

# KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE TẠI SINGAPORE VÀ BÀI HỌC CHO TỈNH THANH HÓA

Dương Thị Hiền<sup>1</sup>, Trịnh Thị Phan<sup>1</sup>

## TÓM TẮT

*Du lịch MICE đã và đang trở thành một phần quan trọng trong ngành du lịch toàn cầu, với khả năng tạo ra hiệu quả kinh tế cao. Việc tổ chức các sự kiện MICE không chỉ tạo ra cơ hội gặp gỡ, trao đổi thông tin mà còn thúc đẩy sự phát triển kinh tế cho địa phương tổ chức. Tại châu Á, Singapore được đánh giá là một trong những điểm đến du lịch MICE hàng đầu của khu vực, thu hút một lượng lớn du khách từ khắp nơi trên thế giới, mang lại nguồn thu đáng kể cho kinh tế đất nước. Bài viết này tổng hợp những kinh nghiệm phát triển du lịch MICE tại Singapore. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất một số giải pháp cho việc phát triển loại hình du lịch MICE tại tỉnh Thanh Hoá.*

**Từ khoá:** *Du lịch công vụ, MICE, Singapore, du lịch Thanh Hoá.*

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo tổ chức Du lịch thế giới, du lịch MICE (hay business travel/du lịch kinh doanh, meetings industry/công nghiệp hội nghị), đề cập đến chuyến đi của những du khách có mục đích công việc, như tham gia hội nghị (meetings), khuyến thưởng (incentives), hội thảo (conferences) và triển lãm (exhibitions) [15]. Tại Việt Nam, du lịch MICE được biết đến trong khoảng hai thập kỷ trở lại đây, và thường được gọi với cái tên du lịch công vụ [2] [4] hay du lịch sự kiện [5]. Đây là loại hình du lịch chuyên biệt, liên quan đến chuyến đi du lịch kết hợp của những du khách đến để tổ chức, tham gia hoặc thực hiện các sự kiện liên quan đến công việc như cuộc thảo luận công việc, cuộc họp, thăm các đối tác kinh doanh, tìm kiếm cơ hội, thị trường mới. Trong thời gian thực hiện nhiệm vụ công việc tại điểm đến, họ kết hợp tham quan du lịch, thưởng ngoạn các giá trị văn hóa, tự nhiên tại điểm đến; sử dụng các dịch vụ du lịch tại điểm đến như vận chuyển, lưu trú, tham quan, khám phá ẩm thực, giải trí và nhiều khía cạnh khác. Từ đó, tạo việc làm và mang lại nguồn doanh thu cho địa phương.

Du lịch MICE được đánh giá là loại hình du lịch mang lại hiệu quả kinh tế cao. Khách du lịch MICE thường là người có thu nhập và khả năng chi trả cao. Họ đa phần là quan chức, là người có địa vị, có tiếng nói trong một ngành nghề, lĩnh vực nào đó. Các đoàn khách MICE thường rất đông, từ vài trăm đến vài nghìn khách, do vậy tạo ra doanh thu và lợi nhuận lớn. Theo các chuyên gia, du lịch MICE mang lại giá trị doanh thu cao gấp 6 lần khách du lịch thông thường [3]. Trung bình mỗi khách du lịch MICE châu Âu chi tiêu 700 đến 1.000 USD/ngày, khách châu Á chi tiêu hơn 400 USD/ngày. Không chỉ vậy, ưu điểm nổi bật là du lịch MICE là không có tính mùa vụ rõ rệt. Chương trình du lịch MICE có thể

<sup>1</sup>Khoa Khoa học Xã hội, Trường Đại học Hồng Đức; Email: duongthihien@hdu.edu.vn

diễn ra tại bất cứ thời điểm nào trong năm, phù hợp với nhu cầu của ban tổ chức; thời gian lưu lại dài ngày. Với các lý do đó, phát triển loại hình du lịch MICE trở thành hướng đi hấp dẫn đối với các địa phương. Nhiều quốc gia đã định hướng phát triển thành trung tâm sự kiện nhằm thu hút du khách MICE trong khu vực và trên thế giới như Thụy Sĩ (Geneva), Ý (Rome), Dubai và trường hợp điển hình trong khu vực Đông Nam Á phải kể đến là Đảo quốc Singapore. Những kinh nghiệm trong việc phát triển loại hình du lịch MICE tại Singapore chính là những bài học giá trị cho các quốc gia khác học tập và nghiên cứu.

## 2. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE TẠI SINGAPORE

Nằm ở phía Nam bán đảo Mã Lai, Singapore là quốc gia có diện tích khiêm tốn nhất khu vực Đông Nam Á, với khoảng 700 km<sup>2</sup>, bằng 1/15 diện tích của tỉnh Thanh Hóa và 1/475 lần diện tích Việt Nam, nhưng “Đảo quốc Sư tử” này lại khiến cả thế giới phải “ngiên mình” ngưỡng mộ bởi những thành công mà nó đạt được chỉ sau gần 60 năm độc lập. Singapore là đất nước không có tài nguyên, không danh lam thắng cảnh, nhưng chỉ sau hơn 5 thập kỷ độc lập, ngành du lịch Singapore đã biến Đảo quốc Sư tử thành điểm ăn chơi hạng nhất và là thành phố sống động hàng đầu thế giới. Theo Forbes, Singapore luôn nằm trong top 10 thành phố có số lượng du khách quốc tế đến nhiều nhất [7], và thậm chí gần đây đã vươn lên top 5 trên thế giới [8] [9]. Theo thống kê của Tổng cục Du lịch Singapore, doanh thu du lịch hàng năm của Đảo quốc đạt hàng chục tỉ đô la. Khi đại dịch covid-19 chưa xảy ra, Singapore liên tiếp đạt mốc gần 30 tỉ đô, chiếm khoảng 30% GDP [14].

Ngoài những chính sách kích thích du lịch như “dẫn dụ khách đến”, “dụ khách móc hầu bao”, thì việc định hướng trọng tâm vào đối tượng khách du lịch MICE cũng được đánh giá là hướng đi hiệu quả giúp Singapore tạo nên nguồn thu lớn cho ngành công nghiệp không khói này. Kể từ năm 1982, Singapore đã định hướng trở thành điểm đến tổ chức hội nghị hàng đầu ở châu Á và được xếp hạng trong top 10 điểm đến hàng đầu trên thế giới [11]. Mỗi năm Singapore thu hút trên 4000 sự kiện, thu hút hàng triệu du khách quốc tế. Một số sự kiện điển hình phải kể đến như: Giải đua xe công thức 1 Singapore Grand Prix đã thu hút lượng người xem lên đến 302.000 người (năm 2022); các hội thảo cấp cao bao gồm Forbes Global CEO Conference, Time 100 Leadership Forum và hội nghị Crypto Token 2049, Singapore Fintech Festival đã thu hút hàng nghìn khách tham dự từ hơn 115 quốc gia. Năm 2024, chính phủ Singapore đã chi trả hàng triệu đô để được “độc quyền” sở hữu buổi biểu diễn của Taylor Swift tại khu vực Đông Nam Á, thu hút 300.000 khán giả, trong đó có khoảng 135.000 khách quốc tế đến với Quốc đảo này. Dự đoán doanh thu đạt 372 triệu đô, gấp hàng chục lần so với số tiền bỏ ra [12]. Các khách sạn hầu như đều rơi vào tình trạng cháy phòng, giá vé máy bay tăng cao do hàng trăm nghìn khán giả đổ về. Để có thể trở thành điểm đến du lịch MICE hàng đầu khu vực và trên thế giới, chính phủ Singapore đã đưa ra nhiều giải pháp phát triển như sau:

*Thứ nhất, xây dựng hình ảnh điểm đến an toàn và ổn định*

Singapore được coi là một trong những quốc gia an toàn và ổn định nhất trên thế giới. Dù Singapore là đất nước đa đảng, đa chủng tộc, đa tôn giáo, nhưng kể từ khi độc lập (năm 1965)

đến nay, hầu như chưa hề có các cuộc nổi loạn, bạo động hay xung đột sắc tộc nào diễn ra. Theo Viện Kinh tế và Hòa bình (IEP), Chỉ số Hòa bình toàn cầu (GPI) của Singapore được xếp hạng là quốc gia yên bình thứ 6 trên thế giới và cũng là quốc gia châu Á có thứ hạng cao nhất<sup>2</sup> [10]. An ninh trật tự xã hội cũng được đảm bảo ở mức rất cao. Hệ thống camera an ninh (CCTV) có mặt ở khắp các khu vực công cộng. Các hình phạt nghiêm khắc được đưa ra nếu bất cứ một công dân hoặc du khách nào có hành vi vi phạm pháp luật. Singapore cũng có tiêu chuẩn cao về vệ sinh môi trường khi được nhiều du khách bình chọn là đất nước sạch nhất thế giới. Điều này tạo ra môi trường lý tưởng cho các sự kiện quan trọng và quy mô lớn.

Đại dịch covid-19 xảy ra, đã làm thay đổi và định hình lại ngành công nghiệp du lịch. Singapore cũng rất nhanh nhạy và lập tức có những điều chỉnh lại ngành tổ chức hội họp, khen thưởng, hội nghị, triển lãm. Chính phủ Singapore đã xây dựng Tiêu chuẩn SG SafeEvent, yêu cầu các sự kiện phải đáp ứng các yêu cầu về an toàn, tuân thủ quy định trong thời kỳ covid-19. Phương thức tổ chức sự kiện Hybrid hóa (kết hợp hoạt động trực tiếp và trực tuyến) cũng được áp dụng rộng rãi, giúp các hội nghị vừa đạt hiệu quả cao, vừa đảm bảo tiêu chuẩn về an toàn.

*Thứ hai, đầu tư phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, giúp du khách tiếp cận điểm đến dễ dàng*

Singapore được đánh giá là dễ dàng tiếp cận trên cả hai phương diện: tiếp cận cứng (hardware accessibility) và tiếp cận mềm (software accessibility). Về khả năng tiếp cận cứng, Singapore có sân bay quốc tế Changi với công suất phục vụ khoảng 90 triệu lượt khách/năm (bằng 22 sân bay ở Việt Nam cộng lại). Có khoảng 100 hãng hàng không đang hoạt động, kết nối Singapore với 400 thành phố trên thế giới. Trung bình mỗi một phút lại có một chuyến bay cất/hạ cánh tại sân bay Changi Airport. Từ năm 2013, sân bay quốc tế Changi của Singapore liên tục đứng đầu bảng xếp hạng sân bay tốt nhất thế giới theo xếp hạng của SkyTrax - giải thưởng được ví như Oscar ngành hàng không. Ở góc độ tiếp cận mềm, thủ tục nhập cảnh Singapore rất dễ dàng. Singapore có chính sách miễn phí thị thực cho du khách trong vòng 30 đến 90 ngày với hầu hết các quốc gia trên thế giới (trừ một số nước châu Phi và Trung Đông). Chính phủ Singapore còn thực hiện chính sách “Bầu trời mở” với giá vé máy bay tới Singapore thường thấp hơn nhiều so với các quốc gia khác. Đặc biệt, khách đến dự các sự kiện tại Singapore còn được hãng hàng không quốc gia Singapore Airline hỗ trợ với mức giá ưu đãi, thậm chí là miễn phí vé máy bay [13].

Để định hướng trở thành một trung tâm hội nghị của khu vực và thế giới, Singapore đã đầu tư xây dựng các trung tâm tổ chức sự kiện MICE tầm cỡ như Suntec Singapore International Convention, Exhibition Centre và Singapore Expo, Marina Bay Sands Expo and Convention Centre... Các cơ sở này được trang bị các thiết bị và dịch vụ chuyên nghiệp, giúp các sự kiện MICE được tổ chức một cách tốt nhất. Singapore cũng có hệ thống các khách sạn và nhà hàng chất lượng cao, đảm bảo rằng các khách du lịch MICE sẽ có nơi ở và nơi thưởng thức ẩm thực tốt nhất.

<sup>2</sup> Việt Nam được xếp hạng thứ 41/163 về chỉ số hoà bình.

*Thứ ba, xây dựng chính sách đầu tư, hỗ trợ và thúc đẩy ngành công nghiệp sự kiện*

Cơ chế, chính sách và luật pháp là xương sống định hướng và cũng là điều kiện mang tính quyết định cho sự phát triển du lịch tại Singapore. Chính phủ Singapore đưa ra những chính sách hấp dẫn nhằm thu hút các nhà đầu tư/startup, doanh nghiệp nước ngoài đến Singapore. Chỉ là Quốc đảo nhỏ bé nên chính phủ Singapore ưu tiên khuyến khích đầu tư nước ngoài bằng chính sách ưu đãi thuế, góp vốn đầu tư (khi các nhà khởi nghiệp nước ngoài đến đầu tư, chính phủ sẽ góp thêm vốn cho doanh nghiệp, số tiền có thể bằng với số tiền của nhà đầu tư bỏ ra). Chính điều này đã biến Quốc đảo Sư tử trở thành thiên đường cho các nhà đầu tư trên thế giới. Hiện nay, Singapore có hơn 7000 công ty/tập đoàn đa quốc gia hoạt động. Khi các nhà đầu tư đến Singapore để kinh doanh đã mang theo cả hệ thống và thị trường của họ. Nhờ đó nền kinh tế của Singapore đã có bước chuyển mình rõ rệt. Từ một đất nước nhỏ nhất thế giới trở thành cường quốc kinh tế top đầu châu lục và thế giới.

Để thúc đẩy ngành công nghiệp sự kiện, năm 1995 Tổng cục Du lịch Singapore (STB) đã thành lập Cục Hội nghị và Triển lãm Singapore (SECB) nhằm xây dựng và duy trì danh tiếng ưu việt của Singapore, dẫn dắt ngành hội họp, khen thưởng, hội nghị và triển lãm của quốc gia phát triển bền vững; giúp những tổ chức, doanh nghiệp trong ngành cùng phát triển thịnh vượng và hợp tác chặt chẽ với chính phủ. SECB hợp tác với các bên liên quan trong ngành để đấu thầu các sự kiện nổi tiếng quốc tế, đối chiếu thông tin về các yêu cầu đấu thầu, biên soạn tài liệu đấu thầu. Khi Singapore được xác nhận là điểm đến của sự kiện, SECB sẽ hợp tác chặt chẽ với các nhà tổ chức để tăng số lượng đại biểu tại các hoạt động liên quan, cũng như nâng cao trải nghiệm của đại biểu trong suốt chuyến đi. SECB còn tạo điều kiện để kết nối các đơn vị tổ chức sự kiện với các cơ quan quản lý, chính phủ; hỗ trợ quảng bá sự kiện bằng cách đưa sự kiện vào lịch sự kiện trên website của Tổng cục du lịch Singapore hoặc quảng bá sự kiện thông qua quảng cáo biểu ngữ trên đường phố ở các khu vực có đông người qua lại như khu trung tâm thương mại, khu di sản và nghệ thuật hoặc những địa điểm mua sắm hấp dẫn du khách của Singapore, đường Orchard.

Singapore còn đưa ra nhiều chương trình ưu đãi cho các sự kiện được tổ chức tại Singapore (Singapore MICE Advantage Programme-SMAP), điển hình như: Approved International Fair (AIF), Business Events in Singapore (BEiS) hoặc In Singapore Incentives & Rewards (INSPIRE). Các sự kiện chứng minh được sức hấp dẫn ở tầm cỡ quốc tế và về mặt thương mại sẽ được đăng ký chương trình ưu đãi cho các sự kiện. Nếu được xét duyệt, ban tổ chức sự kiện sẽ nhận được nhiều hỗ trợ từ chính phủ như:

Được khấu trừ thuế kép (nếu nhận được chứng nhận AIF). Điều này cho phép các công ty được phê duyệt thực hiện các khoản khấu trừ trên thu nhập chịu thuế của họ với mức gấp đôi số tiền thông thường cho các khoản chi phí triển lãm đủ điều kiện.

Được hỗ trợ tài chính từ chính phủ khi đăng ký Business Events in Singapore (BEiS) hoặc In Singapore Incentives & Rewards (INSPIRE);

Được gợi ý về địa điểm tổ chức các buổi gặp gỡ giao lưu và sự kiện MICE; Được gợi ý về những hoạt động xã hội, ví dụ như các tour đi quanh thành phố Singapore;

Được giới thiệu tới các cơ quan và nhà cung cấp phù hợp;

Được giảm giá không gian quảng cáo ở tất cả các nhà ga của Sân bay Changi;

Được bố trí bàn tiếp đón miễn phí ở Sân bay Changi để chào đón các đại biểu của bạn khi họ đến;

Được giảm giá cho các không gian tổ chức sự kiện và hội họp tại Sân bay Jewel Changi;  
Được cấp vé máy bay miễn phí trên Hãng hàng không Singapore Airlines (tùy thuộc vào mức chi tiêu tối thiểu);

Được cấp vé máy bay giảm giá hoặc miễn phí cho người đến kiểm tra địa điểm;

Được giảm phí đại lý cho các chuyến đi bằng đường hàng không và đường bộ với Tradewinds, bộ phận điều hành tour của Hãng hàng không Singapore Airlines.

Ngoài ra, các đại biểu tham dự sự kiện MICE cũng được nhiều quyền lợi như: nhận được thẻ mua hàng Changi để mua sắm và ăn uống ở Sân bay Changi Singapore hoặc Sân bay Jewel Changi, được miễn phí vào cửa các điểm tham quan tại Sân bay Changi, được giảm giá cho iShopChangi (nền tảng mua sắm trực tuyến của Sân bay Changi), được giảm giá vé đến Singapore trên các hãng hàng không Singapore Airlines và SilkAir, được giảm giá hoặc được tặng quà miễn phí khi mua thẻ SIM du lịch trả trước StarHub tại Sân bay Changi, giảm giá khi sử dụng dịch vụ grab, được trải nghiệm giải trí miễn phí với Sentosa, được tặng token (một dạng của tiền điện tử) miễn phí khi mua Sentosa Fun Pass và khách du lịch có thể đổi token để có trải nghiệm và dịch vụ ăn uống tại các cơ sở của đối tác Sentosa tham gia chương trình.

*Thứ tư, xây dựng quan hệ đối tác và liên minh với nhiều cơ quan, tổ chức quốc tế lớn về tổ chức sự kiện, vừa hướng tới mục tiêu quảng bá điểm đến, vừa giúp Singapore học hỏi kinh nghiệm tổ chức sự kiện*

Singapore là thành viên của một số liên minh và cơ quan quản lý quốc tế, như: Liên minh Toàn cầu BestCities - một mạng lưới gồm mười một cục hội nghị (bao gồm Berlin, Bogotá, Cape Town, Copenhagen, Dubai, Edinburgh, Houston, Melbourne, Singapore, Tokyo và Vancouver), Đối tác Trung tâm Hiệp hội Toàn cầu (Global Association Hubs Partnership, GAHP), Hiệp hội Triển lãm và Sự kiện Quốc tế (International Association of Exhibitions and Events, IAEE), Hiệp hội Quản lý Hội nghị Chuyên nghiệp (Professional Convention Management Association, PCMA), Liên hiệp các Hiệp hội Quốc tế (Union of International Associations, UIA),... Việc tham gia các tổ chức quốc tế lớn về tổ chức sự kiện giúp Singapore đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, chuyên môn và tính chuyên nghiệp để mang đến trải nghiệm dịch vụ tốt nhất thế giới cho các nhà tổ chức hội họp quốc tế. Không chỉ vậy, mối quan hệ đối tác này sẽ hỗ trợ các hiệp hội quốc tế mở rộng ra toàn cầu và phục vụ tốt hơn các thành viên ở nước ngoài của họ bằng cách sử dụng các thành phố đối tác tương ứng làm mạch dẫn trong khu vực.

Ngoài những điều kiện trên đây, việc Singapore sử dụng tiếng Anh như một ngôn ngữ hành chính cũng được xác định là yếu tố thuận lợi để Singapore thu hút các sự kiện quốc tế. Tiếng Anh là một trong bốn ngôn ngữ chính thức của Singapore. Hầu hết người dân Singapore đều biết hai ngôn ngữ trở lên trong đó có tiếng Anh. Trong thời kì “thế giới phẳng” như ngày nay, đây là một thuận lợi rất lớn cho Đảo quốc Sư tử đẩy mạnh phát triển kinh tế, đặc biệt là trong lĩnh vực du lịch.

Với các chiến lược như trên, Singapore liên tục được Hiệp hội Hội nghị và Hội thảo quốc tế (Congress and Convention Association, ICCA) xếp hạng là thành phố hội nghị hàng đầu châu Á, là một điểm đến hàng đầu thế giới cho các sự kiện doanh nghiệp. Singapore quả thực là trường hợp điển hình mà Việt Nam nói chung và tỉnh Thanh Hoá nói riêng nên nghiên cứu và học tập, rút ra những bài học kinh nghiệm để phát triển du lịch nước nhà, thúc đẩy ngành công nghiệp du lịch phát triển mạnh hơn về “chất” thay vì “lượng” như hiện nay.

### 3. BÀI HỌC PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE CHO TỈNH THANH HOÁ

Thanh Hóa là điểm đến đầy tiềm năng để phát triển loại hình du lịch MICE. 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 vùng và quốc gia bằng cả đường bộ, đường biển, đường hàng không và đường sắt. Thanh Hoá có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối tốt với hệ thống những khách sạn, resort 4 - 5 sao như FLC Samson Beach & Golf Resort, khách sạn Mường Thanh Grand Thanh Hoá, Khách sạn Meliá Vinpearl Thanh Hoá, khách sạn Central, khách sạn Dragon Sea,... Không chỉ vậy, Thanh Hoá còn được Đảng và Nhà nước rất quan tâm, định hướng xây dựng, phát triển, trở thành một trong bốn cực tăng trưởng khu vực phía Bắc (cùng với Hà Nội, Quảng Ninh và Hải Phòng) [1]. Thanh Hóa hoàn toàn có thể đăng cai tổ chức các sự kiện, thu hút các hội nghị của khu vực miền trung và đất nước về đây. Phát triển loại hình du lịch MICE cũng là một trong các định hướng được Tỉnh uỷ Thanh Hoá quan tâm trong Chương trình phát triển du lịch tỉnh Thanh Hoá giai đoạn 2021 - 2025 [6]. Tuy nhiên, cho đến nay loại hình du lịch MICE còn khá mờ nhạt. Để phát huy lợi thế và thu hút khách du lịch MICE, Thanh Hoá có thể tham khảo các chiến lược của Singapore và thực hiện các giải pháp sau:

#### *Thứ nhất, xây dựng và quảng bá hình ảnh điểm đến du lịch MICE an toàn, hấp dẫn*

Điều kiện chính trị ổn định và đất nước hoà bình là điều kiện quyết định cho các hoạt động du lịch phát triển. Bất cứ một đất nước, một vùng lãnh thổ hoặc địa phương nào không đảm bảo được điều kiện về an ninh, an toàn cho khách du lịch thì không thể phát triển hoạt động du lịch. Việc xây dựng hình ảnh an toàn, hấp dẫn cho điểm đến là một quá trình phức tạp, yêu cầu sự tham gia tích cực của nhiều bên liên quan, đặc biệt là chính quyền địa phương và các cơ sở dịch vụ. Sự chuyên nghiệp trong lĩnh vực du lịch cùng với tinh thần mến khách của cộng đồng địa phương sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc quảng bá hình ảnh của Thanh Hóa trên thị trường du lịch. Để đạt được mục tiêu này, sự hợp tác và phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan liên quan là điều cần thiết. Trong đó, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa với vai trò chỉ đạo, cần đảm bảo việc lập kế hoạch, đầu tư và phát triển du lịch MICE tại Thanh Hóa và khu vực lân cận được thực hiện một cách bền vững. Mục tiêu là tạo ra một địa điểm hấp dẫn, an toàn và có trách nhiệm đối với khách du lịch.

#### *Thứ hai, hoàn thiện hệ thống cơ sở vật chất, cơ sở hạ tầng phục vụ khách du lịch MICE*

Cơ sở hạ tầng là điều kiện quan trọng cho phát triển kinh tế nói chung và phát triển các hoạt động du lịch nói riêng. Đó là hệ thống đường bộ, đường sắt, bến cảng, sân bay, điện năng, viễn thông, nước sạch... Cơ sở vật chất kỹ thuật là các khu du lịch, các cơ sở lưu trú, các nhà hàng, các điểm dừng chân, các cơ sở giải trí, các phương tiện vận chuyển khách du lịch, các cơ sở thương mại... Đây là những cơ sở có tính quyết định đến việc đón tiếp, phục vụ khách du lịch và khai thác các tài nguyên du lịch của địa phương và của đất nước.

Với khách du lịch MICE, sự dễ dàng tiếp cận và dịch vụ đầy đủ, thuận tiện được coi là những tiêu chí quan trọng hàng đầu khi họ cân nhắc lựa chọn điểm đến. Nắm bắt đặc điểm đó, Thanh Hoá cần thiết lập một tập hợp các chính sách nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho du khách tiếp cận và tận hưởng những trải nghiệm tối ưu tại điểm đến. Đối với mục tiêu này, cần tập

trung vào quy hoạch và xây dựng các khách sạn 3 - 5 sao cùng với việc đầu tư vào các trung tâm hội nghị đáp ứng tiêu chuẩn với sức chứa thích hợp, hệ thống âm thanh và các thiết bị phục vụ cho du lịch MICE. Ngoài ra, cần áp dụng chính sách ưu đãi về thuế và đất đai nhằm thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Đồng thời, việc đầu tư, hoàn thiện cơ sở hạ tầng và các cơ sở vui chơi giải trí cần được lưu tâm hơn nữa. Thanh Hoá, dù đã có hệ thống cơ sở hạ tầng tương đối tốt, đặc biệt đã có sân bay dân dụng Thọ Xuân. Tuy nhiên, số lượng đường bay kết nối Thanh Hoá với các địa phương khác trong cả nước đang còn rất hạn chế, đặc biệt Thanh Hoá không có các tuyến bay quốc tế kết nối với các thị trường trọng điểm. Thanh Hoá cũng cần đầu tư, quy hoạch các khu phố văn hóa du lịch và khu vực ẩm thực, giúp du khách có thêm trải nghiệm trong mỗi chuyến du lịch công vụ của mình.

*Thứ ba, xây dựng chính sách, cơ chế cụ thể cho việc phát triển loại hình du lịch MICE*

Ủy ban nhân dân tỉnh Thanh Hoá cần xây dựng chính sách linh hoạt và cơ chế tài chính hỗ trợ, tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi và khuyến khích sự đầu tư, phát triển bền vững của ngành du lịch MICE. Trước hết, chính quyền cần thiết lập các quy định và hướng dẫn cụ thể về tổ chức sự kiện MICE, bao gồm quy trình xin phép, quản lý văn bản, để đảm bảo tính chuyên nghiệp, an toàn cho du khách cũng như cộng đồng địa phương. Chính quyền cũng cần tạo ra các chính sách khuyến khích và ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch MICE, như miễn, giảm thuế và hỗ trợ tài chính cho các dự án đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, khách sạn, trung tâm hội nghị hiện đại. Ngoài ra, chính quyền cần cung cấp các biện pháp hỗ trợ tài chính như quỹ hỗ trợ du lịch MICE, các chính sách thuế ưu đãi và các khoản vay ưu đãi để giúp các doanh nghiệp du lịch phát triển và mở rộng hoạt động của họ. Việc xây dựng chính sách và cơ chế phát triển cho du lịch MICE đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ ngành và các bên liên quan, cùng với sự cam kết dài hạn của chính phủ và các doanh nghiệp để thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành du lịch này.

*Thứ tư, hợp tác và liên kết với các tổ chức về tổ chức sự kiện*

Thanh Hoá cũng có thể tham gia, hợp tác với các tổ chức trong nước và quốc tế về tổ chức sự kiện. Các mối quan hệ này có thể giúp Thanh Hoá học hỏi, nâng cao sự chuyên nghiệp trong tổ chức sự kiện, vừa thông qua đó để quảng bá về một điểm đến du lịch MICE đầy tiềm năng. Các cơ quan chức năng cần thúc đẩy việc hợp tác đa phương giữa các tổ chức, doanh nghiệp và các bên liên quan, như tổ chức du lịch, các cơ quan nghiên cứu, để tăng cường sức cạnh tranh của điểm đến du lịch MICE và tạo ra các sự kiện độc đáo và hấp dẫn. Ngoài ra, Thanh Hoá rất cần có cơ chế, chính sách ưu đãi cho các đơn vị kéo được sự kiện về Thanh Hoá tổ chức.

*Thứ năm, phát triển nguồn nhân lực chuyên nghiệp nhằm thoả mãn yêu cầu của khách du lịch MICE*

Khách du lịch MICE là những cá nhân hoặc tổ chức có khả năng chi trả cao, nhưng đồng thời các yêu cầu của họ cũng khá cao và đa dạng. Họ thường yêu cầu về các trải nghiệm du lịch ngoài trời, tổ chức hội nghị, hội thảo trong tour, chương trình du lịch, kết hợp với các hoạt động khác như nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí, và không thể thiếu các hoạt động trong kết nối và tìm kiếm nhu cầu kinh doanh hay đối tác làm ăn mới. Đơn vị tổ chức phải biết

cách thỏa mãn tối đa nhu cầu sử dụng của khách tham dự. Do đó, đội ngũ nhân viên phục vụ cần được đào tạo bài bản, có tính chuyên nghiệp cao, làm việc khoa học, sáng tạo. Tỉnh Thanh Hoá cần xây dựng các chương trình đào tạo chuyên sâu về dịch vụ MICE cho nhân viên trong ngành du lịch và khách sạn. Các khóa học này có thể bao gồm các kỹ năng quản lý sự kiện, giao tiếp chuyên nghiệp, quản lý thời gian và kỹ năng tổ chức. Các chương trình hợp tác giữa các khách sạn, công ty tổ chức sự kiện và trường đại học địa phương cũng cần được thiết lập, để cung cấp các khóa học và chương trình thực tập cho sinh viên đang học về ngành du lịch và quản lý sự kiện.

#### 4. KẾT LUẬN

Singapore nổi tiếng với cơ sở hạ tầng hiện đại, dịch vụ chất lượng và môi trường kinh doanh thuận lợi, là cơ sở cho việc tổ chức các sự kiện MICE trở nên mượt mà và hiệu quả. Sự đa dạng về cơ sở hội nghị, khách sạn, nhà hàng cùng với sự hỗ trợ chuyên nghiệp từ các cơ quan du lịch và các tổ chức địa phương đã giúp Singapore trở thành điểm đến ưa thích của các sự kiện lớn, từ hội nghị quốc tế đến triển lãm và hội thảo chuyên ngành. Việc tổ chức các hội nghị, triển lãm và sự kiện tại Singapore đã mang lại nhiều lợi ích kinh tế, giúp Đảo quốc Sư tử từ một làng chài nghèo vươn mình trở thành một trong những quốc gia có thu nhập bình quân đầu người cao nhất thế giới.

Tỉnh Thanh Hoá, với tiềm năng du lịch lớn và sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế, có hệ thống cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật tương đối đầy đủ, hiện đại, hoàn toàn có thể định hướng để thành một đích đến của các sự kiện MICE. Việc phát triển du lịch MICE không chỉ đem lại lợi ích kinh tế mà còn là cơ hội để quảng bá hình ảnh điểm đến, thu hút đầu tư và tạo ra các cơ hội hợp tác quốc tế. Tuy nhiên, để phát triển loại hình du lịch này, chắc chắn cần có sự chung tay, nỗ lực của tất cả các bên liên quan, đặc biệt là chính quyền địa phương. Kinh nghiệm phát triển du lịch MICE của Singapore là những bài học quý báu mà chính quyền cần nghiên cứu, qua đó đưa ra các giải pháp hiệu quả, giúp Thanh Hoá dần trở thành điểm đến của các sự kiện trong và ngoài nước.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ban chấp hành Trung Ương Đảng (2021), *Nghị quyết số 58-NQ/TW của Bộ chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thanh Hóa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
- [2] Nguyễn Thị Ngọc Cẩm (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.
- [3] Khánh Linh (2019), *Khẳng định đẳng cấp du lịch MICE*, Cục Du Lịch Quốc Gia Việt Nam, <https://vietnamtourism.gov.vn/post/29903>.
- [4] Nguyễn Thị Khánh My (2015), *Một số giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển loại hình du lịch công vụ (MICE) tại thành phố Đà Nẵng*, Kỷ yếu hội thảo khoa học Quốc tế “Công nghệ thông tin và các ứng dụng trong các lĩnh vực lần thứ 4 (CITA 2015)”.
- [5] Trần Đức Thanh, Phạm Hồng Long, Vũ Hương Lan (2022), *Nhập môn du lịch*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
- [6] Tỉnh uỷ Thanh Hoá (2021), *Quyết định ban hành Chương trình phát triển du lịch tỉnh Thanh Hoá giai đoạn 2021-2025*.



- [7] Forbes (2012), *The World's Top 10 Cities for Street Food*, <http://www.forbes.com/pictures/ehlk45fiii/2-Singapore-3/#6d261f673a3f>.
- [8] Forbes (2019), *The World's Most-Visited City Is Bangkok*, <https://www.forbes.com/sites/ericrosen/2019/09/04Đ>.
- [9] Garcia, A. (2024), *The most visited cities in the world. Middle East Economy*,: <https://economymiddleeast.com/news/most-visited-ci>.
- [10] Institute for Economics and Peace (IEP) (2023), *Global Peace Index 2023*, <https://www.economicsandpeace.org/reports/>.
- [11] Lew, A. A., & Chang, T. C. (1999), *Where the world meets: Regionalism and globalization in Singapore's convention industry*, *Journal of Convention & Exhibition Management*, 1(4), 17-36.
- [12] Regine, C. (2024), *How Taylor Swift gave Singapore's economy a massive boost*, *The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/world/2024/03/08/singapore-taylor-swift-eras/>.
- [13] Singapore Tourism Board (2023), *Singapore MICE Advantage Programme (SMAP)*, <https://www.visitsingapore.com/mice/en/plan-your-event/assistance-schemes/singapore-mice-advantage-programme/>.
- [14] The Singapore Department of Statistics (2023), *Tourism Receipts by Major Components*, <https://tablebuilder.singstat.gov.sg/table/TS/M550371>.
- [15] UNWTO (2023), *Glossary of tourism terms*, <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms#M> (truy cập: 1/10/2023).

## SINGAPORE'S EXPERIENCE IN PROMOTING MICE TOURISM AND THE IMPLICATIONS FOR THANH HOA PROVINCE

Duong Thi Hien, Trinh Thi Phan

### ABSTRACT

*MICE tourism stands as a vital segment within the global tourism sector, offering significant economic benefits. MICE events will not only foster networking and knowledge exchange, but also stimulate economic growth in host regions. Among Asia's leading MICE hubs, Singapore shines as a premier MICE destination, drawing a diverse influx of global visitors. This article will review Singapore's MICE tourism endeavors; thereby, offering insights to guide the development of Thanh Hoa's MICE sector.*

**Keywords:** *Business travel, MICE, Singapore, Thanh Hoa tourism.*

\* Ngày nộp bài: 15/4/2024; Ngày gửi phản biện: 19/4/2024; Ngày duyệt đăng: 25/4/2024