

# PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Phạm Thị Thu Nga, Mã Xuân Vinh, Nguyễn Công Trường, Nguyễn Minh Hương

Khoa Du lịch – Khách sạn, Trường Đại học Ngoại ngữ -Tin học TP.HCM

vinhmx@huflit.edu.vn, truongnc@huflit.edu.vn, huongnm@huflit.edu.vn

**TÓM TẮT**— MICE đang là một thị trường đầy tiềm năng khi doanh thu của loại hình này đem lại có sự chênh lệch khá lớn với các loại hình du lịch khác, nên ngay từ đầu loại hình du lịch này đã nhận được sự quan tâm nghiên cứu từ các tổ chức và các nhà khoa học trên thế giới. Ở Việt Nam, xuất phát từ những đòi hỏi của thực tiễn, du lịch MICE được quan tâm nghiên cứu từ những năm 2003 và tiếp tục phát triển trong khoảng 20 năm trở lại đây. Tuy nhiên, các nghiên cứu về du lịch MICE ở Việt Nam nói chung và các địa phương khác nói riêng, đặc biệt là TP. Hồ Chí Minh còn nhỏ lẻ, rời rạc chưa phản ánh được thực trạng phát triển. Vì vậy, trong bài viết này chúng tôi tiến hành phân tích thực trạng phát triển du lịch MICE ở TP. Hồ Chí Minh từ đó đề xuất các giải pháp nhằm phát triển loại hình du lịch này trong thời gian tới.

**Từ khóa**— Du lịch, du lịch MICE, sự kiện, hội nghị.

## I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo nghiên cứu Kamarudin và Mahmud cho rằng ngành công nghiệp MICE đã đóng góp đáng kể cho khu vực và nền kinh tế của các quốc gia. Nhiều nghiên cứu đã được thực hiện về tác động của kinh tế do ngành công nghiệp MICE đối với các điểm đến và đã chứng minh rằng các điểm đến được trọng dụng theo mô hình MICE sẽ có lợi ích đáng kể đem đến từ ngành MICE [1]. Vì niềm tin vào vai trò của MICE sẽ tác động về mặt kinh tế nhờ vào ngành MICE, các quan chức chính phủ, nhà đầu tư, và các nhà thực hành về mặt kinh tế sẽ phát triển tích cực các cơ sở MICE [2]. Mặc dù đầy thách thức nhưng thật là cần thiết để ngành công nghiệp MICE thâm dụng vốn với mục đích cân bằng giữa năng lực và nhu cầu. Do đó, ngành công nghiệp MICE cần một dự báo chính xác nhu cầu về năng lực và phân tích hoạt động tài chính để hoạch định và quản lý năng lực để có năng suất cao và hiệu quả tốt [3]. Nhận thấy lợi ích to lớn từ loại hình du lịch MICE nên trong chiến lược phát triển du lịch ở Việt Nam, chính phủ đã có những chính sách ưu tiên cho việc phát triển loại hình này, nhất là tập trung ở những đô thị lớn có tiềm năng thu hút và đáp ứng nhu cầu của thị trường khách cao cấp như TP. Hồ Chí Minh. Cùng với Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh được xem là địa phương có nhiều tiềm năng và lợi thế phát triển loại hình du lịch MICE. Trong những năm vừa qua du lịch MICE ở TP. Hồ Chí Minh đã đạt được những thành tựu đáng kể, nhưng vẫn chưa tương xứng với tiềm năng của thành phố. Vì vậy, việc nghiên cứu một cách có hệ thống về du lịch MICE ở TP. HCM là vấn đề cần thiết trong bối cảnh hiện nay.

## II. TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu về loại hình du lịch MICE đã được quan tâm từ sớm và được các tổ chức cũng như các nhà khoa học tiến hành một cách có hệ thống. Trong đó, Tổ chức Du lịch Thế giới - UNWTO đã có những nghiên cứu về xu hướng, đặc điểm thị trường du lịch MICE, Hiệp hội Hội thảo và Đại hội quốc tế - ICCA đã có những báo cáo về số liệu và đặc tính thị trường hội nghị các tổ chức quốc tế. Các nước có du lịch MICE phát triển trong khu vực như Thái Lan, Singapore, Malaysia... đều có những nghiên cứu và chính sách ưu tiên phát triển du lịch MICE.

Năm 1997, nhóm tác giả Dwyer, L. and Forsyth P. viết bài *"Impacts and Benefits of MICE tourism: A Framework for Analysis"* bàn về tác động của loại hình du lịch MICE đến kinh tế, nhóm tác giả phân tích sự tăng trưởng của du lịch MICE trong tương lai và cho rằng cần phải xây dựng các chính sách đặc thù cho sự phát triển của loại hình này. Cũng vào năm 1997, công trình Getz, D. với tựa đề *"Event management and event tourism (1<sup>st</sup> Ed.)"* được xuất bản. Đây có thể được coi là tác phẩm đầu tiên nghiên cứu một cách có hệ thống về loại hình du lịch sự kiện bao gồm các quan điểm, xu hướng, cách thức lập kế hoạch, tổ chức và quản lý các dịch vụ gắn liền với tổ chức sự kiện. Tuy nhiên, đối tượng nghiên cứu của công trình khá rộng, trong khi du lịch MICE chỉ là một khía cạnh trong tổ chức kinh doanh sự kiện nên nhiều vấn đề vẫn chưa được làm sáng tỏ.

Năm 2006, Morgan, A. And Condliffe, S. có bài viết *"Measuring the economic impacts of convention centers and event tourism"* nội dung cũng chỉ dừng lại ở việc đánh giá tác động đến lĩnh vực kinh tế của các trung tâm hội nghị và tổ chức sự kiện. Chen, J. and Chen, D. (2019) viết bài *"Research on the principle factors and indicators of urban MICE competitiveness from the perspective of supply: An empirical analysis of 17 CMCA member cities"* với

nội dung chủ yếu đánh giá về sự tác động của các yếu tố đến sự cạnh tranh trong phát triển loại hình du lịch MICE ở đô thị thông qua các thống kê và nghiên cứu thực nghiệm.

Ở Việt Nam, nghiên cứu về du lịch MICE bắt đầu được quan tâm từ những năm 1990 nhưng vì đây là lĩnh vực nghiên cứu khá mới mẻ nên các công trình chỉ dừng lại ở phần mô tả chung về loại hình du lịch MICE mà chưa thực sự đi sâu nghiên cứu từng vấn đề cụ thể. Nghiên cứu về loại hình du lịch MICE ở Việt Nam phải kể đến bài viết Thử nhìn nhận Du lịch MICE dưới góc độ loại hình tại Hội thảo khoa học quốc tế “*Du lịch công vụ và phát triển du lịch Việt Nam*”, Khoa Du lịch học (Trường ĐHKHXH&NV, ĐHQGHN) của Trịnh Lê Anh năm 2004 phân tích về đặc trưng của loại hình du lịch MICE và so sánh với các loại hình du lịch khác. Năm 2008, Tổng cục du lịch Việt Nam chủ nhiệm đề tài cấp Bộ với nhan đề “*Cơ sở khoa học và giải pháp phát triển loại hình du lịch MICE tại Việt Nam*” nội dung trình bày những vấn đề lý luận chung về du lịch MICE, phân tích các điều kiện sẵn có và đề xuất các giải pháp nhằm phát triển loại hình du lịch MICE trong tương lai.

Đến năm 2009, khá nhiều bài viết nghiên cứu về du lịch MICE được công bố như: “Phân biệt du lịch MICE và dịch vụ tổ chức sự kiện” của Nguyễn Vũ Hà, “Du lịch MICE: Loại hình du lịch đầy triển vọng” của Nguyễn Đình Hòa, “Bàn về du lịch MICE” của Phạm Thị Khánh Ngọc, nội dung của các bài viết chủ yếu trình bày những vấn đề lý thuyết, tiềm năng phát triển du lịch MICE tại TP.Hồ Chí Minh.

Công trình “*Đường vào kinh doanh du lịch MICE*” của tác giả Sơn Hồng Đức viết vào năm 2011 với 2 phần và 8 chương, nội dung trình bày một cách có hệ thống các vấn đề khoa học về loại hình du lịch MICE, phân tích môi trường thích hợp cho sự phát triển du lịch MICE bao gồm cả môi trường vĩ mô lẫn vi mô. Tuy nhiên, công trình chỉ dừng lại ở mức độ khảo tả mà chưa đi sâu phân tích từng vấn đề cụ thể. Năm 2017 ở Việt Nam, Tổng cục Du lịch đã triển khai đề tài khoa học về “*Kinh nghiệm quốc tế về phát triển du lịch MICE và khả năng áp dụng tại Việt Nam*”. Tuy vậy, đề tài chỉ là những nghiên cứu mang tính tổng thể, chung chung, các thông tin và số liệu so với hiện nay đều đã cũ và chưa được cập nhật.

Năm 2018, nhóm tác giả Hà Nam Khánh Giao và Lê Thái Sơn viết bài “*Mô hình phát triển du lịch MICE tại Việt Nam từ các nhân tố nguồn lực*” nội dung phân tích các nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch MICE ở Việt Nam thông qua việc xác định các bên liên quan.

Như vậy, tính đến năm 2019 việc nghiên cứu về du lịch MICE ở Việt Nam còn hạn chế, các công trình công bố mang tính lý thuyết chưa thực sự có công trình nào mang tính ứng dụng vào thực tiễn. Trong khi đó, tại TP. Hồ Chí Minh, năm 2004, UNWTO đã cử chuyên gia vào khảo sát tại Tp. Hồ Chí Minh và có báo cáo ngắn đánh giá và đề ra những giải pháp về phát triển du lịch MICE tại Thành phố. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch TP. Hồ Chí Minh (Phòng Khách sạn) năm 2010 cũng đã có những nghiên cứu sơ bộ về việc đẩy mạnh phát triển du lịch MICE tại Thành phố. Những nghiên cứu này đều mang tính nhỏ lẻ, số liệu đã cũ, chưa được hệ thống và mang tính chuyên sâu và đặc biệt chưa đề ra các giải pháp cụ thể để phát triển du lịch MICE tại TP. Hồ Chí Minh.

Có thể nhận định các nghiên cứu về du lịch MICE tại TP.Hồ Chí Minh vừa thiếu về số lượng lẫn chất lượng, chỉ có một số đề tài khóa luận và luận văn liên quan đến phát triển du lịch MICE của thành phố, phải kể đến như: “*Nghiên cứu xu hướng phát triển du lịch MICE tại TP. Hồ Chí Minh*” Nguyễn Thanh Phương Thảo năm (2011), “*Các giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch MICE tại TP. HCM*” của Nguyễn Thị Hồng Điệp năm 2013 và “*Thực trạng hoạt động kinh doanh du lịch MICE tại một số khách sạn 5 sao trên địa bàn TP. HCM*” của Nguyễn Thị Thùy Nga năm (2015) là có trình bày một cách hạn chế về tiềm năng và các điều kiện phát triển du lịch MICE của thành phố. Gần đây nhất là bài nghiên cứu “*Phát triển Du lịch MICE: cơ hội và thách thức đối với TP. Hồ Chí Minh*” năm 2023, tác giả Nguyễn Thị Mộng Ngọc đã phân tích những lợi thế và hạn chế của TP. Hồ Chí Minh trong việc phát triển du lịch MICE, song bài viết chưa đi sâu nghiên cứu thực trạng của loại hình du lịch này ở Thành phố Hồ Chí Minh nên chưa thể đánh giá được các thành tựu cũng như những điểm chưa đạt được trong quá trình phát triển MICE. Như vậy, nghiên cứu về phát triển du lịch MICE tại thành phố Hồ Chí Minh vẫn còn nhiều điều bỏ ngỏ. Tuy nhiên, các nghiên cứu trên cung cấp nhiều cơ sở khoa học và cách tiếp cận để chúng tôi thực hiện nghiên cứu của mình.

### III. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ DU LỊCH MICE

MICE viết tắt từ những chữ cái đầu trong tiếng Anh bao gồm: Meeting (hội họp), Incentive (khen thưởng), Convention (hội nghị, hội thảo) và Exhibition (triển lãm). Mặc dù, lịch sử phát triển các hoạt động tổ chức sự kiện, hội họp đã hình thành từ rất sớm, nhất là khi công nghiệp và thương mại phát triển mạnh vào cuối thế kỷ 19 đầu thế kỷ 20. Tuy nhiên, thuật ngữ du lịch MICE chỉ mới xuất hiện và được hiểu một cách tương đối. Theo ICCA (Hiệp hội Hội nghị và Đại hội Quốc tế) thì MICE có thể được hiểu là một loại hình du lịch đặc biệt nhằm khai thác những thế mạnh của một nhóm đối tượng khách du lịch có tiềm năng lớn đó là đối tượng khách kinh doanh,

khách tham gia vào các hội nghị, hội thảo, du lịch khen thưởng, các triển lãm quốc tế trong nước, trong khu vực và trên toàn thế giới.

Ở Việt Nam, thuật ngữ Du lịch MICE cũng được hiểu theo nhiều cách khác nhau. Theo Tổng cục Du lịch Việt Nam (2007), du lịch MICE là loại hình du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo, triển lãm, tổ chức sự kiện, du lịch khen thưởng của các công ty cho nhân viên, đối tác. Phùng Đức Vinh: “Du lịch MICE là loại hình kinh doanh du lịch kết hợp với việc cá nhân hay các tổ chức tham dự các hội nghị (Meetings), tham gia các chương trình khuyến mãi, khen thưởng (Incentives), dự hội thảo (Conferences/Conventions) và tham gia vào các cuộc triển lãm, các sự kiện (Exhibitions/Events) về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội” [4]. Tương tự, Nguyễn Đình Hòa (2009) cho rằng du lịch MICE là một loại hình du lịch kết hợp của du khách giữa mục đích đi dự hội nghị, hội thảo, triển lãm, tham gia các sự kiện là chính với việc sử dụng các dịch vụ và tham quan du lịch” [5].

Trên cơ sở quan niệm của các tác giả trong và ngoài nước, chúng ta có thể rút ra được những đặc trưng của loại hình du lịch MICE. Trước hết, MICE không chỉ là du lịch đơn thuần vì du lịch MICE đóng góp căn bản cho nền kinh tế dựa vào các phòng họp, phòng hội nghị, các phòng đa chức năng linh hoạt,... qua đó tạo cơ hội việc làm, liên quan đến một số ngành nghề và có nhiều tiềm năng phát triển nhân lực. Nhìn chung, MICE là loại hình du lịch được rất nhiều nước đẩy mạnh phát triển, vì giá trị của loại dịch vụ này lớn hơn rất nhiều so với du lịch cá nhân hay du lịch nhóm.

Thứ hai, MICE là một loại hình du lịch cao cấp nên khách du lịch MICE là khách cao cấp gồm những người giữ những cương vị, địa vị quan trọng trong xã hội cũng như có tầm ảnh hưởng nhất định đến các hoạt động chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội. Họ có thể là các nguyên thủ quốc gia, các vị lãnh đạo nhà nước, các quan chức cấp cao của chính phủ, bộ, ban, ngành, các nhà khoa học, chính trị gia, các nhà hoạt động xã hội, văn nghệ sĩ, nhà quản lý, thương gia.... và thường gồm nhiều quốc tịch hoặc đến từ nhiều tổ chức khác nhau.

Thứ ba, khách du lịch MICE trả chi phí rất cao cho nhà cung cấp vào những lần hội họp của mình. Vì vậy, khách du lịch MICE yêu cầu phải có một sự tổ chức hoàn hảo từ các yếu tố nơi lưu trú, ăn uống phải tiện nghi, sang trọng cho đến các trang thiết bị hiện đại dành cho hội họp, yếu tố con người, cung cách phục vụ hay những điểm tham quan, giải trí đặc sắc.

Thứ tư, Du lịch MICE có yêu cầu đặc thù về cơ sở hạ tầng, hệ thống các dịch vụ đi kèm như: ăn uống, vui chơi, mua sắm... phải đạt những tiêu chuẩn cao của quốc tế. Vì vậy, chỉ những trung tâm du lịch, những thành phố lớn của nước ta mới có thể đáp ứng được những đòi hỏi "cao cấp" của loại hình này.

## IV. ĐIỀU KIỆN PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE TẠI TP. HỒ CHÍ MINH

### A. ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN

TP.Hồ Chí Minh nằm thuộc vùng kinh tế - xã hội Đông Nam Bộ là khu vực phát triển năng động nhất cả nước, nằm ở vị trí tâm điểm của khu vực Đông Nam Á, TP. Hồ Chí Minh là một đầu mối giao thông quan trọng cả về đường bộ, đường thủy và đường hàng không, nối liền các tỉnh trong vùng và còn là một cửa ngõ quốc tế, đây là điều kiện quan trọng để TP. Hồ Chí Minh phát triển du lịch MICE. Nằm ở vùng hạ lưu hệ thống sông Đồng Nai - Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh có mạng lưới sông ngòi, kênh rạch chằng chịt là điều kiện thuận lợi để phát triển sản phẩm du lịch đường sông nhằm phục vụ khách du lịch, trong đó có khách du lịch MICE. Cũng như các tỉnh ở Nam Bộ, đặc điểm chung của khí hậu - thời tiết TP. Hồ Chí Minh là nhiệt độ cao đều trong năm và có hai mùa mưa - khô rõ ràng làm tác động chi phối môi trường cảnh quan sáu sắc. TP.Hồ Chí Minh có nhiệt độ cao đều trong năm và hai mùa mưa - khô rõ rệt. Nhiệt độ không khí trung bình 27°C. Nhiệt độ cao tuyệt đối 40°C, nhiệt độ thấp tuyệt đối 13,8°C. Về cơ bản TP. Hồ Chí Minh thuộc vùng không có gió bão. Năm 1997, do biến động bởi hiện tượng El-Nino gây nên cơn bão số 5, chỉ một phần huyện Cần Giờ bị ảnh hưởng ở mức độ nhẹ. Như vậy, TP. Hồ Chí Minh nằm trong vùng không có gió bão, thời tiết, khí hậu khá ổn định, ôn hòa có thể phát triển du lịch quanh năm.

### B. ĐIỀU KIỆN KINH TẾ - XÃ HỘI

Về giao thông vận tải: Theo báo cáo của Sở Giao thông TP. HCM (2014), thành phố có hệ thống đường hàng không, đường biển và đường bộ phát triển, đặc biệt là đường hàng không. Đây là điều kiện tiên quyết giúp thành phố phát triển du lịch MICE. TP. Hồ Chí Minh có sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất là sân bay lớn nhất Việt Nam cả về diện tích và công suất nhà ga. Bên cạnh sân bay quốc tế, sân bay nội địa ở vị trí gần sát, cũng nối chuyển đến hầu hết các điểm du lịch lớn tại Việt Nam. Nhiều hãng hàng không nổi tiếng, có uy tín trong nước và nước ngoài đang hoạt động tại TP. Hồ Chí Minh như Vietnam Airlines, Korea Air, Thai Airways, China Airlines, Air France, Singapore Airlines, Etihad Airways, hãng hàng không Emirates,... Các hãng hàng không giá rẻ cũng tham gia hoạt động tại đây như Pacific Airlines, Nok Air, Jetstar Asia, Tiger Airways... Chất lượng và dịch vụ hàng không ngày

càng được cải thiện và tiện lợi. Năm 2021, Cảng hàng không Quốc tế (HKQT) Tân Sơn Nhất được trang Skytrax vinh danh là 10 sân bay tốt nhất có năng lực phục vụ 20-25 triệu khách/năm. Cảng HKQT Tân Sơn Nhất có diện tích 850 ha là sân bay lớn nhất Việt Nam về diện tích cũng như công suất nhà ga thiết kế năm 2018 đón được 28 triệu lượt khách, nhưng nhiều năm nay sân bay luôn đón lượng khách vượt xa công suất như năm 2017 là 36 triệu khách, năm 2018 là 38,3 triệu khách và năm 2019 đạt 40,130 triệu khách. Trước tình trạng quá tải, Bộ Giao thông vận tải đã phê duyệt quy hoạch mở rộng sân bay Tân Sơn Nhất giai đoạn 2020 - 2030 với việc cải tạo, nâng cấp và bổ sung các nhà ga nhằm nâng cao tổng công suất phục vụ lên 50 triệu khách/năm [6].

Theo báo cáo Logistics Việt Nam 2019 của Bộ Công thương, vận tải thủy ở TP. Hồ Chí Minh chiếm một tỷ lệ quan trọng. Tính riêng vận tải hàng hóa, đường biển chiếm khoảng 29% và đường sông chiếm khoảng 20% tổng khối lượng thông qua đầu mối thành phố. TP. Hồ Chí Minh có bốn cảng biển chính: Sài Gòn, Bến Nghé, Nhà Bè, Tân Cảng cùng các cảng sông Bình Đông, Tân Thuận, Tôn Thất Thuyết, Bình Lợi, Bình Phước... Một đặc điểm độc đáo của TP. Hồ Chí Minh không giống với Hà Nội trong lĩnh vực quản lý giao thông là cảng Hồ Chí Minh nằm gần trung tâm thành phố. Cảng Hồ Chí Minh là một trong những cảng xuất nhập khẩu quan trọng nhất trong cả nước và là cửa ngõ chính của khu vực, chiếm 67% tổng lượng hàng hóa của tất cả các cảng tại Việt Nam [7].

Hiện giao thông đường sắt quốc gia Việt Nam có chiều dài 3.143m đã lạc hậu do xây dựng từ lâu, kết nối các hạ tầng giao thông khác chưa đảm bảo phục vụ nhu cầu giao thông của hành khách và hàng hóa chỉ chiếm khoảng 6% khối lượng hàng hóa và 0,6% khối lượng hành khách [8]. Giao thông đường sắt của TP. Hồ Chí Minh gồm tuyến Bắc - Nam, tuyến nội ô và khu vực phụ cận. Trong thành phố có hai nhà ga chính: Sóng Thần và Sài Gòn. Bên cạnh đó, còn có một số nhà ga nhỏ như Dĩ An, Thủ Đức, Bình Triệu, Gò Vấp.

Phương tiện vận chuyển khách du lịch đường bộ ngày càng được hiện đại hóa, chất lượng. Thành phố có các bến xe khách liên tỉnh được phân bố ở các cửa ngõ ra vào gồm Miền Đông, Miền Tây, Chợ Lớn, Tân Bình - Tây Ninh. Bến xe Miền Đông mới (Quận 9, TP. Hồ Chí Minh) đã vận hành từ ngày 10-10-2020. Thành phố có hơn 3.500 xe buýt và 8.000 xe taxi, mỗi năm chỉ đáp ứng khoảng 6,2% nhu cầu đi lại. Hệ thống xe buýt chưa đem lại hiệu quả cao. Cùng mạng lưới xe buýt, dự án tàu điện ngầm TP. Hồ Chí Minh cũng đang được tiến hành. Tuy nhiên, với 380 tuyến đường, không kể các tuyến đường khu vực nông thôn, với khoảng 14% số đường có mặt đường rộng trên 12m, 51% số đường có lòng đường rộng từ 7-12m, 35% đường còn lại rộng dưới 7m, giao thông nội thành đang phải đương đầu với nhiều vấn đề như tắc đường, quá tải, ô nhiễm khói bụi....

Về cơ sở lưu trú du lịch và tổ chức sự kiện: Các sự kiện lớn thường được tổ chức tại các khách sạn đạt tiêu chuẩn 4-5 sao và các trung tâm hội nghị quốc gia. Hiện nay, theo thống kê của Sở Du lịch TP. Hồ Chí Minh, số lượng cơ sở lưu trú tại TP. Hồ Chí Minh vào khoảng 2.320 khách sạn, gồm 22 khách sạn chuẩn 5 sao, 120 khách sạn 3 sao trở lên.

Bảng 1. Tình hình cơ sở lưu trú ở TP. Hồ Chí Minh giai đoạn 2009 - 2019

(Nguồn: Tổng hợp từ Sở Du lịch TP. HCM)

Tiêu chuẩn	Năm 2019		Năm 2009	
	Số lượng	Số phòng	Số lượng	Số phòng
5 sao	22	6.566	12	3.916
4 sao	26	3.501	8	1.220
3 sao	76	5.720	32	2.707
<b>Tổng cộng</b>	<b>124</b>	<b>15.787</b>	<b>52</b>	<b>7.843</b>

Trong 22 khách sạn 5 sao ở TP. Hồ Chí Minh có 20 khách sạn tọa lạc tại Quận 1, Quận 3 và Quận 5 là trung tâm diễn ra các hoạt động và sự kiện của TP. Hồ Chí Minh với khoảng 30 phút di chuyển bằng ô tô từ sân bay Tân Sơn Nhất. Còn hai khách sạn nằm ở Phú Nhuận là khách sạn Tân Sơn Nhất và khách sạn Eastin Grand Saigon chỉ mất khoảng 2 đến 5 phút từ sân bay Tân Sơn Nhất. Như vậy, các khách sạn 5 sao ở TP. Hồ Chí Minh có vị trí tương đối thuận lợi, dễ dàng tiếp cận trong thời gian sớm nhất. Đây là một thế mạnh để TP. Hồ Chí Minh thúc đẩy phát triển du lịch MICE. Trong số khách sạn 5 sao ở TP. Hồ Chí Minh có nhiều chuỗi khách sạn quốc tế, mang thương hiệu cao cấp như: Renaissance Riverside Saigon Hotel, Park Hyatt, Pullman Saigon Center, Sheraton, Sofitel Saigon Plaza, Inter Continental Saigon Hotel...

Theo báo cáo thường niên du lịch Việt Nam của Tổng cục du lịch năm 2019, các địa phương như: Khánh Hòa, Đà Nẵng, Phú Quốc trong những năm vừa qua cơ sở lưu trú du lịch có sự tăng trưởng mạnh, công suất phòng giảm nhiều hơn có một số thời điểm dưới 50%, trong khi hai trung tâm lớn là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh vẫn giữ công suất phòng trên 60%. Điều đó cho thấy cùng với các chính sách kinh doanh thì các điều kiện khác cũng là yếu tố giúp chuỗi khách sạn 4-5 sao ở TP. Hồ Chí Minh vẫn thu hút khách du lịch trong và ngoài nước.

Bảng 2. So sánh khách sạn 5 sao và 4 sao ở Tp. Hồ Chí Minh và các địa phương khác

(Nguồn: Tổng hợp từ Sở du lịch TP. HCM, thesaigontimes.vn, Tổng cục du lịch)

STT	Địa phương	Số lượng	% cả nước	Số phòng	% cả nước
<b>Khách sạn 5 sao</b>					
1	Khánh Hòa	24	14,55%	10.523	19,47%
2	TP. Hồ Chí Minh	22	13,33%	6.566	12,15%
3	Đà Nẵng	20	12,12%	5.930	10,97%
4	Hà Nội	21	12,72%	5.866	10,85%
5	Phủ Quốc	10	6,06%	5.602	10,36%
<b>Khách sạn 4 sao</b>					
1	Khánh Hòa	23	7,61%	3.866	9,64%
2	TP. Hồ Chí Minh	26	8,61%	3.501	8,73%
3	Đà Nẵng	31	10,26%	4.359	10,87%
4	Hà Nội	16	5,3%	2.401	5,99%
5	Phủ Quốc	9	2,98%	1.214	3,03%

Giá phòng thuê phòng trung bình khách sạn 3 sao ở TP. Hồ Chí Minh khoảng 80 USD, khách sạn 4 sao là 100 USD và khách sạn 5 sao là 120 USD. Trước khi có đại dịch Covid-19 diễn ra mức giá phòng bình quân khách sạn 4-5 sao ở TP. Hồ Chí Minh tăng cao nhất ở mức 2,7% so với 1,7% ở các tỉnh miền Bắc, trong khi các tỉnh miền Trung có xu hướng giảm nhẹ ở mức 1.0% [9]. Như vậy, rõ ràng chính sách giá cả của các khách sạn 4-5 sao tại TP. Hồ Chí Minh khó cạnh tranh so với các địa phương khác trong cả nước.

Các công ty cung cấp dịch vụ du lịch MICE: TP. Hồ Chí Minh có 740/2346 doanh nghiệp lữ hành quốc tế chiếm, 178/850 doanh nghiệp lữ hành nội địa chiếm. Trong đó có nhiều doanh nghiệp lữ hành lớn như Saigontourist, Vietravel, Bến Thành Tourist, FIDI tourist,... có năng lực tổ chức các sự kiện lớn trong và ngoài nước. Ngoài ra, TP. Hồ Chí Minh còn có các tổ chức như Hiệp hội du lịch thành phố, câu lạc bộ du lịch MICE, các công ty triển lãm chuyên nghiệp... [10], tất cả liên kết lại với nhau đảm bảo có thể phục vụ các đối tượng khách khác nhau, với quy mô khác nhau.

TP. Hồ Chí Minh có nhiều trung tâm tổ chức hội nghị và triển lãm nhất cả nước, tiêu biểu như Trung tâm hội nghị và triển lãm Sài Gòn, Trung tâm hội nghị và triển lãm Tân Bình, White Palace, Grand Palace, Gem Center, nhà thi đấu thể dục thể thao Phú Thọ, Khu du lịch Văn Thánh... Bên cạnh đó, các khách sạn từ 3 sao đến 5 sao cũng có số lượng phòng họp hội nghị, hội thảo đáng kể với hàng loạt khách sạn đạt chuẩn năng lực phục vụ các sự kiện mang đẳng cấp quốc tế như: Sheraton, Windsor Plaza, InterContinental, Legend Saigon, Rex, Park Hyatt Saigon...

Trong đó khách sạn Windsor có một trung tâm hội nghị với 6 phòng họp và phòng khánh tiết có sức chứa đến 2000 người; cũng như khách sạn Windsor, khách sạn Rex cũng có sức chứa 2000 khách với cơ sở vật chất và trang thiết bị đủ điều kiện đáp ứng những sự kiện mang tầm quốc tế. Không gian hội nghị hiện đại và đẳng cấp của Sheraton có diện tích 2.500 m<sup>2</sup> với phòng đại tiệc cùng 14 phòng hội nghị nhỏ có sức chứa lên đến 1.200 khách; khách sạn Intercontinental Asiana Saigon có 8 phòng họp và một phòng đại tiệc với sức chứa lên đến 600 khách; khách sạn New World có phòng tổ chức hội nghị, hội thảo lớn có sức chứa 500 khách và 7 phòng chức năng có sức chứa từ 10 đến 70 khách; khách sạn Caravelle có không gian sự kiện chính là phòng Caravelle Ballroom có diện tích 300m<sup>2</sup> có thể phục vụ 400 khách dự tiệc. Nhìn chung, số lượng khách sạn 5 sao ở TP. Hồ Chí Minh có khả năng phục vụ cho 1000 khách trở lên còn hạn chế, khiến thành phố khó đăng cai các sự kiện lớn.

Về nguồn nhân lực, TP. Hồ Chí Minh có số lượng và chất lượng lao động phục vụ cho ngành du lịch dồi dào nhờ số lượng cơ sở đào tạo du lịch, cả nước có 346 cơ sở đào tạo du lịch từ sơ cấp đến đại học, riêng TP. Hồ Chí Minh có 63 cơ sở (chiếm 18% cơ sở đào tạo du lịch của cả nước). Đây là lực lượng lao động khá dồi dào nhằm tạo cơ hội phát triển và đào tạo nguồn nhân lực du lịch của TP. Hồ Chí Minh [11].

### C. TÀI NGUYÊN DU LỊCH

Theo thống kê của Sở Du lịch TP. Hồ Chí Minh, có 366 điểm đến được tổng hợp trên địa bàn thành phố Thủ Đức và các quận huyện. Trong đó, có 13 điểm đến gắn liền với giá trị tài nguyên tự nhiên, sinh thái; 225 điểm đến gắn liền với giá trị tài nguyên văn hóa vật thể; 8 hoạt động gắn liền với du lịch được hình thành từ các lễ hội dân gian, lễ hội hiện đại, tập tục truyền thống; 120 điểm đến gắn với giá trị công trình nhân tạo [12]. Với các điểm đến gắn liền với tài nguyên du lịch tự nhiên, ngoài khu dự trữ sinh quyển Cần Giờ được khai thác và phát triển loại hình sinh thái thì các tuyến du lịch đường sông Sài Gòn vẫn còn hạn chế, chưa được đầu tư và phát triển khiến cho cơ hội trải nghiệm du lịch gắn liền với tài nguyên thiên nhiên chưa đạt hiệu quả cao.

Theo nhóm tác giả Trần Hoàng Nam, Phùng Tuấn Thành, Nguyễn Quang Huy, Trần Minh Cang (2020), với nguồn tài nguyên du lịch văn hóa đa dạng và phong phú, TP. Hồ Chí Minh đã xây dựng được khá nhiều điểm đến có giá trị tham quan giải trí và giáo dục cao, bao gồm các điểm tham quan là di tích lịch sử-văn hóa, di tích khảo cổ học, hệ thống bảo tàng, các cơ sở tôn giáo tín ngưỡng nổi tiếng, các khu vui chơi giải trí, các lễ hội của các tộc người thiểu số và các lễ hội liên quan đến nghề nghiệp truyền thống ở TP. Hồ Chí Minh [13].

## V. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE TẠI TP. HỒ CHÍ MINH

Ngành du lịch TP. Hồ Chí Minh trong những năm qua đã có những bước phát triển nhanh chóng, luôn khẳng định vị trí đầu tàu, quan trọng trong ngành du lịch Việt Nam. Vào đầu tháng 12 năm 2021, TP. Hồ Chí Minh vừa nhận giải điểm đến du lịch MICE hàng đầu châu Á trong khuôn khổ giải thưởng World MICE Awards. Đây là lần thứ hai TP. Hồ Chí Minh đã vượt qua thành phố Bangkok (Thái Lan) và Hongkong (Trung Quốc), Bắc Kinh (Trung Quốc), Kuala Lumpur (Malaysia), Macau (Trung Quốc), Seoul (Hàn Quốc) và Singapore để chiến thắng tại hạng mục giải thưởng này. Giải thưởng World MICE Awards nằm trong chuỗi giải thưởng được phát triển từ World Travel Awards - giải thưởng uy tín bậc nhất trên thế giới.

Dựa trên số liệu của Sở Du lịch TP. Hồ Chí Minh và Ủy Ban Nhân Dân TP. Hồ Chí Minh, tỷ lệ đóng góp của du lịch vào GDP của thành phố dao động trong khoảng 10% - 11% trong giai đoạn 2016-2019. Tăng trưởng khách quốc tế bình quân đạt hơn 16%, khách nội địa đạt 14%, tổng thu du lịch đạt hơn 13%. Vị trí của ngành ngày càng được khẳng định trên bản đồ du lịch khu vực và thế giới. Tuy nhiên, từ đầu năm 2020 đến nay, do ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, ngành du lịch thành phố bị ảnh hưởng nặng nề. Lượng khách quốc tế trong năm 2020 ước đạt 1.303.750 lượt khách, giảm 84,8% so cùng kỳ năm 2019 (năm 2019 là 8.600.000 lượt). Tổng thu du lịch trong năm 2020 ước đạt 84.512 tỷ đồng, giảm 49,6% so với cùng kỳ (năm 2019 là 140.070 tỷ đồng)

Bảng 3. Kết quả các chỉ tiêu du lịch Thành phố (2017 - 2020)

Tiêu chí	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Khách quốc tế (triệu lượt)	6,4 (+23%)	7,5 (+17%)	8,619 (+ 13,4%)	1,303 (-84,8%)
Khách nội địa (triệu lượt)	24,9 (+14%)	29 (+16%)	32,77 (+ 13%)	15,87 (-51,5%)
Tổng thu du lịch (ngàn tỷ)	116 (+12,6%)	140 (+20%)	140.017 (+10,15%)	84.512 (-39,6%)
Tỷ lệ đóng góp trực tiếp vào GRDP	10,06%	11,22%	10,56%	-

Theo số liệu thống kê ngành du lịch thành phố với 02 cuộc điều tra độ dài lưu trú và chi tiêu bình quân của khách du lịch đến thành phố vào năm 2017 và năm 2019. Kết quả cho thấy khách du lịch có xu hướng giảm độ dài lưu trú nhưng tăng về mặt chi tiêu. Nếu như năm 2017, độ dài lưu trú bình quân của một lượt khách quốc tế 5,21 ngày, chi tiêu bình quân/ngày là 3,3 triệu đồng thì đến năm 2019 độ dài lưu trú giảm còn 4,51 ngày nhưng chi tiêu bình quân tăng lên mức 3,89 triệu đồng/ngày. Khách du lịch nội địa cũng có xu hướng tương tự. Năm 2017, độ dài lưu trú của một lượt khách ở Thành phố là 3,6 ngày với mức chi tiêu bình quân/ngày là 1,58 triệu đồng, đến năm 2019 độ dài lưu trú giảm còn 2,5 ngày với mức chi tiêu bình quân tăng lên mức 1,7 triệu đồng/ngày.

Bảng 4. So sánh kết quả điều tra du lịch 2017 và 2019

Khách	Tiêu chí	Năm 2017	Năm 2019
Quốc tế	Độ dài lưu trú bình quân (ngày)	5,21	4,51
	Chi tiêu bình quân (triệu đồng)	3,3	3,89
Nội địa	Độ dài lưu trú bình quân (ngày)	3,6	2,5
	Chi tiêu bình quân (triệu đồng)	1,58	1,7

Do có tài nguyên du lịch đa dạng, đặc biệt là tài nguyên nhân văn, TP. Hồ Chí Minh phát triển nhiều sản phẩm du lịch bao gồm du lịch văn hóa, du lịch MICE, du lịch đường sông, du lịch mua sắm, du lịch ẩm thực, du lịch sinh thái... và liên kết với nhiều địa phương để phát triển các sản phẩm du lịch mang tính chất liên vùng.

Có thể nói TP. Hồ Chí Minh là “thành phố sự kiện” với việc nhiều sự kiện du lịch tiêu biểu, chuyên đề mang thương hiệu TP. Hồ Chí Minh, có tiếng vang trong nước và khu vực, cụ thể như liên hoan ẩm thực món ngon các nước, Hội chợ Du lịch quốc tế TP. Hồ Chí Minh, lễ hội Trái cây Nam bộ, Liên hoan Ẩm thực Đất Phương Nam, Ngày hội Du lịch. Lễ hội đón chào năm mới,.... Trong đó, Hội chợ Du lịch quốc tế TP. Hồ Chí Minh (ITE – HCMC) là sự kiện du lịch quốc tế thường niên chuyên nghiệp lớn nhất Việt Nam được tổ chức tại TP. Hồ Chí Minh. Ước tính, hàng năm hội chợ thu hút sự thu hút hơn 350 đơn vị triển lãm là các hãng hàng không, khách sạn và khu nghỉ dưỡng, các công ty lữ hành, các tập đoàn lớn và đại diện cơ quan xúc tiến du lịch các quốc gia và vùng lãnh thổ như Campuchia, Lào, Myanmar, Philippines, Thái Lan, Malaysia, Singapore, Indonesia, Trung Quốc, Nhật Bản,

Hàn Quốc, Đài Loan, Ấn Độ, Bhutan, các tiểu Vương quốc Ả rập thống nhất (UAE), Thổ Nhĩ Kỳ, Nga, Đức... cùng với sự tham gia của các doanh nghiệp từ 45 tỉnh, thành phố và ước tính có khoảng hơn 35.000 khách công chúng đến tham quan hội chợ [14].

Trong bức tranh TP. Hồ Chí Minh, du lịch MICE nổi lên như một mảng sáng, tươi sắc với những đóng góp tích cực cho sự phát triển du lịch thành phố. Như mối quan hệ hữu cơ, ngành kinh tế, thương mại của thành phố phát triển là cơ sở, tiền đề thúc đẩy du lịch MICE phát triển và ngược lại du lịch MICE khi phát triển lại là nhân tố kích thích, xúc tác các ngành kinh tế ưu tiên của thành phố phát triển mạnh hơn. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được thì ngành du lịch thành phố vẫn chưa phát huy hết tiềm năng và thế mạnh vốn có như độ dài lưu trú chưa cao, thiếu các dịch vụ vui chơi, giải trí, thiếu các sản phẩm du lịch đặc trưng, nhất là sản phẩm du lịch về đêm. Tình hình an ninh trật tự du lịch còn tồn tại và tái diễn như nạn chèo kéo hàng rong, cướp giật, taxi lừa đảo, chiếm đoạt tài sản của khách du lịch; tình hình khách du lịch nước ngoài vi phạm pháp luật Việt Nam còn diễn biến ở tỷ lệ cao; nguồn nhân lực phục vụ phát triển ngành du lịch còn thiếu và yếu.

## **VI. MỘT VÀI KIẾN NGHỊ NHẪM PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE TẠI TP. HỒ CHÍ MINH**

### **A. ĐỐI VỚI CƠ QUAN QUẢN LÝ DU LỊCH TRUNG ƯƠNG**

Thứ nhất, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch cần tham mưu với Chính phủ ban hành cơ chế đặc thù cho phát triển du lịch MICE tại các trung tâm kinh tế, văn hóa-xã hội lớn của cả nước, trong đó có TP. Hồ Chí Minh.

Thứ hai, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch cần dùng ngân sách để đầu tư phát triển du lịch MICE bao gồm: đầu tư và nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật hạ tầng phục vụ cho du lịch MICE, phát triển đội ngũ lao động có kỹ năng và tay nghề cao.

Thứ ba, cần ban hành các chính sách cụ thể ưu tiên hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch phát triển du lịch MICE, cùng với các văn bản hướng dẫn rõ ràng nhằm tạo môi trường thuận lợi và thông thoáng để các doanh nghiệp yên tâm phát triển.

Thứ tư, Nhà nước cần xây dựng kênh thông tin giữa các doanh nghiệp, các tổ chức chính phủ và tổ chức phi chính phủ để tạo điều kiện cho các bên tham gia dễ dàng đăng cai và tổ chức các sự kiện lớn.

Thứ năm, Tổng cục du lịch tạo điều kiện để các trung tâm kinh tế, văn hóa, xã hội như TP. Hồ Chí Minh thành lập ban điều hành du lịch MICE.

### **B. ĐỐI VỚI CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH TẠI TP. HỒ CHÍ MINH**

Thứ nhất, các trường đại học nên sớm thành lập các ngành chuyên về du lịch MICE để cung cấp cho các đơn vị cung cấp dịch vụ MICE như các công ty du lịch lữ hành, các công ty tổ chức sự kiện, các khách sạn và các trung tâm hội nghị, triển lãm.

Thứ hai, Sở du lịch TP. Hồ Chí Minh nên có chính sách và định hướng hỗ trợ quảng bá hình ảnh, các sản phẩm dịch vụ của các đơn vị kinh doanh du lịch MICE tiếp cận với các nguồn khách quốc tế - nguồn khách mang lại doanh thu cao nhưng lại rất khó tiếp cận này.

Thứ ba, Sở du lịch TP. Hồ Chí Minh cần thực hiện tốt vai trò tham vấn cho chính quyền cấp trên ban hành các chính sách nhằm tạo điều kiện tốt nhất cho khách hàng và các đơn vị kinh doanh du lịch MICE.

Thứ tư, Sở du lịch TP. Hồ Chí Minh cần thành lập một ban điều hành MICE có đủ năng lực, đủ chuyên môn và thẩm quyền để giúp cho các đơn vị cung cấp dịch vụ MICE có tiếng nói chung và hỗ trợ nhau trong kinh doanh.

### **C. ĐỐI VỚI CÁC ĐƠN VỊ CUNG CẤP DỊCH VỤ**

Thứ nhất, có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ và khả năng giao tiếp ngoại ngữ cho đội ngũ lao động bằng cách cử nhân sự đi các quốc gia có kinh nghiệm tổ chức du lịch MICE để học hỏi và trao đổi kinh nghiệm lẫn nhau, hoặc có thể mời chuyên gia, hiệp hội,... để trực tiếp đào tạo cho đội ngũ lao động của đơn vị mình.

Thứ hai, hiện nay các đơn vị cung cấp dịch vụ MICE thường không đủ các trang thiết bị như: âm thanh, ánh sáng, hình ảnh... nên họ thường phải thuê từ bên ngoài dẫn đến chất lượng không đảm bảo và thiếu đồng bộ. Vì vậy, các đơn vị cung cấp dịch vụ cần thường xuyên nâng cấp cơ sở vật chất, trình độ kỹ thuật, đào tạo nhân sự đủ tiêu chuẩn để phục vụ cho dịch vụ du lịch MICE.

Thứ ba, vì sản phẩm MICE do các đơn vị cung cấp còn mang tính tự phát và rời rạc, nên các đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch MICE cần phải phát triển các sản phẩm du lịch mới và xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường du lịch MICE.

Thứ tư, các đơn vị cung cấp dịch vụ hiện tại đang hoạt động riêng lẻ và cạnh tranh thiếu lành mạnh. Các đơn vị nên liên kết theo chiều ngang với nhau nhằm hỗ trợ nguồn khách cho nhau. Cụ thể: theo khảo sát thì sức chứa mảng dạ tiệc hội nghị trong các khách sạn chỉ có thể từ 100 đến 500 khách hàng; nhưng sức chứa của các trung tâm hội nghị và triển lãm thì lên đến hơn 4.000 khách. Các bên nên hỗ trợ qua lại lẫn nhau để cùng nhau phát triển.

Thứ năm, nên tham gia vào một tổ chức chung, có thể gọi là Ban điều hành du lịch MICE, gồm đại diện các khách sạn đủ điều kiện phục vụ MICE; các trung tâm hội nghị, triển lãm; trung tâm mua sắm, siêu thị; đơn vị vận chuyển... nhằm xây dựng cơ chế hợp tác, liên kết với nhau để thu hút khách du lịch MICE và phát triển thị trường du lịch MICE.

Thứ sáu, các đơn vị cung cấp dịch vụ nên chủ động đóng góp ý kiến, hỗ trợ kinh phí cho Sở du lịch để nhanh chóng xây dựng ra ban điều hành du lịch MICE. Từ đây, ban điều hành này có thể giúp các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ MICE quảng bá hình ảnh của mình ra thị trường quốc tế.

## VII. KẾT LUẬN

Trong bức tranh chung về phát triển du lịch MICE ở Việt Nam, TP. Hồ Chí Minh nổi lên như thị trường đầy tiềm năng trong việc thu hút và phát triển loại hình du lịch này. Tuy nhiên, việc phát triển Du lịch MICE tại TP. Hồ Chí Minh còn tồn đọng nhiều vấn đề cần được xem xét, tính toán và giải quyết. Từ việc tạo ra mối liên kết chặt chẽ giữa chính quyền và doanh nghiệp. TP. Hồ Chí Minh cũng cần phải xác định du lịch sẽ là ngành kinh tế mũi nhọn trong thời gian tới. Cho nên, TP. Hồ Chí Minh cần xây dựng chiến lược phát triển du lịch có tầm nhìn, tăng tính cạnh tranh với các nước trong khu vực.

## VIII. LỜI CẢM ƠN

Bài báo này là kết quả của Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Trường “*Phân tích thực trạng phát triển du lịch MICE tại TP. Hồ Chí Minh*”. Nhóm tác giả xin chân thành cảm ơn Trường ĐH Ngoại ngữ - Tin học TP. HCM đã tài trợ kinh phí để nhóm thực hiện nghiên cứu này (Mã số đề tài: H2022-04, hợp đồng số 02/HĐ-KHCN ngày 24/02/2023).

## IX. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Kamarudin, L. M., & Patwary, A. K., & Mahmud, S. R. A. (2020). Measuring perceived benefits and financial performance in MICE tourism: The mediating role of Web 2.0 adoption intention. *Hamdard Islamicus*, 43(2), 972-992.
- [2] Sanders, H. T. (2002). Convention myths and markets: a critical review of convention center feasibility studies. *Economic Development Quarterly*, Vol. 16 No. 3, pp. 195-210.
- [3] Yang & Li-Ting, G., & Zheng, G. (2012). Capacity optimization analysis for the MICE industry in Las Vegas. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- [4] Phùng Đức Vinh. (2008). *Nghiên cứu phát triển loại hình du lịch MICE tại tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu*. Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.
- [5] Nguyễn Đình Hòa (2009). *Du lịch MICE loại hình du lịch đầy triển vọng*. *Tạp chí du lịch Việt Nam*, số 9/2009.
- [6] Sở Giao thông thành phố Hồ Chí Minh. (2014). Quy hoạch phát triển giao thông Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Kiến Trúc*.
- [7] Yin, Y. L., & Kaushik, S., & Navdha, K. (2019). *Tăng cường ngành Vận tải hàng hóa đường bộ Việt Nam: Hướng đến giảm Chi phí Logistics và Phát thải khí nhà kính*. Publishing and Knowledge Division.
- [8] [8] Viết Long và Hồng Trâm. (2017). Đường sắt lạc hậu, vì sao?. <https://plo.vn/do-thi/giao-thong/duong-sat-lac-hau-vi-sao-714120.html>. (truy cập ngày 03/01/2022).
- [9] Grant Thornton Việt Nam. (2020). Tóm tắt báo cáo khảo sát ngành dịch vụ Khách sạn năm 2019. <https://www.grantthornton.com.vn/globalassets/1.-member-firms/vietnam/publications/hotel-survey-2019---executive-summary---vie---final.pdf> (truy cập ngày 12/01/2022)
- [10] Đào Loan. (2019). Địa phương nào xây dựng nhiều khách sạn cao cấp nhất. <https://thesaigontimes.vn/dia-phuong-nao-xay-nhieu-khach-san-cao-cap-nhat>. (Cập nhật ngày 12/01/2022).
- [11] Thái Doãn Hồng. (2022). Thực trạng và giải pháp phát triển nguồn nhân lực cho ngành Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Công Thương*.



- [12] Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh. (2021). Tài nguyên du lịch thành phố Hồ Chí Minh. <http://sodulich.hochiminhcity.gov.vn/Home/moduleId/564/ma/TNDL/key/3136/controller/HanhChinhDuKhach/action/HoatDongSDL>. (truy cập ngày 12/01/2022).
- [13] Trần Hoàng Nam, Phùng Tuấn Thành, Nguyễn Quang Huy, Trần Minh Cang. (2020). Thực trạng, tiềm năng và định hướng phát triển ngành Du lịch thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Công Thương*.
- [14] Trung tâm thông tin Du lịch. (2019). <https://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/28540>. (truy cập ngày 07/01/2022).

## MICE TOURISM DEVELOPMENT IN HO CHI MINH CITY: CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS

Pham Thi Thu Nga, Ma Xuan Vinh, Nguyen Cong Truong, Nguyen Minh Huong

**ABSTRACT**— MICE is a potential market when the revenue of this type brings a large difference with other types of tourism, so from the beginning, this type of tourism has received research attention from organizations and scientists around the world. In Vietnam, stemming from practical requirements, MICE tourism has been interested in research since 2003 and has continued to develop in the past 20 years. However, studies on MICE tourism in Vietnam in general and localities in particular, especially Ho Chi Minh City, are still small and fragmentary, not reflecting the development situation. Therefore, in this article, we conduct an analysis of the current situation of MICE tourism development in Ho Chi Minh City, thereby proposing solutions to develop this type of tourism in the future.



- Họ và tên: Phạm Thị Thu Nga  
 - Trình độ: TS. Lịch sử  
 - Đơn vị công tác: Khoa Du lịch - Khách sạn, Trường ĐH Ngoại ngữ - Tin học TP. Hồ Chí Minh.  
 - Hướng nghiên cứu: Lịch sử, văn hóa du lịch Việt Nam



- Họ và tên: Mã Xuân Vinh  
 - Trình độ: ThS. Du lịch  
 - Đơn vị công tác: Khoa Du lịch - Khách sạn, Trường ĐH Ngoại ngữ - Tin học TP. Hồ Chí Minh.  
 - Hướng nghiên cứu: Trách nhiệm xã hội, du lịch cộng đồng, du lịch bền vững và du lịch sinh thái  
 - Lĩnh vực nghiên cứu: Du lịch Lữ hành, Khách sạn



- Họ và tên: Nguyễn Công Trường  
 - Trình độ: ThS. Văn hóa học  
 - Đơn vị công tác: Khoa Du lịch - Khách sạn, Trường ĐH Ngoại ngữ - Tin học TP. Hồ Chí Minh.  
 - Hướng nghiên cứu: Du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng



- Họ và tên: Nguyễn Minh Hương  
 - Trình độ: ThS. Quản trị Kinh doanh  
 - Đơn vị công tác: Khoa Du lịch - Khách sạn, Trường ĐH Ngoại ngữ - Tin học TP. Hồ Chí Minh.  
 - Hướng nghiên cứu: Du lịch Tâm linh, Marketing du lịch.