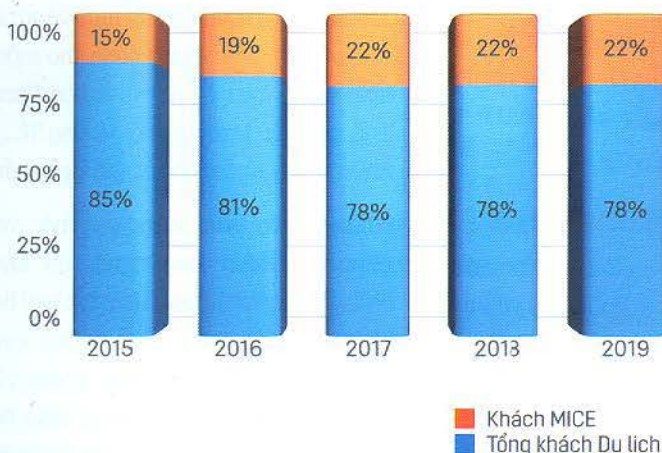


HƯỚNG TỚI MỤC TIÊU TÁI CẤU TRÚC SẢN PHẨM VÀ ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH ĐÀ NẴNG TRONG BỐI CẢNH VÀ TÌNH HÌNH MỚI SAU ĐẠI DỊCH COVID-19, TRUNG TÂM XÚC TIẾN DU LỊCH, SỞ DU LỊCH VÀ VIỆN ĐÀO TẠO & NGHIÊN CỨU DU LỊCH THUỘC ĐẠI HỌC DUY TÂN PHỐI HỢP NGHIÊN CỨU ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VÀ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE CHO ĐÀ NẴNG GIAI ĐOẠN 2021 - 2030. NGHIÊN CỨU THU THẬP DỮ LIỆU SƠ CẤP TỪ 2 NHÓM: NHÓM KHÁCH HÀNG MICE VÀ NHÓM CHUYÊN GIA NGHIÊN CỨU, CÁC NHÀ QUẢN LÝ DU LỊCH. TỔNG SỐ MẪU ĐƯỢC CHỌN THAM GIA KHẢO SÁT LÀ 273, TRONG ĐÓ KHÁCH HÀNG ĐÃ TỪNG THAM GIA DU LỊCH MICE TẠI ĐÀ NẴNG LÀ 211, CÁC CHUYÊN GIA ĐƯỢC KHẢO SÁT LÀ 61. NGHIÊN CỨU ĐÃ KHẢO SÁT, ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG VÀ VAI TRÒ CỦA DU LỊCH MICE TRONG CƠ CẤU DU LỊCH ĐÀ NẴNG, TỪ ĐÓ KIẾN NGHỊ VÀ ĐỀ XUẤT MỘT SỐ ĐỊNH HƯỚNG, GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH LOẠI HÌNH DU LỊCH MICE TẠI ĐÀ NẴNG TRONG THỜI GIAN TỚI.

Du lịch MICE tại Đà Nẵng giai đoạn 2015 - 2019

Đà Nẵng được xem là điểm đến hấp dẫn đối với khách du lịch MICE bởi đây là trung điểm của các di sản thế giới cổ đô Huế - phố cổ Hội An - Mỹ Sơn. Đà Nẵng còn có hệ thống cơ sở hạ tầng đồng bộ, hiện đại với các cảng biển, sân bay quốc tế lớn và là điểm cuối ra biển Đông của tuyến hành lang kinh tế Đông - Tây.

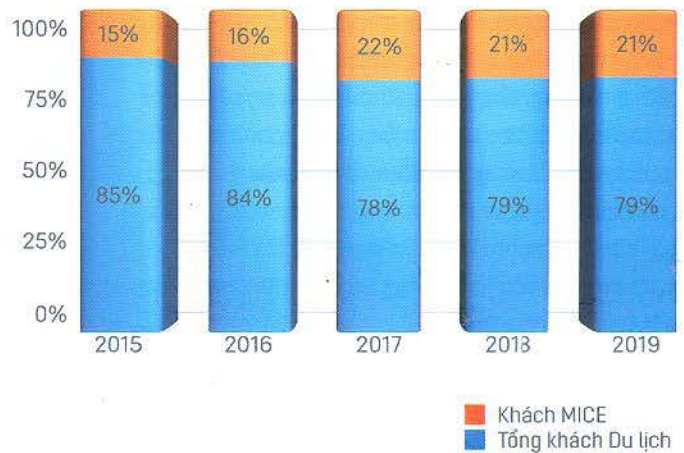
Kết quả tính toán, tổng hợp của nhóm nghiên cứu đã cho thấy sự gia tăng nhanh chóng của khách MICE giai đoạn 2015 - 2019 trung bình từ 17% đến gần 30% trong tổng cơ cấu khách du lịch đến Đà Nẵng hàng năm. Riêng năm 2017 là thời điểm ghi nhận tỉ trọng khách MICE cao nhất do Tuần lễ APEC 2017 được tổ chức thành công tại đây. (Hình 1)



ĐẨY MẠNH LOẠI HÌNH DU LỊCH MICE TẠI ĐÀ NẴNG

TS. VÕ HỮU HÒA*
TS. BÙI KIM LUẬN*

Khách du lịch MICE là nhóm khách có mức độ chi tiêu cao. Do vậy, tương ứng với lượng khách gia tăng thì nguồn thu từ khách MICE cũng tăng khá ấn tượng tại Đà Nẵng thời gian qua. (Hình 2).



Đánh giá của khách hàng về du lịch MICE Đà Nẵng

Theo khảo sát, chỉ số "Mức độ hài lòng" chung là chỉ số khái quát cho thấy cảm nhận chung của khách về môi trường và chất lượng dịch vụ du lịch MICE tại Đà Nẵng. Trong số mẫu được hỏi, 52.6% đánh giá ở mức hài lòng và 28.4% đánh giá rất hài lòng. Như vậy, đánh giá của khách du lịch MICE tại Đà Nẵng đã ở mức 81% hài lòng và rất hài lòng, điều này cho thấy khả năng phục vụ tốt cũng như tiềm năng tổng hợp của điểm đến MICE Đà Nẵng là rất lớn. Tuy nhiên, 19% khách du lịch MICE cho rằng mức độ hài lòng còn bình thường đòi hỏi Thành phố cần tiếp tục đầu tư, cải thiện các dịch vụ du lịch MICE trong thời gian tới khi xác định du lịch MICE là một hướng đi chiến lược.

Nhóm khách hàng nam giới chiếm ưu thế trong quy mô mẫu khách MICE tại Đà Nẵng. Thông số liên quan đến mục đích tham dự MICE cho thấy mục đích triển lãm đang ở vị trí thấp nhất. Điều này thể hiện năng lực của các trung tâm tổ chức triển lãm tại Đà Nẵng cũng như công tác quảng bá cho hoạt động du lịch MICE gắn với triển lãm còn hạn chế. Khía cạnh về nhóm tuổi khách hàng MICE cũng đặt ra nhiều vấn đề cần quan tâm trong chiến lược xây dựng sản phẩm đi kèm để đáp ứng nhu cầu các nhóm phân khúc khách hàng MICE theo độ tuổi.

Bài tuyên truyền thực hiện Nghị quyết 84/NQ-CP ngày 29/5/2020 của Chính phủ



Hình 3: Mức độ quan trọng của xây dựng cơ chế chính sách hỗ trợ các sự kiện MICE tại Đà Nẵng

Đánh giá của chuyên gia

Nhóm nghiên cứu đã làm việc và thu thập ý kiến tư vấn, đóng góp của 61 chuyên gia, quản lý, quản trị và nghiên cứu, giảng dạy về du lịch, dịch vụ. Trong các hạng mục liên quan đến chiến lược cụ thể, nhóm hạng mục Mức độ quan trọng của xây dựng cơ chế chính sách hỗ trợ các sự kiện MICE tại Đà Nẵng dành được sự quan tâm khi nhóm chuyên gia cho rằng đây là nhân tố rất quan trọng. Rõ ràng là chính sách phải đi trước mới có cơ sở cho các chiến lược khác được triển khai phía sau. (Hình 3). Có đến 43% ý kiến chuyên gia đánh giá ở mức “rất quan trọng” cho vấn đề Mức độ quan trọng của việc đầu tư, phát triển các sự kiện MICE tại Đà Nẵng, và tổng hợp mức độ quan trọng của vấn đề này của các chuyên gia ở mức 71%. Điều này cho thấy tính cấp thiết và mức độ quan trọng của đề án du lịch MICE tại Đà Nẵng thời gian tới từ góc nhìn của nhóm chuyên gia.

Đánh giá về vai trò của các website và trang thông tin về du lịch MICE tại Đà Nẵng, phần lớn các chuyên gia đều cho rằng đây là công cụ và là nền tảng quan trọng cho chiến lược phát triển du lịch MICE. Trong tổng mẫu được tham vấn, 41% chuyên gia đánh giá ở mức quan trọng và 37,7% đánh giá ở mức rất quan trọng. Các đơn vị quản lý, doanh nghiệp du lịch Đà Nẵng được đánh giá là có khả năng cao và khá tốt trong ứng dụng hệ thống thông tin trong quản lý và quảng bá hình ảnh, thương hiệu. Tuy nhiên ở góc độ du lịch MICE thì còn hạn chế và cần bổ sung thêm việc cập nhật, phát triển các nền tảng trong thời gian tới. Các chuyên gia cũng cho rằng Đà Nẵng cần có một trung tâm hỗ trợ thông tin du khách MICE chuyên biệt. Đây là một trong những nội dung cấp thiết khi 54,1% chuyên gia được tham vấn đều đánh giá rất quan trọng và 31,1% chuyên gia đánh giá quan trọng.

Định hướng chiến lược và giải pháp phát triển du lịch MICE tại Đà Nẵng giai đoạn 2021 - 2025, định hướng 2030

Triển khai các nghiên cứu đánh giá chuyên sâu về nhu cầu (quốc tế và trong nước), xu hướng dịch chuyển ngành công nghiệp du lịch MICE trong khu vực (ASEAN), trong nước, đánh giá kinh nghiệm phát triển, thu hút du lịch MICE của các trung tâm du lịch MICE quốc tế... để có cơ sở tái

cấu trúc ngành Du lịch Đà Nẵng và đưa du lịch MICE trở thành trọng tâm trong chiến lược phát triển du lịch Đà Nẵng.

Đánh giá thực trạng cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch MICE, trên cơ sở đánh giá nhu cầu, khả năng phát triển du lịch MICE để có kế hoạch đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng chuyên phục vụ du lịch MICE (Trung tâm hội nghị quốc tế, trung tâm triển lãm quốc tế, trung tâm dữ liệu, trung tâm quản lý dữ liệu...)

Đánh giá và xây dựng, phát triển hệ thống sản phẩm, dịch vụ du lịch có yếu tố đặc thù dựa trên tài nguyên du lịch, các sản phẩm, dịch vụ du lịch chất lượng cao có định hướng gắn với khách du lịch MICE.

Đẩy mạnh công tác quảng bá, truyền thông, xúc tiến du lịch MICE nhằm tăng khả năng cạnh tranh điểm đến du lịch MICE trên bản đồ hệ thống điểm đến du lịch MICE trong khu vực và trên thế giới.

Hoàn thiện hệ sinh thái du lịch MICE trên cơ sở liên kết phát triển các ngành kinh tế trọng điểm của Đà Nẵng như logistic, công nghiệp công nghệ cao, du lịch, giáo dục và y tế chất lượng cao. Thành lập và liên kết các công ty dịch vụ chuyên du lịch MICE, định hướng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ phát triển du lịch MICE.

Thành lập và phát triển trung tâm hỗ trợ, quản lý du lịch MICE; nâng cấp, đầu tư phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng đặc thù phục vụ du lịch MICE; lựa chọn phát triển các khu du lịch, trung tâm du lịch chuyên biệt mang đặc trưng của điểm đến MICE cho Đà Nẵng nhằm tạo điểm nhấn, thương hiệu cho du lịch MICE Đà Nẵng.

Để phát triển du lịch MICE mạnh mẽ và bền vững, Đà Nẵng cần trở thành một trung tâm kinh tế mạnh trên nhiều lĩnh vực nhằm tạo ra môi trường và sức hút cho các đầu tư, nhà quản lý kinh tế trong và ngoài nước. Từ đó tạo ra môi trường để các công ty, đơn vị trong và ngoài nước chọn Đà Nẵng triển khai các hoạt động liên quan đến du lịch MICE; khuyến khích và hỗ trợ thành lập các công ty cung cấp các dịch vụ chuyên về du lịch MICE; kết nối các đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch MICE để đảm bảo thống nhất trong cung cấp chất lượng dịch vụ, hỗ trợ liên kết phát triển du lịch MICE tại Đà Nẵng.

Với khách du lịch MICE, giá cả không quan trọng bằng chất lượng dịch vụ và sự sáng tạo của người cung cấp dịch vụ. Do đó yêu cầu đặt ra là nguồn nhân lực làm du lịch MICE phải đạt tiêu chuẩn quốc tế. Để làm được điều này, yêu cầu đặt ra là cần liên kết các đơn vị đào tạo và triển khai các định hướng đào tạo nhân lực chất lượng cao gắn với định hướng du lịch MICE tại thị trường du lịch Đà Nẵng.■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Thái Sơn và Hà Nam Khánh Gioa. (2018). Phát triển du lịch MICE tại Đà Lạt - Kiểm định từ hướng cung. *Tạp chí Công Thương*, tháng 1 - 2018, trang 327 - 332.
2. Nguyễn Chí Tranh. (2014). Đề phát triển du lịch MICE ở Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 25: 46-48.
3. Sở Văn hóa - Thể Thao - Du Lịch, Chương trình phát triển du lịch TP. Đà Nẵng 2011 - 2015.
4. Aceda, F.J., Barrasa, C., Galan, J.L. (2006). The resource-based theory: dissemination and main trends. *Strategic Management Journal*, 27:621-636...

* Viện đào tạo & nghiên cứu du lịch - DTU