

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

MEASURES TO DEVELOP MICE TOURISM IN DA NANG

Nguyễn Thị Thanh Huyền, Phạm Tuấn Anh

Trường Cao đẳng Công nghệ Thông tin, Đại học Đà Nẵng; ntth0401@gmail.com, anhpt.fit@gmail.com

Tóm tắt - Du lịch là ngành công nghiệp được nhiều nước quan tâm đặc biệt vì nó không những đem lại nguồn lợi nhuận lớn, tạo ra nhiều việc làm mà còn tạo ra sự giao lưu văn hóa giữa các quốc gia. Là một điểm đến hấp dẫn trên con đường di sản miền Trung, Đà Nẵng có đầy đủ các yếu tố thuận lợi về vị trí địa lý, tài nguyên, hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất để phát triển du lịch. Vì vậy, trên bản đồ du lịch Việt Nam, Đà Nẵng đang được xem là điểm đến an toàn, thân thiện, mến khách đối với khách du lịch trong nước và quốc tế. Đặc biệt, hiện tại đang thu hút được sự quan tâm của đối tượng khách du lịch MICE trên toàn thế giới. Trong phạm vi bài báo này, tác giả tập trung đánh giá tiềm năng nhằm định hướng phát triển, xúc tiến quảng bá và thu hút thị trường để xây dựng thương hiệu du lịch MICE thành phố Đà Nẵng.

Từ khóa - du lịch, Đà Nẵng, MICE, hội nghị, du khách

Abstract - Tourism is an industry that attracts the attention of many countries because it brings great profits, creates employment and the exchange of culture between nations. As an attractive tourist destination along the heritage route of Central Vietnam, Da Nang has many advantages regarding geographical location, resources, infrastructure and facilities to develop tourism. Thus, Da Nang is currently regarded as a safe and friendly destination to domestic and foreign tourists. Particularly, it is now attracting the attention of MICE tourists all over the world. Within this article, the author focuses on evaluating the potential of development, promotion and market attraction to build the MICE tourism trademark in Da Nang.

Key words - tourism, Da Nang, MICE, convention, tourist

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, du lịch là một trong những ngành công nghiệp lớn nhất thế giới. Nhờ những đóng góp to lớn về kinh tế - xã hội, du lịch đã trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của nhiều quốc gia, không chỉ đem lại nguồn thu nhập lớn cho nền kinh tế, tạo nhiều việc làm, phát triển các ngành dịch vụ, cơ sở hạ tầng mà còn là phương tiện thúc đẩy hòa bình, giao lưu văn hóa, tạo ra những giá trị vô hình nhưng bền chặt. Do đó, du lịch là một trong những hoạt động quan trọng hướng tới xây dựng và phát triển thương hiệu địa phương.

Loại hình du lịch công vụ MICE được các nhà tổ chức du lịch của các nước trên thế giới quan tâm đặc biệt, vì nó đem lại nguồn lợi nhuận rất lớn, tạo ra nhiều việc làm, tạo sự giao lưu văn hóa giữa các quốc gia.

MICE là loại hình du lịch kết hợp của du khách giữa mục đích đi dự hội nghị, hội thảo, triển lãm, tham gia sự kiện, khen thưởng là chính với việc sử dụng các dịch vụ và tham quan du lịch [5], MICE - viết tắt của Meeting (hội họp), Incentive (khen thưởng), Convention (hội nghị, hội thảo) và Exhibition (triển lãm) [3].

Meeting(hội họp), cho dù ở lĩnh vực kinh tế, thể thao, văn hóa, chính trị... đều có thể mang lại giá trị du lịch cho một vùng. Sự kiện thể thao hoặc lễ hội thu hút nhiều khách trong nước và quốc tế đến tham gia và cổ vũ. Incentive (khen thưởng) có tính chất như Meeting, nhưng những cuộc hội họp lại do một công ty hay một tập thể nào đó tổ chức để khen thưởng nhân viên. Vừa hội họp vừa vui chơi, tức phát sinh nhu cầu tham quan du lịch và thưởng ngoạn. Còn để khen thưởng khách hàng hay đại lý thì các công ty tổ chức các hội nghị, hội thảo (convention). Ngoài ra, convention (hội nghị, hội thảo) còn là những diễn đàn quốc tế, mà những đại biểu tham dự là đối tượng khách của ngành du lịch. Trong khi đó, Exhibition (triển lãm) thì liên quan nhiều đến các hội chợ hay triển lãm quốc tế, mà thành phần là những nhóm doanh nghiệp hoặc từng

doanh nghiệp riêng lẻ, lại cũng chính là khách hàng tiềm năng của các công ty du lịch.

Thị trường du lịch MICE đang phát triển rất nhanh trên thế giới. Mặc dù hệ thống mạng trực tuyến có thể cung cấp thông tin đến từng cá nhân nhưng nhu cầu hội họp để trao đổi thông tin vẫn rất cao, đặc biệt khi kinh tế, xã hội, khoa học công nghệ, đời sống càng phát triển, cuộc sống sẽ phát sinh nhiều hơn các vấn đề phải hội họp để giải quyết. Ngày càng nhiều các hoạt động giáo dục, văn hóa, kinh tế; hội nghị, hội thảo được tổ chức. Xu hướng kết hợp hội họp để du lịch tham quan ngày càng trở nên phổ biến.

Hội họp, khen thưởng, hội nghị, hay triển lãm là những sự kiện luôn xảy ra, nó quy tụ nhiều khách và sự di chuyển của khách từ nơi này sang nơi khác. Bởi vậy các đoàn khách MICE thường khoảng vài trăm khách. Đặc biệt mức chi tiêu cao hơn khách đi tour bình thường do Ban tổ chức các hội nghị quốc tế bao giờ cũng đặt phòng cho khách ở khách sạn 4 - 5 sao, dịch vụ cao, tour sau hội nghị phải thiết kế chuyên biệt theo yêu cầu.... MICE hiện là loại hình du lịch mang lại nguồn thu rất lớn cho ngành du lịch ở các nước.

Loại hình du lịch MICE giúp ngành du lịch, các công ty lữ hành, các cơ sở lưu trú và các hãng vận chuyển thu được hiệu quả kinh tế cao; phát triển đội ngũ nhân lực; nâng cao chất lượng và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch; xây dựng được danh tiếng và thương hiệu. Ngoài ra, loại hình du lịch MICE còn giúp ngành du lịch thu hút được nhiều dự án đầu tư, phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng, tăng số lượt khách du lịch quốc tế và tạo thêm nhiều công ăn việc làm cho người dân.

Hiện nay, Đà Nẵng đang nổi lên như một điểm đến lý tưởng không chỉ đối với người dân Việt Nam mà còn đối với bạn bè khu vực và quốc tế. Sự phát triển đồng bộ của các cơ sở lưu trú 4-5 sao, các resorts, trung tâm hội nghị, trung tâm giải trí và cơ sở hạ tầng giao thông là các thế mạnh mà Đà Nẵng đang có so với các điểm đến khác. Du lịch Đà Nẵng những năm gần đây phát triển nhanh

chóng và đóng góp quan trọng vào sự phát triển chung của thành phố.

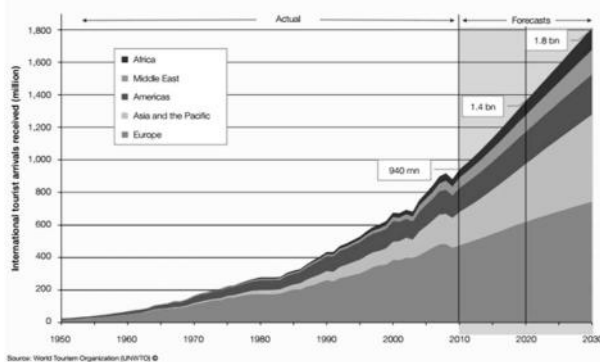
Trong một bối cảnh du lịch thế giới gần đây có xu hướng mới và phát triển mạnh mẽ đó là du lịch nghỉ dưỡng kết hợp tham dự các sự kiện, hội thảo, hội nghị... Vì vậy, bên cạnh các dòng sản phẩm du lịch chủ đạo như du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái và du lịch thành phố thì những dòng sản phẩm chuyên nghiệp cũng đang được Đà Nẵng tích cực nghiên cứu đẩy mạnh đặc biệt là du lịch M.I.C.E.

2. Thực trạng du lịch MICE

2.1. Thực trạng du lịch MICE trên thế giới

Tuy kinh tế khó khăn, đi du lịch vẫn còn là một thói quen của đông đảo người dân các quốc gia. Theo dự báo của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) lượng khách du lịch trong giai đoạn 2010 đến 2030 tăng nhanh, đặc biệt là 2020-2030[2]. Lượng khách chủ yếu là từ châu Âu. Đặc biệt, hội họp, khen thưởng, hội nghị, hay triển lãm là những sự kiện luôn xảy ra nên nhu cầu về du lịch MICE tăng mạnh.

UNWTO Tourism Towards 2030: Actual trend and forecast 1950-2030



Hình 1. Dự đoán khách du lịch quốc tế đến 2030

– Nguồn: UNWTO năm 2010.

Theo thống kê, giá trị thu về từ MICE trên toàn thế giới là 300 tỷ USD, đồng thời giúp các ngành kinh tế khách tạo ra lợi nhuận 5.490 tỷ USD, chiếm 10% GDP toàn thế giới[8].

Theo số liệu điều tra của tổ chức hiệp hội, hội nghị thế giới (ICCA, 2009) thì: Chi tiêu trung bình trong các cuộc hội họp quốc tế là 343 USD/ngày/ người. Châu Âu chiếm 60% thị phần du lịch MICE trên thế giới, châu Á chiếm 18% và Úc chiếm 4%. Các trung tâm du lịch MICE ở châu Á là Singapore, Nhật Bản, Trung Quốc và Hồng Kông[4].

2.2. Thực trạng du lịch MICE tại Việt Nam

Trong khoảng 10 năm gần đây, hình thức du lịch MICE cũng đang có những bước phát triển khá mạnh mẽ ở Việt Nam bởi ngoài việc được đánh giá là một điểm đến an toàn và thân thiện, Việt Nam còn là điểm đầu tư hấp dẫn. Việt Nam có tiềm năng rất lớn về loại hình du lịch MICE và nếu phát triển nó thì Việt Nam sẽ là đối thủ cạnh tranh lớn của Singapore.

Trong tiến trình hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu, Việt Nam có quan hệ ngoại giao rộng mở với nhiều cơ hội trao đổi hợp tác quốc tế, đứng ra tổ chức các chương

trình hội nghị, hội thảo quốc tế có sự tham gia của nhiều tổ chức, cá nhân đến từ các nước. Đây là điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch MICE. Các điểm đến nổi tiếng thường được lựa chọn như: Hồ Chí Minh, Hà Nội, Phú Quốc, Nha Trang, ... Mỗi đoàn khách MICE tại Việt Nam thường rất đông, mỗi đoàn khoảng vài trăm khách. Doanh thu của ngành du lịch MICE gấp 4 lần so với du lịch bình thường. Trung bình, mỗi khách du lịch MICE từ châu Âu chi tiêu 700-1000 USD/ngày, khách châu Á là 400 USD/ngày[6]. Việc khai thác du lịch MICE hiệu quả sẽ mang lại những lợi ích không chỉ trong lĩnh vực kinh doanh du lịch mà còn mở ra nhiều cơ hội để tiếp cận và phát triển kinh tế - xã hội trong nhiều lĩnh vực thông qua các sự kiện hội họp, đặc biệt là những sự kiện mang tính quốc tế.

2.3. Thực trạng du lịch MICE tại Đà Nẵng

2.3.1. Thực trạng

Thành phố Đà Nẵng có nhiều yếu tố thuận lợi để phát triển du lịch như có núi non, biển cả và sông ngòi, có cảng hàng không và cảng biển quốc tế, nằm trên các trục giao thông quốc gia và quốc tế. Trong thời gian qua, du lịch Đà Nẵng đã phát triển thực sự khởi sắc và ấn tượng.

Theo thông tin từ Sở Du lịch Đà Nẵng, hiện tại, Đà Nẵng có 76 dự án đầu tư vào lĩnh vực du lịch với tổng vốn đầu tư 12,02 tỷ USD, trong đó có 17 dự án đầu tư nước ngoài với tổng vốn đầu tư 1,18 tỷ USD và 59 dự án đầu tư trong nước với tổng vốn đầu tư 10,84 tỷ USD.

Giai đoạn 2011-2015, lượng khách du lịch đến thành phố Đà Nẵng tăng bình quân 20,14%/năm, trong đó khách quốc tế tăng 25,4%, khách nội địa tăng 18,6%. Doanh thu chuyên ngành du lịch tăng bình quân 30,6%/năm. Năm 2014, tổng lượt khách du lịch đến Đà Nẵng đạt 3,8 triệu lượt, tăng 21,9% so với năm 2013, trong đó khách quốc tế là 955.000 lượt, khách nội địa đạt 2.845.000 lượt. Tổng thu du lịch đạt 9.740 tỷ đồng, tăng 25,1% so với năm 2013[7]. Năm 2015, tổng lượng khách đến Đà Nẵng tham quan, du lịch đạt 4,6 triệu lượt, tăng 20,5% so với năm 2014. Tổng doanh thu từ du lịch đạt 12.700 tỷ đồng, tăng 28,7% so với năm 2014.

Thành phố Đà Nẵng đã phối hợp tổ chức nhiều hội nghị, hội thảo quốc tế và tổ chức các sự kiện lớn như: đón các đoàn khách là nguyên thủ quốc gia, các đoàn khách nước ngoài đến Đà Nẵng để hội họp, mở rộng hợp tác quốc tế, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch như: Hội nghị Liên minh Nghị viện các nước Đông Nam Á AIPO (2002), Hội nghị Xúc tiến đầu tư Đà Nẵng (2003), Cuộc họp Nội các Việt Nam - Thái Lan (2004), các Hội nghị Bộ trưởng trong khuôn khổ Năm APEC Việt Nam 2006, Hội nghị Doanh nhân Kiều bào 2006, Tuần lễ Hành lang Kinh tế Đông - Tây 2007, Hội nghị Bộ trưởng Tài chính và Thống đốc Ngân hàng ASEAN và ASEAN +3 lần thứ 12 (2008), Cuộc thi bắn pháo hoa quốc tế Đà Nẵng, Hội nghị doanh nhân APEC - ABAC III (2009), Hội nghị Bộ trưởng Ngoại giao ASEAN (đầu năm 2010), Hội nghị Tài chính quốc tế (2013), Hội nghị IWN-APCBM (2015).

Đặc biệt, Tuần lễ cấp cao APEC 2017 với Hội nghị Lãnh đạo APEC 2017 tổ chức tại Đà Nẵng sẽ đưa thành phố lên một vị thế mới như là một địa điểm hấp dẫn cho các sự kiện mang tầm khu vực và quốc tế.

Việc Đà Nẵng đăng cai các hội nghị, hội thảo, sự kiện quốc tế có quy mô và sức lan tỏa lớn như vậy đã tạo được tiếng vang và quảng bá hữu hiệu hình ảnh thành phố, góp phần giới thiệu đến bạn bè quốc tế hình ảnh một thành phố Đà Nẵng thanh bình, hiếu khách và năng động.

Bên cạnh đó, Đà Nẵng cũng là được các bộ, ngành, doanh nghiệp chọn là nơi tổ chức hội nghị, hội thảo, tổng kết, khen thưởng, các hội nghị quán triệt nhiệm vụ và triển khai công tác Nhiều doanh nghiệp lựa chọn cũng đang phối hợp với các khách sạn, khu nghỉ dưỡng để tổ chức các hội nghị, hội thảo, tổng kết, khen thưởng kết hợp tham quan các di tích, danh lam thắng cảnh tại Đà Nẵng và miền Trung theo đơn đặt hàng của các doanh nghiệp.

Theo kết quả điều tra chi tiêu của khách du lịch thì mức chi tiêu trung bình của khách du lịch MICE tại Đà Nẵng là 296,1 USD/ngày[1]. Đây là mức cao hơn khách đi tour bình thường. Điều đó cho thấy lợi ích từ du lịch MICE đem lại là rất lớn.

Du lịch MICE được tổ chức ngày càng chuyên nghiệp hơn với các sự kiện mang tầm cỡ quốc tế. Các dịch vụ trọn gói kết hợp cùng các điểm du lịch nghỉ dưỡng đang dần khẳng định uy tín và thương hiệu cho du lịch Đà Nẵng. Theo đại diện nhiều hãng lữ hành chuyên khai thác khách du lịch MICE thì trên bản đồ du lịch Việt Nam, thành phố Đà Nẵng đang được xem là điểm đến an toàn, thân thiện và mến khách đối với khách du lịch trong nước và quốc tế, hiện tại đang thu hút được sự quan tâm của đối tượng khách du lịch MICE trên toàn thế giới.

2.3.2. Tiềm năng và thế mạnh để phát triển MICE tại Đà Nẵng

Đà Nẵng có rất nhiều thế mạnh và tiềm năng để phát triển du lịch MICE

Thứ nhất, về vị trí địa lý, Đà Nẵng có một vị trí đặc biệt vì nó nằm giữa 2 đầu đất nước. Rất gần các di sản thế giới: Phong Nha - Kẻ Bàng, Cố đô Huế, Nhã nhạc Cung đình Huế, Phố cổ Hội An, Thánh địa Mỹ Sơn và không gian văn hóa công điền Tây Nguyên. Là cửa ngõ thứ 3 của cả nước đồng thời là điểm cuối ra biển Đông của tuyến hành lang kinh tế Đông Tây.

Thứ hai, tài nguyên du lịch của Đà Nẵng rất phong phú và đa dạng, có núi, sông, biển, thiên nhiên tươi đẹp và hấp dẫn. Nhiều bãi biển đẹp nổi tiếng như: Mỹ Khê, Bắc Mỹ An, Phạm Văn Đồng, Xuân Thiều... Và Mỹ Khê đã được tạp chí Forber của Mỹ bầu chọn là một trong sáu bãi biển quyến rũ nhất hành tinh. Các điểm đến hấp dẫn và đặc trưng như: Khu du lịch sinh thái bán đảo Sơn Trà, điểm du lịch văn hóa tâm linh chùa Linh Ứng, Khu du lịch Bà Nà-Suối Mơ với hệ thống cáp treo đạt 2 kỷ lục thế giới cùng các dịch vụ lưu trú, vui chơi giải trí hiện đại Fantasy park lớn thứ 3 Đông Nam Á, khu giải trí quốc tế đặc biệt Silver Shores, khu du lịch suối khoáng nóng núi Thien Tai, sân golf The Dunes Hòa Hải, khu công viên giải trí thể thao biển Dana Beach Club, Khu Văn hóa du lịch Không gian xưa, Bảo tàng Đà Nẵng, Bảo tàng Đồng Đình.

Thứ ba, hệ thống cơ sở vật chất phục vụ du lịch rất phát triển. Một loạt các khách sạn cao cấp 3-5 sao, khu nghỉ mát cao cấp 5 sao ven biển với phòng hội nghị lớn đẳng cấp quốc tế với đầy đủ các tiện nghi và dịch vụ kèm tăng lên

nhANH chóng. Các thương hiệu du lịch nổi tiếng thế giới đã có mặt tại Đà Nẵng: InterContinental, Novotel, Hyatt, Vinpearl, Pullman,... Do đó, đáp ứng tốt nhu cầu từ khách du lịch MICE.

Thứ tư, sản phẩm du lịch đặc trưng và đa dạng. Một số sản phẩm du lịch mới có sức hấp dẫn như: show diễn phục vụ du khách định kỳ tại Nhà hát Tuồng Nguyễn Hiền Đình, chương trình citytour khám phá phố biển Đà Nẵng, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, hàng lưu niệm được chế tác tại làng thủ Non Nước... Các sự kiện và sản phẩm đặc đảo lượng lớn du khách được tổ chức thường niên như: cuộc thi bắn pháo hoa quốc tế, lễ hội Quan Thế Âm, chương trình du lịch “Đà Nẵng - Điểm hẹn mùa hè”, giải golf, giải chạy quốc tế...

Thứ năm, Đà Nẵng được nhiều trang mạng, tạp chí uy tín và nổi tiếng thế giới, du khách và các tổ chức du lịch quốc tế đánh giá cao. Tạp chí du lịch trực tuyến Smart Travel Asia đã bình chọn Đà Nẵng nằm trong 10 điểm đến hấp dẫn hàng đầu châu Á (2013-2014), trang Trip Advisor công bố Đà Nẵng là thành phố nằm trong top 10 điểm đến mới nổi hấp dẫn nhất thế giới năm 2015 do khách du lịch bình chọn. Từ New York Times bình chọn Đà Nẵng là một trong 52 điểm đến nổi bật thế giới. Trang web The Richest của Canada xếp hạng thành phố là 6 trong top 10 thành phố tiến bộ nhất thế giới mà du khách nên tham quan trong năm 2015... Đà Nẵng là thành phố duy nhất của Việt Nam đạt giải thưởng Thành phố bền vững về môi trường ASEAN và được công nhận là 1 trong 20 thành phố có hàm lượng carbon trong khí thải ra môi trường thấp nhất thế giới. Những danh hiệu này đã góp phần quảng bá điểm đến Đà Nẵng đến với thế giới, khẳng định thương hiệu của du lịch thành phố đến các thị trường du lịch.

2.3.3. Khó khăn và thách thức

Bên cạnh những thế mạnh và tiềm năng để phát triển du lịch MICE, Đà Nẵng còn có những khó khăn và thách thức như: liên kết phát triển du lịch yếu; Chưa quy hoạch phát triển du lịch, kế hoạch phát triển MICE; Nguồn nhân lực phục vụ trực tiếp của MICE còn thiếu; Đầu tư quảng bá xúc tiến MICE chưa được chú trọng; Hạ tầng cơ sở kỹ thuật, trang thiết bị phục vụ hội nghị, hội thảo chưa đồng bộ; Các dịch vụ vui chơi giải trí cao cấp chưa nhiều; Tính mùa vụ do yếu tố thời tiết còn khá rõ nét; sản phẩm du lịch chưa thể hiện đặc trưng riêng; nguồn nhân lực du lịch chưa đáp ứng nhu cầu phát triển của ngành; thành phố chậm hình thành chính sách ưu đãi để phát triển các dịch vụ vui chơi giải trí, nhất là giải trí về đêm, khu mua sắm và ẩm thực tầm cỡ quốc tế...

3. Giải pháp phát triển du lịch MICE tại thành phố Đà Nẵng

Trong định hướng phát triển dịch vụ thành phố Đà Nẵng đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030, Đà Nẵng xác định du lịch là ngành mũi nhọn và có kế hoạch, chương trình phát triển du lịch MICE. Đây mạnh hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng chuyên nghiệp hơn, tiếp tục xác lập và tạo dựng thương hiệu điểm đến Đà Nẵng đối với du khách. Đặc biệt ưu tiên du lịch MICE bởi tính môi trường và bền vững.

Vào tháng 6 năm 2016, Hội chợ du lịch kết hợp hội

nghe, hội thảo (BMTM 2016) lần đầu tiên được tổ chức tại Việt Nam nhằm quảng bá thương hiệu du lịch nghỉ dưỡng biển cao cấp và du lịch MICE của Đà Nẵng. Vì vậy, cần có những giải pháp thiết thực để phát triển du lịch MICE tại Đà Nẵng.

3.1. Tăng cường xúc tiến quảng bá và liên kết du lịch

Phải có một chiến lược quảng bá đồng bộ từ cơ quan chức năng tới doanh nghiệp để thúc đẩy du lịch MICE phát triển.

Triển khai các chương trình quảng bá phát triển du lịch công vụ MICE, trong đó khuyến khích sự tham gia của các sở ngành, các đơn vị liên quan, như tổ chức Roadshow về MICE Đà Nẵng. Liên kết để tạo sức mạnh trong hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch, thu hút đầu tư. Mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế với các quốc gia, các tổ chức du lịch ngoài nước nhằm nâng cao vị thế du lịch Đà Nẵng trên trường quốc tế. Xúc tiến các thị trường khách du lịch trọng tâm, trọng điểm. Đối với thị trường nước ngoài, chú trọng Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Thái Lan, Mỹ, Nga và một số thị trường tiềm năng như Ấn Độ, Nam Phi, Trung Đông.

Bên cạnh đó, Hiệp hội Du lịch Đà Nẵng nên thành lập Hiệp hội kinh doanh du lịch MICE để có thể quản lý, hỗ trợ, hậu thuẫn, tạo đà phát triển cho doanh nghiệp cũng như xúc tiến, thúc đẩy sự hợp tác, liên kết tốt hơn giữa các doanh nghiệp để có thể mang những sự kiện lớn về cho Đà Nẵng.

Mặt khác cần đẩy mạnh chương trình liên kết du lịch với các tỉnh Thừa Thiên - Huế và Quảng Nam,... nhằm tạo các gói du lịch phong phú, đa dạng.

3.2. Hoàn thiện và phát triển cơ sở hạ tầng

Xây dựng các trung tâm hội nghị đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Đặc biệt, cần lựa chọn địa điểm và xây dựng Trung tâm Hội nghị Quốc tế thành phố Đà Nẵng để tổ chức các hội nghị lớn của quốc tế, quốc gia và thành phố.

Tiếp tục xây dựng các trung tâm mua sắm hiện đại, nhà hàng đạt chuẩn phục vụ khách du lịch. Tổ chức lắp đặt hệ thống biển chỉ dẫn về du lịch bằng tiếng Anh và tiếng Việt. Lắp đặt nhà vệ sinh công cộng đạt chuẩn quốc tế tại bãi biển, các khu, điểm du lịch, bến xe, nhà ga...

3.3. Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp du lịch hoạt động

Bên cạnh việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng, có chất lượng cao, tổ chức các sự kiện thường niên để quảng bá, thu hút du khách thì Đà Nẵng cũng cần tập trung hơn trong việc tạo môi trường đầu tư du lịch hấp dẫn. Bảo đảm môi trường du lịch trong sạch cả về môi trường tự nhiên và môi trường xã hội. Có những chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào du lịch MICE. Bên cạnh đó hoạt động quản lý doanh nghiệp cần sát sao hơn để tạo môi trường cạnh tranh du lịch MICE lành mạnh.

3.4. Phát triển nguồn nhân lực

Đà Nẵng nên là nơi tiên phong trong việc đào tạo nguồn nhân lực, nên thay đổi để có thể đào tạo được đội ngũ nguồn nhân lực tốt, chất lượng cao hơn. Cần phải có một chiến lược cụ thể. Rà soát đánh giá số lượng và chất lượng nguồn nhân lực để xây dựng định hướng và kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cho phù hợp với từng giai đoạn. Tổ chức những chương trình hành động, trao đổi kinh nghiệm, liên doanh liên kết đào tạo học viên kỹ thuật... với các nước có ngành công nghiệp du lịch MICE phát triển.

Đầu tư nguồn nhân lực ở tất cả các lĩnh vực du lịch: lữ hành, khách sạn, nhà hàng, hướng dẫn viên, thuyết minh viên, vận chuyển, khu điểm du lịch, cán bộ quản lý Nhà nước ở các cấp (thành phố, quận, huyện). Xây dựng chương trình giảng dạy ngoại khóa về du lịch cho học sinh, sinh viên, nâng cao nhận thức của cộng đồng, nhất là thanh thiếu niên, học sinh, sinh viên đối với hoạt động du lịch.

3.5. Chủ động xúc tiến các đường bay quốc tế trực tiếp tới Đà Nẵng

Hiện tại, đa số khách du lịch MICE đến Đà Nẵng bằng đường hàng không. Vì vậy, cần duy trì các đường bay quốc tế hiện có là Singapore, Hàn Quốc, Malaysia, Trung Quốc, Đài Loan, Nga và xúc tiến mở thêm các đường bay quốc tế mới đến Đà Nẵng từ các thị trường quan trọng như Thái Lan, Lào, Hồng Kông, Nhật Bản, Úc để thu hút nguồn khách du lịch

4. Kết luận

Đà Nẵng là một thành phố biển rất độc đáo, với sản phẩm du lịch phong phú, thiên nhiên tươi đẹp. Cùng với đó, việc đạt nhiều giải thưởng lớn về du lịch và tổ chức nhiều hội nghị quốc tế cao cấp trong thời gian qua đã giúp Đà Nẵng dần trở thành địa điểm du lịch MICE lý tưởng ở khu vực châu Á. Với tiềm năng, lợi thế to lớn đó, khắc phục được những khó khăn trên chắc chắn thành phố Đà Nẵng sẽ là điểm đến hấp dẫn của loại hình du lịch MICE mang tầm cỡ khu vực và quốc tế trong thời gian đến.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Tổng cục thống kê, *Kết quả điều tra chi tiêu của khách du lịch năm 2013*, NXB thống kê, 2014, trang 50.
- [2] UNWTO (world Tourism Organization), *Actual trend and forecast 1950-2030*, 2010. (báo cáo).
- [3] IAPCO (The International Association of Professional Congress Organizers), *Meetings Industry Terminology*, 1992 (báo cáo).
- [4] ICCA, *Statistics Report The International Association Meeting Market 1998 – 2008*, 2009 (báo cáo)
- [5] Nguyễn Đình Hòa, "Du lịch MICE loại hình du lịch đầy triển vọng", *Tạp chí du lịch Việt Nam*, số 9 và 10, 2009.
- [6] Thu Huyền, "MICE Development Strategy Needed", *Vietnam chamber of commerce and industry*, 2015. (bài báo)
- [7] Ngô Quang Vinh, "Du lịch Đà Nẵng, những chặng đường phát triển", *báo Đà Nẵng*, 2015. (bài báo).
- [8] Mistilis, Nina; Dwyer, Larry, "Tourism gateways and regional economies: the distributional impacts of MICE", *The International Journal of Tourism Research*, 1, Nov/Dec 1999, p16 (441 – 457).