường Allied Marketing Research [9], chỉ riêng hoạt động hội nghị, hội thảo này đã đóng góp đến 41.2 % doanh thu MICE toàn cầu trong năm 2021. Và hoạt động này sẽ vẫn tiếp tục giữ vững vai trò đầu tàu cho đến năm 2031 cùng với sự xuất hiện của xu hướng tổ chức hội nghị, hội thảo quy mô nhỏ, nội bộ của doanh nghiệp với khoảng 10-25 khách tham dự thay vì nhu cầu tổ chức các hội nghị, hội thảo quy mô lớn như trước đây [2, 10&12] (xem Hình 3 và 4). Bên cạnh đó, doanh nghiệp sẽ có nhu cầu tổ chức hội nghị, hội thảo tại các quốc gia thuộc khu vực châu Á - Thái Bình Dương và đặc biệt là các nước Đông Nam Á trong đó có Việt Nam cùng với hai tiêu chí chọn lựa chính là nền kinh tế và chính trị ổn định và an toàn, an ninh tại các quốc gia này [2&10] (xem Hình 5 và Hình 6).

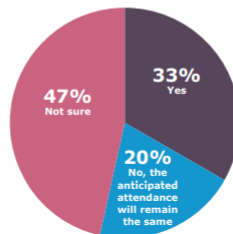


Hình 3. Dự báo các hoạt động MICE cụ thể trong giai đoạn 2021-2031

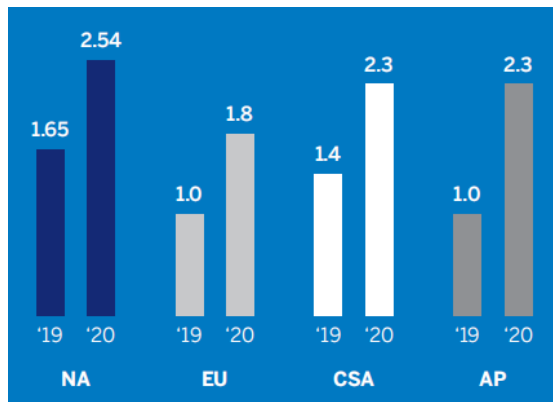
Are you anticipating smaller attendance figures in 2020?



Are you anticipating smaller attendance figures in 2021?



Hình 4. Dự báo xu hướng hội họp hội nghị quy mô nhỏ



Hình 5. Dự báo nhu cầu hội nghị theo khu vực địa lý



Hình 6. Dự báo các điểm đến theo khu vực địa lý thế giới được chọn lựa nhiều nhất 2023

Bên cạnh đó, một dự báo thú vị về sự kết hợp của yếu tố du lịch nghỉ dưỡng khi khách doanh nghiệp tham gia du lịch MICE cùng với sự ra đời của thuật ngữ “bleisure travel” và “blended travel” (du lịch kết hợp) [13, trang 3] đã được trình bày trong báo cáo liên kết giữa Tổ chức Deloitte toàn cầu, Hội đồng du lịch toàn cầu World Travel & Tourism Council và Tổ chức du lịch trực tuyến Trip.com Group về các xu hướng du lịch năm 2022-2023 nói riêng và giai đoạn hậu Covid-19 nói chung.

Báo cáo này cũng đã đề cập một số điểm thay đổi đặc biệt của loại hình du lịch MICE khi kết hợp với du lịch nghỉ dưỡng, ví dụ như: 1) điểm đến tại khu vực châu Á-Thái Bình Dương được chọn nhiều nhất cho xu hướng du lịch kết hợp này, 2) số ngày lưu trú tại điểm đến sẽ kéo dài đến 14 ngày và nhiều hơn nữa so với 9 ngày trước đại dịch Covid-19 và 3) xu hướng kết hợp ngân sách cá nhân và ngân sách của doanh nghiệp. Theo xu hướng này thì mặc dù khách du lịch MICE có kết hợp du lịch nghỉ dưỡng và có thời gian lưu trú tại các điểm đến nhưng khách MICE sẽ tự chi trả toàn bộ kinh phí chuyến đi hoặc kết hợp ngân sách công tác của doanh nghiệp và ngân sách cá nhân. Điều này cho thấy rõ nhu cầu chi tiêu của khách du lịch MICE đã thay đổi sau đại dịch Covid-19 khi chia sẻ gánh nặng kinh phí với doanh nghiệp đang khôi phục hoạt động sau đại dịch.

Cùng với sự phát triển của công nghệ thời đại 4.0, khách du lịch MICE cũng sẽ có xu hướng giống khách du lịch nghỉ dưỡng khi dựa vào công nghệ và mạng xã hội để chọn lựa và sắp xếp chuyến công tác của họ. Dự báo xu hướng du lịch năm 2022 của Deloitte [13] cho thấy có đến 70% khách du lịch MICE tham khảo các đánh giá trên các trang mạng xã hội theo thứ tự ưu tiên như Instagram, Facebook và TikTok trước khi quyết định kế hoạch chuyến đi công tác. Báo cáo này cũng đã trình bày xu hướng thích ứng nhanh của các chủ thể của du lịch MICE để khai thác triệt để các tính năng của phương tiện truyền thông mạng xã hội cũng như công nghệ thực tế ảo để giới thiệu, quảng bá du lịch MICE cũng như tương tác hiệu quả hơn với khách hàng tiềm năng.

Dự báo về nhu cầu sử dụng công nghệ và các trang mạng xã hội của khách du lịch MICE cũng đồng nghĩa với xu hướng ứng dụng công nghệ trong các hoạt động du lịch MICE chẳng hạn như khả năng tổ chức các sự kiện trực tuyến, hoặc kết hợp giữa trực tuyến và trực tiếp (hybrid meetings), các hệ thống cho phép đăng ký tham gia và theo dõi các hoạt động MICE trực tuyến thay cho quy trình đăng ký thủ công, trực tiếp tại quầy, v.v. được trình bày trong dự báo xu hướng du lịch MICE 2020 của Tổ chức Du lịch toàn cầu American [2].

Các báo cáo về xu hướng du lịch MICE nêu trên cũng đã đề cập đến việc các chủ thể của du lịch MICE đã chủ động xây dựng các chính sách, quy trình liên quan để đáp ứng nhu cầu dịch vụ du lịch MICE trong giai đoạn mới. Một ví dụ điển hình là Luật bảo vệ dữ liệu cá nhân hay còn gọi là luật GDPR (General Data Protection Regulation) được chính thức triển khai tại các quốc gia thuộc khối liên minh Châu Âu từ năm 2018. Luật GDPR nêu rõ quyền và trách nhiệm của các doanh nghiệp, tổ chức khi thu thập, lưu trữ dữ liệu cá nhân của khách hàng cũng như những hình phạt khi doanh nghiệp, tổ chức không tuân thủ các yêu cầu của luật này. Chính sách thị thực kỹ thuật số (Digital nomad visa) đang được nhiều quốc gia trên thế giới áp dụng khi cho phép khách du lịch lưu trú và làm việc dài hạn ở một quốc gia khác.

Tóm lại, sau đại dịch Covid-19, nhu cầu của các doanh nghiệp cũng như thị trường cung cấp về sản phẩm du lịch MICE đều có nhiều thay đổi đặc biệt. Đầu tiên, nhu cầu du lịch MICE và đặc biệt là nhu cầu hội nghị, hội họp (Meetings) của các doanh nghiệp vẫn tăng cao cùng với số ngày lưu trú dài hơn so với giai đoạn trước đại dịch. Kế đến, đó là sự xuất hiện của nhu cầu mới “bleisure travel” để kết hợp du lịch MICE với du lịch nghỉ dưỡng của doanh nghiệp, doanh nhân. Tiếp theo là những xu hướng ứng dụng công nghệ thông tin, phương tiện truyền thông mạng xã hội và xây dựng, triển khai các chính sách, quy định liên quan của các chủ thể liên quan đến du

lich MICE để đáp ứng về mặt kỹ thuật và an toàn an ninh đối với khách du lịch MICE trong giai đoạn bình thường mới.

Và đối với việc phát triển du lịch MICE của các địa phương, các quốc gia các nhà nghiên cứu và báo cáo chuyên môn trong ngành đã trình bày và vinh danh những địa phương, những quốc gia đã, đang và sẽ tiếp tục thành công với việc phát triển du lịch MICE đặc sắc chẳng hạn như Bắc Kinh, Barcelona, Dubai, Hồng Kông, Las Vegas, Macao, Thái Lan, Thượng Hải, Singapore, Vienna, v.v.. Phần 2 sau đây sẽ trình bày cụ thể những địa phương, quốc gia tiêu biểu, điển hình với du lịch MICE thành công cũng như tìm hiểu những chính sách, mô hình phát triển MICE được áp dụng tại các địa phương và quốc gia này.

III. TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU DU LỊCH MICE

A. NGHIÊN CỨU DU LỊCH MICE TRÊN THẾ GIỚI

Hiện tại, du lịch MICE được các tổ chức, các nhà nghiên cứu thực hiện ở hai góc độ: (1) nghiên cứu về một trong bốn hoạt động MICE cụ thể và (2) nghiên cứu về tổng thể hoạt động du lịch MICE. Ví dụ như nghiên cứu về tổ chức hội thảo quốc tế (Convention/ Conferences) tại Sri Lanka [14], hoạt động sự kiện (Exhibition & Events) [15] tại Hungary, Czech Republic, Slovakia, Poland, Slovenia, Germany, Austria and Switzerland và mô hình hoạt động hội thảo (Convention/ Conferences) hiệu quả cho quốc gia Montenegro [16]. Trong khi đó, tác giả Anas và các cộng sự (2020) [17] trình bày những yếu tố phổ biến có ảnh hưởng đến việc tổ chức hoạt động MICE hiệu quả nói chung.

Bên cạnh các nghiên cứu học thuật về du lịch MICE, những kết quả báo cáo từ các tổ chức, hiệp hội trong ngành [1,2,5,9] đã góp phần tăng thêm giá trị thực tiễn của các mô hình học thuật về hoạt động MICE hiệu quả.

Hai nguồn dữ liệu học thuật và thực tiễn về cách làm du lịch MICE hiệu quả, thành công ở quy mô thế giới vừa được trình bày, tuy có hướng tiếp cận nghiên cứu khác nhau, nhưng đều đề cập đến một số yếu tố phổ biến quyết định đến sự thành công của du lịch MICE như sau:

Yếu tố 1: Có đối tượng khách du lịch MICE cụ thể và có sản phẩm du lịch MICE đặc sắc của quốc gia đó.

Đối tượng khách du lịch MICE có chủ ý quyết định chọn một quốc gia cụ thể làm điểm đến du lịch MICE của họ căn cứ theo ba các yếu tố chính: (1) mức độ hài lòng với sản phẩm dịch vụ MICE tại quốc gia đó; (2) tình hình kinh tế chính trị ổn định và (3) mức độ an toàn, an ninh cao.

Một vài quốc gia tiêu biểu mang tính chất kinh điển là Pháp và Ý. Pháp là nơi diễn ra sự kiện Liên hoan phim quốc tế Cannes vào tháng 5 thường niên cùng với các hội nghị toàn cầu về giải trí, nghệ thuật, quảng cáo, v.v. Trong khi đó, Ý thì nổi tiếng với sự kiện Liên hoan phim quốc tế Viennale được tổ chức 2 năm một lần vào tháng 10 cùng với các triển lãm quốc tế về thời trang và âm nhạc. Đại diện cho châu Mỹ, thành phố cảng Cartagena, Colombia là địa điểm được chọn tổ chức sự kiện hàng năm của ngành và hiệp hội tổ chức hội nghị thế giới. Đối với châu Á-Thái Bình Dương thì chúng ta có đại diện tiêu biểu là Singapore là quốc gia được ưa thích nhất và ưu tiên cho các hoạt động MICE có yêu cầu cao, hạ tầng cơ sở hiện đại, ứng dụng công nghệ cao trong việc quản lý, điều hành và hoạch định du lịch MICE một cách có hệ thống và mang tính chiến lược cao. Tương tự như Singapore về hạ tầng cơ sở hiện đại và ứng dụng công nghệ cao trong quản lý du lịch MICE, đất nước mặt trời mọc Nhật Bản cũng là điểm đến hàng đầu cho các hoạt động MICE liên quan đến giáo dục và công nghệ cao.

Yếu tố 2: Phát huy tối đa vai trò chiến lược của chính quyền và các tổ chức, sở ban ngành liên quan để kết nối, quảng bá du lịch MICE ở quy mô toàn cầu thông qua một tổ chức chuyên trách về du lịch MICE cho quốc gia.

Ở các quốc gia phát triển du lịch, MICE đều có một tổ chức đầu não phụ trách MICE, mặc dù có tên gọi khác nhau nhưng đều có vai trò giống nhau là phối hợp cùng chính phủ xây dựng, triển khai, giám sát các hoạt động du lịch MICE cũng như thực hiện các hoạt động kết nối với các quốc gia khác nhằm mở rộng cơ hội phát triển khách hàng MICE tiềm năng. Một ví dụ điển hình được trình bày trong báo cáo của Tổ chức Du lịch thế giới [2] là Cục Hội nghị và triển lãm Cartagena hoặc Cục hội nghị và triển lãm Thái lan-TCEB, Singapore-SECB và Macao Hồng Kông-IPIM [18, 19&20].

Yếu tố 3: Xây dựng chiến lược marketing du lịch MICE hiệu quả để truyền thông và đồng thời xây dựng thương hiệu du lịch MICE.

Các bài học thành công của các quốc gia đã trình bày ở các yếu tố 1 và 2 cũng là những mô hình MICE thành công với chiến lược marketing hiệu quả.

Yếu tố 4: Ứng dụng khoa học, công nghệ hiện đại và nền tảng công nghệ số vào công nghệ vào các hoạt động MICE liên quan.

Đảo quốc Sư tử-Singapore-được bình chọn là trong những quốc gia hàng đầu trong khu vực và thế giới thành công với chiến lược đầu tư công nghệ vào sản phẩm dịch vụ MICE theo tiêu chuẩn quốc tế [2&19].

Yếu tố 5: Xây dựng và triển khai các chính sách, quy định liên quan đến du lịch MICE để tạo điều kiện cho du lịch MICE phát triển:

- Luật GDPR bảo vệ dữ liệu cá nhân (General Data Protection Regulation) được triển khai đầu tiên tại các quốc gia thuộc khu vực châu Âu như Đức, Tây Ban Nha và Pháp [2].
- Chính sách thị thực kỹ thuật số (Digital nomad visa) đã được khoảng 40 nước trên thế giới áp dụng. Ví dụ như Costa Rica cấp loại thị thực này với thời gian lưu trú 90 ngày trong khi Mexico kéo dài thời hạn đến 12 tháng và hòn đảo du lịch Bali thì áp dụng chính sách 5-10 năm và Thái lan thì cho phép thời gian lưu trú và làm việc lên đến 10 năm [21&22].
- Các chính sách liên quan đến quản trị nguồn cung ứng, quản trị hội họp, các dịch vụ tư vấn hỗ trợ nhằm giúp các tổ chức, các quốc gia đo lường được hiệu quả tổ chức các hoạt động MICE trong giai đoạn hậu Covid 19 được áp dụng tại các quốc gia khu vực châu Á-Thái Bình Dương như Trung Quốc, Hồng Kông, Úc và Nhật Bản [2].

Nhìn chung, bên cạnh yếu tố đặc thù của một khu vực, một quốc gia, để phát triển du lịch MICE nói chung và các hoạt động MICE cụ thể hiệu quả, các nghiên cứu của các học giả cũng như các tổ chức trong ngành đã nhấn mạnh đến vai trò của 05 yếu tố chính: đối tượng khách du lịch MICE cụ thể phù hợp, vai trò chiến lược của cơ quan chính quyền, chiến lược marketing hiệu quả, ứng dụng khoa học, công nghệ và chính sách, quy định liên quan đến hoạt động MICE.

B. NGHIÊN CỨU DU LỊCH MICE TẠI VIỆT NAM

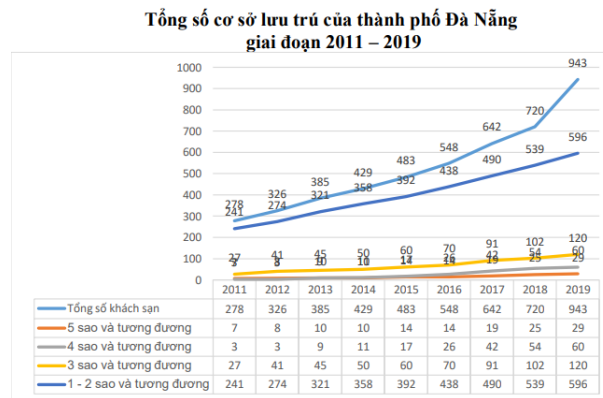
Theo chiến lược phát triển du lịch quốc gia cho đến năm 2030 [3], các thành phố lớn như Hà Nội, Quảng Ninh, Đà Nẵng, Khánh Hòa và TP.HCM sẽ cần ưu tiên phát triển du lịch MICE. Trong số các thành phố nêu trên thì hiện tại chỉ có Đà Nẵng là có cơ sở dữ liệu được công khai chính thức về thực tiễn du lịch MICE cũng như kế hoạch phát triển du lịch MICE cho đến năm 2030 và tầm nhìn đến 2045 [23].

Dữ liệu về du lịch MICE tại Việt Nam rất hạn chế về số lượng và giá trị cập nhật dữ liệu. Chẳng hạn như dữ liệu nghiên cứu MICE tại Hà Nội, Quảng Ninh và Khánh Hòa chỉ được ghi nhận qua một số nghiên cứu luận văn cấp thạc sĩ chuyên ngành Du lịch-Khách sạn. Ngoài ra, những công trình nghiên cứu này đều chỉ dừng lại ở việc báo cáo thực trạng du lịch MICE thông qua các số liệu thống kê cơ sở hạ tầng, sản phẩm du lịch liên quan, ... [Xem hình 7] và áp dụng các mô hình lý thuyết liên quan để đề xuất giải pháp phù hợp. Chẳng hạn như nghiên cứu phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ du lịch MICE tại Hà Nội, Hải Phòng và Quảng Ninh [24], phát triển du lịch MICE tại các khách sạn 4 sao ở Hạ Long-Quảng Ninh [25], phát triển các loại hình du lịch MICE tại Nha Trang-Khánh Hòa năm 2007 [26], du lịch MICE tại Đà Lạt [27] và du lịch MICE tại Phú Quốc, Kiên Giang [28].

Khách sạn	Hà Nội		Hải Phòng		Quảng Ninh		Tổng 3 tỉnh	
	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %
5 sao	14	73.7	0	0	6	26.3	19	100
4 sao	20	39.2	8	15.6	20	33.3	45	88.1
3 sao	43	58.1	6	8.1	15	20.2	57	86.4
Tổng số	72	50.0	14	9.7	41	22.9	127	82.6

Hình 7. Thống kê số lượng khách sạn có khả năng phục vụ du lịch MICE tại Hà Nội, Hải Phòng và Quảng Ninh 2017

Đối với thành phố Đà Nẵng, hiện nay thành phố đã gặt hái được nhiều thành quả đáng kể về du lịch MICE, ví dụ như tổng cơ sở lưu trú du lịch 3-5 sao và tương đương là 213 cơ sở với 25.813 phòng, chiếm 60% tổng số phòng cơ sở lưu trú du lịch toàn thành phố tính đến năm 2019 [23] (xem Hình 8); nhiều khách sạn, khu nghỉ dưỡng cao cấp cùng với các thương hiệu nổi tiếng thế giới và các điểm/khu tham quan du lịch đặc sắc như Khu du lịch SunWorld Bà Na Hills, SunWorld Đà Nẵng Wonder, Bảo tàng nghệ thuật tranh 3D, v.v..



Hình 8. Tổng số cơ sở lưu trú của thành phố Đà Nẵng giai đoạn 2011-2019

Và dấu ấn đặc biệt của thành phố Đà Nẵng trong giai đoạn thí điểm du lịch MICE là đã tổ chức thành công nhiều sự kiện hội nghị quốc tế như Cuộc đua thuyền buồm quốc tế Clipper Race 2016, Đại hội thể thao bãi biển châu Á ABG5-2016, Hội chợ Du lịch quốc tế Đà Nẵng 2016, Đại hội du lịch Golf Châu Á 2017, Tuần lễ cấp cao APEC 2017 cùng với sự đóng góp của hai trung tâm hội nghị Cung Hội nghị Quốc tế Ariyana – ACC và Trung tâm hội chợ triển lãm Đà Nẵng.

Một bước đột phá của thành phố Đà Nẵng khi trở thành thành phố đầu tiên ở Việt Nam áp dụng công nghệ để xây dựng và triển khai thành công ứng dụng du lịch “Đà Nẵng FantastiCity” nhằm hỗ trợ khách du lịch MICE. Ngoài ra, thành phố còn là một trong những nơi đầu tiên tại Đông Nam Á triển khai chatbot cùng nhân vật đại diện giúp tương tác thân thiện với du khách qua cổng thông tin du lịch Đà Nẵng “danangfantasticcity.com” vào cuối năm 2017. Và từ cuối năm 2022, thành phố Đà Nẵng công bố các chính sách hỗ trợ các đoàn khách MICE nội địa và quốc tế theo số lượng đoàn khách chẳng hạn như tư vấn hỗ trợ khâu thủ tục giấy phép tổ chức sự kiện, biểu diễn văn nghệ và hỗ trợ truyền thông các hoạt động MICE cụ thể của đoàn khách trên các trang mạng xã hội về du lịch do Sở Du lịch quản lý [29].

Khi so sánh cách thực hiện MICE tại Đà Nẵng với mô hình các yếu tố tác động đến việc thực hiện du lịch MICE hiệu quả của thế giới trình bày ở phần 2.1 thì chúng ta thấy rõ thành phố Đà Nẵng đang triển khai đầy đủ 5 yếu tố theo quy mô MICE quốc tế.

IV. CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CHO THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Dựa theo các nghiên cứu nền tảng nêu trên về mô hình năm yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch MICE hiệu quả, những xu hướng mới về du lịch MICE trong giai đoạn sau đại dịch Covid-19 và tổng hợp dữ liệu thống kê liên quan đến du lịch MICE tại TP.HCM [30], tác giả phân tích những cơ hội cũng như hạn chế và thách thức của TP.HCM đối với việc xây dựng và phát triển du lịch MICE.

A. LỢI THẾ CẠNH TRANH CỦA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

1. LỢI THẾ CẠNH TRANH VỀ HẠ TẦNG CƠ SỞ PHÁT TRIỂN, SẢN PHẨM DỊCH VỤ DU LỊCH ĐA DẠNG PHONG PHÚ VÀ DANH TIẾNG TRÊN THỊ TRƯỜNG DU LỊCH MICE QUỐC TẾ

TP.HCM là một trung tâm du lịch lớn của cả nước và là đô thị lớn về qui mô (diện tích), dân số hơn 10 triệu dân và có vị trí địa lý quan trọng kết nối giao thông các tỉnh từ Bắc vào Nam. Và nơi đây là một nguồn tiềm năng rất phong phú và đa dạng cho các sản phẩm du lịch của thành phố và cả nước. Ngoài ra, TP.HCM luôn đi đầu cả nước trong việc tạo nên các sản phẩm du lịch mới thu hút du khách MICE.

Theo dữ liệu báo cáo của Ngân hàng Thế giới năm 2019 [32], TP.HCM là điểm đến tại Việt Nam được khách quốc tế bình chọn nhiều nhất so với thủ đô Hà Nội và thành phố Đà Nẵng (Xem Hình 9). Thêm vào đó, theo báo cáo của Sở Du lịch [30] thì TP.HCM là một trong ba đại diện của Việt Nam được vinh danh trong Giải thưởng du lịch Asia’s Best Awards 2022 của tạp chí quốc tế Travel & Leisure. Ngoài ra, thành phố cũng vinh dự 2 lần nhận giải thưởng Điểm đến du lịch Mice hàng đầu châu Á năm 2020 và 2021 trong khuôn khổ giải thưởng World MICE Awards uy tín thế giới. Và theo những xu hướng du lịch MICE đã trình bày ở mục 1.2 thì những thông tin này càng làm tăng giá trị cho TP.HCM nói riêng và Việt Nam nói chung đối với cơ hội phát triển MICE khi chúng ta được ghi nhận là một điểm đến MICE trong khu vực châu Á-Thái Bình Dương và cụ thể khối ASEAN đối với xu hướng du lịch MICE sau đại dịch Covid-19.



Hình 9. Các điểm đến trong nước được khách quốc tế lựa chọn nhiều nhất

Các hoạt động MICE cụ thể thì Triển lãm B2B về Nguồn cung ứng quốc tế, Hội chợ Xuất khẩu đồ gỗ và nội thất TP.HCM, Triển lãm quốc tế trong ngành thực phẩm và nhà hàng, khách sạn Food & Hotel Vietnam (FHV), Hội chợ thương mại quốc tế Việt Nam (Vietnam expo) hoặc Triển lãm Quốc tế về máy và thiết bị ngành công nghiệp đóng gói bao bì & in ấn (Vietnam PrintPack) là đại diện cho những hoạt động sự kiện, triển lãm quy mô quốc tế đã, đang và vẫn sẽ tiếp tục tổ chức thành công tại Trung tâm Hội chợ và triển lãm Sài Gòn, là nơi đã đạt giải "Trung tâm hội nghị tốt nhất Việt Nam năm 2021" [31].

Bên cạnh đó, những sự kiện lớn như Giải Marathon Quốc tế TP.HCM Techcombank, Lễ hội áo dài TP.HCM và Hội chợ du lịch quốc tế TP.HCM (ITE HCMC) là những ví dụ tiêu biểu cho các hoạt động MICE đặc sắc của thành phố [33].

Về hạ tầng cơ sở phục vụ cho du lịch nói chung và du lịch MICE nói riêng, hiện tại TP.HCM có khoảng 20 khách sạn đạt chuẩn 5 sao quốc tế trong tổng số khoảng 2.320 cơ sở lưu trú tính đến thời điểm 2022 (Hình 10) [30].

STT	TÊN	SỐ PHÒNG
1	ĐÔNG KHƠI	107
2	BẾN THÀNH (REX)	227
3	RENAISSANCE RIVERSIDE HOTEL SAIGON	349
4	SHERATON	472
5	NEW WORLD	542
6	CỬU LONG (MAJESTIC)	175
7	SOFITEL PLAZA	286
8	INTERCONTINENTAL SAIGON	305
9	LOTTE LEGEND	282
10	PULLMAN SAIGON CENTRE	330
11	PARK HYATT	259
12	CARAVELLE	335
13	NIKKO SAIGON	388
14	EQUATORIAL TP HỒ CHÍ MINH	333
15	THƯƠNG MẠI AN ĐÔNG (WINDSOR PLAZA HOTEL)	386
16	TÂN SƠN NHẤT SÀI GÒN	208
17	EASTIN GRAND SAIGON	248
18	THE REVERIE SAIGON	286
19	LE MERIDIEN SAIGON	350
20	HOTEL DES ARTS SAIGON	165
21	CĂN HỘ SHERWOOD RESIDENCE	240
22	CĂN HỘ NORFOLK MANSION	126

Hình 10. Thống kê số khách sạn 5 sao tại Tp. HCM năm 2019

Ngoài ra, các công trình giao thông trọng điểm như cầu vượt Trạm 2, cầu vượt Cát Lát, cầu Thủ Thiêm và Metro số 1 Bến Thành-Suối Tiên đã và đang trong tiến độ thi công hoàn thiện để kết nối TP.HCM với các địa phương lân cận như Bình Dương, Đồng Nai, Long An.

Bên cạnh đó, những món ăn địa phương như cơm tấm, bánh mì, phở và cà phê trở thành một sản phẩm du lịch đặc sắc của TP.HCM. Ẩm thực đường phố TP.HCM là một trong những chủ đề thu hút sự quan tâm lớn của du khách quốc tế và được vinh danh ở vị trí số 2 trong 10 điểm đến ẩm thực đường phố ngon nhất châu Á theo bình chọn của tạp chí du lịch Travel vào năm 2022 [34].

2. LỢI THẾ CẠNH TRANH VỀ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG SẢN PHẨM DU LỊCH MICE TRÊN VÀ ỨNG DỤNG KHOA HỌC, CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI VÀ NỀN TẢNG CÔNG NGHỆ SỐ VÀO CÁC HOẠT ĐỘNG MICE LIÊN QUAN

Năm 2022, ngành du lịch TP.HCM đã thực hiện chương trình truyền thông "TP.HCM chào đón bạn" (Welcome to Ho Chi Minh City), để tập trung đẩy mạnh quảng bá điểm đến du lịch thành phố và Việt Nam trong phạm vi trong nước và quốc tế. Ngoài ra, thành phố đã tiên phong thực hiện quảng bá du lịch trên kênh truyền thông uy tín thế giới CNN vào tháng 12/2022 với hai chủ đề "Welcome to Ho Chi Minh City" và "Ho Chi Minh City - Vibrant City"

[35]. Ngoài ra, website của Sở Du lịch và Trung tâm xúc tiến du lịch TP.HCM <https://www.visithcmc.vn/page/ve-thanh-pho-ho-chi-minh> cũng được nâng cấp với giao diện thân thiện và thông tin về du lịch Tp. HCM được trình bày bằng tiếng Việt và tiếng Anh. Thêm vào đó, Sở Du lịch TP.HCM cũng đã đưa vào sử dụng fanpage của Trung tâm xúc tiến du lịch TP.HCM cũng như sử dụng Bản đồ du lịch tương tác thông minh 3D/360 TP HCM trên nền tảng website tại địa chỉ truy cập riêng <https://map3d.visithcmc.vn/> cũng như tích hợp trên cổng thông tin điện tử của Trung tâm xúc tiến du lịch TP.HCM cũng như có thể sử dụng được trên máy điện thoại thông minh, máy tính bảng,... giúp mang lại hiệu quả cao trong hoạt động hỗ trợ quảng bá, giới thiệu du lịch nói chung và du lịch MICE tại TP.HCM nói riêng.

Theo kế hoạch triển khai Chương trình Du lịch MICE TP.HCM năm 2022 đến 2025 được thực hiện vào ngày 08/4/2022 thì hiện nay thành phố đã chính thức ban hành và triển khai “Chính sách du lịch MICE Thành phố Hồ Chí Minh”, một trong ba trọng tâm của chương trình và được đăng tải trên website của Sở Du lịch cũng như website của Trung tâm xúc tiến du lịch TP.HCM [36]. Theo chính sách này, cũng giống như chính sách du lịch MICE của thành phố Đà Nẵng đã trình bày ở phần 2.2, tùy theo số lượng của các đoàn khách MICE, các chính sách hỗ trợ tiêu biểu như hỗ trợ truyền thông cho các hoạt động MICE trên các phương tiện truyền thông đại chúng cũng như website và trang mạng xã hội của Sở Du lịch TP.HCM, hỗ trợ thủ tục xuất nhập cảnh, thủ tục cấp giấy phép tổ chức sự kiện, hội nghị,... có yếu tố nước ngoài và giảm giá vé tại các điểm tham quan du lịch trên địa bàn thành phố.

B. HẠN CHẾ VÀ THÁCH THỨC CỦA TP. HỒ CHÍ MINH

1. KHÓ KHĂN, THÁCH THỨC VỀ TRIỂN KHAI ĐỒNG BỘ ỨNG DỤNG KHOA HỌC, CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI

TP.HCM đã đạt được những thành tựu nhất định về ứng dụng khoa học, công nghệ hiện đại và nền tảng công nghệ số vào các hoạt động du lịch MICE liên quan. Tuy nhiên, TP.HCM cũng đang gặp nhiều thử thách đối với việc triển khai thực hiện và quản lý việc triển khai ứng dụng khoa học, công nghệ một cách đồng bộ giữa các cơ quan ban ngành quản lý và các tổ chức, doanh nghiệp trong ngành. Báo cáo hoạt động du lịch 6 tháng đầu năm 2022 của Sở Du lịch Tp. Hồ Chí Minh [30], đã nêu rõ hạn chế về nguồn lực đầu tư, nguồn lực chuyên gia đầu ngành và chính sách liên quan là các nguyên nhân chính dẫn đến khó khăn, thách thức này.

2. KHÓ KHĂN, THÁCH THỨC VỀ CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ LIÊN QUAN DU LỊCH MICE

Ngoài chính sách MICE được TP.HCM xây dựng và triển khai chính thức từ tháng 4/2022 thì TP.HCM chưa có dữ liệu công khai về các chính sách nào khác để tạo điều kiện cho du lịch MICE phát triển hiệu quả. Chẳng hạn như mở rộng đối tượng của chính sách miễn thị thực, hoặc chính sách thị thực kỹ thuật số (Digital nomad visa) và quy định hỗ trợ và quản trị cung ứng đối các đơn vị tổ chức hoạt động MICE quốc tế đến TP.HCM, v.v..

3. KHÓ KHĂN, THÁCH THỨC VỀ VAI TRÒ CỦA CƠ QUAN CHUYÊN TRÁCH DU LỊCH MICE CỦA THÀNH PHỐ

Hiện tại, cơ quan đảm trách hoạt động du lịch MICE của TP.HCM là Trung tâm xúc tiến du lịch, một đơn vị trực thuộc Sở Du lịch Tp. Hồ Chí Minh. Theo kế hoạch triển khai Chương trình Du lịch MICE TP.HCM năm 2022 đến 2025 [36], kế hoạch thành lập một tổ chức đầu não để phụ trách du lịch MICE dưới tên gọi “Tổ công tác Du lịch MICE Thành phố Hồ Chí Minh” là hai trong ba hạng mục công việc cần được xúc tiến thực hiện.

4. KHÓ KHĂN THÁCH THỨC VỀ CHIẾN LƯỢC MARKETING MICE CỦA THÀNH PHỐ

Để thực hiện đồng bộ các hoạt động marketing ở các kênh truyền thông khác nhau và để truyền thông hiệu quả về sản phẩm du lịch MICE của thành phố, TP.HCM cần xây dựng một chiến lược marketing phù hợp với đặc thù về môi trường vĩ mô và môi trường vi mô của thành phố. Tuy nhiên, hiện tại cơ sở pháp lý đầu tiên-Chiến lược Marketing Du lịch Việt Nam- để TP.HCM xây dựng chiến lược marketing riêng cho thành phố chỉ mới được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ký ban hành ngày 02 tháng 3 năm 2023. TP.HCM sẽ cần đến nhiều quy định, hướng dẫn cụ thể trước khi thành phố có thể xây dựng và triển khai được chiến lược marketing hiệu quả [38].

Tóm lại, những khó khăn, hạn chế của TP.HCM trong việc phát triển và thực hiện du lịch MICE đã được đề cập ở các khía cạnh chính sách, cơ chế liên quan đến dịch vụ MICE, sự phối hợp triển khai đồng bộ về đầu tư công nghệ và truyền thông và cơ quan chuyên trách dịch vụ MICE có năng lực tổ chức, thực hiện các sự kiện tầm cỡ quốc tế cũng như các hoạt động liên quan khác để phát triển sản phẩm du lịch MICE có khả năng cạnh tranh cao cho TP.HCM.

V. GỢI Ý GIẢI PHÁP

Qua phần tham khảo mô hình phát triển MICE hiệu quả ở quy mô thế giới và tham khảo dữ liệu thứ cấp từ các nguồn chính thống của Sở Du lịch TP.HCM và Tổng cục Du lịch Việt Nam và các kết quả nghiên cứu theo quy mô ứng dụng lý thuyết cơ bản tại Việt Nam, phần IV trình bày một số đề xuất để TP.HCM có thể cân nhắc cho chiến lược phát triển du lịch MICE như sau:

- Tiếp tục phát huy thế mạnh của thành phố về hệ thống sản phẩm, dịch vụ du lịch đa dạng, về công tác quản lý du lịch ở cấp ban ngành và ứng dụng công nghệ trong các hoạt động MICE cụ thể và truyền thông hiệu quả. Tuy nhiên, thành phố cần nghiên cứu lộ trình triển khai đồng bộ ứng dụng công nghệ hiện đại trong các sản phẩm liên quan đến du lịch MICE từ các cơ sở lưu trú, trung tâm hội nghị triển lãm, khu vực vui chơi giải trí, cho đến các trang web của Sở Du lịch, Trung tâm xúc tiến du lịch, các đơn vị trung gian du lịch, các doanh nghiệp lữ hành, giao thông vận chuyển hành khách v.v. để có thể cùng tích hợp dữ liệu khách hàng. Việc ứng dụng AI để thực hiện truyền thông hiệu quả đến các thị trường du lịch MICE cũng là một giải pháp để xây dựng hình ảnh thành phố chuyên nghiệp, đẳng cấp quốc tế cũng đáp ứng nhu cầu sử dụng công nghệ của các khách hàng MICE toàn cầu.
- Nghiên cứu một cách có hệ thống tất cả những yếu tố liên quan đến phát triển du lịch MICE hiệu quả đã trình bày ở phần 2.1 và chú ý đến yếu tố địa phương về sản phẩm du lịch MICE, về điều kiện môi trường vi mô và vĩ mô sẽ tác động và hình thành các yếu tố mang tính địa phương, đặc thù của thành phố để xây dựng chiến lược phù hợp, đặc biệt là xây dựng chiến lược marketing MICE theo sát chiến lược marketing du lịch Việt Nam từ cấp độ vĩ mô cho đến hoạt động tác chiến cụ thể theo từng giai đoạn.
- Tiếp tục xây dựng hệ thống các chính sách, quy định, quy trình liên quan đến các hoạt động MICE nhằm tạo điều kiện cho khách du lịch MICE và các đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp trong ngành đều hoạt động hiệu quả, đặc biệt là về các yếu tố chi phí chuỗi cung ứng, an toàn an ninh mạng và dịch bệnh.
- Cuối cùng là đầu tư và phát triển chất lượng nguồn nhân lực các cấp theo tiêu chuẩn quốc tế về năng lực quản lý nhà nước, năng lực quản trị doanh nghiệp và năng lực thực hiện nghiệp vụ ngành nghề và năng lực ứng dụng công nghệ kỹ thuật cao để có thể đủ sức lãnh đạo cơ quan đầu não chuyên trách du lịch MICE cũng như xây dựng và triển khai chiến lược marketing MICE hiệu quả cho TP.HCM.

VI. KẾT LUẬN

So với 4 thành phố khác được đề cập trong chiến lược phát triển du lịch MICE của quốc gia, TP.HCM có nhiều lợi thế và tiềm năng để phát triển cũng như khai thác hiệu quả du lịch MICE. Với phương pháp nghiên cứu tổng quan tài liệu từ các nguồn dữ liệu học thuật và thực tiễn thứ cấp đáng tin cậy trong nước và quốc tế, bài viết đã trình bày tổng quan về mô hình các yếu tố phổ biến tạo ưu thế đối với du lịch MICE hiệu quả và so sánh với thực tiễn hoạt động du lịch MICE của TP.HCM để phân tích và khẳng định tiềm năng và nhiều cơ hội phát triển du lịch MICE của thành phố. Tiếp theo đó, bài viết cũng trình bày những hạn chế và thách thức đối với chiến lược phát triển du lịch MICE của TP.HCM. Tuy nhiên, do hạn chế về khả năng truy cập nguồn dữ liệu tổng quan liên quan đến kế hoạch và hoạt động phát triển du lịch MICE tổng thể của TP.HCM cùng với nguồn dữ liệu nghiên cứu học thuật hạn chế về du lịch MICE tại thành phố nói riêng và Việt Nam nói chung, nên trong tương lai chắc chắn sẽ cần thêm nhiều bài nghiên cứu cụ thể hơn để cập nhật kế hoạch phát triển du lịch MICE của TP.HCM, góp phần tăng trưởng kinh tế của thành phố cũng như phát triển, đóng góp bền vững cho xã hội, công đồng và môi trường tại TP.HCM và từ đó hoàn thành mục tiêu chiến lược phát triển du lịch toàn quốc và thành phố từ nay cho đến năm 2030.

VII. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] World Tourism Organization, *Global Report on the Meetings Industry*, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416097>, 2014. Ngày truy cập: 10 tháng 3, 2023
- [2] American Express Global Business Travel, *2020 Global Meetings and Events Forecast*, <https://www.amexglobalbusinessstravel.com/content/uploads/2019/09/2020-Global-Meetings-Forecast-Final-US.pdf>, 2019. Ngày truy cập: 10 tháng 3, 2023
- [3] Tổng Cục Du Lịch Việt Nam, *QĐ 147/QĐ-Ttg "Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030"*, <https://www.vietnamtourism.gov.vn/docs/908>, 2023. Ngày truy cập: 10 tháng 3, 2023
- [4] Đảng Bộ Thành phố Hồ Chí Minh, *Giải pháp phục hồi và phát triển du lịch quốc tế bền vững*, <https://hcmcpv.org.vn/tin-tuc/giai-phap-phuc-hoi-va-phat-trien-du-lich-quoc-te-ben-vung-1491898745>, 2022. Ngày truy cập: 2 tháng 3, năm 2023
- [5] World Tourism Organization, *MICE industry - An Asia-Pacific Perspective*, UNWTO, Spain, 2012.
- [6] World Tourism Organization, *Glossary of tourism terms*, <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>, 2023. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [7] Pearlman, D., Key performance Indicators of the MICE industry and the Top 25 United States and Canadian CVBS, *Journal of Convention & Event Tourism*, Vol. 9, No. 2, pp. 95-118, 2007.
- [8] Lê Thái Sơn và Hà Nam Khánh Giao, *Mô hình phát triển du lịch MICE tại Việt Nam từ các nhân tố nguồn lực*, *Tạp chí Công Thương*, Số 1, trang 234-238, 2018.

- [9] Allied Marketing Research, “MICE Industry by Event Type (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions): Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2022-2031 Market”, <https://www.alliedmarketresearch.com/MICE-industry-market>, 2023. Ngày truy cập: 13 tháng 5, năm 2023
- [10] International Congress and Convention Association - ICCA, “The future of Global Association Meetings - The New Association Reality”, <https://www.iccaworld.org/knowledge/benefit.cfm?benefitid=5241>, 2020. Ngày truy cập: 12 tháng 5 năm 2023
- [11] Dupliak, T. The Mice tourism industry trends. *Kyi National University of Trade and Economics*, 311-314, <http://DOI.org/10.31617/k.knute.2020-06-01>. 2020, Ngày truy cập: 11 tháng 5 năm 2023
- [12] Global Business Travel Association - GBTA, The costs and benefits of managing small meetings, *The Meeting magazines*, <https://www.themeetingmagazines.com/cit/costs-benefits-managing-small-meetings/>, 2017. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [13] Deloitte. A world in motion: Shifting consumer travel trends in 2022 and beyond. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/fr/Documents/consumer-business/Publications/wttc-consumer-trends-report-2023.pdf>. 2023. Ngày truy cập: 11 tháng 5 năm 2023
- [14] Indika, A. and Gunasekara, N., Success factors in managing of international conferences in Sri Lanka. *The Asia Pacific International Events Management Journal*, số 2, trang 73-84, 2021.
- [15] Dancsecz, G., Success Factors and Criteria for International Sport Event Projects, Luận văn Tiến sĩ, Đại học Pannonia, Hungary, 2008.
- [16] Dinoviæ, L., Developmental prospects of MICE tourism in Montenegro, trích dẫn trong Hà Nam Khánh Giao và Lê Thái Sơn, (2018), Mice tourism development: examination from the supply side in Da lat City, Viet Nam, *Global and Stochastic Analysis*, số 2, tập 6, trang 371-390. 2010.
- [17] Anas, M. S., Maddiah, N. A., Eizamly, N. U. E. N., Sulaiman, N. A., & Wee, H. Key success factors toward MICE industry: A systematic literature review, *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, Vol. 12, Number 1, pp. 188-221, 2020.
- [18] Thailand Convention and Exhibition Bureau - TCEB, “TCEB unveils five-year plan propelling Thailand’s MICE industry on global stage”, <https://www.businesseventsthailand.com/en/press-media/news-press-release/detail/1514-tceb-unveils-five-year-plan-propelling-thailands-mice-industry-on-global-stage>, 2023. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [19] Singapore Exhibition and Convention Bureau, *About us*. https://www.visitsingapore.com/mice/vi_vn/why-singapore/about-secb/. Ngày truy cập: 23 tháng 5 năm 2023
- [20] Macao Trade and Investment Promotion Institute - IPIM (2023), “Why Macao”, <http://www.mice.gov.mo/en/success.aspx>, 2023. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [21] Đoàn Văn Bình, Việt Nam ở đầu thời “du mục kỹ thuật số”, *The leader*, <https://theleader.vn/viet-nam-o-dau-thoi-du-muc-ky-thuat-so-1667177070069.htm>, 2023. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [22] Hoàng Phong, Three Southeast Asian countries where you can apply for digital nomad visa, *VnExpress*, <https://e.vnexpress.net/news/travel/three-southeast-asian-countries-where-you-can-apply-for-digital-nomad-visas-4568654.html#:~:text=It%20costs%201%2C000%20Malaysia%20ringgit.for%20up%20to%20one%20ye ar.>, 2023. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [23] Sở Du lịch Thành phố Đà Nẵng, “Đề án định hướng phát triển du lịch Thành phố Đà Nẵng đến 2030, tầm nhìn đến 2045”, <https://tourism.danang.gov.vn/-/e-an-inh-huong-phat-trien-du-lich-thanh-pho-a-nang-en-nam-2030-tam-nhin-en-nam-20-1>, 2022. Ngày truy cập: 7 tháng 3, 2023
- [24] Vũ Thị Hậu. Thực trạng và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ du lịch MICE tại Hà Nội, Hải Phòng và Quảng Ninh, Tạp chí khoa học trường Đại học Thủ Đô Hà Nội, số 17, trang 90-100. 2017.
- [25] Đinh Thị Phương Loan. Nghiên cứu phát triển du lịch MICE tại các khách sạn 4 sao ở Hạ Long – Quảng Ninh. Luận văn thạc sĩ, Đại học Quốc gia Hà Nội, Việt Nam, 2012.
- [26] Trần Sơn Hải, Phát triển các loại hình du lịch MICE tại Nha Trang - Khánh Hòa, Tạp chí Du lịch Việt Nam, <http://www.tapchidulich.net.vn/phat-trien-cac-loai-hinh-du-lich-mice-tai-nha-trang-khanh-hoa.html>. 2007. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [27] Hà Nam Khánh Giao và Lê Thái Sơn, Mice tourism development: examination from the supply side in Da lat City, Viet Nam, *Global and Stochastic Analysis*, số 2, tập 6, trang 371-390, 2018.
- [28] Nguyễn Phúc Hùng, Phát triển du lịch MICE tại thành phố Phú Quốc, Kiên Giang, Tạp chí khoa học Đại học Văn hóa Tp. HCM, Số 1. <https://sti.vista.gov.vn/tw/Lists/TaiLieuKHCN/Attachments/337064/CVv495S12022053.pdf>, 2022. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [29] Đanangfantasticity, <https://danangfantasticity.com/mice/benefits>, 2022. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023

- [30] Sở Du lịch Tp. Hồ Chí Minh, Báo cáo tình hình hoạt động du lịch 6 tháng đầu năm 2022 và phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm 6 tháng cuối năm 2022, <http://sodulich.hochiminhcity.gov.vn/UPLOADS/TINTUC/FILE/2022/7/202207080226291659.pdf> 2022. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [31] Trang tin điện tử Đảng Bộ Thành phố Hồ Chí Minh, (2021), TPHCM - Điểm đến du lịch Mice hàng đầu Châu Á năm 2021, <https://hcmcpv.org.vn/tin-tuc/tphcm-diem-den-du-lich-mice-hang-dau-chau-a-nam-2021-1491887847> Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [32] World Bank, “Taking Stock Recent Economic Developments of Vietnam”, <https://documents1.worldbank.org/curated/pt/821801561652657954/pdf/Taking-Stock-Recent-Economic-Developments-of-Vietnam-Special-Focus-Vietnams-Tourism-Developments-Stepping-Back-from-the-Tipping-Point-Vietnams-Tourism-Trends-Challenges-and-Policy-Priorities.pdf> , 2022. Ngày truy cập: 5 tháng 3 năm 2023
- [33] Trang tin điện tử Đảng Bộ Thành phố Hồ Chí Minh, Giải Marathon Quốc tế TPHCM mùa thứ 5 diễn ra vào ngày 11/12, <https://www.hcmcpv.org.vn/tin-tuc/giai-marathon-quoc-te-tphcm-mua-thu-5-dien-ra-vao-ngay-11-12-1491901269> , 2022. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [34] Sài Gòn Giải Phóng điện tử, Ẩm thực đường phố TPHCM đứng top đầu Châu Á, <https://dttc.sggp.org.vn/am-thuc-duong-pho-tphcm-dung-top-dau-chau-a-post102192.html> , 2023. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [35] Trang tin điện tử Đảng Bộ Thành phố Hồ Chí Minh, Quảng bá du lịch TPHCM trên kênh truyền hình CNN, <https://hcmcpv.org.vn/tin-tuc/quang-ba-du-lich-tphcm-tren-kenh-truyen-hinh-cnn-1491902552> , 2022. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [36] Sở Du lịch Tp. Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh khởi động chính sách thu hút khách du lịch MICE năm 2022, <http://sodulich.hochiminhcity.gov.vn/Home/moduleId/564/id/5588/ma/HCCDL/controller/HanhChinhDuKhach/action/Detail> , 2022. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023
- [37] Trung tâm xúc tiến thương mại và đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh, Ngành Du lịch thiếu trầm trọng nhân lực chất lượng cao, <http://itpc.hochiminhcity.gov.vn/-/nganh-du-lich-thieu-tram-trong-nhan-luc-chat-luong-cao> , 2019. Ngày truy cập: 5 tháng 4 năm 2023
- [38] Báo Điện tử Chính phủ, Chiến lược Marketing du lịch Việt Nam đến năm 2030, <https://baochinhphu.vn/chien-luoc-marketing-du-lich-viet-nam-den-nam-2030-102230306135613059.htm> , 2023. Ngày truy cập: 10 tháng 5 năm 2023.

MICE STRATEGY IN HO CHI MINH CITY: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Nguyen Thi Mong Ngoc

ABSTRACT— MICE tourism and the tourism industry as a whole have been severely affected by Covid-19. However, MICE tourism is considered one of the core tourism products in national recovery plans all over the world.

This current report examined the MICE tourism plan at Ho Chi Minh City in alignment with the national tourism recovery strategy to 2030. In this paper, opportunities as well as challenges in regarding the MICE tourism development plan of Ho Chi Minh City were analyzed through a review of the theoretical background of MICE tourism and practices around the world. The findings provide helpful suggestions that Ho Chi Minh City should focus on integrated planning to ensure MICE tourism is developed and practiced with the strong involvement of all relevant stakeholders and in harmony with global policies and trends.



Nguyễn Thị Mộng Ngọc hiện đang là giảng viên Khoa Du lịch - Khách sạn của HUFLIT. Lĩnh vực nghiên cứu đang quan tâm: phân tích và áp dụng tri thức về lĩnh vực quản trị đối với lĩnh vực du lịch-khách sạn; phân tích và áp dụng tri thức về khoa học giáo dục đối với người dạy-người học trong thời đại mới.