

# MICE TOURISM IN THANH HOA: POTENTIAL, CURRENT SITUATION AND DEVELOPMENT ORIENTATION

Vu Van Tuyen

Thanh Hoa University of Culture, Sports and Tourism

Email: [vuvantuyen@dvttd.edu.vn](mailto:vuvantuyen@dvttd.edu.vn)

Received: 28/11/2024; Reviewed: 06/12/2024; Revised: 13/12/2024; Accepted: 03/01/2025; Released: 28/02/2025

DOI: <https://doi.org/10.54163/ncdt/394>

Thanh Hoa, with its favorable geographical location, is considered a locality with great potential for tourism development in general and MICE tourism in particular, where many famous landscapes, historical and cultural relics converge, at the same time, has technical facilities and infrastructure that meet the requirements of the domestic and foreign MICE tourism service industry. In particular, in the Thanh Hoa Tourism Development Strategy to 2025, with a vision to 2030, the province has identified the goal of developing tourism into a spearhead economic sector. In recent years, from the province's outstanding investment attraction policies, many infrastructure projects, high-class entertainment and resort areas and large-scale conference centers have been developed to meet the needs of tourists participating in this type of tourism. However, MICE tourism in Thanh Hoa has not yet had a worthy position in the province's tourism product system. Therefore, this research will focus on assessing the potential and current status of MICE tourism development in Thanh Hoa province in the past time as a basis for proposing tasks and solutions to develop this potential type of tourism in the coming time.

**Keywords:** *MICE tourism; Thanh Hoa tourism; Thanh Hoa tourism potential; Thanh Hoa MICE tourism.*

## 1. Đặt vấn đề

Xuất hiện tại Việt Nam trong khoảng hai thập kỷ trở lại đây, du lịch MICE được đánh giá là loại hình du lịch hiện đại, năng động và mang lại hiệu quả kinh tế cao. Thời gian qua, loại hình du lịch MICE đang phát triển sôi động ở các trung tâm du lịch lớn của cả nước như: thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Quảng Ninh...

Với vị trí địa lý thuận lợi, nằm ở cửa ngõ của khu vực miền Trung và Bắc Bộ, cách thủ đô Hà Nội khoảng 150km, Thanh Hoá có thể dễ dàng tiếp cận nguồn khách từ các khu vực kinh tế trọng điểm trong khu vực và quốc gia bằng cả đường bộ, đường biển, đường hàng không và đường sắt. Những năm gần đây, Thanh Hoá đã và đang được đầu tư mạnh mẽ trên tất cả các lĩnh vực để có thể phát huy các thế mạnh của mình, trong đó có du lịch. Bên cạnh nguồn tài nguyên du lịch phong phú, hấp dẫn; hệ thống cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật được đầu tư xây dựng và nhanh chóng hoàn thiện đi vào hoạt động phục vụ lượng khách du lịch đến với Thanh Hoá ngày càng tăng, nhất là khách quốc tế.

Mục tiêu của Thanh Hoá là đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phấn đấu là một trong những trung tâm du lịch của cả nước. Năm 2025, Thanh Hoá phấn đấu đón 16 triệu lượt khách trở lên, trong đó, khách quốc tế đạt 850.000 lượt khách trở lên (Tinh uỷ Thanh Hoá, 2021). Để có thể đạt được mục tiêu trên, du lịch Thanh Hoá cần triển khai đồng bộ nhiều biện pháp, trong đó có thúc đẩy

phát triển dòng sản phẩm du lịch MICE. Nội dung nghiên cứu này sẽ tập trung đánh giá tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch MICE trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá thời gian qua làm cơ sở cho đề xuất các nhiệm vụ, giải pháp phát triển loại hình du lịch nhiều tiềm năng này trong thời gian tới.

## 2. Tổng quan nghiên cứu

Trong nhiều năm trở lại đây, khi tiến hành nghiên cứu về sự phát triển du lịch nói chung, phát triển du lịch MICE nói riêng đã được nhiều tác giả đề cập qua nhiều công trình nghiên cứu khoa học được công bố ở trong nước và ngoài nước, như: các giáo trình, luận án tiến sĩ, bài báo khoa học, đề tài, dự án, nghị quyết, quy hoạch,...

Là địa phương có vị trí đặc biệt trong chiến lược phát triển kinh tế Nam Thanh - Bắc Nghệ, có khoảng cách không xa so với các trọng điểm du lịch phía Bắc và Trung Bộ, với nguồn tài nguyên du lịch phong phú, Thanh Hoá không chỉ thu hút khách du lịch trong và ngoài nước mà còn có sức hấp dẫn đối với các nhà đầu tư, các nhà khoa học nghiên cứu về du lịch. Đã có rất nhiều bài báo, báo cáo khoa học, các đề tài nghiên cứu về du lịch Thanh Hoá ở các khía cạnh khác nhau: Tiềm năng, thực trạng phát triển du lịch của tỉnh; nghiên cứu các loại hình, sản phẩm du lịch mới;...

Ngoài ra, cũng có rất nhiều bài báo, các nghiên cứu tìm hiểu về loại hình du lịch MICE, tiềm năng và thực trạng phát triển loại hình du lịch này ở một số các tỉnh có ngành du lịch phát triển như: *Thực*

trạng và định hướng phát triển du lịch công vụ ở Thừa Thiên Huế (Câm, 2009, tr.37-46); Các nhân tố tác động đến sự phát triển du lịch MICE tại thành phố Đà Lạt (Giao & cộng sự, 2014, tr.91-110);...

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Để đánh giá tiềm năng, thực trạng khai thác du lịch MICE Thanh Hoá, tác giả sử dụng các phương pháp chính, bao gồm: (1) Nghiên cứu dữ liệu thứ cấp từ các báo cáo chuyên ngành và các công trình nghiên cứu trước có liên quan đã được công bố làm cơ sở cho những phân tích, đánh giá về tiềm năng phát triển du lịch MICE trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá; (2) Phỏng vấn sâu quản lý kinh doanh hoặc giám đốc điều hành các cơ sở lưu trú từ 3-5 sao trên địa bàn tỉnh bằng bảng hỏi được thiết kế trên công cụ googledocs để tiến hành khảo sát trực tuyến, qua đó tìm hiểu thực trạng kinh doanh du lịch MICE và thị trường khách du lịch MICE đến Thanh Hoá; phần mềm SPSS phiên bản 22.0 được sử dụng để phân tích các dữ liệu thu thập được từ kết quả khảo sát 43 cơ sở lưu trú được thăm định, xếp hạng từ 3-5 sao (bao gồm 3 khách sạn 5 sao, 7 khách sạn 4 sao, 31 khách sạn 3 sao) và 4 cơ sở tổ chức sự kiện trên địa bàn tỉnh; (3) Phương pháp phân tích TOWS để xác định điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của du lịch MICE Thanh Hoá; từ đó có cơ sở đề xuất định hướng, giải pháp phát triển du lịch MICE trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá trong thời gian tới.

### 4. Kết quả nghiên cứu

#### 4.1 Khái quát tiềm năng phát triển du lịch MICE tại Thanh Hoá

Nằm ở cửa ngõ của khu vực miền Trung và Bắc Bộ, Thanh Hoá có hệ thống giao thông đồng bộ, là những nhân tố thuận lợi trong hành trình khám phá Thanh Hoá và kết nối du lịch với các tỉnh Đông bằng sông Hồng, Tây Bắc, Bắc Trung Bộ và Nam Bộ. Thanh Hoá cũng được biết đến như là “Việt Nam thu nhỏ”, là địa phương sở hữu nguồn tài nguyên du lịch phong phú, đặc sắc, có giá trị quốc gia và quốc tế. Hiện nay, Thanh Hoá đang phát triển 03 dòng sản phẩm du lịch thể mạnh của tỉnh, bao gồm du lịch biển, du lịch sinh thái - cộng đồng, du lịch văn hoá - tâm linh.

Thanh Hoá cũng có lợi thế về việc phát triển các dịch vụ khách sạn và trung tâm hội nghị. Tính đến hết năm 2023, toàn tỉnh có gần 1.300 cơ sở lưu trú các loại với khoảng 47.300 phòng (số lượng cơ sở lưu trú được xếp hạng 1-5 sao là 193 khách sạn với 39.866 phòng, chiếm 14,8% tổng số cơ sở lưu trú toàn tỉnh; trong đó có 36 khách sạn 3 sao với 5.140 phòng, phân bố chủ yếu trên địa bàn thành phố Thanh Hoá, khu du lịch biển Hải Tiến, Sầm Sơn và thị xã Nghi Sơn. Chất lượng cơ sở lưu trú du lịch ngày càng được nâng cao, nhiều cơ sở lưu trú du lịch đã nỗ lực để cải thiện cơ sở vật chất kỹ thuật và chất lượng phục vụ góp phần phục vụ thành công nhiều sự kiện quan trọng của tỉnh.

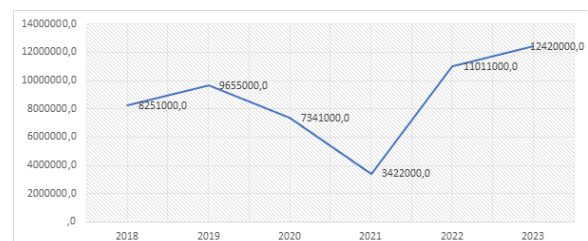
#### 4.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh du lịch

### MICE của tỉnh Thanh Hoá

#### \* Về số lượng khách và doanh thu

Trong những năm gần đây, du lịch MICE đang ngày càng được quan tâm phát triển tại Thanh Hoá, đặc biệt tại thành phố Thanh Hoá và thành phố Sầm Sơn. Du khách đã và đang tìm đến Thanh Hoá như là một điểm đến mới với sự kết hợp lý tưởng giữa công vụ với những cơ hội nghỉ dưỡng, giải trí.

Hình 1 dưới đây cho thấy du lịch Thanh Hoá có những bước phát triển vượt bậc, đặc biệt sau đại dịch Covid-19 với số lượng khách luôn thuộc nhóm 1 trong 5 địa phương thu hút, hấp dẫn được nhiều du khách nhất cả nước. Giai đoạn 2016-2020, toàn tỉnh đón được 42.383.000 lượt khách, gấp 2 lần giai đoạn 2011-2015 (trong đó, khách quốc tế là 1.274.250 lượt khách, gấp 3,1 lần giai đoạn 2011-2015); tổng thu du lịch giai đoạn 2016-2020 đạt 59.929 tỷ đồng, gấp 3,6 lần so với giai đoạn 2011-2015, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 31,7%/năm (Ban Cán sự UBND tỉnh Thanh Hóa, 2020). Sau đại dịch Covid-19, chỉ tính riêng năm 2023, cả tỉnh ước đạt 12.420.000 lượt khách, tăng 12,5% so với năm 2022, đạt 103,5 % kế hoạch năm 2023 (trong đó khách du lịch quốc tế ước đạt 615.200 lượt khách, tăng gấp 2,4 lần so với năm 2022, đạt 100% kế hoạch 2023); tổng thu du lịch ước đạt 24.500 tỷ đồng, tăng 22,1% so với năm 2022, đạt 101,2% kế hoạch năm 2023 (trong đó tổng thu từ khách du lịch quốc tế ước đạt 257.430.000 USD, tăng gấp 3,6 lần so với năm 2022, đạt 109,2% kế hoạch năm 2023). Trong số lượng khách nêu trên, loại hình MICE đóng góp khoảng 20% vào doanh thu du lịch cho địa bàn tỉnh Thanh Hoá, tạo công ăn việc làm cho hàng ngàn lao động địa phương.



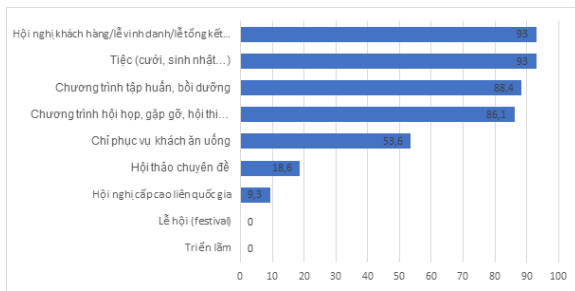
**Hình 1.** Lượng khách du lịch đến Thanh Hoá giai đoạn 2018-2023 (ĐVT: Lượt khách)

Nguồn. Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch, 2023

Sự phát triển của ngành dịch vụ du lịch đã góp phần tích cực quảng bá thể mạnh của du lịch Thanh Hoá; thu hút được các dự án đầu tư, phát triển du lịch, đặc biệt là các dự án có quy mô lớn, hướng tới thu hút được thị trường khách trung và cao cấp, khách du lịch MICE trong tương lai.

#### \* Về loại sự kiện

Đối với các trung tâm tổ chức sự kiện, mỗi năm mỗi trung tâm tổ chức trên 100 sự kiện, chủ yếu là các chương trình tiệc (cưới, sinh nhật), hội nghị khách hàng, chương trình giao lưu, gặp gỡ.



**Hình 2.** Tỷ lệ các cơ sở dịch vụ tổ chức các sự kiện du lịch MICE

*Nguồn.* Khảo sát trực tiếp của nhóm nghiên cứu tháng 11/2023

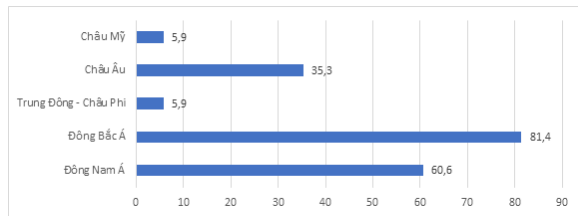
Đối với các khách sạn, khách sạn nghỉ dưỡng: Chiếm tỷ lệ cao nhất là khách du lịch tham gia 2 loại sự kiện liên quan đến hội nghị khách hàng, lễ khai mạc, lễ tổng kết, lễ vinh danh và liên quan đến các loại tiệc (cưới, sinh nhật, chương trình Gala) với 93% các khách sạn tổ chức; tiếp đến là các chương trình tập huấn, bồi dưỡng (88,4%), chương trình hội họp, gặp gỡ, giao lưu, hội thi (86,1%). Số lượng hội nghị cao cấp với đại biểu đến từ nhiều quốc gia khác nhau chỉ mới có 4 khách sạn tổ chức thời gian qua (FLC Sầm Sơn, Melia Vinpearl, Mường Thanh, Central), chiếm một tỉ lệ khá khiêm tốn với 9,3%. Tỷ lệ các hội thảo chuyên đề, hội nghị khoa học, đại hội đang khá thấp với chỉ có 18,6% đơn vị tổ chức. Các sự kiện như lễ hội/festival, triển lãm gần như chưa có. Như vậy, so với các địa phương trong nước và nước ngoài, du lịch MICE tại Thanh Hoá đang diễn ra ở mức khá đơn giản gắn liền với các sự kiện văn hoá, thể thao và du lịch, các tiệc cưới hỏi, sinh nhật...; trong khi đó, những sự kiện tầm cỡ quốc tế với quy mô lớn từ vài trăm đến hàng nghìn đại biểu gần như rất khiêm tốn.

*\* Về thị trường khách MICE đến Thanh Hoá*

Kết quả khảo sát tại 43 cơ sở lưu trú từ 3-5 sao trên địa bàn tỉnh cho thấy, đa số khách MICE tại Thanh Hoá là khách nội địa thuộc (chiếm 80-85%) đến từ các tỉnh, thành khu vực đồng bằng Sông Hồng và trung du miền núi phía Bắc như Hà Nội, Ninh Bình, Bắc Ninh, Vĩnh Phúc, Hoà Bình, Phú Thọ, Thái Nguyên...; trong đó, khách hàng là các doanh nghiệp lữ hành đặt dịch vụ chiếm tỷ lệ cao nhất với 46,7%; tiếp đến là các cơ quan quản lý nhà nước các cấp với 23,8%, các doanh nghiệp tư nhân với 15,3%; còn lại là các đối tượng khách hàng khác.

Đối với thị trường khách quốc tế: Lượng khách Quốc tế chiếm tỷ lệ khá thấp, chủ yếu là khách của các khách sạn 5 sao (FLC Sầm Sơn, Central, Melia Vinpearl) và khách sạn 3-4 sao trên địa bàn thành phố Thanh Hoá như (Mường Thanh Grand, Sao Mai, Thiên Ý, Palm, Đại Việt). Nhìn chung, khách MICE đến Thanh Hoá chủ yếu từ khu vực Đông Bắc Á và Đông Nam Á với các quốc gia chiếm số

lượng khách cao như Trung Quốc, Lào, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Thái Lan, Pháp, Italia, Ấn Độ và một số nước khu vực Trung Đông như Iran, UAE, Kuwait, Qatar... 35/43 khách sạn cho biết họ đón được khách du lịch MICE chủ yếu đến từ thị trường Đông Bắc Á, đây cũng là thị trường chiếm tỷ lệ cao nhất với 81,4%; 60.6% và 35.3% là tỷ lệ các khách sạn đón được khách tham dự các sự kiện MICE từ thị trường Đông Nam Á và châu Âu. Tuy nhiên, khách hàng tham gia các sự kiện MICE trên chủ yếu được các tổ chức, doanh nghiệp trong nước mời đến tham dự; chưa có khách quốc tế đặt dịch vụ MICE trực tiếp với các cơ sở dịch vụ trong tỉnh.



**Hình 3.** Tỷ lệ thị trường khách MICE quốc tế của các cơ sở dịch vụ du lịch

*Nguồn.* Khảo sát trực tiếp của nhóm nghiên cứu tháng 11/2023

*\* Về thời điểm kinh doanh*

Nhìn chung, thời điểm kinh doanh dịch vụ MICE trên địa bàn tỉnh sôi động nhất vào Quý III và IV hàng năm, tuy nhiên, những năm gần đây có thêm các Hội nghị, hội thảo và chương trình tập huấn do các cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp tổ chức từ tháng 3 dương lịch. Như vậy, có thể khẳng định, du lịch MICE là sản phẩm phù hợp tại mọi thời điểm trong năm.

*\* Các hoạt động xúc tiến quảng cáo, các hoạt động liên kết phát triển du lịch MICE*

Nhằm thu hút khách du lịch MICE, các khu, điểm du lịch và các cơ sở dịch vụ du lịch đã triển khai nhiều hoạt động xúc tiến, quảng bá và liên kết phát triển du lịch.

Ban quản lý di tích lịch sử Lam Kinh và di sản văn hoá thế giới Thành Nhà Hồ đã có chính sách giảm giá vé 100% đối với các đoàn Famtrip, Prestrip; từ 50-70% đối với các đoàn khách du lịch MICE.

Các trung tâm tổ chức sự kiện ban hành chính sách giảm giá 20-30% cho các đoàn khách MICE, miễn phí hoặc giảm giá thuê màn hình LED, tặng MC cho các chương trình tiệc cưới, tiệc sinh nhật...

Các khách sạn 3 sao trở lên thường đưa ra các chính sách khuyến mãi rất hấp dẫn như: Giảm 10-20% giá phòng và các dịch vụ khác đối với các booking phòng từ 2 đêm trở lên; thực hiện chính sách khuyến mãi theo mùa và theo thị trường khách; chính sách thanh toán, nâng hạng phòng, chuyên nhượng, thay đổi địa điểm booking đối với các khách sạn kinh doanh theo chuỗi cũng được linh động để tạo điều kiện tối đa cho khách có

chuyến nghỉ dưỡng tuyệt vời nhất; giảm giá hoặc miễn phí phòng họp (tùy số lượng khách); tặng các dịch vụ bổ trợ như MC, nhóm nhảy trong chương trình văn nghệ chào mừng tại các sự kiện MICE, hỗ trợ giảm giá lên tới 80% các chương trình Gala... Riêng quần thể khu nghỉ dưỡng FLC Sầm Sơn còn có thêm một số sự kiện hấp dẫn khác nhằm thu hút dòng khách MICE như: đại tiệc âm nhạc với chủ đề “Big Game for Big Boss” 2018, giải Bamboo Airways Spring Golf Tournament thường niên quy tụ hơn 1000 golfers tham dự mỗi năm, Lễ hội hoa - FLC Sầm Sơn năm 2021 với chủ đề “Vũ khúc biển và hoa”, Giải FLC Golf Links Sầm Sơn, lễ hội đếm ngược (countdown) mỗi dịp Tết Dương lịch...

### **4.3. Vấn đề đặt ra trong việc phát triển du lịch MICE của tỉnh Thanh Hóa**

Bên cạnh những thành quả đã đạt được, một sự thật phải được nhìn nhận lại rằng, du lịch Thanh Hóa mới chỉ dừng lại ở việc khai thác tập trung phát triển chủ yếu ở thành phố Sầm Sơn, đang “dựa dẫm” nhiều vào sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, chính vì thế mà sản phẩm du lịch dành cho du khách MICE vẫn còn khá đơn điệu, thiếu màu sắc đa dạng. Hiện nay, một số các khu nghỉ dưỡng cao cấp, nhà hàng sang trọng, khu vui chơi giải trí, phòng hội thảo lớn với trang thiết bị hiện đại, cùng những dịch vụ bổ sung chất lượng cao... phục vụ khách du lịch MICE chủ yếu được đầu tư, khai thác ở thành phố Sầm Sơn và thành phố Thanh Hóa. Đặc biệt, Thanh Hóa vẫn đang thiếu các khách sạn, trung tâm hội nghị có quy mô lớn đáp ứng đầy đủ các điều kiện về cơ sở vật chất, hệ thống kỹ thuật và dịch vụ đảm bảo tính chuyên nghiệp, đồng bộ để có đủ khả năng tổ chức các hội nghị, hội thảo tầm cỡ quốc tế hoặc liên vùng với số lượng lớn lên tới vài nghìn người.

Một vấn đề nữa liên quan đến chất lượng dịch vụ dành cho du khách MICE đó là chất lượng nguồn nhân lực. Như phân tích ở trên, nguồn nhân lực ở tỉnh đã có nhiều chuyên viên tích cực hơn trong thời gian vừa qua. Tuy nhiên, nguồn nhân lực du lịch của tỉnh vẫn còn nhiều hạn chế, vấn đề thiếu nguồn lao động chất lượng cao, đặc biệt là lao động quản lý, lao động có khả năng giao tiếp tốt với khách bằng ngoại ngữ là một khó khăn lớn. Tính mùa vụ trong hoạt động kinh doanh du lịch cũng dẫn đến việc các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, nhà hàng, cơ sở lưu trú và các dịch vụ bổ sung khác gặp khó khăn trong công tác tuyển dụng và đào tạo nhân lực. Số lượng lao động thời vụ cần rất nhiều vào mùa cao điểm hay những thời điểm cần tiếp đón những đoàn khách MICE với số lượng lớn, xong tới mùa thấp điểm thì lại không cần tới. Chính vì thế doanh nghiệp hầu như không chú trọng vào công tác đào tạo cho bộ phận này, trong khi đó, lao động thời vụ chủ yếu là những người thiếu trình độ, kỹ năng chuyên môn, lại có nhiều cơ hội tiếp xúc trực tiếp với khách hàng. Điều này gây ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng sản phẩm du lịch nói chung và sản phẩm cho khách du lịch MICE nói riêng.

Mặt khác, hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch đạt hiệu quả chưa cao; hình ảnh du lịch nói chung và du lịch MICE nói riêng tại Thanh Hóa chưa phổ biến đối với du khách trong và ngoài nước.

### **4.4. Định hướng phát triển du lịch MICE tại Thanh Hóa**

*Một là, tập trung đầu tư, xây dựng phát triển thành phố Thanh Hóa trở thành trung tâm du lịch MICE của tỉnh và khu vực Bắc Trung Bộ*

Với lợi thế là trung tâm kinh tế, văn hoá, chính trị của cả tỉnh; lại là nơi tập trung nhiều khách sạn có quy mô từ 3-5 sao, nhiều trung tâm tổ chức sự kiện, trung tâm mua sắm; từ trung tâm thành phố đến các đầu mối giao thông như ga Thanh Hoá, các bến xe khách, đường cao tốc Bắc Nam, sân bay Thọ Xuân và các diêm tham quan nổi tiếng trên địa bàn tỉnh có bán kính khá gần (từ 5-50km)... Đây là những điều kiện hết sức thuận lợi để thành phố Thanh Hoá có thể tận dụng lợi thế cạnh tranh về vị trí địa lý, về tiềm năng du lịch, về giá cả dịch vụ để trở thành trung tâm tổ chức du lịch MICE của tỉnh và của khu vực. Để có thể tổ chức được những sự kiện lớn hàng trăm đến hàng ngàn người, thành phố Thanh Hoá cần có cơ sở hạ tầng đồng bộ cùng hệ thống cơ sở dịch vụ đảm bảo sức chứa với những điều kiện về cơ sở vật chất hiện đại, thực đẩy hiệu quả của việc truyền thông trong phát triển du lịch MICE.

Bên cạnh đó, thành phố cần xây dựng chính sách mời gọi đầu tư hoàn thiện cơ sở hạ tầng lưu trú theo các tiêu chuẩn quốc tế, thường xuyên đánh giá, xếp loại các cơ sở lưu trú, quảng bá tiềm lực lưu trú và các dịch vụ phụ trợ. Việc đầu tư xây dựng một trung tâm hội nghị (là một khu phức hợp gồm hội trường, nhà hàng, nơi vui chơi giải trí và tổ chức sự kiện,...) phục vụ một sự kiện MICE đòi hỏi vốn rất lớn. Đồng thời, chính quyền thành phố cần nghiên cứu đưa ra danh mục đầu tư xây dựng các trung tâm hội nghị quốc tế và các trung tâm mua sắm hiện đại. Những trung tâm này nên được trang bị đầy đủ cơ sở hạ tầng, bao gồm hệ thống âm thanh, ánh sáng, mạng internet, và các dịch vụ hỗ trợ khác; khách sạn và cơ sở lưu trú phải đảm bảo có chất lượng cao để đáp ứng nhu cầu của đoàn khách tham dự các sự kiện MICE.

Cùng với đó, thành phố cũng cần phát huy hơn nữa hiệu quả vai trò tổ chức hội nghị, hội thảo, triển lãm của các công trình hiện có như Trung tâm Hội nghị 25B, Trung tâm Triển lãm - Hội chợ - Quảng cáo...

*Hai là, xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển du lịch MICE*

Cần có chính sách hỗ trợ các công ty sự kiện, các doanh nghiệp du lịch lữ hành trong việc chào đón các hoạt động của các đoàn khách MICE tại Thanh Hóa. Tỉnh có thể ký các hoạt động ghi nhớ hợp tác với các công ty có đoàn MICE đến với Thanh Hóa, từ đó giới thiệu, quảng bá hình ảnh các công ty này

trên các nền tảng thông tin: trên các website du lịch, các công thông tin điện tử của các ban ngành tỉnh.

Căn cứ vào đặc điểm, số lượng... của từng đoàn khách MICE từ đó Thanh Hóa cần có những ưu đãi, hỗ trợ phù hợp: di chuyên, tổ chức hội nghị, hội thảo, triển lãm thương mại,...

*Ba là, đẩy mạnh liên kết phát triển du lịch MICE, nêu cao vai trò của Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch; Hiệp hội Du lịch và các doanh nghiệp du lịch*

Hơn bao giờ hết, vai trò của các đơn vị lữ hành, nhà cung ứng dịch vụ cần liên kết sâu hơn để tạo thành hệ sinh thái dịch vụ MICE rộng khắp với chuỗi các giá trị, từ đó hình thành nên các hành trình riêng biệt, trong đó đáp ứng đầy đủ các dịch vụ, nhu cầu về du lịch. Cần có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch MICE và thu hút được khách du lịch MICE đến với Thanh Hoá. Tăng cường hơn nữa sự liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch chuyên sản phẩm du lịch MICE trong và ngoài tỉnh nhằm trao đổi kinh nghiệm và các nguồn lực phát triển du lịch MICE; sự liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với cơ quan quản lý nhà nước thông qua các chương trình nghiên cứu và phát triển nhằm đổi mới sáng tạo, xây dựng, phát triển thương hiệu du lịch MICE Thanh Hoá.

*Bốn là, đa dạng hoá sản phẩm, dịch vụ du lịch, đặc biệt là các dịch vụ bổ trợ như mua sắm, tham quan, vui chơi giải trí*

Muốn thu hút và giữ chân du khách, còn khá nhiều việc du lịch Thanh Hoá cần triển khai thực hiện trong thời gian tới. Đầu tiên là tiếp tục phát triển, hoàn thiện các sản phẩm du lịch đặc thù, mang tính chất thể mạnh của tỉnh là du lịch biển, du lịch văn hoá tâm linh, du lịch sinh thái cộng đồng. Thứ hai là nghiên cứu chính sách thu hút đầu tư, xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù, có khả năng cạnh tranh cao, đáp ứng nhu cầu của đối tượng khách du lịch trung và cao cấp như đầu tư xây dựng thêm các điểm vui chơi giải trí, dịch vụ chăm sóc sức khoẻ, trung tâm mua sắm, phát triển kinh tế ban đêm... Thứ ba là kết hợp tổ chức sự kiện văn hoá - du lịch, thể thao - du lịch nhằm tạo không khí sôi động cho các điểm du lịch suốt bốn mùa nhờ phát huy tối đa lợi thế tiềm năng du lịch và cơ sở vật chất, kỹ thuật hiện có... Ngoài ra, thực tế tình hình đầu tư phát triển kinh tế tại các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh cho thấy, khách du lịch, đặc biệt là dòng khách chuyên gia, thương nhân đến từ các quốc gia khu vực Đông Bắc Á và Trung Đông được đánh giá là rất tiềm năng đối với Thanh Hoá. Các sản phẩm du lịch cần được đầu tư nghiên cứu phát triển đảm bảo thân thiện, hấp dẫn, đáp ứng nhu cầu khá đặc thù của các đối tượng khách du lịch này trên cơ sở khảo sát, đánh giá nhu cầu của các thị trường khách du lịch MICE đến Thanh Hoá.

*Năm là, quan tâm, đầu tư xây dựng hình ảnh điểm đến và công tác xúc tiến, quảng bá du lịch*

## *MICE Thanh Hoá*

Việc định vị hình ảnh du lịch Thanh Hoá, sản phẩm du lịch đặc thù của Thanh Hoá đóng vai trò quan trọng để thu hút du khách trong và ngoài nước. Một điểm đến du lịch Thanh Hoá hiện đại, văn minh, thân thiện gắn liền với hệ thống tài nguyên du lịch hấp dẫn và những lợi thế cạnh tranh sẽ là yếu tố then chốt quyết định sự lựa chọn điểm đến của du khách. Bên cạnh đó, việc xúc tiến, quảng bá cần được đầu tư thường xuyên, liên tục đến các thị trường khách hàng mục tiêu của tỉnh và hướng tới mở rộng ra các thị trường tiềm năng khu vực phía Nam và một số thị trường đối tác quốc tế như Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, UAE, Qatar... Trong bối cảnh hiện nay, sử dụng chính xác các kênh truyền thông, tiếp thị và hệ thống mạng xã hội phù hợp với từng phân khúc thị trường và từng thị trường sẽ là yếu tố quan trọng để tiếp cận chính xác và nhanh tới khách hàng mục tiêu được lựa chọn.

*Sáu là, tiếp tục đầu tư bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch MICE*

Nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch MICE cần có những tiêu chuẩn nhất định phù hợp với nhiều vị trí công việc, từ đội ngũ nhân viên tác nghiệp, giao tiếp trực tiếp với khách hàng như lễ tân, MC, hướng dẫn viên đến bộ phận kỹ thuật, hậu cần... Mỗi bộ phận là một mắt xích quan trọng giúp cho sự kiện được hoàn thiện; do đó, tất cả đều phải được đào tạo và thường xuyên tái đào tạo nhằm xây dựng đội ngũ chuyên nghiệp, trách nhiệm. Một số nội dung tập huấn, bồi dưỡng nâng cao chất lượng và thu hút nhân lực phục vụ du lịch MICE cần được triển khai như:

(1) Nâng cao nhận thức và bồi dưỡng kiến thức về du lịch MICE và các tiêu chuẩn du lịch MICE cho cán bộ, công chức quản lý nhà nước về du lịch, viên chức hoạt động sự nghiệp về du lịch và liên quan đến du lịch của các ngành, các cấp trong toàn tỉnh.

(2) Xây dựng đề án phát triển nhân lực du lịch Thanh Hoá đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, trong đó tập trung đầu tư, nâng cấp cơ sở vật chất, thu hút đào tạo đội ngũ giảng viên Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hoá đáp ứng yêu cầu đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao; tăng cường đào tạo, bồi dưỡng nhân lực quản lý, phục vụ, tổ chức MICE chuyên nghiệp.

(3) Tăng cường liên kết 3 nhà: Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp trong phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, trong đó có nhân lực du lịch chất lượng cao cho du lịch MICE, đội ngũ nhân lực có khả năng giao tiếp tốt với du khách bằng ngoại ngữ.

## **5. Thảo luận**

Để khai thác tối đa những lợi thế về tiềm năng và các định hướng về phát triển loại hình du lịch MICE cho tỉnh Thanh Hóa trong nghiên cứu này, chúng tôi cho rằng, Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tỉnh Thanh Hoá cần: đưa ra các chính sách khuyến khích và hỗ trợ sự phát triển đồng bộ cũng

như kết nối giữa các dịch vụ phục vụ khách MICE trên địa bàn tỉnh; đẩy mạnh hoạt động cung cấp thông tin du lịch, hoạt động truyền thông; xây dựng hình ảnh du lịch MICE của Thanh Hoá; bên cạnh đó, cần xác định du lịch MICE là một trong những sản phẩm đặc thù của du lịch Thanh Hoá để có những định hướng, chính sách kêu gọi vốn đầu tư cho phù hợp; đề xuất với Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam xây dựng bộ tiêu chuẩn quy định về kinh doanh du lịch MICE,...

## 6. Kết luận

Thanh Hóa với vị trí địa lý thuận lợi, được đánh giá là địa phương có nhiều tiềm năng để trở thành một trung tâm du lịch MICE của cả nước.

Tuy nhiên, cũng tương tự như các địa phương khác trong cả nước, du lịch Thanh Hóa đang đối mặt với những khó khăn, thách thức, cụ thể: (1) sự bất cập trong quan hệ cung - cầu trong các dịch vụ du lịch; (2) năng lực quản lý nhà nước còn hạn chế; (3) đội ngũ lao động trọng ngành du lịch của tỉnh chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển cả về số lượng và chất lượng, năng lực sử dụng ngoại ngữ và tính chuyên nghiệp còn hạn chế; (4) những khó khăn trong tính mùa vụ du lịch. Để phát huy lợi thế và khắc phục những hạn chế, yếu kém trên của du lịch Thanh Hóa, đồng thời nâng tầm du lịch xứ Thanh và vùng kinh tế trọng điểm Bắc Trung Bộ, việc phát triển loại hình du lịch MICE là một trong những giải pháp hiệu quả trong bối cảnh hiện nay.

## Tài liệu tham khảo

- Ban Cán sự UBND tỉnh Thanh Hóa. (2020). Báo cáo số 211/BC-BCS ngày 31/7/2020 về *Tình hình thực hiện Quyết định số 290-QĐ/TU ngày 27/5/2016 của BCH Đảng bộ tỉnh về việc ban hành Chương trình phát triển du lịch Thanh Hóa, giai đoạn 2016-2020*.
- Ban Cán sự UBND tỉnh Thanh Hóa. (2023). Báo cáo số 419/BC-BCS về *Sơ kết giữa nhiệm kỳ thực hiện Chương trình phát triển du lịch tỉnh Thanh Hoá, giai đoạn 2021-2025*.
- Cầm, N. T. N. (2009). Thực trạng và định hướng phát triển du lịch công vụ ở Thừa Thiên Huế. *Tạp chí Khoa học Đại học Huế*, số 51(2009).
- Giao, H. N. K., & Cộng sự. (2014). Các nhân tố tác động đến sự phát triển du lịch MICE tại

Thành phố Đà Lạt. *Tạp chí Phát triển kinh tế*, số 51(2014).

- Hoàng, N. V. (2016). Giải pháp cho phát triển du lịch MICE tại Thanh Hoá. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Hồng Đức*, số 28.
- Hoàng, N. V., & Tuyền, V. V. (2024). Du lịch MICE Thái Lan và bài học kinh nghiệm cho phát triển du lịch MICE tại Thanh Hóa. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa*, số 01(19).
- Tỉnh ủy Thanh Hoá. (2021). Quyết định số 623-QĐ/TU về *Ban hành Chương trình phát triển du lịch Thanh Hoá giai đoạn 2021-2025*.
- Tổng cục Du lịch. (2020). *Du lịch MICE - Yêu cầu về địa điểm tổ chức MICE trong khách sạn, tiêu chuẩn Quốc gia*.

# DU LỊCH MICE TẠI THANH HOÁ TIỀM NĂNG, THỰC TRẠNG VÀ ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Vũ Văn Tuyền

Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Email: [vuvantuyen@dvtu.edu.vn](mailto:vuvantuyen@dvtu.edu.vn)

Nhận bài: 28/11/2024; Phản biện: 06/12/2024; Tác giả sửa: 13/12/2024; Duyệt đăng: 03/01/2025; Phát hành: 28/02/2025

DOI: <https://doi.org/10.54163/ncdt/394>

Thanh Hóa với vị trí địa lý thuận lợi, được đánh giá là địa phương có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch nói chung và du lịch MICE nói riêng, nơi hội tụ rất nhiều danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử - văn hóa tiêu biểu, đồng thời có cơ sở vật chất kỹ thuật và cơ sở hạ tầng đáp ứng được yêu cầu của ngành dịch vụ du lịch MICE trong và ngoài nước. Đặc biệt, trong Chiến lược phát triển du lịch Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030, tỉnh xác định mục tiêu phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Trong những năm qua, từ các chính sách thu hút đầu tư nổi bật của tỉnh, nhiều công trình hạ tầng, khu vui chơi nghỉ dưỡng cao cấp, các trung tâm hội nghị tầm cỡ được phát triển đã đáp ứng yêu cầu của du khách khi tham gia vào loại hình du lịch này. Tuy nhiên, du lịch MICE tại Thanh Hóa vẫn chưa có chỗ đứng xứng đáng trong hệ thống sản phẩm du lịch của tỉnh. Vì vậy, nội dung nghiên cứu này sẽ tập trung đánh giá tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch MICE trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá thời gian qua làm cơ sở cho đề xuất các nhiệm vụ, giải pháp phát triển loại hình du lịch nhiều tiềm năng này trong thời gian tới.

**Từ khóa:** Du lịch MICE; Du lịch Thanh Hóa; Tiềm năng du lịch Thanh Hóa; Du lịch MICE Thanh Hoá.