

## MỤC LỤC

### **Lời cảm ơn**

<b>Phần mở đầu</b> .....	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Đối tượng, phạm vi và mục đích nghiên cứu.....	3
3. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài.....	4
4. Phương pháp nghiên cứu.....	4
5. Bố cục.....	5
<b>Chương 1. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ DU LỊCH MICE</b> .....	6
1.1. Khái niệm.....	6
1.1.1. Khái niệm du lịch MICE.....	6
1.1.2. Khái niệm thị trường.....	6
1.1.3. Khái niệm thị trường du lịch.....	6
1.2. Các loại hình MICE.....	7
1.2.1. Meeting (Gặp gỡ, hội nghị).....	7
1.2.2. Incentive (khen thưởng).....	8
1.2.3. Convention (Hội thảo, hội nghị).....	9
1.2.4. Exhibition (Triển lãm).....	9
1.2.5. Các loại hình sự kiện (Event).....	10
1.3. Đặc điểm của du lịch MICE.....	10
1.3.1. Mục đích.....	10
1.3.2. Khách hàng.....	11
1.3.3. Thời gian.....	12
1.3.4. Cơ sở hạ tầng.....	12
1.3.6. Tour thiết kế.....	12
1.4. Điều kiện ra đời và phát triển của du lịch MICE.....	13
1.4.1. Kết cấu hạ tầng.....	13
1.4.2. Cơ sở vật chất.....	13
1.4.3. Chất lượng dịch vụ và chất lượng nguồn lao động.....	14

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

1.4.4. Tài nguyên du lịch.....	14
1.4.5. Thủ tục hành chính.....	15
1.4.6. An ninh an toàn .....	15
1.4.7. Nơi có nền kinh tế phát triển.....	15
1.5. Tác động của hoạt động du lịch MICE .....	15
1.5.1. Tác động về mặt văn hoá xã hội .....	15
1.5.2. Tác động về mặt kinh tế.....	17
1.5.3. Tác động tới kinh doanh thương mại .....	17
1.5.4. Tác động đến kinh doanh du lịch.....	18
1.6. Khái quát về hoạt động tổ chức loại hình MICE .....	19
1.6.1. Khái quát về hoạt động tổ chức loại hình MICE trên thế giới.....	19
1.6.2. Khái quát về hoạt động tổ chức loại hình MICE ở Việt Nam .....	20
Tiểu kết chương 1.....	21
<b>Chương 2. THỊ TRƯỜNG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH MICE TẠI HẠ</b>	
<b>LONG - QUẢNG NINH.....</b>	<b>22</b>
2.1. Khái quát về Hạ Long .....	22
2.1.1. Vị trí địa lý- cảnh quan.....	22
2.1.2. Về kinh tế -xã hội.....	24
2.1.3. Một số điểm tham quan du lịch.....	26
2.2. Hoạt động khai thác du lịch tại Hạ Long .....	29
2.2.1. Hiện trạng khai thác và phát triển .....	29
2.2.2. Các thành tựu đạt được .....	33
2.3. Hoạt động du lịch MICE tại Hạ Long.....	34
2.3.1. Các điều kiện phát triển.....	34
2.3.2. Thực trạng hoạt động .....	45
Tiểu kết chương 2.....	66
<b>CHƯƠNG 3. MỘT SỐ ĐÁNH GIÁ VÀ ĐỀ XUẤT .....</b>	<b>67</b>
3.1. Thế mạnh và hạn chế của Hạ Long với du lịch MICE .....	67
3.2. Đánh giá hiện trạng hoạt động .....	70

*Phát triển thị trường du lịch MICE*  
*(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)*

---

3.3. Đề xuất khai thác.....	72
Tiêu kết chương 3.....	76
<b>KẾT LUẬN</b> .....	78
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	79
<b>PHỤ LỤC</b>	

## **Lời cảm ơn**

Những năm học Đại học sắp kết thúc, là sinh viên cuối cấp được làm khóa luận tốt nghiệp là một điều vô cùng vinh dự. Nhưng để có thể hoàn thành khóa luận, đòi hỏi sự cố gắng rất lớn của bản thân mà quan trọng hơn cả đó là sự chỉ bảo của thầy cô hướng dẫn, giúp đỡ, động viên của bạn bè và người thân.

Trước tiên, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới các thầy cô trường Đại học dân lập Hải Phòng đã dìu dắt em trong suốt 4 năm học tại trường. Em xin chân thành cảm ơn Thạc sĩ Lê Thanh Tùng đã tận tình hướng dẫn và giúp đỡ em hoàn thành khóa luận này.

Trong quá trình học tập tại trường, em đã được các thầy cô giáo nói chung và trong khoa văn hóa du lịch nói riêng chỉ bảo, giảng dạy hết sức tận tình, cho em những kinh nghiệm quý báu và em cũng đã học hỏi được những điều hay từ bạn bè. Hy vọng trong tương lai em sẽ vận dụng tốt những kiến thức bổ ích đó vào trong cuộc sống một cách hiệu quả nhất.

Cuối cùng em xin cảm ơn gia đình và bè bạn đã luôn ở bên động viên em trong cuộc sống cũng như trong học tập.

Do bước đầu làm quen với công tác nghiên cứu khoa học và thời gian có hạn cũng như trình độ bản thân còn hạn chế nên bài khóa luận không thể tránh khỏi những thiếu sót nhất định, tác giả mong được sự giúp đỡ và đóng góp ý kiến xây dựng của thầy cô, bạn bè, bạn đọc để khóa luận hoàn thiện hơn.

*Em xin chân thành cảm ơn!*

Sinh viên

**ĐỖ THỊ THẢO**

*Phát triển thị trường du lịch MICE  
(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)*

---

## **Phần mở đầu**

### **1. Lý do chọn đề tài**

Du lịch ngày nay càng phát triển và đang trở thành ngành kinh tế quan trọng của nhiều quốc gia. Trước những thách thức to lớn về nhu cầu du lịch ngày càng gia tăng nhanh chóng với những yêu cầu đa dạng phức tạp, các nhà kinh doanh luôn phải cố gắng hết sức để đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm. Cùng với sự phát triển của ngành du lịch, các loại hình dịch vụ ngày càng phong phú, hấp dẫn hơn, đáp ứng được các nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch. Một trong các loại hình đó phải kể đến là du lịch MICE. Du lịch MICE từ lâu đã hình thành và phát triển ở các nước Tây Âu và Bắc Mỹ và dần phát triển vào Châu Á. Đây được đánh giá là “một loại hình du lịch đang nổi lên trong thập kỷ đầu của thiên niên kỷ mới, một cơ hội mang lại nguồn thu lớn” cho du lịch. Tuy nhiên du lịch MICE không đòi hỏi khai thác tài nguyên ở mức độ cao mà khả năng tổ chức sáng tạo khoa học của các nhà cung ứng dịch vụ- là chất lượng hoàn hảo đạt tiêu chuẩn của các dịch vụ vận chuyển, ăn uống, lưu trú cũng như các dịch vụ bổ sung và sự nhiệt tình năng động, trình độ nghiệp vụ cao của đội ngũ nhân viên phục vụ. Việt Nam đang là điểm đến hấp dẫn của loại hình này bởi vì khả năng đáp ứng yêu cầu rất tốt cùng với đất nước ổn định hoà bình. Hoạt động MICE đang diễn ra rất sôi động với sự phong phú đa dạng của các loại hình như: biểu diễn nghệ thuật, hội thi, trao giải, lễ khánh thành, họp báo, lễ khai mạc... Các hoạt động MICE thu hút được rất nhiều sự quan tâm của công chúng, mang lại lợi nhuận cao cho du lịch và các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực này. Việc kinh doanh phát triển hoạt động du lịch MICE đã đem lại hiệu quả to lớn cho ngành du lịch Việt Nam, trong đó phải kể đến doanh thu và lợi nhuận khổng lồ từ các dịch vụ cùng với việc quảng bá cho các khách sạn nhà hàng, các hãng hàng không cũng như cơ hội nâng cao nghiệp vụ, trình độ chuyên môn và đổi mới trang thiết bị. Không những thế việc phát triển loại hình du lịch này còn góp phần hạn chế tính mùa vụ trong hoạt động du lịch- một khó khăn đang là vấn đề nan giải cho ngành du lịch Việt Nam.

Du lịch MICE ngày càng chứng tỏ được sự an toàn và ổn định về chính trị

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

cùng với việc đầu tư mạnh mẽ về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật. Với việc tổ chức du lịch thế giới trao tặng danh hiệu:” Điểm du lịch thân thiện nhất”. Từ năm 1997, Việt Nam đã khẳng định mình khi lần đầu tiên đăng cai thành công Hội nghị thượng đỉnh các nước nói tiếng Pháp với sự tham gia của các nguyên thủ quốc gia đến từ hơn 50 đất nước và vùng lãnh thổ trên thế giới. Và nhiều hội nghị khác mang tầm khu vực và thế giới như: Hội nghị thượng đỉnh ASEAN, Hội nghị bộ trưởng kinh tế ASEM, APEC, ...Để khai thác tốt thị trường này, du lịch Việt Nam còn tiến hành nhiều hoạt động xúc tiến nhằm giới thiệu thông tin, thu hút khách du lịch trong và ngoài nước quan tâm đến loại hình như tham gia hội chợ du lịch quốc tế WTF- 2002, hội chợ Top Resa tại Pháp hay Sydney, hội chợ Du lịch quốc tế MITT(2010) tại Nga, hội chợ ITB 2010 ở Đức.

Nằm trong tam giác tăng trưởng kinh tế phía Bắc Hà Nội- Quảng Ninh- Hải Phòng, thành Phố Hạ Long (Quảng Ninh) hiện nay đang được đầu tư mạnh mẽ về tất cả mọi lĩnh vực để có thể phát huy mọi thế mạnh của mình, đặc biệt là du lịch với hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật ngày càng hoàn thiện và hiện đại hóa. Trong thời gian gần đây, Hạ Long (Quảng Ninh) đã được chọn là nơi tổ chức nhiều sự kiện quan trọng của quốc gia bên cạnh các thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Huế...Đây là vinh dự, là cơ hội nhưng đồng thời cũng là trách nhiệm và thách thức rất lớn đối với thành phố Hạ Long nói chung và ngành du lịch Quảng Ninh nói riêng. Mặc dù là một điểm đến khá mới mẻ đối với loại hình MICE song sự thành công của các hội nghị, cả sự kiện quốc gia và quốc tế diễn ra trong thời gian vừa qua đã cho thấy Hạ Long có thể trở thành một trung tâm hội nghị, hội thảo, khen thưởng, triển lãm kết hợp với du lịch trong cả nước và khu vực. Nếu như khai thác hiệu quả và phát triển tốt loại hình năng động đầy lợi nhuận này, du lịch Quảng Ninh sẽ có thêm cơ hội để đạt được những thành tựu to lớn, từ đó góp phần vào sự nghiệp công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước nói chung và thành phố Hạ Long nói riêng.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đã đạt được nhưng do nhiều nguyên nhân khác nhau, du lịch Hạ Long vẫn chưa phát triển hết tiềm năng của nó, chưa

khai thác được một cách hiệu quả các nguồn tài nguyên du lịch phục vụ du lịch nói chung cũng như du lịch MICE nói riêng.

Hiện nay vẫn chưa có một sự rạch ròi các loại hình MICE trong hoạt động của các doanh nghiệp du lịch. Vì vậy việc khảo sát tìm hiểu về hiện trạng khai thác các loại hình MICE ở Hạ Long là một vấn đề rất cần thiết để thúc đẩy hoạt động tổ chức khai thác các loại hình này được chuyên nghiệp và hiệu quả hơn.

Trên thực tế hiện nay, cả nghiên cứu lý luận và nghiên cứu ứng dụng trong kinh doanh ở Việt Nam đều chưa dành sự quan tâm đầy đủ cho việc nghiên cứu loại hình này. Thực tế chưa có một cuốn giáo trình hay sách tham khảo của Việt Nam bàn kỹ lưỡng về loại hình du lịch MICE. Trong quá trình nghiên cứu tìm hiểu tác giả có cơ hội tiếp xúc với các hồ sơ của các sự kiện MICE thông qua một số doanh nghiệp tiêu biểu. Loại hình MICE là một loại hình có tính quốc tế song còn khá mới mẻ về tên gọi đối với phần lớn người Việt Nam. Do vậy mà hiện nay không phải ai hay người làm du lịch nào cũng có cái nhìn đúng đắn toàn diện về nó. Ngay cả những người tham gia trong hoạt động tổ chức MICE cũng nhận thấy điều đó nên trong quá trình thực hiện họ vừa làm vừa học hỏi tích lũy thêm kinh nghiệm.

Xuất phát từ nhu cầu thực tiễn của Hạ Long, từ nhu cầu cũng như khả năng và vai trò của ngành du lịch Mice trong tương lai, tác giả đã quyết định chọn đề tài: “Phát triển thị trường du lịch MICE (Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long-Quảng Ninh)” nhằm bước đầu tìm hiểu khả năng tổ chức, thực trạng cũng như đưa ra nhận xét về thế mạnh, hạn chế và một số đề xuất kiến nghị về hướng phát triển của loại hình du lịch tại Hạ Long trong tương lai. Hy vọng đề tài này sẽ góp một phần nào đó giúp cho người đọc nắm vững và hiểu rõ hơn về loại hình MICE, để có thể ứng dụng nó một cách hiệu quả trong hoạt động kinh doanh của mình, đặc biệt là các doanh nghiệp kết hợp du lịch.

## **2. Đối tượng, phạm vi và mục đích nghiên cứu**

### ***2.1. Đối tượng nghiên cứu***

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là các loại hình MICE, hiện trạng và một số



phương hướng khai thác loại hình MICE cho du lịch Hạ Long.

## **2.2. Phạm vi nghiên cứu**

Phạm vi thời gian: từ năm 2007 đến năm 2009

Nội dung nghiên cứu: Qua khảo sát các hoạt động du lịch MICE diễn ra từ năm 2007 đến năm 2009 tại Hạ Long tác giả rút ra hiện trạng khai thác du lịch MICE tại Hạ Long, đồng thời đưa ra một số giải pháp để phát triển loại hình này tại Hạ Long.

## **2.3. Mục đích nghiên cứu**

Mục đích nghiên cứu: Bước đầu tìm cơ sở lý luận về MICE cũng như hiện trạng khai thác các loại hình MICE tại Hạ Long. Qua đó thấy được vai trò, tác động của loại hình MICE đối với việc quảng bá hình ảnh đất nước, thu hút khách du lịch để từ đó phát triển du lịch.

## **3. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài**

Trên cơ sở học hỏi và kế thừa những hướng nghiên cứu đi trước, đề tài bước đầu tổng hợp và phát triển lại cơ sở khoa học của loại hình du lịch MICE, song song với việc làm rõ hiện trạng khai thác của loại hình này cho du lịch Hạ Long. Đây là đóng góp lý thuyết của đề tài nhằm khẳng định hướng nghiên cứu của loại hình du lịch MICE như một hướng nghiên cứu cần thiết với ngành học có ý nghĩa thực tiễn mạnh mẽ như du lịch học.

Khi thực hiện đề tài này, tác giả mong muốn đề tài của mình có thể giúp người đọc, những người quan tâm có thể tìm hiểu kỹ hơn về vấn đề. Và khi đó, đề tài sẽ mang lại một ý nghĩa khác khi được áp dụng để nhận diện và ứng dụng trong thực tế để khai thác các loại hình MICE một cách hiệu quả hơn.

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

Trong quá trình nghiên cứu thực hiện đề tài, tác giả đã áp dụng các phương pháp sau để đảm bảo tính khoa học và thống nhất của đề tài.

### **4.1. Phương pháp nghiên cứu thực tế**

Tác giả đã khảo sát một số chương trình MICE thực tế tại một số doanh nghiệp, công ty du lịch. Phương pháp này giúp tác giả có cái nhìn thực tế hơn về

đối tượng nghiên cứu, qua đó góp phần củng cố về mặt lý luận, tránh cái nhìn chủ quan một chiều.

#### **4.2. Phương pháp chuyên gia**

Trong quá trình nghiên cứu thực hiện khoá luận, tác giả đã tham khảo ý kiến của các chuyên gia trong lĩnh vực MICE và tổ chức các loại hình MICE cho du lịch. Phương pháp này nhằm thu nhập ý kiến, đánh giá của các chuyên gia về hoạt động khai thác các loại hình MICE cho Quảng Ninh. Từ đó có cái nhìn khái quát hơn và những hiểu biết sâu sắc hơn về các loại hình MICE, hoạt động tổ chức khai thác các loại hình này cho du lịch.

#### **4.3. Phương pháp so sánh đối chiếu**

Phương pháp này có tác dụng làm nổi bật đặc điểm của các loại hình MICE khi dùng phương pháp này so sánh với các loại hình du lịch khác. Khi sử dụng phương pháp này đã giúp tác giả có cái nhìn sâu hơn, hiểu đúng đắn hơn về đối tượng nghiên cứu, tránh cái nhìn chủ quan một chiều.

#### **4.4. Phương pháp thống kê số liệu và tổng hợp phân tích tài liệu**

Tác giả sẽ tổng hợp và phân tích các công trình đã nghiên cứu trước đó, các bài viết về du lịch MICE trên một số báo và tạp chí, các dữ kiện thực tế do Sở Du lịch Quảng Ninh, các doanh nghiệp kinh doanh loại hình MICE tại Hạ Long cung cấp. Đây là một phương pháp quan trọng chủ đạo của đề tài. Phương pháp này giúp nhận biết những thiếu khuyết điểm mà các công trình nghiên cứu trước đó chưa giải quyết được. Điều đó giúp cho định hướng đúng đắn hơn. Ngoài ra phương pháp này còn giúp cho tác giả tiết kiệm được thời gian, kinh phí, vừa có cái nhìn tổng quan về đối tượng nghiên cứu.

### **5. Bố cục**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, nội dung khoá luận chia làm 3 chương

**Chương 1. Những vấn đề chung về du lịch MICE**

**Chương 2. Thị trường hoạt động du lịch MICE tại Hạ Long- Quảng Ninh**

**Chương 3. Một số đánh giá và đề xuất**

## **Chương 1**

### **NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ DU LỊCH MICE**

#### **1.1. Khái niệm**

##### **1.1.1. Khái niệm du lịch MICE**

MICE là từ viết tắt theo các chữ cái đầu của tiếng Anh của các từ: Meeting (họp mặt, gặp gỡ), Incentives (động viên, khen thưởng), Conventions (Hội thảo, hội nghị), Events/ Exhibitions( hội chợ, sự kiện).

Khái niệm MICE dùng để chỉ ngành kinh doanh tổ chức hội nghị, hội thảo, triển lãm, mà đối tượng khách chính là những doanh nhân, chính khách, thương gia. Họ là những người có thu nhập cao, mức chi trả lớn.

Du lịch MICE là một loại hình du lịch kết hợp của du khách giữa mục đích đi dự hội thảo, hội nghị, triển lãm, tham gia các sự kiện là chính với việc sử dụng các dịch vụ du lịch và tham quan du lịch.

##### **1.1.2. Khái niệm thị trường**

Thị trường là nơi chuyển giao quyền sở hữu sản phẩm, dịch vụ hoặc tiền tệ, nhằm thoả mãn nhu cầu của hai bên cung và cầu về một loại sản phẩm, dịch vụ. Thực chất, thị trường là tổng thể các khách hàng tiềm năng cùng có một yêu cầu cụ thể nhưng chưa được đáp ứng và có khả năng tham gia trao đổi để thoả mãn nhu cầu đó.

Thị trường là một tập hợp những người mua và người bán có tác động lẫn nhau, dẫn đến khả năng trao đổi.

Thị trường là nơi diễn ra các hoạt động mua và bán một thứ hàng hoá nhất định nào đó. Với nghĩa này, có thị trường gạo, thị trường cà phê... Cũng có một nghĩa hẹp khác của thị trường là nơi nhất định nào đó, tại đó diễn ra hoạt động mua bán hàng hoá và dịch vụ. Với nghĩa này có thị trường Hà Nội, thị trường Miền Trung....

##### **1.1.3. Khái niệm thị trường du lịch**

Theo nghĩa hẹp, dưới góc độ của nhà kinh doanh: Thị trường du lịch là thị trường nguồn khách, tức là trong một thời gian nhất định, ở khu vực nào đó tồn tại

người mua hiện thực và tiềm tàng có khả năng mua hàng hoá, dịch vụ du lịch.

Theo nghĩa rộng: Thị trường du lịch là bộ phận của thị trường chung, một phạm trù của sản xuất lưu thông hàng hoá, dịch vụ du lịch, phản ánh toàn bộ quan hệ trao đổi giữa người mua và người bán, giữa cung và cầu và toàn bộ các mối quan hệ thông tin kinh tế kỹ thuật gắn với mỗi quan hệ đó trong lĩnh vực du lịch.

## **1.2. Các loại hình MICE**

Các loại hình MICE là một trong các loại hình đang được rất nhiều nước đẩy mạnh và phát triển vì giá trị của loại hình dịch vụ này rất lớn so với các dịch vụ đơn thuần. Khai thác các loại hình MICE cho du lịch không phải là một loại hình mới, nó đã phát triển qua nhiều giai đoạn, theo nhận thức khác nhau của người làm du lịch. Ngày nay du lịch MICE được xem là một sản phẩm du lịch kết hợp.

Thật vậy một sự kiện dù ở lĩnh vực nào kinh tế, văn hoá, hay chính trị....diễn ra đều mang lại giá trị nhiều mặt cho vùng. Bất kỳ sự kiện nào đó được tổ chức cũng thu hút nhiều sự quan tâm của du khách trong và ngoài nước- và cũng chính là những người tham gia sự kiện cũng có nhu cầu tham quan thưởng ngoạn sử dụng các dịch vụ du lịch. Chính vì vậy du lịch MICE là sản phẩm kết hợp.

Trên thế giới nhiều quốc gia trung tâm của du lịch MICE như: Mỹ, Anh, Đức, Hồng Kông. Trung tâm hội nghị Hồng Kông hàng năm thu hút trên 4,5 triệu lượt khách (nhiều gấp 03 lần trọng lượng khách đến với Việt Nam) tham dự các sự kiện tổ chức tại đây.

Theo nghiệp vụ các cục phụ trách khách tham quan và hội nghị Châu Á (AACVB- the Asian Association of Convention and Visitor Bureans) thì MICE bao gồm các loại hình sau:

### **1.2.1. Meeting (Gặp gỡ, hội nghị)**

Đây là hoạt động gặp gỡ giữa các cá nhân hoặc tổ chức nhằm trao đổi, thảo luận những vấn đề đang tồn tại hay việc sáng tạo ra một sản phẩm mới. Hoạt động Meeting này gồm hai loại:

Association Meeting: Đây là hoạt động gặp gỡ trao đổi thông tin giữa những

nhóm người có cùng quan tâm hoặc cùng nghề nghiệp. Nó có thể là những thông tin về khoa học, y tế, giáo dục, thương mại,...nhằm đạt được những mục tiêu của địa phương, quốc gia và quốc tế. Nguồn khách của Association thường là thành viên của các tổ chức, các nhà cung ứng, các nhà thiết kế sản phẩm... Quy mô của các loại hình này thường nhỏ (khoảng 50 người đến 200 người), được tổ chức trên nền tảng thường xuyên, trung bình mất từ 04 đến 05 ngày, thời gian chuẩn bị đòi hỏi phải mất ít nhất 01 năm và được tổ chức luân phiên ít nhất ở 03 nước khác nhau.

Coporate Meeting: Được chia làm hai loại

+**Internal Meeting**: Là hoạt động hội thảo của các cá nhân cùng làm việc trong một tổ chức hay một nhóm của các công ty nhằm trao đổi thông tin hoặc khen thưởng trong nội bộ công ty. Những cuộc hội thảo này đều do công ty tổ chức tại những địa điểm mà không cần có sự đồng ý của các thành viên.

+**External Meeting**: Là hoạt động hội nghị, hội thảo giữa các công ty khác nhằm trao đổi với nhau về việc hợp tác, đầu tư trong kinh doanh và những phát minh mới.

Thời gian chuẩn bị cũng như qui mô của hoạt động gặp gỡ này nhỏ hơn Association

### **1.2.2. Incentive (khen thưởng)**

Đây là hoạt động nhằm trao thưởng và khuyến khích cho các nhóm nhân viên hay cá nhân cơ bản đạt được mục tiêu kế hoạch do công ty của họ đề ra, qua đó tác động đến các thành viên, thúc đẩy sự đoàn kết, gắn bó giữa các cá nhân với nhau và công ty. Phần lớn chi phí của hoạt động này là do hãng hay tập đoàn công ty chi trả. Lượng khách trong đoàn thường từ 100 đến 200 khách, thời gian tổ chức thường từ 04 đến 05 ngày hoặc từ 08 đến 09 ngày với những hoạt động mang tính tập thể, được tổ chức trong nhà hoặc ngoài trời phụ thuộc vào thời tiết.

Ngoài ra, Incentive cũng được tổ chức cho những đối tượng khách tập trung, có cùng một đặc điểm nào đó nhưng không phụ thuộc vào một hãng hay một công ty nào đó, cũng nhằm mục đích khuyến khích người tham gia phát huy

được năng lực của mình và cũng thường có các hoạt động tập thể để nâng cao tinh thần đoàn kết của các thành viên. Các hoạt động của các sinh viên, học sinh theo đơn vị lớp, khoa, trường; của các tổ chức xã hội phụ nữ, hội người cao tuổi...là những ví dụ điển hình.

### **1.2.3. Convention (Hội thảo, hội nghị)**

Là loại hình du lịch kết hợp với các hoạt động hội nghị, hội thảo có cùng lĩnh vực nhằm trao đổi ý kiến thông tin với nhau. Số lượng người tham gia khoảng từ 300 đến 500 người, thông thường khoảng 800 người, thời gian chuẩn bị không dưới 02 năm. Thông thường hoạt động này được tổ chức trước thềm các sự kiện quốc gia, quốc tế lớn và bao gồm 2 loại:

**Convention orgnized by member** (Hội nghị được tổ chức bởi các thành viên luân phiên). Là loại hình hội nghị được tổ chức lần lượt ở các nước thành viên theo vần ABC.

**Bid to host a convention** ( Hội nghị do nước chủ nhà được lựa chọn xin đăng cai tổ chức). Hội nghị này do một nước tổ chức, các nước thành viên gửi đại diện tham dự. Loại hội nghị này đòi hỏi kinh phí lớn, cần sự hỗ trợ cả phía các nhà đầu tư và phía tư nhân, thời gian chuẩn bị khá dài.

Đặc điểm của loại hình Convention Tour là tính toàn bộ, tính định kỳ, diễn ra ở một địa điểm cố định và với số lượng người tham dự đông.

### **1.2.4. Exhibition ( Triển lãm)**

Exhibition là hoạt động du lịch kết hợp với việc giới thiệu các hàng hoá và sản phẩm dịch vụ cho thị trường mục tiêu và những đối tượng có quan tâm, qua đó quảng bá rộng rãi cho công chúng, bao gồm hai loại:

**Trade Show** ( Triển lãm thương mại): Là một cuộc triển lãm được tổ chức đặc biệt dành cho giới lãnh đạo kinh doanh. Bên cạnh đó, các tổ chức về kinh doanh, nhân viên, khách hàng tương xứng cũng có cơ hội trao đổi với nhau về các sản phẩm mới.

**Consumer show** ( Triển lãm cho người tiêu dùng): Là cuộc triển lãm nhằm giới thiệu cho người tiêu dùng sản phẩm, hàng hoá cũng như lợi ích của việc sử

dụng các sản phẩm hàng hoá đó. Trong một số trường hợp có thể tổ chức các seminar hoặc Meeting nhỏ trong sự kiện đó.

Như vậy trong bốn loại hình của MICE trên đây đều nhằm những mục đích khác nhau. Tuy nhiên, chúng đều có liên quan mật thiết với nhau, hỗ trợ cho nhau để cùng đạt được mục đích khi tổ chức.

#### **1.2.5. Các loại hình sự kiện (Event)**

Theo từ điển Wikiedia tổ chức sự kiện (event management) là các hoạt động liên quan đến việc thiết kế, tổ chức, thực hiện sự kiện. Theo từ điển kinh doanh tổ chức sự kiện bao gồm một số hoặc toàn bộ hoạt động từ việc thiết kế (design), triển khai (execusion) đến kiểm soát (control) các hoạt động của các sự kiện nhằm đạt được các mục tiêu nhất định mà sự kiện đề ra. Như vậy, tổ chức sự kiện là một quá trình bao gồm một số hoặc toàn bộ các công việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng, lập chương trình kế hoạch, chuẩn bị các yếu tố cần thiết và tổ chức tiến hành diễn biến của sự kiện trong một thời gian và không gian cụ thể để truyền đạt những thông điệp nhất định đến những người tham gia sự kiện và xã hội nhằm đáp ứng các mục đích khác nhau của các chủ thể tham gia sự kiện lĩnh vực thương mại, kinh doanh, giải trí, thể thao, hội thảo, hội nghị, giao tiếp xã hội, các trò chơi cộng đồng và các hoạt động liên quan để lễ hội, văn hoá, phong tục tập quán.

### **1.3. Đặc điểm của du lịch MICE**

Du lịch MICE là một loại du lịch có kết hợp với một hoặc nhiều hoạt động hội nghị hội thảo, gặp gỡ, khen thưởng, triển lãm, sự kiện nổi bật ở một vùng, một quốc gia nhất định. Cũng như các loại hình khác, du lịch MICE có những đặc trưng nhất định.

#### **1.3.1. Mục đích**

Mục đích của du lịch MICE không chỉ đơn thuần là đem lại lợi nhuận kinh tế cho các doanh nghiệp du lịch mà còn giải quyết các vấn đề của nền kinh tế đặt ra trong các cuộc hội nghị, hội thảo quốc gia, khu vực và quốc tế như hội nghị cấp cao APEC, hội nghị ASEAN, các sự kiện quốc tế... nhằm tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế giữa các quốc gia, khu vực và thế giới và thu hút cơ hội đầu tư vào

các lĩnh vực kinh tế.

### **1.3.2. Khách hàng**

- Đối tượng khách hàng của loại hình du lịch MICE thường gồm nhiều quốc tịch khác nhau, nhiều quốc gia, màu da khác nhau....Những trường hợp đến từ một quốc tịch thì họ thường đến từ nhiều địa phương, nhiều tổ chức khác nhau.

- Khách MICE thường là những người quan trọng, có thể là những chính khách, giám đốc, những khách hàng, những đối tác quan trọng, cán bộ nhân viên và những đại lý. Họ thường được đài thọ kinh phí chuyến đi nên họ chi tiêu khá mạnh tay, giá cả không quan trọng bằng chất lượng dịch vụ.

- Đối tượng khách của loại hình này thường được sử dụng các dịch vụ đưa đón cao cấp như phương tiện vận chuyển, lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác.

- Khách tham gia vào các loại hình này chủ yếu là các nhà khoa học, nhà hoạt động xã hội, nhà kinh doanh, thương gia...Do vậy họ thường có yêu cầu cao, đòi hỏi hoạt động cung ứng phải có tính chuyên nghiệp, khoa học, sáng tạo trong thiết kế và tổ chức tour.

- Các chuyến đi với mục đích là tham dự các loại hình nên họ thường lưu lại ngắn và chương trình hoạt động bận rộn chặt chẽ. Chính vì vậy cho nên tổ chức các hoạt động MICE luôn đòi hỏi tính chuyên nghiệp cao, khoa học và sáng tạo.

- Các loại hình MICE khi đưa vào khai thác sẽ đem lại nguồn lợi nhuận cao (có thể gấp từ 05 đến 08 lần so với các loại hình du lịch bình thường). Một số tài liệu nghiên cứu đã chỉ ra, một du khách tham dự một sự kiện nào đó của MICE thì chi phí phát sinh bên ngoài MICE là từ 15 đến 25 đồng. Số lượng khách lớn thường đi theo đoàn và có khả năng chi trả cao, đặc biệt là các đối tượng khách tham gia những hội nghị quốc tế lớn của khu vực và thế giới do họ là những người được mời, được những nhà tổ chức quan tâm chu đáo, có yêu cầu cao về chất lượng dịch vụ du lịch.



### **1.3.3. Thời gian**

Các sự kiện MICE diễn ra không mang tính thời vụ như một số loại hình du lịch thông thường khác như: du lịch nghỉ biển, du lịch lễ hội,...mà nó có thể diễn ra vào nhiều khoảng thời gian trong năm ở mỗi vùng, mỗi địa phương, mỗi quốc gia. Hoạt động này có thể diễn ra khi các điều kiện đảm bảo cho việc tổ chức đã đầy đủ. Do vậy kinh doanh các loại hình MICE là một biện pháp hữu hiệu nhằm hạn chế tính mùa vụ trong hoạt động kinh doanh du lịch.

### **1.3.4. Cơ sở hạ tầng**

- Các loại hình MICE phần lớn được tổ chức ở các thành phố lớn, trung tâm công nghiệp, các vùng kinh tế trọng điểm của quốc gia có thị trường tiềm năng cho nhiều hoạt động kinh tế, chính trị xã hội.

- Loại hình này thường phát triển ở những khu vực có sự ổn định về tình hình chính trị, kinh tế cũng như có sự ổn định về đồng tiền. Đặc biệt là cần có một môi trường năng động sáng tạo, đa dạng về văn hoá, đậm đà bản sắc dân tộc và có những cử chỉ tình cảm mến khách.

- Loại hình MICE thường được tổ chức ở hệ thống khách sạn đạt tiêu chuẩn từ 3 đến 5 sao cùng các trang thiết bị hiện đại. Đặc biệt là các khách sạn có vị trí đi lại thuận tiện như gần sân bay, cảng biển và có cảnh quan đẹp.

### **1.3.5. Đội ngũ nhân viên**

Các loại hình MICE đòi hỏi một đội ngũ nhân viên phục vụ có trình độ chuyên nghiệp cao, sáng tạo, có khả năng giao tiếp tốt...đáp ứng được các yêu cầu của tập khách “kỹ tính” .

### **1.3.6. Tour thiết kế**

- Các loại hình MICE thường không có tính khuôn mẫu cố định, số lượng khách và dịch vụ có nhiều biến động phụ thuộc vào quy mô, tính chất của các sự kiện tổ chức.

- Đối với bất cứ một chương trình du lịch MICE nào, các hội nghị, hội thảo, meeting, triển lãm luôn là nội dung chủ yếu có tầm quan trọng bậc nhất và thường có những chủ đề riêng biệt cụ thể cũng như các mục đích cần đạt được. Bên cạnh

đó, các chương trình này bao gồm các hoạt động văn nghệ.

- Nội dung tour phải thật độc đáo, có những ý tưởng sáng tạo mới lạ cho từng chương trình, có những điểm nhấn phụ thuộc chặt chẽ theo vào hợp đồng.

- Tối kị không nên để ra sai sót trong quá trình phục vụ dù là rất nhỏ, tất cả đều phải hoàn hảo.

Trên đây là những đặc điểm chủ yếu của các loại hình MICE. Tuy nhiên ở mỗi yếu tố khác nhau thì nó lại có những đặc điểm riêng biệt khác nhau. Do vậy khi tổ chức khai thác loại hình này cần chú ý đến các đặc điểm của từng yếu tố để đem lại hiệu quả cao.

#### **1.4. Điều kiện ra đời và phát triển của du lịch MICE**

Trong khoảng 15 năm trở lại đây loại hình du lịch MICE bắt đầu được quan tâm, đầu tư kinh doanh tại Việt Nam và đã đạt được những thành công nhất định. Là một sản phẩm mới của du lịch Việt Nam, du lịch MICE làm đa dạng thêm sản phẩm du lịch của Việt Nam trên thị trường du lịch quốc tế.

Để hấp dẫn và phát triển loại hình du lịch MICE, mỗi điểm đến phải có khả năng đáp ứng được các yêu cầu trên nhiều phương diện như môi trường kinh doanh, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật cũng như nguồn nhân lực.

##### **1.4.1. Kết cấu hạ tầng**

Du lịch MICE chỉ có thể phát triển ở những nơi có hệ thống giao thông, điện nước, viễn thông hoàn thiện, hiện đại, đặc biệt đối với các hội nghị, hội thảo, sự kiện quốc tế đòi hỏi phải tổ chức ở nơi đáp ứng yêu cầu cao về trang thiết bị phục vụ như đường truyền kết nối quốc tế đảm bảo thông tin thông suốt về đất nước của họ, phòng của phóng viên quốc tế được nối mạng trực tuyến có dịch thuật trực tiếp...Sân bay quốc tế có đầy đủ các dịch vụ có thể phục vụ được các loại khách cao cấp, phải gần địa điểm tổ chức MICE và có nhiều chuyến bay đi các nước trên thế giới. Là sự lớn mạnh, uy tín của hệ thống tài chính ngân hàng.

##### **1.4.2. Cơ sở vật chất**

Loại hình du lịch MICE luôn đòi hỏi một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, tiện nghi, quy mô lớn, đạt tiêu chuẩn quốc tế và thường xuyên được nâng

cấp, trong đó chủ yếu là các khách sạn đạt tiêu chuẩn từ 3 đến 5 sao.

Nơi tổ chức phải đáp ứng đầy đủ cơ sở vật chất phục vụ như phòng họp phải đáp ứng số lượng khách mời, trang hoàng rực rỡ phù hợp, tiện nghi đầy đủ trang thiết bị máy chiếu, micro, máy quay, phiên dịch, nhạc nền, thư ký...số lượng phòng nghỉ đủ cho đoàn khách, các dịch vụ đi kèm phải đầy đủ như phục vụ các tour du lịch, vui chơi giải trí...với chất lượng hoàn hảo.

#### **1.4.3. Chất lượng dịch vụ và chất lượng nguồn lao động**

Đây là một trong những yếu tố quyết định trực tiếp và cơ bản đến khả năng khai thác và phát triển loại hình du lịch MICE, bao gồm cả yếu tố con người và khâu tổ chức phục vụ.

Các cuộc hội thảo, hội họp, hội nghị phải đảm bảo tính chuyên nghiệp cao về mặt tổ chức từ lúc đăng ký, nhận phòng, tài liệu, lễ khai mạc, giới thiệu, âm nhạc đến lễ bế mạc...tổ chức các tour du lịch cho khách du lịch MICE.

Những người tổ chức luôn phải là những người có nhiều kinh nghiệm, sự chuyên nghiệp sáng tạo và phải có khả năng tổ chức các hoạt động MICE trong khu vực cũng như mỗi cơ sở tổ chức riêng biệt. Họ bao gồm:

- Những người tổ chức quản lý có kỹ năng phối hợp đồng bộ các bộ phận dịch vụ suốt quá trình diễn ra hoạt động MICE.
- Những người tổ chức quản lý ở từng bộ phận dịch vụ cụ thể.
- Những nhân viên chuyên môn, kỹ thuật trong các hoạt động phục vụ cho du lịch MICE.

Ngoài ra cũng không kém phần quan trọng đó là các chính sách, chiến lược xúc tiến quảng bá để tạo dựng hình ảnh về một điểm đến thực sự thành công của du lịch MICE đối với các tập khách tiềm năng và mục tiêu.

#### **1.4.4. Tài nguyên du lịch**

Nơi đăng cai tổ chức phải có phong cảnh đẹp, văn hoá đa dạng, khu vui chơi giải trí, trung tâm thương mại để đáp ứng nhu cầu tham quan mua sắm và giải trí của du khách.

#### **1.4.5. Thủ tục hành chính**

Các đoàn khách MICE đến thăm quan thường mang nhiều quốc tịch, do vậy đáp ứng nhanh việc giải quyết các thủ tục sân bay cho khách du lịch MICE là một điều cần thiết.

#### **1.4.6. An ninh an toàn**

Khách du lịch MICE thường là khách hạng sang do vậy họ thường muốn tổ chức tại những nơi cơ sở vật chất tốt, chuyên nghiệp có tài nguyên du lịch hấp dẫn mà còn phải được tổ chức ở nơi có tình hình an ninh ổn định, đảm bảo an toàn tuyệt đối.

Đồng thời, người dân trong môi trường này còn phải có thái độ, cử chỉ thân thiện và có khả năng ngoại ngữ giao tiếp tốt.

#### **1.4.7. Nơi có nền kinh tế phát triển**

Khách du lịch MICE có yêu cầu cao về chất lượng dịch vụ nên những nơi phát triển kinh tế mới đáp ứng được những yêu cầu của du lịch MICE. Mặt khác, tổ chức tại các vùng phát triển kinh tế khách du lịch MICE còn tranh thủ ký các hợp đồng kinh tế và dễ dàng tiếp xúc với các đối tác cần gặp.

### **1.5. Tác động của hoạt động du lịch MICE**

#### **1.5.1. Tác động về mặt văn hoá xã hội**

Các hoạt động MICE diễn ra có ảnh hưởng rất lớn đến văn hoá của nơi tổ chức, có cả mặt tích cực lẫn tiêu cực.

Tác động rõ nhất là cơ hội tạo thêm nhiều công ăn việc làm cho người lao động ở địa phương nơi có hoạt động MICE diễn ra. Khi các hoạt động MICE diễn ra thì kéo theo số lượng khách tăng cao hơn nhiều so với bình thường, nhu cầu tiêu dùng hàng hoá, dịch vụ tăng nhanh, khối lượng công việc nhiều lên. Chính vì vậy mà công ty doanh nghiệp tổ chức MICE có xu hướng tuyển thêm nhân viên làm việc ngắn hạn trong các công ty doanh nghiệp và họ được trả lương khá cao so với thu nhập bình thường. Hiện nay, ngành du lịch Việt Nam có hơn 200.000 cán bộ công nhân viên đang làm việc, một phần ba trong số đó được đào tạo nghiệp vụ du lịch. Trong khu đó để có thể đón tiếp được 9 triệu khách du lịch quốc tế và 25 triệu

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

du khách nội địa vào năm nay thì dự tính sẽ tạo ra khoảng 1,34 triệu chỗ làm trong ngành du lịch.

Ngoài ra, cho dù khách tham gia một loại hình nào đó trong MICE thì một yếu tố không thể thiếu được trong chuyến đi của du khách là sự góp mặt của hệ thống các khách sạn cũng như các loại hình lưu trú khác. Các khách sạn này ngoài việc đáp ứng các nhu cầu lưu trú của du khách thì còn phải có khả năng đáp ứng các nhu cầu khác của du khách liên quan đến nghề nghiệp của họ như phòng hội nghị, hội thảo được trang bị đầy đủ tiện nghi (các thiết bị âm thanh ánh sáng màn hình...), các dịch vụ phục vụ khách du lịch thương gia tại khách sạn (dịch vụ điện thoại, fax, phiên dịch...). Thêm vào đó là bộ phận ăn uống trong khách sạn còn trực tiếp phục vụ các bữa tiệc, buổi chiêu đãi của các cơ quan đoàn thể góp phần vào công tác đối ngoại. Đồng thời cũng tạo cho khách thêm cảm giác thoải mái sau giờ làm việc, mở rộng và củng cố các mối quan hệ tạo không khí thân mật tự nhiên, từ đó giúp cho việc thương lượng và ký kết hợp đồng thuận lợi.

Thông qua hoạt động tổ chức MICE đã góp phần tạo dựng danh tiếng của cộng đồng, hình ảnh địa phương- nơi tổ chức diễn ra hoạt động MICE. Không những thế, các hoạt động MICE còn góp phần giữ gìn và phát huy truyền thống, bản sắc văn hoá của cộng đồng địa phương, làm tăng thêm sự gắn bó trong cộng đồng. Đến tham dự các hoạt động MICE là các du khách đến từ nhiều vùng khách nhau với nhiều nền văn hoá khác nhau nên đây cũng chính là điều kiện mở rộng và giao lưu văn hoá giữa các vùng miền khách nhau.

Tuy nhiên, ngoài những tác động tích cực thì việc tổ chức các hoạt động MICE cũng gây ra các tác động tiêu cực.

Các du khách từ nơi khác đến cũng du nhập đem đến nhiều lối sống, hành vi xấu, điều này ảnh hưởng đến truyền thống văn hoá của cộng đồng. Đôi khi những điều này dẫn đến lối sống lạm dụng vật chất, phá vỡ trật tự xã hội, yếu tố văn hoá bản địa của địa phương bị mai một.

Ngoài ra, lượng khách đến nhiều bất thường trong thời gian diễn ra hoạt động MICE cũng là sự leo thang của giá, dẫn đến tình trạng lạm phát cục bộ. Vào

thời gian đó giá thuê phòng khách sạn tăng, dịch vụ bar khách sạn và các dịch vụ khác bị đẩy lên quá cao. Như thế, các nhà cung cấp dịch vụ phải trả thêm nhiều tiền vì giá cả tăng cao và phải thuê thêm nhân công làm việc ngoài giờ.

Một tác động tiêu cực nữa của hoạt động MICE, đó là vấn đề môi trường. Lượng khách du lịch qua đông khiến nhiều khi dẫn đến việc thu gom xử lý rác thải không kịp thời.

Nhưng dù sao đi nữa thì những tác động tích cực của hoạt động MICE đem lại là không thể phủ nhận. Chính quyền địa phương, ban tổ chức và cộng đồng dân cư nơi tổ chức cần phải có những biện pháp phối hợp đồng bộ để hạn chế mặt khuyết điểm nâng cao mặt ưu điểm mà MICE mang lại.

### **1.5.2. Tác động về mặt kinh tế**

Các hội nghị, hội thảo, triển lãm, các lễ hội cộng đồng...càng nổi tiếng, càng được thế giới biết đến thì càng thu hút được lượng khách lớn đến tham dự. Việc tổ chức các hoạt động MICE mang lại hàng tỷ USD, chính lẽ đó mà các chính phủ, các nhà nước và đơn vị tài trợ cũng như kinh doanh cần phải tính toán kỹ trong việc tổ chức các hoạt động MICE để vừa có lợi nhuận vừa đảm bảo được tính bền vững.

### **1.5.3. Tác động tới kinh doanh thương mại**

Các hoạt động MICE có thể mang lại cho cộng đồng những khám phá về khả năng tiềm ẩn của mình, đến tham gia các hoạt động này là du khách đến từ nhiều nơi trên thế giới trong đó có các chuyên gia, các nhà doanh nghiệp, các nhà đầu tư...Đặc biệt với các hoạt động như: hội nghị, hội thảo, triển lãm, hội chợ thì khách tham dự là các nhà kinh doanh, các doanh nghiệp, họ tham dự với mục đích tìm kiếm thị trường và cơ hội làm ăn mới, cơ hội đầu tư kinh doanh mới. Đây là cơ hội mang lại cho cộng đồng những hợp đồng đầu tư về tài chính kinh tế, du lịch mới. Theo thống kê chưa đầy đủ của Ban tổ chức, số lượng các đơn vị, doanh nghiệp và cả số lượng khách quốc tế tham gia vào các hội nghị, triển lãm, hội chợ...ngày càng tăng và theo đó các dự án đầu tư, hoạt động liên kết trong nhiều lĩnh vực thương mại cũng gặt hái được những thành công và có tính ổn định. Bên

cạnh đó thì hoạt động MICE sẽ kéo theo một lượng lớn giới truyền thông, báo chí,...và khách đến tham dự. Đây là cơ hội cho ngành du lịch quảng bá hình ảnh đất nước, con người và du lịch tại nơi tổ chức du lịch MICE.

Ngoài ra, hoạt động tổ chức MICE còn có tác động biến đổi các cân thu chi của khu vực và đất nước. Phần lớn đối tượng khách đến tham dự là khách quốc tế nên khi đi họ thường mang theo nguồn ngoại tệ vào đất nước nơi tổ chức hoạt động MICE. Chính vì vậy sẽ tăng thêm nguồn thu ngoại tệ cho nơi đến.

#### **1.5.4. Tác động đến kinh doanh du lịch**

Có thể nói rằng du lịch là một trong những ngành được hưởng lợi nhiều nhất từ hoạt động tổ chức MICE. Các hoạt động này diễn ra thu hút được rất nhiều khách du lịch. Một điều quan trọng là các hội thảo, hội nghị, triển lãm này thường được tổ chức vào những thời điểm không phải là mùa du lịch. Ví dụ như: Hội chợ Top Reasa tại Pháp, Road Show tại Sydney, lễ hội mùa đông ở Quebec....

Khách du lịch đến sẽ làm tăng doanh thu và lợi nhuận. Đây là lợi ích trực tiếp đối với ngành du lịch. Việc đầu tư cơ sở hạ tầng, giao thông liên lạc.... chuẩn bị cho các hoạt động tổ chức MICE có ý nghĩa rất lớn đối với ngành du lịch. Các cơ sở kinh doanh các dịch vụ du lịch cũng phải chú trọng đầu tư nâng cấp phòng ốc, trang thiết bị phục vụ khách. Như vậy, chất lượng của các cơ sở cung ứng sẽ tăng lên, tạo được sự hài lòng của du khách và thu hút được nhiều khách đến tham gia kể cả khi hoạt động này đã kết thúc.

Một lợi ích gián tiếp, vô hình nhưng lại đặc biệt quan trọng đó là vai trò khuyến khích, định vị và tạo dựng thương hiệu của nơi tổ chức, đơn vị tổ chức. Lợi ích này không thể quy đổi ra đơn vị tiền nhưng nó lại có tác động rất lớn và lâu dài.

Đối với ngành du lịch, hoạt động tổ chức MICE là một cơ hội tốt để quảng bá các giá trị hấp dẫn của nơi tổ chức. Thông qua các hoạt động này còn góp phần tạo dựng được niềm tin của khách đến với điểm đến. Niềm tin yêu thích của du khách với các hoạt động tổ chức MICE, họ mong muốn được quay trở lại nơi diễn ra các hoạt động tổ chức MICE mà họ còn mong muốn được quay trở lại nơi diễn ra các hoạt động này chính là một mục đích mà ngành du lịch muốn hướng tới.

Khách du lịch khi họ tham gia vào du lịch MICE, đặc biệt là các lễ hội thì họ mang theo nhiều lối sống văn hoá khác đến địa phương. Điều này, đôi khi gặp phải thái độ không chấp nhận nhiều khi còn tỏ rõ sự khó chịu, chống đối của cư dân địa phương.

## **1.6. Khái quát về hoạt động tổ chức loại hình MICE**

### **1.6.1 Khái quát về hoạt động tổ chức loại hình MICE trên thế giới**

Loại hình du lịch MICE từ lâu đã phát triển ở các nước Tây Âu và Bắc Mỹ. Những năm gần đây thì loại hình này đã dần chuyển sang các nước Châu Á – Thái Bình Dương. Trong khu vực Đông Nam Á, Singapore và Malasia là hai quốc gia có loại hình MICE phát triển hơn cả.

Loại hình du lịch MICE đã 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 ra sự giao lưu văn hoá giữa các quốc gia.

Theo số liệu điều tra của tổ chức hiệp hội, hội nghị thế giới (ICCA) thì:

Chi tiêu trung bình trong các cuộc họp hội họp quốc tế là 343- USD/ ngày/ người.

Chi tiêu trung bình trong một năm của các hiệp hội, công ty lớn trên thế giới là 3 tỷ USD.

Chi tiêu tổng cộng các cuộc họp, du lịch-khen thưởng ( trong nước và quốc tế) đạt 280 tỷ USD.

Trên thị trường du lịch MICE của thế giới hiện nay các nước Châu Âu và Châu Mỹ có những nhu cầu và khả năng cung ứng tốt cho các cuộc họp, hội thảo.

Các quốc gia đứng đầu về số lượng các cuộc hội họp, hội nghị: Mỹ, Anh, Đức, Nhật,...

Các quốc gia đứng đầu về phát triển du lịch MICE: Úc, Italia, Tây Ban Nha, Pháp, Phần Lan, Đan Mạch,...

Du lịch MICE đã dần dần phát triển mạnh ở các nước châu Á, là khu vực có sự hấp dẫn bởi nền văn hoá phương Đông cổ kính với sự ưu đãi về thiên nhiên và khí hậu đã tạo lực hấp dẫn lớn đối với du khách quốc tế và đặc biệt là du khách du lịch MICE.



Các quốc gia Châu Á có số lượng lớn các cuộc hội họp: Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Malaysia, Trung Quốc, Đài Loan, Thái Lan, Hồng Kông, Ấn Độ...

Trong năm 2005 đầu tư cho phát triển du lịch MICE tại một số nước như Singapore là 16 triệu USD, Thái Lan là 7,2 triệu USD.

### **1.6.2. Khái quát về hoạt động tổ chức loại hình MICE ở Việt Nam**

Trong khoảng 15 năm nay trở lại đây, loại hình du lịch MICE bắt đầu được quan tâm đầu tư kinh doanh tại Việt Nam và đã đạt được những thành công nhất định. Hiện khai thác các loại hình này đang được coi là loại hình du lịch tiềm năng của Việt Nam.

Trong những năm gần đây Việt Nam đã chứng minh tiềm năng của mình qua việc tổ chức thành công những sự kiện lớn như: Seagame 22 năm 2003, Hội nghị thượng đỉnh Á- Âu ( ASEM 5) năm 2004, Hội nghị diễn đàn Nghị viện Châu Á- Thái Bình Dương (APPF) năm 2005, Hội nghị các nhà kinh doanh các nền kinh tế thành viên APEC diễn ra vào tháng 11 năm 2006, Diễn đàn du lịch ASEAN( ATF) 2008...

Điều này chứng tỏ Việt Nam có thể tổ chức thành công các sự kiện mang tầm cỡ quốc gia, khu vực và quốc tế.

Với sự phong phú và đa dạng của các loại hình MICE là một trong những điều kiện thuận lợi để hình thành nên một ngành kinh doanh mới, mang lại lợi nhuận cao. Hiện nay ở nước ta đã hình thành nên một số các công ty, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực tổ chức kinh doanh các loại hình MICE. Điều này chứng tỏ hoạt động MICE ngày càng được tổ chức chuyên nghiệp, sáng tạo và mang lại lợi nhuận cao.

Hiện nay, Việt Nam đã có quan hệ, đầu tư với nhiều nước trên thế giới, là thành viên của khối ASEAN, APEC, WTO.... cho nên hàng năm có nhiều cuộc hội nghị, hội thảo, triển lãm... diễn ra thúc đẩy ngành kinh doanh du lịch MICE.

Loại hình du lịch MICE đang trong giai đoạn phát triển mạnh ở nước ta, không chỉ có khách MICE Inbound mà ngay cả khách trong nước của các tập

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

đoàn, công ty cũng đi ta nước ngoài ( khách Outbound) và khách du lịch MICE nội địa cũng có nhu cầu cao về loại hình này.

*Bảng: khách du lịch quốc tế và khách du lịch MICE vào Việt Nam trong giai đoạn 2004-2008*

Năm	Tổng lượng khách du lịch	Khách du lịch MICE	phần trăm(%)
2004	2.927.871	521.666	17.8
2005	3.467.757	493,335	14.2
2006	35.833.486	575.812	16.0
2007	4.171.564	643.611	15.42
2008	4.253.740	844.777	19.85

*(Kết quả tính toán theo số liệu của Tổng Cục Du Lịch năm 2008)*

### **Tiểu kết chương 1**

Trong phạm vi của chương 1 tác giả đã nêu ra đối tượng nghiên cứu thứ nhất ( các loại hình MICE) của đề tài, đồng thời qua đó tạo cơ sở lý thuyết cho nghiên cứu thực tiễn của vấn đề ở chương 2. Trong chương 1 tác giả đã nghiên cứu tổng quan về việc phân chia các loại hình MICE và tác động của loại hình này đối với nền kinh tế của nước ta nói chung và du lịch nói riêng.

Khi loại hình MICE này được đưa vào khai thác ở nước ta đã đem lại hiệu quả to lớn về nhiều mặt. Cùng với các sản phẩm du lịch thông thường như các du lịch tự nhiên, du lịch văn hoá thì loại hình MICE được đưa vào nước ta sẽ góp phần làm đa dạng hoá sản phẩm du lịch, tạo được sự hấp dẫn đối với du khách tại điểm đến. Đây sẽ là một tiền đề thúc đẩy hoạt động du lịch phát triển và đặc biệt là với một đất nước giàu tiềm năng du lịch như nước ta.

MICE thực sự là một cơ hội vàng cho ngành du lịch của Việt Nam. Ở Việt Nam tuy loại hình MICE vẫn còn là một hình thức khá mới mẻ, kinh nghiệm tổ chức chưa nhiều nhưng kết quả mà nó đạt được lại có ý nghĩa không nhỏ trong việc tạo ra sự khác biệt ban đầu so với các loại hình du lịch thông thường

## **Chương 2**

# **THỊ TRƯỜNG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH MICE TẠI HẠ LONG- QUẢNG NINH**

### **2.1. Khái quát về Hạ Long**

#### **2.1.1. Vị trí địa lý- cảnh quan**

Quảng Ninh là một tỉnh lớn ở địa đầu phía Đông Bắc Việt Nam. Quảng Ninh có dáng hình chữ nhật lệch nằm chệch theo hướng Đông Bắc- Tây Nam. Phía Tây dựa vào núi rừng trùng điệp. Phía Đông nghiêng xuống nửa phần đầu vịnh Bắc Bộ với đường bờ biển khúc khuỷu nhiều cửa sông và bãi triều, bên ngoài là hơn hai nghìn hòn đảo lớn nhỏ, trong đó có 1.030 đảo có tên, còn lại chưa có tên.

Thành phố Hạ Long ở trung tâm của Tỉnh, có diện tích đất là 22.250 ha, có quốc lộ 18A chạy qua tạo thành chiều dài của thành phố, có nhiều cảng biển, có đường bờ biển dài 50km, có Vịnh Hạ Long 2 lần được UNESCO công nhận là Di sản văn hoá Thế giới với diện tích 434 km<sup>2</sup>.

Thành phố Hạ Long cách thủ đô Hà Nội- trung tâm văn hoá- chính trị của đất nước- 160km về phía Tây, theo quốc lộ 18A, cách trung tâm thành phố Hải Phòng- đô thị lớn thứ hai ở Miền Bắc- 70km về phía Nam theo quốc lộ 10, cách cửa khẩu Móng Cái 180km theo quốc lộ 18A, nằm trong tam giác tăng trưởng kinh tế của phía Bắc Hà Nội- Hải Phòng- Quảng Ninh.

Phía Tây thành phố là trung tâm du lịch- dịch vụ, đồng thời cũng là khu công nghiệp đóng tàu và cảng biển nổi tiếng của cả nước. Nơi đây có khu lịch quốc tế Hoàng Gia, Tuần Châu cùng nhiều khách sạn từ 2 sao đến 4 sao với các trang thiết bị hiện đại.

Với vị trí như vậy rất thuận lợi cho các hoạt động của ngành du lịch nói riêng và các ngành kinh tế khác nói chung của thành phố. Đó là một vị trí giao lưu vô cùng thuận lợi với các điểm du lịch hấp dẫn trong vùng, có điều kiện tiếp cận các nguồn khách lớn trong và ngoài nước qua đường bộ và đặc biệt là qua đường biển. Hạ Long cũng là điểm đến tập kết và trung chuyển cho khách đi du lịch trong

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

tỉnh tới Trà Cổ- Móng Cái, tới Vân Đồn- Cô Tô, tới các điểm lưu trú trên Vịnh Hạ Long và Vịnh Bái Tử Long, tới các vùng du lịch ở Hải Phòng, Hà Nội và các tỉnh thành các trong cả nước.

Sự hội tụ giữa vị trí địa lý và cấu trúc cảnh quan lãnh thổ trên cả đất liền và trên biển cùng với tiềm năng vốn có, đã đưa Hạ Long vào vị thế thu hút du khách thập phương về đây để thưởng ngoạn, để nhận ra những nét hấp dẫn của các thắng cảnh trên một vùng đất thiên nhiên độc đáo, để giao lưu tạo lập nên những mối quan hệ phát triển lâu dài.

Về khí hậu, Hạ Long nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới gió mùa. Thời tiết trong năm biểu hiện bốn mùa rõ rệt. Mùa hạ nóng ẩm, mưa nhiều; mùa đông lạnh, khô. Xen giữa 2 mùa hạ và đông và mùa xuân và thu diễn ra trong thời gian ngắn và có tính chất chuyển tiếp. Nhiệt độ trung bình cả năm 22,8°C. Nhiệt độ trung bình mùa hè 26,4°C, nóng nhất lên đến 35,7°C. Nhiệt độ trung bình mùa đông 20°C, lượng mưa trung bình trong năm 2005,4 mm. Thời gian có mưa nhiều (từ 100 mm trở lên) là từ tháng 5 đến tháng 10, từ tháng 3 đến tháng 8 chịu ảnh hưởng của gió mùa Đông Nam, mang đặc điểm chung của một miền chịu nhiều ảnh hưởng mạnh của gió mùa Đông Bắc, vừa có những nét riêng của nhiệt đới khí hậu chịu ảnh hưởng ít hơn của gió mùa đông nam với các nơi cùng khí hậu. Mùa đông thường kéo dài tới 4-5 tháng, mùa hạ ngắn hơn, lượng mưa ở đây tương đối nhiều; từ tháng 8 đến tháng 10 là mùa mưa bão.

Nhìn chung khí hậu ở đây thích hợp cho việc phát triển du lịch nhất là du lịch tham quan, tắm biển phơi nắng, nghỉ dưỡng thể thao và du lịch sinh thái, du lịch kết hợp với hội nghị, hội thảo, triển lãm, khen thưởng. Tuy nhiên do có mùa đông lạnh và có ngày thời tiết xấu do ảnh hưởng của gió mùa Đông Bắc đã gây trở ngại cho hoạt động của con người, trong đó có hoạt động du lịch, tạo nên tính mùa vụ trong hoạt động du lịch ở Hạ Long.

Địa hình, đất đai: Bề mặt địa hình là nơi diễn ra các hoạt động kinh tế và sinh sống của con người, sự đa dạng phong phú của địa hình tạo ra nhiều phong cảnh đẹp, tạo sức hấp dẫn đối với du khách. Địa hình lục địa và hải đảo của Hạ

Long khá phức tạp, tạo dấu ấn riêng.

Hệ thống sườn núi thu nước: cả núi, thung lũng, dải đồi, gò, các cánh cung hẹp ven biển theo sườn thu nước phía Đông và phía Nam vừa được liên kết lại, vừa bị chia cắt ra để nối liền từng đoạn lãnh thổ với biển bằng cả hệ thống sông, suối vừa ngăn vừa dốc.

Hệ thống mặt nước vừa là vũng, vịnh, nhánh- cửa sông tạo nên một đường bờ quanh co, khúc khuỷu, vừa là vùng nước bình yên “nội thủy” được che chắn gió đông, tạo nên vùng nước non sóng yên, biển lặng. Nơi đây tồn tại một hệ sinh thái đa dạng và quý hiếm.

Bờ biển và hải đảo: Với chiều dài 250 km bờ biển và 6000 km<sup>2</sup> mặt nước biển, tài nguyên biển Quảng Ninh rất phong phú và đa dạng là ưu thế nổi trội cho phát triển kinh tế và du lịch.

Vùng vịnh Hạ Long với tổng diện tích 1.553 km<sup>2</sup> gồm 1.969 hòn đảo lớn nhỏ, trong đó có 989 đảo chưa có tên. Đảo của Vịnh Hạ Long có 2 dạng chính là đảo đá vôi và đảo phiến thạch, tập trung ở 2 vùng chính là vùng phía Đông Nam (thuộc vịnh Bái Tử Long) và vùng Tây Nam (thuộc vùng Vịnh Hạ Long) có tuổi kiến tạo địa chất từ 250- 280 triệu năm. Vùng tập trung dày đặc các đảo đá có phong cảnh ngoạn mục và nhiều hang động đẹp nổi tiếng là vùng trung tâm Di sản thiên nhiên Hạ Long, bao gồm Vịnh Hạ Long và một phần Vịnh Bái Tử Long.

Biển Hạ Long nằm trong vùng vịnh kín gió thuận lợi cho việc phát triển hệ thống cảng biển (cảng nước sâu Cái Lân). Ngoài ra hàng chục vịnh ha vùng thềm lục địa nông ven bờ có khả năng lớn để nuôi trồng thủy hải sản có giá trị cao như ngọc trai, bào ngư, rong câu.... phục vụ cho xuất khẩu, làm điểm tham quan cho du khách và cung cấp đặc sản biển cho khách du lịch.

Có nhiều bãi tắm đẹp, bãi san hô ngầm, cảnh đẹp trên các đảo như: Bãi Cháy, Titóp, Tuần Châu...

### **2.1.2. Về kinh tế - xã hội**

Thành phố Hạ Long được thành lập ngày 27/12/1993 trên cơ sở thị xã Hồng

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

Gại cũ, là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hoá- xã hội của tỉnh Quảng Ninh, nằm trong vùng kinh tế động lực Bắc Bộ, có diện tích đất tự nhiên 222,5km<sup>2</sup> và 413,8, km<sup>2</sup> mặt biển. Tính đến ngày 01//4/2009 thành phố Hạ Long có 215.795 người.

Là thành phố ven biển có tiềm năng nổi trội về kinh tế du lịch và cảng biển do có vị trí thuận lợi nằm dọc theo bờ Vịnh Hạ Long với chiều dài 50 km có 20 đơn vị hành chính trong đó có 18 phường và 02 xã. Hạ Long vừa có rừng vừa có biển và là vùng đất giàu tài nguyên khoáng sản. Hạ Long là đầu mối giao thông quan trọng và cửa chính ra biển của các tỉnh phía Bắc- một cực quan trọng của vùng kinh tế phía Bắc, một trọng điểm phát triển kinh tế biển, một trong những trung tâm thương mại lớn của cả nước và là vùng trung tâm dịch vụ, du lịch, giáo dục và y tế của vùng Duyên Hải Bắc Bộ. Đây là điều kiện thuận lợi để phát triển kinh tế- xã hội của thành phố.

Kết quả phát triển kinh tế- xã hội những năm qua cho thấy Hạ Long được xếp vào những đô thị có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất của cả nước nhờ việc khai thác có hiệu quả tiềm năng, thế mạnh của địa phương. Từ một thành phố có công nghiệp khai thác than là chủ yếu trước kia, ngày nay Hạ Long đã trở thành một thành phố du lịch- thương mại, cảng biển nổi tiếng của cả nước. Tổng số lao động các ngành nghề, các thành phần kinh tế chiếm khoảng 59,9% dân số của thành phố.

Thành phố Hạ Long là đô thị loại II. Trong 20 năm đổi mới, nhất là từ những năm đầu của thế kỷ XXI, sự phát triển với tốc độ cao của kinh tế xã hội, đã làm thành phố thay đổi nhanh chóng. Sự hình thành các khu công nghiệp mới, những tăng trưởng trong sản xuất than, cơ khí, thủ công nghiệp và xuất khẩu hải sản, trong kinh tế biển, đóng tàu, giao thông vận tải và thương mại đã làm cho đời sống xã hội sôi động, mức sống của người dân về đời sống vật chất và tinh thần đều được nâng cao, nguồn nhân lực lao động được phát huy....tất cả tạo cơ sở cho các tiềm năng du lịch được khai thác và từng bước được hoàn thiện.

Hạ Long vẫn đang tiếp tục đầu tư lớn vào phát triển kinh tế và hạ tầng cho cảng Cái Lân, chuyển cảng than Hồng Gại thành cảng du lịch, các khu công

ngiệp Cái Lân, các Sở thương mại và du lịch. Do vậy, Hạ Long có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao và ổn định.

Tuy nhiên thì trong nền kinh tế của Hạ Long thì vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng, vẫn còn nhiều tồn tại bất cập trong quản lý đô thị, đầu tư xây dựng và sử dụng đất còn nhiều thiếu sót, khuyết điểm, vấn đề bảo vệ môi trường chưa được chú trọng, gây ô nhiễm môi trường trong khu đô thị và khu du lịch.

### **2.1.3. Một số điểm tham quan du lịch**

Cũng như đối với nhiều địa phương khác ở nước ta, các thắng cảnh là ưu thế nổi trội để phát triển du lịch. Các thắng cảnh ở Quảng Ninh đã và đang được khai thác để phục vụ phát triển du lịch rất phong phú và đa dạng.

#### **2.1.3.1. Cụm di tích núi Bài Thơ**

Danh thắng tọa lạc tại phường Bạch Đằng, trung tâm thành phố Hạ Long, là một quần thể di tích lịch sử văn hoá bao gồm: núi Bài Thơ, chùa Long Tiên và Đền thờ Trần Quốc Nghiễn.

*Núi Bài Thơ*: Cao khoảng 200m, tựa lưng như một ngọn tháp khổng lồ bên bờ vịnh Hạ Long. Trước đây núi có tên gọi là núi Truyền Đăng. Năm 1468 vua Lê Thánh Tông trong một lần tuần du ở vùng biển An Bang (Vịnh Hạ Long ngày nay) đã ứng tác một bài thơ và cho khắc vào vách núi ở phía Nam. Từ đó núi mang tên là núi Đề Thơ, sau đó gọi là núi Bài Thơ. Ngoài ra còn có bài thơ của Chúa Trịnh Cương (năm 1729) cả chùm bài thơ của một số danh nhân thời Nguyễn.

Trong cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược, núi Bài Thơ còn gắn liền với những sự kiện đấu tranh cách mạng của quân và dân vùng mỏ. Ngày 1/5/1930 lần đầu tiên lá cờ đỏ búa liềm tung bay trên đỉnh núi, mở đầu giai đoạn mới trong phong trào đấu tranh của giai cấp công nhân vùng mỏ dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng Sản Việt Nam. Trong thời kỳ kháng chiến chống Mỹ cứu nước, núi Bài Thơ là trạm gác phòng không, hang trú ẩn cứu thương, phục vụ chiến đấu và là nơi đặt trung tâm điện chính của bưu điện tỉnh Quảng Ninh.

#### *Đền thờ Trần Quốc Nghiễn*

Nằm ngay dưới chân núi Bài Thơ, Đền thờ Hưng Vũ Vương Trần Quốc

Nghiễn, con trai cả Hưng Đạo Vương Trần Quốc Tuấn- vị tướng nhà Trần có công đánh giặc bảo vệ bình yên cho vùng Đông Bắc Tổ quốc.

#### *Chùa Long Tiên*

Chùa tọa lạc ở phía Bắc chân núi Bài Thơ, gần trung tâm thương mại Hạ Long, tại phố cũng mang tên phố “Phố Long Tiên” ở trung tâm thành phố nên rất tiện cho du khách đến viếng thăm. Chùa được xây dựng năm 1941 để thờ Phật là chính, ngoài ra còn thờ Đức Thánh Trần và Thánh Mẫu.

Chùa có phong cách kiến trúc độc đáo hiếm thấy, mang phong cách kiến trúc và điêu khắc của các ngôi chùa thời nhà Nguyễn, kiểu chõng giường giá chiên và hoạ tiết hoa văn trang trí rồng phượng, hoa lá cách điệu. Trên đỉnh tam quan là tượng Phật Adida với tư thế ngồi, dưới là gác chuông, nổi bật ba chữ “Long Tiên Tự”. Hai bên là hai câu đối, chính giữa điện thờ Phật, bên phải thờ các tướng lĩnh nhà Trần, bên trái là cung Tam Phủ Thánh Mẫu.

Đây là trung tâm Phật giáo lớn của thành phố Hạ Long. Lễ hội chính diễn ra vào ngày 24-3 âm lịch hàng năm.

#### **2.1.3.3. Khu du lịch và giải trí quốc tế Tuần Châu**

Đây là khu du lịch độc đáo ở miền Bắc Việt Nam. Khu du lịch quốc tế Tuần Châu bao gồm một tổ hợp du lịch, dịch vụ, vui chơi giải trí: bãi tắm nhân tạo, nhà biểu diễn đa năng với 2.500 chỗ ngồi, khu phố ẩm thực với phong cách kiến trúc truyền thống Việt Nam, khu biểu diễn động vật, khu chợ quê, khu biệt thự chất lượng cao và nhiều loại hình dịch vụ khác. Đến đây du khách có cơ hội tham quan, thưởng thức các loại hình dịch vụ du lịch hấp dẫn.

Nơi đây cũng thường được lựa chọn để tổ chức các sự kiện văn hóa chính trị trọng đại rất thành công như: Tuần văn hoá các nước ASEAN, Hội nghị các tổ chức phi Chính phủ, giải Sao Mai tiếng hát truyền hình toàn quốc, hoa hậu Việt Nam 2004...

#### **2.1.3.4. Công viên quốc tế Hoàng Gia**

Công viên quốc tế Hoàng Gia tọa lạc ở đường Hạ Long, phường Bãi Cháy, thành phố Hạ Long. Nó có diện tích khoảng 10 ha nằm dọc theo bãi biển Bãi



Cháy, chạy dài từ cảng tàu du lịch Bãi Cháy đến sát khu chợ đêm Hạ Long. Đây là một trung tâm vui chơi giải trí vừa hiện đại vừa dân tộc với nhiều loại hình phong phú gồm có: biểu diễn nghệ thuật dân tộc, múa rối nước, các trò vui chơi giải trí, các hoạt động thể thao dưới nước, trung tâm mua sắm cao cấp với 25 toà nhà gồm 138 gian hàng tập trung các thương hiệu nổi tiếng trong và ngoài nước như: Khai Sili, Bosini, Pierre,...

Nơi đây cũng thường được lựa chọn là nơi tổ chức các sự kiện văn hoá thông tin quan trọng như các chương trình trong Lễ hội Du lịch Hạ Long.

#### **2.1.3.5. Vịnh Hạ Long**

Vịnh Hạ Long là một kỳ quan thiên nhiên có một không hai của thế giới, là thắng cảnh số 1 của Việt Nam. Nhà thơ lớn của Trung Quốc, ông Tiêu Tam đã viết: “Chưa đến Vịnh Hạ Long, chưa phải đến Việt Nam”.

Vịnh Hạ Long đã hai lần được UNESCO công nhận là Di sản thế giới, lần thứ nhất vào năm 1994 về cảnh quan thẩm mỹ, lần thứ 2 vào năm 2000 về địa chất địa mạo. Đó là sự khẳng định giá trị ngoại hạng và toàn cầu, vì lợi ích của toàn nhân loại. Hiện nay Vịnh Hạ Long đang trong cuộc bầu chọn bảy kỳ quan thiên nhiên thế giới.

Vịnh Hạ Long có diện tích 1.553m<sup>2</sup>, gồm 1.969 hòn đảo lớn nhỏ, trong đó có 889 hòn đảo đã được đặt tên, có kiến tạo địa chất từ 250 đến 280 triệu năm. Vùng vịnh có nhiều đảo nổi tiếng như đảo Titóp, đảo Tuần Châu, có những hòn cù lao bằng đá vôi đẹp nổi tiếng như hòn Lư Hương, hòn Lã Vọng... Riêng hòn Trống Mái là kiệt tác trong những kiệt tác lỗi lạc nhất của tạo hoá. Những hang động huyền ảo lung linh vào loại nhất là hang Đầu Gỗ, hang Trinh Nữ hay hang Sừng Sốt, Động Thiên Cung...

Với những giá trị nổi bật: thẩm mỹ, địa chất, sinh học và văn hoá-lịch sử, vịnh Hạ Long đã gắn liền với thành phố Hạ Long, góp phần làm nên những lợi thế có ảnh hưởng xa rộng của thành phố Hạ Long về du lịch mà không nơi nào có được. Nhiều nhà văn hoá nước ngoài đến thăm thành phố Hạ Long đã gọi thành phố Hạ long là Thành phố vịnh Hạ Long.

## **2.2. Hoạt động khai thác du lịch tại Hạ Long**

Là một điểm nhấn của vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, với những thuận lợi hiếm có về tài nguyên thiên nhiên và điều kiện phát triển du lịch, được ưu tiên đầu tư về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất, các lợi thế và tiềm năng đang được khai thác và phát huy đúng hướng đã góp phần quan trọng vào mức tăng trưởng kinh tế của thành phố Hạ Long và tỉnh Quảng Ninh, có nhiều cơ hội phát triển để trở thành một trong những đô thị sầm uất nhất của Việt Nam. Trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội của thành phố, du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn, là động lực để thúc đẩy phát triển các lĩnh vực kinh tế khác.

### **2.2.1. Hiện trạng khai thác và phát triển**

Như đã trình bày ở trên, Hạ Long là một vùng đất giàu tiềm năng về du lịch, đã được tổ chức thế giới công nhận, nổi tiếng và hấp dẫn khách du khách không chỉ ở trong và ngoài nước. Đây quả thực là một thế mạnh mà thiên nhiên đã ban tặng riêng cho vùng đất này.

Trong những năm gần đây du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn của cả Tỉnh. Trong quyết định phê duyệt Quy hoạch phát triển vành đai kinh tế ven biển Vịnh Bắc Bộ đến năm 2020 (được Thủ tướng Chính phủ ký ngày 2/3/2009), thành phố Hạ Long được coi là trung tâm phát triển của vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ. Hướng phát triển của Hạ Long là lấy phát triển du lịch và dịch vụ làm trọng tâm để thúc đẩy các ngành và hạn chế dần khai thác than. Trước hết tập trung phát triển phát triển du lịch, xây dựng Hạ Long thành trung tâm du lịch, vui chơi giải trí biển hiện đại của cả nước, đổi mới cơ cấu kinh tế phù hợp với chức năng của một thành phố du lịch, dịch vụ. Thực tế từ năm 2006, thành phố Hạ Long đã xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển du lịch đến năm 2015 và tầm nhìn đến 2020.

#### **2.2.1.1. Hiện trạng khai thác tài nguyên du lịch**

Việc đánh giá hiệu quả khai thác tài nguyên du lịch của thành phố Hạ Long trong thời gian qua cần phải được nhìn nhận một cách toàn diện trên quan điểm

phát triển toàn diện và phát triển bền vững, đảm bảo hài hoà giữa mục tiêu kinh tế, xã hội và môi trường; đáp ứng được nhu cầu du lịch hiện tại nhưng không làm ảnh hưởng đến sự phát triển của du lịch tương lai.

Nếu phân tích và đánh giá hiện trạng khai thác tài nguyên trên diện rộng bao gồm toàn bộ dải không gian lãnh thổ ven biển Đông Bắc, ta sẽ nhận thấy sự phát triển du lịch đang bị quá tải ở khu vực Hạ Long- Bãi Cháy và Đồ Sơn- Cát Bà. Việc khai thác tràn lan, manh mún và thiếu kiểm soát của các hoạt động và công trình dịch vụ du lịch đã tạo ra qui mô và mật độ xây dựng quá lớn ở khu vực Bãi Cháy- Hùng Thắng- Tuần Châu, gây sức ép lớn đối với môi trường sinh thái tại khu vực này. Trong khi đó, các khu vực giàu tiềm năng du lịch như Bái Tử Long, Trà Cổ thì việc đầu tư còn rất dè dặt và hạn chế.

Nếu so sánh cơ cấu tài nguyên du lịch và cơ cấu khai thác tài nguyên du lịch của thành phố Hạ Long sẽ nhận thấy sự khai thác chưa đúng hướng. Tài nguyên bãi tắm bị khai thác quá mạnh trong khi tài nguyên văn hoá, sinh thái và đô thị còn bị bỏ ngỏ. Tài nguyên cảnh quan còn khai thác hạn chế chưa triệt để.

Vì vậy, hiện trạng khai thác tài nguyên còn có nhiều bất hợp lý, chưa bảo tồn và phát huy được thế mạnh của tài nguyên và đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường khách.

### **2.2.1.2. Hiện trạng thị trường khách du lịch**

Thời gian qua hoà cùng xu hướng phát triển chung của du lịch đất nước, khách du lịch đến Hạ Long đã có mức tăng trưởng đáng kể. Tốc độ tăng trung bình về khách du lịch đạt 23,0%/ năm, trong đó khách quốc tế tăng 26,3%/ năm và khách du lịch nội địa tăng 19,7%/ năm.

#### ***Hiện trạng thị trường khách du lịch nội địa:***

Số lượng khách du lịch nội địa đến Hạ Long đã tăng lên trong những năm qua do có sự đầu tư mạnh vào phát triển của các tuyến xe khách chất lượng cao Hà Nội- Hạ long- Hà Nội, cùng với việc giảm số giờ làm trong tuần, lượng khách du lịch nội địa đi nghỉ ngày càng tăng. Tuy nhiên, lượng khách này lại tập trung chủ yếu vào mùa hè, gây ra tình trạng khan hiếm buồng phòng, tàu, vé vào mùa du

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

lịch, đồng thời dư thừa các cơ sở phục vụ này vào mùa khác, điều này cũng làm ảnh hưởng tới kinh doanh du lịch và phương án đầu tư cơ sở vật chất của ngành tại địa bàn.

Thời gian lưu trú trung bình của khách nội địa từ 1,2- 1,5 ngày. Chi tiêu bình quân của khách là 200.000 đồng/ người/ ngày.

Khách du lịch nội địa đến Hạ Long bao gồm nhiều lứa tuổi, nhiều thành phần khác nhau.

Thời điểm đi du lịch: Tính thời vụ của hoạt động du lịch ở Hạ Long hiện nay tương đối cao. Theo thống kê khách đi nghỉ tại Hạ Long đông nhất chủ yếu vào các tháng hè bắt đầu từ 30/4 và kéo dài đến hết tháng 8. Nguyên nhân chủ yếu là do các gia đình cho con đi nghỉ hè, các cơ quan đoàn thể tổ chức chương trình nghỉ mát cho cán bộ công nhân viên

*\_ Hiện trạng thị trường khách quốc tế:*

Cùng với sự tăng trưởng mạnh của dòng khách du lịch nội địa, lượng khách du lịch quốc tế đến Hạ Long thời gian qua cũng tăng lên rất nhanh.

Cơ cấu khách quốc tế đến Hạ Long trong thời gian qua cũng có những thay đổi, tác động tích cực đến doanh thu du lịch. Một thị trường khách có khả năng chi tiêu cao như: Châu Âu, Hàn Quốc, Trung Quốc đã chiếm tỷ lệ cao trong cơ cấu khách quốc tế đến Hạ Long.

Đặc biệt gần đây trong cơ cấu khách quốc tế đến Hạ Long đã bắt đầu xuất hiện thị trường khách quốc tế đi bằng tàu biển- một thị trường khách du lịch cao cấp, có khả năng chi trả cao. Luồng khách này bắt đầu đến Hạ Long từ năm 1998 với 5.000 khách đầu tiên và liên tục tăng nhanh ở những năm tiếp theo. Năm 1999 khách du lịch đến Hạ Long tăng gấp 6 lần so với năm 1998 đạt 3.000 khách, các năm tiếp theo lượng khách đến Hạ Long bằng tàu biển đều tăng mạnh và đỉnh điểm là năm 2002 ngành du lịch của Hạ Long đã đón được 115.000 lượt khách du lịch bằng tàu biển. Đến hết năm 2009, được sự quan tâm của ngành du lịch bằng các biện pháp xúc tiến duy trì thị trường đã có và mở rộng thị trường, khách du lịch đến với Quảng Ninh bằng đường biển đã tăng lên đáng kể (cả năm đón

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
(*Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh*)

161.760 lượt khách). Hạ Long là điểm đến của nhiều tàu biển quốc tế lớn: Costa Allerga, Superstar Virgo, Rhaspody of the sea...

Một trong những vấn đề bất cập hiện nay của du lịch Hạ Long là việc tổ chức đón khách du lịch tàu biển còn khá tự phát và phụ thuộc nhiều vào nguồn khách của từng doanh nghiệp. Mặc dù vậy đây vẫn là một thị trường khách tiềm năng, cần có sự quan tâm nghiên cứu thị trường một cách nghiêm túc, chuyên sâu ở các giai đoạn tiếp theo.

Bảng: Tình hình hoạt động du lịch Quảng Ninh

Danh mục	ĐVT	Tháng 12	Năm 2009	So sánh năm 2008	So sánh kế hoạch 2009
A- Tổng khách du lịch	Lượt khách	299.990	4.800.00	106%	100%
Trong đó: khách du lịch quốc tế		223.067	2.009.300	87%	86%
I- Khách lưu trú	Lượt khách				
1- Lượt khách		232.560	2.041.200	88%	93%
Trong đó: khách quốc tế		77,695	890.464	78%	68%
2- Ngày khách	N. khách	417.342	3.622.054	90%	
Trong đó: N.khách quốc tế		138.161	1.452.663	83%	
II- Khách lữ hành	Lượt khách	23.175	295.165	87%	
1- Khách quốc tế		22.511	289.993	88%	
Khách do ĐV tự tổ chức		18.286	192.150	86%	
Khách VN đi nước ngoài		1.000	31.356	61%	
Khách TQ đi VN trong ngày		245.00	14.938	35%	
2- Khách trong nước		664	5.622	45%	
III- Khách thăm DTL SVH		4.200	1.669.522	145%	
IV- Khách thăm VHL		160.336	2.352.934	90%	
B- Tổng doanh thu	Triệu đồng	252.363	2.801.036	105	100%
I- Doanh thu du lịch		240.950	2.653.638	107%	102%
Trong đó: * Lữ hành		19.586	237,999	70%	
* Phòng nghỉ		89.209	832.729	120%	
* Ăn uống		5.9745	513.638	114%	
* Vận chuyển khách		15.142	296.120	97%	
(V.chuyển khách thăm Vịnh)		14.819	167.140	87%	
* Bán hàng hoá		12.484	235.881	114%	
* P.vụ VC giải trí		29.277	293.516	128%	
* Doanh thu khác		29.277	243.755	92%	
II- Vé thăm Vịnh		5.424	80.470	93%	115%
III- Phí XNC		5.849	65.068	83%	97%

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

*(Nguồn: Sở văn hoá du lịch Quảng Ninh)*

Qua bảng số liệu thống kê, khách du lịch đến Quảng Ninh năm 2009 ước đạt: 4.800.800 lượt tăng 6% so với cùng kỳ, trong đó khách quốc tế: 2.009.300 lượt giảm 13% so với cùng kỳ; khách lưu trú: 2.041.200 lượt giảm còn 12% trong đó khách lưu trú quốc tế: 890.460 lượt giảm 22%. Tổng doanh thu: 2.801 tỷ đồng tăng 5%, trong đó doanh thu từ các hoạt động du lịch đạt: 2.653 tỷ đồng tăng 7%.

### **2.2.2. Các thành tựu đạt được**

#### **2.2.2.1. Cơ sở hạ tầng và cơ sở dịch vụ đầu tư hiện đại**

Hệ thống giao thông và cơ sở hạ tầng của thành phố đã được Chính phủ và tỉnh Quảng Ninh đầu tư nâng cấp về cơ bản, tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch đến với Hạ Long từ nhiều hướng. Thành phố có nhiều khu du lịch, khách sạn, nhà hàng hiện đại được đưa vào sử dụng đạt hiệu quả cao như khu du lịch quốc tế Tuần Châu, Hoàng gia, các khách sạn như Sài Gòn- Hạ Long, Hạ Long Dream, Bưu Điện, Hạ Long Pearl, Hạ Long Plaza...cùng với 464 cơ sở lưu trú du lịch, trong đó 11 khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 sao, 16 khách sạn đạt tiêu chuẩn 3 sao và 28 khách sạn đạt tiêu chuẩn 2 sao; 8.283 phòng nghỉ đạt tiêu chuẩn với 1.884 phòng đạt tiêu chuẩn 4 sao, 1.102 phòng đạt tiêu chuẩn 3 sao, 1.090 phòng đạt tiêu chuẩn 2 sao và 475 tàu du lịch đạt tiêu chuẩn S1, với tổng trọng tải là 18.600 chỗ ngồi, có khả năng đón hàng vạn khách mỗi ngày. Riêng tàu có lưu trú qua đêm trên Vịnh là 154 chiếc với nhiều cấp loại đảm bảo về yêu cầu giao thông trên biển. Tổng vốn đầu tư cho du lịch hàng năm đạt trên 1.700 tỷ đồng.

#### **2.2.2.2. Các hoạt động du lịch được phát triển đa dạng, phong phú**

Đó là các dịch vụ du lịch lưu trú trên vịnh, bằng tàu biển, các hoạt động thu hút đông đảo khách du lịch như biểu diễn cá heo, hải cẩu, công viên nhạc nước, tổ chức các hội nghị hội thảo, tổ chức loại hình du lịch MICE...Lượng khách du lịch tăng dần, bình quân mỗi năm 24,5%. Tổng doanh thu từ các hoạt động du lịch đạt 2.653 tỷ đồng ( năm 2009). Các chợ và các khu thương mại được nâng cấp và xây dựng mới, phục vụ nhu cầu mua bán sản phẩm thiết yếu của khách du lịch.

### **2.2.2.3. Không gian, sản phẩm và các loại hình du lịch được mở rộng**

Cùng với việc nâng cấp đường bộ, các bến xe, các bến tàu, tạo thuận lợi cho khách du lịch thành phố đã mở rộng không gian đưa khách đến tất cả các điểm du lịch trên vịnh Hạ Long và các khu vực khác thuộc địa bàn thành phố. Các loại hình du lịch cũng được phát triển, phù hợp với các không gian du lịch, như du lịch tham quan đến với các hòn đảo và hang động của Vịnh Hạ long, du lịch sinh thái để tìm hiểu các hệ sinh thái biển và ven biển, du lịch nghỉ ngơi giải trí như đua thuyền, lướt ván, du lịch văn hoá để đến với chùa Long tiên, chùa Lôi Âm, chùa Yên Tử, và gần đây nhất là tạo đà và tập trung vào khai thác loại hình du lịch MICE- một loại hình du lịch đem đến nguồn thu lớn cho nhà kinh doanh.

Các công ty lữ hành của thành phố liên tục tổ chức các chuyến tham quan du lịch cho khách du lịch ở thành phố Hạ Long và các huyện lân cận tới các điểm du lịch ở các nước trong khu vực Châu Á và Đông Nam Á...Những thành tựu đó đã làm cho ngành du lịch phục vụ được nhu cầu nâng cao đời sống tinh thần của nhân dân, đồng thời góp phần quan trọng vào việc tăng trưởng kinh tế biển du lịch thành một ngành kinh tế mũi nhọn phát triển bền vững.

## **2.3. Hoạt động du lịch MICE tại Hạ Long**

### **2.3.1. Các điều kiện phát triển**

Du lịch MICE đối với Hạ Long tuy còn rất mới mẻ song đã có nhiều tiềm năng và điều kiện thuận lợi để phát triển trong hiện tại cũng như trong tương lai. Những điều kiện thuận lợi ấy dựa trên những thành quả đạt được về cơ sở hạ tầng, về cơ sở vật chất kỹ thuật, con người được tích lũy và phát triển tại Hạ Long trong nhiều năm qua để phục vụ các ngành kinh tế nói chung và du lịch nói riêng.

#### **2.3.1.1. Cơ sở hạ tầng**

##### **2.3.1.1.1. Điều kiện giao thông vận tải**

Những năm qua, hệ thống giao thông từ các địa phương khác ở khu vực Bắc Bộ đến thành phố đã được đầu tư phát triển với tốc độ khá nhanh, khá đồng bộ cả về đường bộ, đường sắt và đường thủy, đã tạo tiền đề, động lực phát triển kinh tế-

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

xã hội nói chung và ngành du lịch nói riêng của thành phố.

Đến nay, về cơ bản các tuyến giao thông đến thành phố đã tạo thành một mạng lưới khá hoàn chỉnh và được nâng cấp về cơ bản, đã hoàn thành dự án cải tạo nâng cấp Quốc lộ 10, Quốc lộ 183. Nâng cấp tuyến đường 336, đường 337, đường cao tốc Nội Bài- Hạ Long- Mông Dương- Móng Cái. Hệ thống đường nội thị cũng đã được đầu tư nâng cấp mở rộng bao gồm cả hệ thống vỉa hè, thoát nước. Mật độ đường giao thông chính đạt 5,6km/ km<sup>2</sup>.

Với 250km đường bờ biển Tỉnh Quảng Ninh ( trong đó thành phố Hạ Long có 50 km) có điều kiện về phát triển giao thông đường thủy một cách thuận lợi với các hệ thống luồng lạch tự nhiên dày đặc và cửa sông ít bị bồi lắng lại nằm trong các vùng kín gió. Điều kiện thuận lợi này cho phép xây dựng hệ thống giao thông cảng biển lớn mạnh. Hiện nay, Hạ Long có Cảng tàu Hồng Gai, bến tàu khách Tuần Châu,..hàng năm đón hàng vạn lượt khách.

Cầu Bãi Cháy (thay thế phà Bãi Cháy)- một trong năm cây cầu dây văng một mặt phẳng lớn nhất thế giới- đã được hoàn thành nối đôi bờ sông Cửa Lục thuận tiện cho giao thông.

Hạ Long đã có bãi đỗ cho máy bay trực thăng và thủy phi cơ. Hiện nay mới có máy bay trực thăng hàng tuần đưa khách đi du lịch. Dự án xây dựng sân bay Vân Đồn đạt tiêu chuẩn quốc tế đã được Bộ Giao Thông Vận Tải Chính phủ phê duyệt đã triển khai trong giai đoạn 2006- 2010. Như vậy rất thuận tiện cho Hạ Long vì từ Vân Đồn có thể đi sang bên Hạ Long rất dễ dàng và nhanh chóng- cách 40 km.

Mặc dù chưa có sân bay quốc tế nhưng Hạ Long chỉ cách sân bay quốc tế Nội Bài 160 km và sân bay Cát Bi 70 km. Đây là điều kiện thuận lợi vì thị trường khách du lịch MICE chủ yếu là khách công vụ, khách du lịch có thu nhập cao.

Trong năm 2009, bến du thuyền đầu tiên tại Việt Nam đã được khánh thành và việc khai trương Tuyến phà biển Tuần Châu, Hạ Long- Gia Luận, Hải Phòng có ý nghĩa vô cùng to lớn trong việc phát triển vành đai kinh tế ven biển vịnh Bắc Bộ. Việc nối tuyến tạo ra sản phẩm du lịch liên hoàn, phong phú, hấp dẫn, đồng thời



kết nối, tạo động lực thúc đẩy hợp tác phát triển kinh tế, khoa học, kỹ thuật với các quốc gia trong khối ASEAN và Trung Quốc.

#### *2.3.1.1.2. Bưu chính viễn thông*

Một trong những bước phát triển của cơ sở hạ tầng Hạ Long phải kể đến sự phát triển của hệ thống bưu chính viễn thông, thông tin liên lạc với qui mô tương đối lớn, có khả năng đáp ứng được nhu cầu ngày càng gia tăng của cư dân cũng như của khách du lịch trên địa bàn thành phố. Hiện nay, hệ thống bưu chính viễn thông đã đạt tiêu chuẩn quốc tế. Mạng viễn thông được trang bị các thiết bị kỹ thuật số với công nghệ tiên tiến, hiện đại, đa dịch vụ. Tính đến nay trên địa bàn Tỉnh đã có khoảng 700 trạm phát sóng di động BTS và mạng thông tin di động của hầu hết các nhà mạng đã phủ sóng toàn thành phố. Tính đến hết năm 2009 tổng số thuê bao Internet trên toàn Tỉnh đạt 39.472 thuê bao.

Đối với du lịch MICE, việc tổ chức các sự kiện, các hoạt động qui mô lớn đòi hỏi khả năng truyền dẫn, phát tin, ảnh trực tiếp trên phạm vi lãnh thổ đất nước cũng như thế giới. Đáp ứng nhu cầu này, các cơ sở dịch vụ du lịch tại Hạ Long như khu du lịch quốc tế Tuần Châu thường được phối hợp với đài truyền hình để tường thuật trực tiếp hoặc gián tiếp diễn biến của các hội nghị, hội thảo. Bên cạnh đó, hệ thống hội trường phòng họp tại thành phố luôn đảm bảo khả năng lắp đặt và sử dụng các phương tiện thông tin hiện đại trong trường hợp qui mô và tính chất các sự kiện, các hoạt động MICE yêu cầu. Ngoài ra, điều kiện truyền thông, thông tin liên lạc phục vụ du lịch MICE tại Hạ Long còn phải kể đến hệ thống phòng chuyên dụng, các trung tâm báo chí nhằm hỗ trợ các phóng viên trong quá trình hoạt động của mình.

#### *2.3.1.1.3. Tài chính ngân hàng*

Hệ thống ngân hàng tại Hạ Long đã tham gia mạng tài chính toàn cầu Swift, có hệ thống rút tiền tự động nối mạng quốc tế, dịch vụ Internet Banking, Phone Banking, thanh toán quốc tế toàn cầu bằng LC đạt tiêu chuẩn quốc tế, có thể đáp ứng nhu cầu giao dịch ngoại tệ phục vụ khách hàng.

Sự phát triển của hệ thống tài chính ngân hàng cũng góp phần thúc đẩy sự

hoàn thiện của cơ sở hạ tầng tại Hạ Long. Phần lớn các ngân hàng ở thành phố đều là đại lý, các chi nhánh chính của các ngân hàng quốc doanh, ngân hàng cổ phần, với uy tín và khả năng to lớn trong việc huy động vốn và vay vốn, hệ thống tài chính các ngân hàng tạo điều kiện để từng bước xây dựng và phát triển nền kinh tế. Trong lĩnh vực du lịch hệ thống này cũng tỏ ra vô vùng hữu dụng đối với các nhu cầu tài chính của du khách, đặc biệt là người đến từ quốc gia khác. Các hệ thống chi nhánh các ngân hàng: Ngân hàng Công Thương, Ngân hàng Hàng Hải, Ngân hàng Ngoại Thương, Ngân hàng Á Châu...

### **2.3.1.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật và dịch vụ**

Mặc dù vừa mới khai thác loại hình này du lịch MICE đây mới mẻ này song Hạ Long đã sẵn trang bị một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật khá đầy đủ và tiện nghi. Vì cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch là điều kiện cơ bản và tối quan trọng trong quá trình vận hành và phát triển hoạt động du lịch nhằm tạo ra và thực hiện các sản phẩm, các dịch vụ để thoả mãn nhu cầu của du khách.

#### **2.3.1.2.1. Hệ thống khách sạn nhà hàng**

Hiện nay, ở Hạ Long có khoảng 464 khách sạn và cơ sở lưu trú với 11 khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 sao và 16 khách sạn đạt tiêu chuẩn 3 sao với 8.283 phòng đạt tiêu chuẩn 4 sao...Hầu hết các khách sạn lớn này đều nằm trong trung tâm thành phố và khu du lịch. Các khách sạn đều có cơ sở hạ tầng khá hiện đại, trang thiết bị tiện nghi để phục vụ cho các cuộc hội thảo, hội nghị, triển lãm, khen thưởng...

Một số khách sạn chuyên phục vụ các cuộc hội thảo, hội nghị, sự kiện như:

- Khách sạn Grand
- Khách sạn Pearl-Hạ Long
- Khách sạn Sài Gòn- Hạ Long
- Khách sạn Crown Hạ Long
- Khách sạn Hạ Long
- Khách sạn Heritage Hạ Long
- Khu du lịch và giải trí quốc tế Tuần Châu

- .....

#### **2.3.1.2.2. Các trang thiết bị**

Phòng họp hội trường là không gian diễn ra các hoạt động chính thường xuyên suốt một chương trình du lịch MICE, vì thế trở thành một yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của tour MICE đó. Tại Hạ Long, các khách sạn đạt tiêu chuẩn quốc tế 3 sao và 4 sao đều được trang bị các phòng họp, hội trường rộng lớn và hiện đại, có đủ khả năng phục vụ các cuộc meeting, hội thảo, hội nghị...

Nhìn chung, các hội trường, phòng họp tại Hạ Long đều có đầy đủ các trang thiết bị:

- Hệ thống đèn chiếu;
- Máy chiếu phim slice, video, màn hình;
- Máy vi tính cá nhân;
- Hệ thống âm thanh như loa, micro;
- Hoa, bàn đón tiếp khách;
- Điều hoà nhiệt độ;
- .....

Quan trọng hơn các phòng họp, hội trường này có khả năng lắp đặt các thiết bị truyền thông, truyền hình trực tiếp cũng như có khả năng đảm bảo các điều kiện an ninh, an toàn cao tùy theo qui mô và tính chất của từng hoạt động MICE được tổ chức.

Bên cạnh đó, các hội trường, phòng họp còn có hành lang tương đối rộng, đảm bảo khả năng phục vụ các hoạt động ăn nhẹ, hoạt động nghỉ giải lao giữa chương trình.

Bên cạnh không gian kín, hoạt động du lịch MICE còn có thể tận dụng không gian ngoài trời như các bãi cát với tầm nhìn tuyệt vời ra biển, các thảm cỏ hoặc các khu vực bể bơi của các khách sạn lớn, nơi có thể tổ chức các tiệc rượu, tiệc cocktail..

#### **2.3.1.3. Nguồn nhân lực**

Cũng như các loại hình khác, bên cạnh cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
(*Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh*)

thuật, du lịch MICE còn đòi hỏi một đội ngũ nhân viên nhanh nhạy, văn minh, có đủ năng lực và trình độ chuyên môn cao. Quan trọng hơn cả là đội ngũ ấy phải có khả năng tổ chức các hoạt động MICE trong khu vực cũng như tại các cơ sở tổ chức riêng.

Thành phố hiện có trên 200.000 nghìn người. Tỷ lệ lao động qua đào tạo hiện nay là 68%. Đây sẽ là nguồn nhân lực dồi dào để phát triển các loại hình du lịch và biến Hạ Long thành thành phố du lịch.

**Bảng: Dự báo số dân Quảng Ninh đến năm 2010**

TT	Thành phần dân số, lao động	Tổng dân số theo chu kỳ			Dân số tăng thêm theo thời kỳ	
		Năm 2005	Năm 2010	Năm 2020	Năm 2006-2010	Năm 2011-2020
1	Tổng dân số (nghìn người)	1.070	1.124	1.23,7	54,0	113,0
	- Dân số thành thị (nghìn người)	518,9	562,1	686,7	43,2	124,6
	- Tỷ lệ so với số dân (%)	48,5	50	55,5		
2	Dân số trong độ tuổi lao động (nghìn người)	573,5	616,0	680,5	42,5	64,5
	- Tỷ lệ so với dân số (%)	53,6	54,8	55,0		
	- Lao động cần bố trí việc làm (nghìn người)	574,7	566,7	639,7	42,0	73,0

**2.3.1.3.1. Hạ Long có thương hiệu về du lịch**

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam xác định rõ: Hải phòng- Quảng Ninh là một trong 6 trung tâm du lịch trọng điểm của quốc gia, trong đó khu du lịch Hạ Long- Cát Bà- Bái Tử Long là một trong 5 khu du lịch biển cấp quốc gia cần được đầu tư phát triển.

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

Và trong Nghị quyết Đại hội Đảng bộ lần thứ XII cũng đã đề ra: phấn đấu đưa Quảng Ninh trở thành một trung tâm du lịch có đẳng cấp ở châu lục vào năm 2015.

Hạ Long là thành phố du lịch, một trung tâm du lịch lớn nhất miền Bắc và số lượng khách du lịch đứng thứ 2 sau Sài Gòn. Theo đánh giá của Tổng Cục Du lịch thì du lịch Quảng Ninh chỉ xếp sau thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội.

So với các trung tâm du lịch biển khác trên phạm vi toàn quốc thì Hạ Long là nơi hội tụ được nhiều tài nguyên du lịch nổi trội. Ngoài thế mạnh độc tôn của Di sản thiên nhiên thế giới, Vịnh Hạ Long với các giá trị thẩm mỹ và địa chất mang tính toàn cầu, Hạ Long còn là vùng đất thiêng của dân tộc, nơi có nhiều truyền thuyết đặc sắc, có lịch sử lâu đời với dấu ấn rõ nét của nền văn hoá Hạ Long, nơi tập trung nhiều hệ sinh thái biển nhiệt đới điển hình với đa dạng sinh học cao.

Thành phố Hạ Long nằm trong tam giác tăng trưởng kinh tế Bắc Bộ: Hà Nội - Hải Phòng- Quảng Ninh có quan hệ mật thiết về các hoạt động kinh tế, khoa học và văn hoá xã hội với thủ đô Hà Nội, thành phố Hải Phòng, các tỉnh đồng bằng sông Hồng. Có mối quan hệ về kinh tế với thị trường quốc tế và khu vực rộng lớn, thông qua khu kinh tế cửa khẩu Móng Cái tạo nên mối liên quan giao lưu, gắn gũi giữa Việt Nam và Trung Quốc.

Quá trình đô thị hoá thành phố Hạ Long diễn ra mạnh mẽ về mọi mặt là một tiền đề vững chắc để phát triển du lịch. Hiện thành phố có khoảng hơn 200 khách sạn từ 1 đến 4 sao và nhiều nhà nghỉ tiêu chuẩn với gần 4.000 phòng nghỉ đạt tiêu chuẩn từ 1 đến 4 sao đã cơ bản đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch. Sự tăng trưởng về số lượng khách ở Hạ Long được đánh giá là nhanh nhất ở Việt Nam trong những năm gần đây. Năm 2003 Hạ Long mới chỉ đón 1.306.919 lượt khách. Năm 2005, lượng khách đến Quảng Ninh ước tính đạt 1,5 đến 1,8 triệu. Năm 2009, Quảng Ninh đón gần 4,8 triệu lượt khách và đến hết năm nay dự đoán sẽ là điểm đón tiếp khoảng 5- 6 triệu lượt khách.

Những tháng đầu năm 2010, lượng khách đến Hạ Long tăng mạnh. Hết quý I, tổng khách du lịch đến Hạ Long là 691,980 lượt khách ( tăng 110% so với cùng

kỳ), trong đó khách quốc tế là 364.390 (tăng 122%). Khách thăm Vịnh Hạ Long là 588.185 lượt khách (tăng 105% so với cùng kỳ), doanh thu đạt 329 tỷ đồng (tăng 110% so với cùng kỳ).

Là một trong 3 vịnh đẹp nhất của Việt Nam bên cạnh vịnh Nha Trang và vịnh Lăng Cô, vịnh Hạ Long là nơi thường xuyên đón tiếp các tàu du lịch quốc tế chọn làm điểm dừng tham quan.

Hạ Long là thành phố du lịch, một trung tâm du lịch lớn của miền Bắc và Việt Nam. Vịnh Hạ Long đã được tổ chức UNESCO công nhận 2 lần là Di sản thiên nhiên thế giới. Hiện nay, trong nỗ lực hướng tới lựa chọn 7 kỳ quan thiên nhiên do tổ chức Newopen World tổ chức, Vịnh Hạ Long đang được chính quyền Quảng Ninh nói riêng và các tổ chức phi chính phủ trong nước nói chung thực hiện quảng bá và tuyên truyền. Rất có thể Vịnh Hạ Long sẽ trở thành một trong 7 kỳ quan thế giới mới.

#### *2.3.1.3.2. Việt Nam là điểm đến an toàn, chính trị ổn định*

Bất cứ một sự xáo động nào dù lớn hay nhỏ của hoạt động chính trị, xã hội cũng đều ảnh hưởng trực tiếp đến các hoạt động du lịch. Ổn định và an toàn là yếu tố có ý nghĩa rất lớn đối với du khách và cơ quan cung ứng du lịch. Khi có một thông tin bất ổn về chính trị, xã hội xảy ra tại điểm du lịch nào đó thì khó có thể thuyết phục được du khách mua các chương trình đến đó. Thậm chí sẽ có không ít chương trình sẽ bị huỷ.

Theo Tiến sĩ kinh tế người Pháp Philippe Delalande- một trong những nhà nghiên cứu kinh tế chính trị về Việt Nam: “Sự ổn định chính trị là một trong những yếu tố không thể thiếu, góp phần giúp Việt Nam có thể kiên trì chính sách phát triển kinh tế. Nền chính trị ổn định tạo cho Việt Nam có được một nền hoà bình và thịnh vượng. Nếu nhìn sang một số quốc gia trong khu vực, dễ thấy rằng, trừ Singapore, thì từ năm 1990 trở lại đây, hầu hết các nước trong khu vực đều trải qua các cuộc đảo chính hay khủng hoảng chính trị. Trong khi đó, nền chính trị của Việt Nam luôn ổn định, đây là một đảm bảo cho sự gắn kết để thực hiện chính

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

sách kinh tế nhất quán. Tôi cho rằng thành công của sự nghiệp đổi mới của Việt nam cũng là dựa trên sự ổn định chính trị này”. Như vậy chính nhờ sự ổn định chính trị mà nền kinh tế nói chung và ngành du lịch Việt Nam nói riêng đã tạo được đà phát triển và có vị trí như ngày nay.

Cùng với việc tổ chức du lịch thế giới trao tặng danh hiệu: “điểm du lịch thân thiện nhất” và việc nhà báo Kay Johnson nhận xét trên tạp chí Time: “ Du khách sẽ cảm thấy ngạc nhiên về sự an toàn khi du lịch Việt Nam, nơi từng gọi cho người phương Tây nghĩ về chiến tranh. Giờ đây đất nước này còn an toàn hơn cả Hồng Kông hay Australia”. Du lịch Việt Nam đã thật sự chứng tỏ được sự an toàn và ổn định về an ninh chính trị.

#### 2.3.1.3.3. Sự sẵn sàng đón tiếp

Dân cư thành phố nói chung và những người làm du lịch Hạ Long nói riêng luôn luôn sẵn sàng chào đón du khách với tinh thần nồng nhiệt nhất và cử chỉ thân thiện nhất.

Với đội ngũ nhân viên đông đảo, được đào tạo khá bài bản luôn đáp ứng được các nhu cầu của khách du lịch.

#### 2.3.1.3.4. Khả năng trình độ, chuyên môn của nhân viên

Bảng: Số lao động trong ngành du lịch năm 2009 (người)

Số lao động trực tiếp trong ngành	7.150
Phân theo trình độ đào tạo	
_Đại học	1.086
_Cao đẳng	125
_Tạp chức	1.338
_Huấn luyện nghiệp vụ	2.168
_Lao động phổ thông	2.433
Phân loại theo lao động (lao động nghiệp vụ)	
_Lễ tân	711
_Phục vụ buồng	2.047
_Phục vụ bàn, bar	1.016

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

<i>_Đầu bếp</i>	1.504
<i>_Khác</i>	1872

*(Nguồn: Sở văn hoá du lịch Quảng Ninh)*

Qua bảng số liệu thấy, số người tham gia làm việc trong ngành du lịch khá nhiều (chiếm khoảng 30% dân số của thành phố). Và nguồn nhân lực này cũng sẽ đáp ứng được nhu cầu của du khách vì hầu hết là đã được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ trong ngành du lịch. Nguồn lao động này sẽ được tăng lên nhờ vào các chính sách phát triển đầu tư của Tỉnh và thành phố cho nguồn nhân lực như Tỉnh liên tục các lớp bồi dưỡng, đào tạo hàng nghìn nhân viên phục vụ bàn, buồng, bar, nhân viên bán hàng lưu niệm, nhân viên phục vụ trên các tàu du lịch,..đặc biệt, ngành du lịch Quảng Ninh đã phối hợp với trường Đại học Khoa học Xã Hội và Nhân văn- Đại học quốc gia Hà Nội mở lớp đào tạo sau đại học cho hơn 30 đối tượng cán bộ làm công tác quản lý nhà nước, quản lý doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch. Có thể nói, nguồn nhân lực cho ngành du lịch Quảng Ninh sẽ ngày được nâng cao lên, đáp ứng tốt các nhu cầu ngày càng cao, đa dạng của khách du lịch.

Có thể lấy ví dụ về nguồn nhân lực trong khách sạn Grand để cho thấy nguồn nhân lực phục vụ trong ngành du lịch. Hiện nay khách sạn Grand có tổng số 150 nhân viên và cán bộ quản lý. Trong đó ban lãnh đạo gồm có 4 người, cán bộ thuộc cấp có 35 người và 111 nhân viên phục vụ trực tiếp. Tất cả nhân viên trong khách sạn dù gián tiếp hay trực tiếp đều có trình độ nghiệp vụ du lịch. Đặc biệt đối với khách sạn quốc tế như Grand, trình độ ngoại ngữ là điều kiện tiêu chuẩn quan trọng trong quá trình làm việc nên tất cả cán bộ nhân viên đều sử dụng thông thạo ít nhất một ngoại ngữ.



**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
(*Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh*)

Trình độ Bộ phận	Sơ cấp và bằng nghề	Trung cấp	Đại học	Tổng số
Lữ hành			4	4
Hành chính			5	5
Marketing			15	15
Kế toán			10	10
Lễ tân	2	1	3	6
Thu ngân			4	4
Buồng	10	7	9	26
Nhà hàng	29	3	7	39
Hành lý	1	2	2	5
Kỹ thuật	4	1	5	10
Bảo vệ	4	1		5
Vệ sinh	9			9
Giặt là	8			8
Ban nhạc	4			4
Tổng	71	15	64	150

(Nguồn : phòng tổ chức- hành chính khách sạn Grand Hạ Long)

Như vậy có thể thấy, nguồn nhân lực phục vụ cho khách sạn đại đa số đã qua đào tạo về cơ bản. Số người với trình độ đại học chiếm hơn 40 % trong tổng số nhân viên; mà những người này hầu hết ở trong ban lãnh đạo, là thành phần chủ chốt của khách sạn (hành chính, lễ tân, marketing, kế toán,...) sẽ đáp ứng được những nhu cầu của khách. Trình độ nhân viên cũng ngày càng được nâng cao nhờ sự quan tâm của ban lãnh đạo như hàng năm khách sạn đều cử nhân viên đi học các lớp đào tạo nghiệp vụ do Sở văn hoá tổ chức. Ngoài ra khách sạn còn liên tục đào tạo và đào tạo lại, cử nhân viên đi tham gia tập huấn nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách. Mỗi nhân viên trong khách sạn đều phải trải qua những đợt kiểm tra trình độ chuyên môn 3 tháng 1 lần trước hội đồng thẩm định của khách sạn.

Qua những phân tích và số liệu đã phân nào chứng minh cho thấy nhu cầu nhân lực của Hạ Long có thể phục vụ hiệu quả cho các hoạt động du lịch MICE được tổ chức trên địa bàn thành phố trong tương lai và trên cơ sở đó có thể tuyển chọn, đào tạo các nhà quản lý, nhân viên chuyên nghiệp cho loại hình du lịch vẫn còn khá mới mẻ nhưng đầy tiềm năng này cho đất nước cũng như cho ngành du lịch Hạ Long.

### **2.3.2. Thực trạng hoạt động**

#### **2.3.2.1. Nguồn khách**

Thành phố Hạ Long là nơi đăng cai nhiều tổ chức hoạt động chính trị, văn hoá, thể dục quan trọng của tỉnh và cả nước như: Hội nghị APPF-13, Hội nghị ASEM- 5, Đại hội thể thao châu Á trong nhà 2009 (AI GAME III) và các cuộc thi Toàn quốc: liên hoan tiếng hát truyền hình 2003, thi hoa hậu năm 2004, lễ hội du lịch Hạ Long,... Như vậy thì nguồn khách MICE trong các hoạt động ở đây là các chính khách, các quan chức cao cấp trong bộ máy nhà nước, các vận động viên, những người hoạt động trong lĩnh vực nghệ thuật, và cả du khách, nhân dân trong và ngoài nước khi họ tham gia vào các hoạt động văn hoá, lễ hội... Tuy nhiên, nguồn khách này tại Hạ Long không nhiều như hai thành phố lớn là Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh- nơi thường xuyên diễn ra các hoạt động chính trị- văn hoá quan trọng của cả nước. Vì tại Hạ Long các chương trình hoạt động này không diễn ra thường xuyên do một số yếu tố khách quan khác.

Ngày nay MICE không còn là một cụm từ xa lạ và khó hiểu với nước ta nói chung và thành phố Hạ Long nói riêng nữa. Nó đã chính thức trở thành một lĩnh vực kinh doanh thực sự theo đúng nghĩa của nó chứ không phải là một lĩnh vực bổ sung, hay không chuyên nữa. Có cung mới có cầu. Tại Hạ long- trung tâm của tỉnh Quảng Ninh thì nhu cầu về MICE càng đa dạng và phong phú, nó tồn tại ở mọi nơi với đủ chủng loại cũng như qui mô và hình thức khác nhau.

Không giống như hai thành phố lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, khách du lịch MICE của Hạ Long đa phần là khách thương nhân chứ không phải là các chính khách hay các nguyên thủ quốc gia, các quan chức cấp cao trong bộ máy

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

nhà nước. Do đó nhu cầu về du lịch MICE ở thành phố Hạ Long khác với các thành phố khác trong nước. Nếu như ở hai thành phố của nước ta là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh là điểm sáng của hoạt động du lịch MICE với những hội nghị cấp cao quốc gia, khu vực đã được biết đến rộng rãi thì Hạ Long mới chỉ là các hoạt động MICE cấp quốc gia ( đa số hội nghị mới ở cấp quốc gia- rất ít các hội nghị mang tầm khu vực và quốc tế). Điều đó cho thấy nhu cầu MICE ở Hạ Long mới chỉ dừng lại ở cấp quốc gia, những show trưng bày sản phẩm, những hội chợ thương mại của các doanh nghiệp hay những liên hoan du lịch do Nhà nước hoặc thành phố tổ chức để hưởng ứng các chương trình hay các nghị định của Chính phủ đề ra.

Một số chương trình triển lãm hội chợ các mặt hàng, quảng bá thương hiệu cũng luôn thu hút sự quan tâm của đông đảo tầng lớp tham gia, từ các công ty, doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh đến du khách du lịch và nhân dân trong cả nước. Như trong Hội chợ xuân Hạ Long- đây là một hoạt động được tổ chức thường niên vào dịp Tết. Các sản phẩm trưng bày và bán tại hội chợ rất phong phú, tập trung vào những mặt hàng tiêu dùng, phục vụ nhu cầu sắm Tết của nhân dân, chủ yếu là bánh kẹo, lương thực, hàng may mặc, trang sức...Hội chợ cũng thu hút được các doanh nghiệp Trung Quốc với các mặt hàng gốm sứ có mẫu mã đẹp, chất lượng cao. Ngoài ra, hội chợ Xuân còn có nhiều hoạt động văn hoá, nghệ thuật sôi nổi, hấp dẫn tạo nên bầu không khí sôi động đón tết cho nhân dân. Đây cũng là cơ hội cho các tổ chức kinh tế, các doanh nghiệp trong và ngoài nước giới thiệu sản phẩm, quảng bá thương hiệu và ký kết các hợp đồng kinh tế, hợp tác đầu tư, tăng cường phát triển giao lưu và hội nhập kinh tế quốc tế. Hội chợ đã thu hút rất đông người dân của thành phố đến tham quan và mua hàng. Chỉ tính trong buổi tối khai mạc hội chợ năm 2009 vừa qua đã thu hút khoảng 2.000 lượt khách đến tham quan và mua hàng.

Thực tế cho thấy về nhu cầu du lịch MICE tại Hạ Long không thật sự nhiều như những thành phố lớn khác của nước ta như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Huế... nhất là các loại hình MICE cấp cao.

### **2.3.2.2. Nhà cung ứng**

Trên thực tế thì tại Hạ Long chưa có một cơ sở hay doanh nghiệp nào chuyên về lĩnh vực này. Mà đại đa số các hội nghị, hội thảo, triển lãm đều do các cơ sở lưu trú là các khách sạn, đơn vị doanh nghiệp với thế mạnh chính là kinh doanh các loại hình dịch vụ lưu trú, giải trí đứng ra tổ chức. Tại Hạ Long có rất nhiều khách sạn, đơn vị tham gia vào lĩnh vực này như: khách sạn Sài Gòn- Hạ Long, khách sạn Công Đoàn Hạ Long, khách sạn Pearl Hạ Long, khu du lịch quốc tế Hoàng Gia, khu du lịch quốc tế Tuần Châu... Hầu hết các khách sạn, đơn vị doanh nghiệp khi đã đứng ra tổ chức thì đều đạt yêu cầu và gây được tiếng vang lớn. Như khách sạn Pearl Hạ Long - nơi tổ chức Hội thảo phát triển Du lịch- Thương Mại- Đầu tư quốc tế năm 2007, khu du lịch Quốc tế Tuần Châu đã tổ chức rất thành công các chương trình: giải Sao Mai tiếng hát truyền hình năm 2003, chung kết cuộc thi hoa hậu Việt Nam năm 2004, giải bóng chuyền quốc tế bãi biển nữ,... để lại dấu ấn sâu đậm cho người tham gia. Đây chính là những thành công mà ngành du lịch muốn hướng tới. Chính họ- những người đã từng tham gia, những người đã được hưởng dịch vụ sẽ là cầu nối nhanh nhất và chính xác nhất về nơi tổ chức- nơi có nguồn tài nguyên du lịch.

Khi khách hàng có nhu cầu về các tour du lịch MICE thì những nhà cung ứng này sẽ tiến hành bán MICE tour cho khách một cách chuyên nghiệp, các nhà cung ứng có thể trực tiếp bán hoặc cử đại lý đại diện bán cho khách hàng. Tùy theo nhu cầu của khách mà các nhà cung ứng sẽ bán MICE tour thuần túy hoặc MICE kết hợp với các tour du lịch tham quan, nghỉ dưỡng, nghỉ mát...

Nói chung, các nhà cung ứng đều đáp ứng tốt các qui trình và các điều kiện với một tour MICE khi được tổ chức, phù hợp với từng chương trình của các đối tượng khách hàng.

Khi một chương trình diễn ra theo kiểu sự kiện thì các nhà cung ứng đều có những hạng mục trang trí chính như:

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

- Khu vực cổng chào- lễ tân đón khách: Cổng chào, nhà sảnh đón khách, bàn lễ tân đón khách tặng quà, hoa cài áo, hàng rào danh dự ( cột thép sơn trắng, xích nhôm đỏ), cờ chuỗi nhiều màu( cắm dọc đường vào, xung quanh nơi tổ chức sự kiện), cờ quốc kỳ, cờ các nước, Cờ neho ( nhiều màu in Logo, hình ảnh nội dung nhận diện thương hiệu công ty theo thiết kế được duyệt ), biển chỉ dẫn, ô nhiều màu, ô cầm tay,WC ( Nam/nữ ), máy phát điện và hệ thống điện ( dự phòng)

- Khu vực họp lễ: Nhà bạt tổ chức họp lễ , sân khấu lễ đài ( khung xương thép, gỗ dán 20mm, phủ thảm đỏ trang trí như thiết kế ), phong chính ( khung xương thép, mặt bạt hoặc gỗ bả sơn bóng theo thiết kế ), bục phát biểu cho diễn giả, phiên dịch, MC, âm thanh phục vụ sự kiện ( loa JBL, Micro có dây và không dây, 2 người điều khiển.), vách quây khu họp lễ ( vải hoặc bạt hoặc vách gỗ bả sơn ), thảm xanh trải nền, thảm đỏ trải nối đi, bàn, ghế, hoa tươi, bảng tên, nước phục vụ cho khách VIP , ghế phục vụ đại biểu, khăn lạnh, cây cảnh trồng chậu...

- Các dịch vụ khác như: Quân nhạc, ca nhạc- văn nghệ, người phiên dịch, quay phim, chụp ảnh sự kiện,...

### **2.3.2.3. Các sản phẩm dịch vụ**

Hạ Long là một thành phố nổi tiếng với những liên hoan du lịch được tổ chức quy mô hoành tráng gần như bậc nhất trong khu vực miền Bắc nước ta. Không chỉ vậy mà còn rất nhiều các doanh nghiệp chọn nơi đây đặt các văn phòng đại diện hay các chi nhánh của mình nên như vậy đi cùng với nó là các hoạt động MICE hội nghị, hội thảo, những show giới thiệu tuyên truyền vô cùng phong phú và sôi động. Những hoạt động này chủ yếu diễn ra ở các khách sạn từ 3 đến 4 sao trở lên hay các trung tâm triển lãm trung bày. Vì là thành phố biển nên có rất nhiều những hoạt động MICE đã được tổ chức trên những bãi biển đảo có không gian rộng thoáng và đẹp. Điều này tạo cho MICE Hạ Long có một thương hiệu rất riêng, độc đáo và đa dạng có sự thu hút lớn đối với khách hàng.

Tại cung văn hoá thiếu nhi Quảng Ninh thường xuyên diễn ra các cuộc triển lãm trung bày như: Hội chợ thương mại- du lịch quốc tế năm 2007 và năm 2008, Hội chợ Triển lãm quảng bá thương hiệu Quảng Ninh năm 2009...Hội chợ được tổ

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

chức với qui mô khá lớn, thu hút hơn 150 gian hàng tiêu chuẩn, trong đó 50 gian hàng của một số tỉnh, thành phố trong cả nước và một số nước như Thái Lan, Lào, Trung Quốc... Hội chợ nhằm quảng bá tới nhân dân và du khách thập phương những sản phẩm truyền thống, tiềm năng thương mại, dịch vụ du lịch như gốm sứ, hàng thủ công mỹ nghệ, các sản phẩm nghệ thuật. Hội chợ cũng là dịp để các doanh nghiệp của Quảng Ninh cùng các doanh nghiệp trong và ngoài nước gặp gỡ, trao đổi kinh nghiệm, hợp tác kinh doanh, ký kết các hợp đồng thương mại, đồng thời là dịp để các doanh nghiệp quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm. Đây là cơ hội tốt để thành phố Hạ Long nói riêng và tỉnh Quảng Ninh nói chung giới thiệu với bạn bè quốc tế những tiềm năng phát triển du lịch và thương mại của mình. Đồng thời đây cũng là cơ hội để các nhà đầu tư trong và ngoài nước tìm hiểu và đến đầu tư tại Hạ Long.

Tiêu biểu và đặc sắc nhất trong tất cả các chương trình, thu hút sự tham gia và quan tâm của nhiều du khách cũng như chính quyền địa phương, các doanh nghiệp là Lễ hội du lịch Hạ Long. Mỗi năm nội dung chương trình đều được cải biến cho phù hợp với các hoạt động phong phú đa dạng hấp dẫn, chương trình nghệ thuật đặc sắc ấn tượng đã thu hút hàng nghìn du khách trong và ngoài nước tới tham dự. Tất cả các hoạt động của chương trình đều hướng tới cộng đồng, tạo cảm giác gần gũi, thoải mái cho du khách đến với lễ hội.

Các sản phẩm MICE ở Hạ Long thường là những hội nghị hội thảo cấp doanh nghiệp, cấp thành phố. Đa số khách mời là những thương nhân nước ngoài hoặc trong nước có liên quan. Nhưng cũng có một số hội nghị cao cấp mang tầm vóc quốc gia, và khu vực đã được tổ chức ở Hạ Long như Hội nghị cấp cao APEC 13, Đại hội thể thao trong nhà Châu Á lần thứ III hay cuộc thi Sao Mai tiếng hát truyền hình. Nhưng không phải vì thế mà MICE ở Hạ Long không hấp dẫn khách hàng mà ngược lại nó rất đặc sắc khi có sự kết hợp với các hoạt động sự kiện lớn diễn ra trong thành phố như các liên hoan du lịch, các lễ hội dân gian hay các cuộc thi hoa hậu.

Các sản phẩm dịch vụ là những sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng cao. Hệ

thống cơ sở hạ tầng kỹ thuật cùng với những nhà hàng khách sạn cao cấp với đội ngũ nhân viên có trình độ cao sẽ luôn đem lại cho tour Hạ Long những sản phẩm mang tính chuyên nghiệp cao, hấp dẫn người tiêu dùng.

#### **2.3.2.4. Nhà kinh doanh, đại lý kinh doanh**

Các nhà kinh doanh chủ yếu là các doanh nghiệp lớn đặt trụ sở tại Hạ Long

- Các ngân hàng quốc gia, quốc tế: Ngân hàng Công Thương, Ngân hàng Ngoại thương, ...

- Các công ty Nhà nước, liên doanh: công ty Du lịch Sài Gòn, công ty Du lịch Âu Lạc, công ty trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên khách sạn du lịch Công Đoàn,...

- Các hãng mỹ phẩm, thời trang nổi tiếng trong và ngoài nước: Pierre, Khai Sili, Bosini,...

- Các cơ quan thông tấn, báo chí, và truyền thông, Dịch vụ truyền thông VNPT Quảng Ninh phục vụ thông tin quảng bá, bảo tồn và hỗ trợ phát triển ngành du lịch.

Bên cạnh đó còn có các công ty lữ hành lớn như: Công ty du lịch Quảng Ninh, Chi nhánh Saigontourist tại Hạ Long, Công ty cổ phần du lịch dịch vụ Hồng Gai, ... Đôi khi là các sở ban ngành du lịch và văn hoá của Tỉnh và thành phố như: Sở văn hoá và du lịch Quảng Ninh kết hợp với các uỷ ban nhân dân (UBND) của các thị xã, phường nơi tập trung các điểm du lịch. Đây là nơi thường xuyên diễn ra các hoạt động MICE nổi tiếng tại Hạ Long, những doanh nghiệp, cơ sở này vừa là khách hàng vừa là những người kinh doanh.

Khi các hoạt động du lịch diễn ra thì các nhà kinh doanh, đại lý kinh doanh trên đều nằm trong quá trình phục vụ khách mà không thể tách rời nhau hay hoạt động riêng rẽ được. Chính vì vậy đòi hỏi các nhà kinh doanh phải biết phối hợp với nhau để cho chương trình được hoàn hảo, đáp ứng tối đa nhu cầu của du khách.

Hiện nay, tại Hạ Long hầu như các dịch vụ của các đại lý kinh doanh, các đơn vị tổ chức tour MICE đều thành công, gây được cảm tình và chú ý của du khách. Khi tour MICE thực hiện thì đều sử dụng đến hệ thống viễn thông, các nhà hàng,

khách sạn, hệ thống tài chính ngân hàng...

Tour MICE hay tất cả các tour du lịch khác đều phải được xây dựng, thiết kế sao cho thật linh động, phù hợp với đặc điểm của từng đối tượng khách nhưng tất cả đều phải sử dụng dịch vụ bổ sung, chứ một doanh nghiệp tổ chức không thể có được tất cả các dịch vụ bổ sung đó.

#### **2.3.2.5. Khái quát hoạt động MICE qua các năm ( năm 2007- năm 2008- năm 2009)**

##### **◆ Năm 2007**

Năm 2007 là năm đầu tiên Hạ Long tổ chức lễ hội Du lịch Hạ Long với qui mô Carnival đường phố. Lễ hội được tổ chức từ ngày 28/4 đến hết ngày 2/5/2007 với nhiều chương trình đặc sắc, hấp dẫn. Lễ hội được tổ chức tại khuôn viên công viên Quốc tế Hoàng gia và khu vực sân khấu bên phà Bãi Cháy.

Chương trình khai mạc "Carnaval Hạ Long" bắt đầu vào hồi 16h30 và bắt đầu truyền hình trực tiếp trên sóng VTV1 lúc 17h ngày 28/4/2007. Địa điểm tổ chức các hoạt động lễ hội diễn ra tại khuôn viên công viên quốc tế Hoàng Gia và khu vực sân khấu bên phà Bãi Cháy. Phần hội Carnival diễn ra trên đường phố, từ khu vực sân khấu dọc theo đường bờ Vịnh Hạ Long, xuyên qua Bưu điện Bãi Cháy và đến bến tàu Du lịch. Các xe hoa và đoàn diễu hành nghệ thuật lần lượt nối đuôi nhau trình diễn. Mỗi xe hoa được thể hiện như là một sân khấu nhỏ chuyển động. Song song với khu vực này, trên mặt Vịnh có hàng trăm chiếc tàu du lịch trang trí với các biểu trưng cánh buồm, rồng, cờ hoa... nối đuôi nhau diễu hành.

Trước giờ khai mạc, công chúng và khán giả được thưởng thức các trò chơi hấp dẫn, trình diễn "Kỷ lục Việt Nam" và " Những chuyện lạ Việt Nam": Xe ô tô, mô tô cán qua người không lớt ván, Người bay trên không từ tòa nhà này sang tòa nhà khác; chém gạch, đập búa tạ lên đầu, Người bay từ vách núi hoặc tầng cao xuống, bay lướt trên mặt nước, vua bọ cạp... ngoài ra còn có các tiết mục đi cà kheo do các nghệ nhân thực hiện.

Chương trình văn hóa nghệ thuật cũng rất đa dạng và đặc sắc với sự tham gia của nhiều đoàn nghệ thuật trong nước và quốc tế như Quảng Tây, Hải Nam (Trung



**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

Quốc), Gang won (Hàn Quốc). Ngoài ra còn có sự tham gia của nhiều ca sĩ nổi tiếng như Anh Khoa, Hồ Quỳnh Hương, Tuấn Anh, Tân Nhân. Kết thúc lễ khai mạc là màn bắn pháo hoa đặc sắc.

Ngoài chương trình lễ hội Carnival, trong dịp Tuần lễ Du lịch Hạ Long - Quảng Ninh 2007 từ ngày 28/4 - 2/5/2007 tại trung tâm du lịch Hạ Long đồng thời còn diễn ra nhiều các hoạt động văn hoá nghệ thuật đặc sắc trong nước và quốc tế, các hoạt động thể dục thể thao, múa rồng lân, liên hoan ẩm thực, hội chợ thương mại-du lịch quốc tế...

Với việc tổ chức sự kiện này không chỉ góp phần hiệu quả vào việc tuyên truyền quảng bá rộng rãi hình ảnh du lịch Hạ Long trên thị trường trong nước và quốc tế mà còn nhằm đến các mục tiêu tương lai, để tiến tới một vùng du lịch phát triển bền vững cũng như kêu gọi hợp tác đầu tư phát triển du lịch lâu dài, đem lại cho mọi người những cảm nhận tươi mới, ấn tượng hơn về Hạ Long- Quảng Ninh.

Lễ hội không chỉ là một hoạt động ngắn hạn mà là cả hệ thống liên hoàn các chương trình liên tục diễn ra trong suốt gần 1tuần đã thu hút được lượng lớn khách du lịch trong và ngoài nước đến với Hạ Long.

Cũng trong thời gian này, cùng với các hoạt động lễ hội sôi nổi, liên tục và hấp dẫn, Hạ Long cũng đã đưa ra các sản phẩm và dịch vụ mới để đáp ứng các nhu cầu ngày càng cao của du khách. Hạ Long đã có hệ thống tàu cao tốc, tàu viễn dương trọng tải lớn không chỉ có sức chuyên chở lớn mà trang thiết bị hiện đại, tiện nghi- trên tàu có cả hệ thống phòng ăn, điều hòa, các chương trình dịch vụ phục vụ đi kèm. Thêm vào đó là việc tuyển du lịch Hạ Long- Cát Bà nhanh chóng phát triển và đạt được nhiều hiệu quả cũng góp thêm cho tour MICE tại Hạ Long thành công tốt đẹp.

Năm 2007 cũng là thời gian đánh dấu sự thành công trong công tác tổ chức MICE của khách sạn Pearl Hạ Long khi khách sạn trực tiếp đứng ra tổ chức đón tiếp và phục vụ các quan chức cấp cao trong tuần lễ Du lịch Hạ Long. Và Hội thảo phát triển Du lịch- Thương Mại- Đầu tư quốc tế. Đây là một trong những khách hàng có thể khẳng định được vị thế của khách sạn so với những doanh nghiệp khác

có cùng kinh doanh trong lĩnh vực lưu trú của thành phố. Toàn bộ những phòng Deluxe hay Suite đều được nâng cấp để đưa vào hoạt động. Những hoạt động phục vụ của khách sạn đều được chỉnh đốn lại và thể hiện tính chuyên nghiệp. Mặc dù không thể tránh khỏi những thiếu sót trong công tác tổ chức và đón tiếp song khách sạn đã đạt được những thành công và kinh nghiệm nhất định. Chính những sự kiện này đã tạo ra được danh tiếng và uy tín trong hiện tại và quan trọng hơn là danh tiếng trong tương lai của khách sạn.

◆ Năm 2008

Bước sang năm 2008, Hạ Long với những biến đổi và đột phá thần kỳ, nhất là khi Vịnh Hạ Long là một trong những thắng cảnh của Việt Nam có tên trong danh sách bình chọn 7 kỳ quan thế giới của tổ chức New Open World thì đã hứa hẹn một mùa du lịch mới đầy thắng lợi. Lễ hội du lịch Hạ Long diễn ra vào thời điểm hết sức quan trọng trong cuộc chạy đua bình chọn đó. Trong khuôn khổ lễ hội không chỉ thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững của năm 2007, để thu hút khách đến thăm quan mà là điểm nhấn quan trọng của nó là tạo ra một sự kiện tuyên truyền, quảng bá đặc biệt về Hạ Long, tập trung sự quan tâm của đông đảo quần chúng nhân dân, du khách, các đối tác trong và ngoài nước đến với Hạ Long.

“Hạ Long- Kỳ quan thiên nhiên thế giới” là tên gọi của của Lễ hội Du lịch Hạ Long năm 2008 diễn ra từ ngày 25/4 đến ngày 01/5/2008 do UBND Tỉnh Quảng Ninh tổ chức. Lễ hội bao gồm các hoạt động trọng tâm là: lễ hội Carnival trên biển và trên bộ, hội chợ thương mại- du lịch quốc tế và các hoạt động quảng bá vận động bầu chọn Vịnh Hạ Long là kỳ quan thiên nhiên thế giới. Ngoài ra còn có các hoạt động giải quần vợt Quảng Ninh mở rộng, chung kết cuộc thi người đẹp Hạ Long, liên hoan nghệ thuật quốc tế- thời trang, hoà nhạc giao hưởng trong hang Đầu Gỗ,...

Chương trình còn có sự tham gia của các đoàn đại biểu quốc tế đến từ Trung Quốc, Lào..Hội chợ thương mại- du lịch quốc tế với sự tham gia của doanh nghiệp, thành viên diễn đàn hợp tác du lịch Đông Á, làng nghề Bắc Bộ.

Lễ hội đã thu hút hơn 15 nghìn du khách trong và ngoài nước.

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

Những hoạt động chính trong Tuần lễ du lịch Hạ Long 2008.

- Khai mạc giải bóng chuyền bãi biển nữ quốc tế tại Tuần Châu.
- Khai mạc Hội chợ thương mại du lịch quốc tế Hạ Long 2008 tại Cung văn hóa thiếu nhi thành phố Hạ Long, biểu diễn văn nghệ ngoài trời tại Công viên Quốc tế Hoàng Gia.
- Khai mạc giải quần vợt bãi biển quốc tế nữ Quảng Ninh open tại trung tâm thi đấu tỉnh Quảng Ninh.
- Khai mạc Triển lãm hình ảnh Vịnh Hạ Long tại Công viên Quốc tế Hoàng Gia.
- Trình diễn máy bay nghệ thuật tại khu vực Cầu Bãi Cháy, Khai mạc Lễ hội du lịch và Lễ hội Canarval.
- Bắn pháo hoa tại khu vực Vịnh Cửa Lục.

Trong khuôn khổ của Lễ hội, tại khu du lịch Bãi Cháy, Tuần Châu và hang Đầu Gỗ trên Vịnh Hạ Long sẽ diễn ra nhiều hoạt động văn hoá, thể thao: Liên hoan nghệ thuật quần chúng các tỉnh đồng bằng duyên hải, Hội thi Người đẹp Hạ Long, hòa nhạc giao hưởng trong hang Đầu Gỗ...

- Thi Chung kết người đẹp Hạ Long tại Tuần Châu do Tỉnh Đoàn Quảng Ninh tổ chức.
- Liên hoan nghệ thuật quần chúng các tỉnh vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ tại Công viên Hoàng Gia.

Trong các dịp lễ này, khắp bên bờ Vịnh Hạ Long những hình ảnh tuyên truyền cho lễ hội luôn xuất hiện dày đặc, đường phố được trang hoàng hoa, pano khẩu hiệu; tất cả vì một hoạt động “văn hoá mang tầm cỡ quốc tế, thường xuyên, liên tục và trở thành thương hiệu riêng tôn vinh Di sản thế giới Vịnh Hạ Long”- bà Nữ Thị Hồng Liên- phó Chủ Tịch UBND tỉnh Quảng Ninh.

◆ Năm 2009

Lễ hội du lịch Hạ Long 2009 với chủ đề: “Kỳ quan Hạ Long- Điểm hẹn” khai mạc vào chiều 25/4 với Lễ hội Carnaval trên đường phố, trên biển với sự diễu hành

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

của trên 2.000 diễn viên và hàng chục tàu chở khách du lịch được kết hoa rực rỡ.

Mở đầu lễ khai mạc là màn biểu diễn nghệ thuật đặc sắc, ấn tượng tại sân khấu trung tâm bên bờ Vịnh Hạ Long. Chương trình biểu diễn với các tiết mục ca, múa nhạc, khiêu vũ trẻ trung, sôi động ca ngợi vẻ đẹp lung lẫy, huyền ảo của Vịnh Hạ Long, di sản thiên nhiên thế giới, hai lần được UNESCO công nhận. Ngoài các tiết mục biểu diễn của các ca sỹ, nghệ sỹ Việt Nam còn có sự góp mặt của đoàn nghệ thuật Quảng Tây (Trung Quốc).

Tâm điểm chính của lễ khai mạc, thu hút được sự quan tâm của hàng nghìn du khách đó là đoàn diễu hành Carnival với các khối diễu, xe hoa mô hình theo các chủ đề khác nhau di chuyển dọc theo suốt chiều dài gần 1 km, xuất phát từ sân khấu chính khu vực bến phà Bãi Cháy (cũ). Cùng với đó trên mặt Vịnh Hạ Long, hàng trăm chiếc tàu du lịch được trang trí cờ hoa lung lẫy cùng tham gia diễu hành tạo thành một sân khấu sống động trên mặt biển.

Ngay sau lễ khai mạc là chương trình giao lưu nghệ thuật quốc tế . Kết thúc đêm khai mạc là màn bắn pháo hoa trên Cầu Bãi Cháy và Vịnh Cửa Lục kéo dài 15 phút.

Bế mạc lễ hội du lịch là Lễ hội "Hội ngộ di sản" với chủ đề “Đêm kỳ quan toả sáng” vào tối 2/5. Đây là chương trình được tổ chức với màn biểu diễn nghệ thuật đặc sắc và lung lẫy được thực hiện trên sân khấu nổi tại khu vực bến phà Bãi Cháy, tạo ra một không gian rộng mở và độc đáo với sự với sự tham gia của các đoàn nghệ thuật đến từ các địa phương trong cả nước và quốc tế có di sản được UNESCO công nhận là di sản thế giới. Điển hình như: đoàn nghệ thuật Nhã nhạc Cung đình Huế, cồng chiêng Tây Nguyên, đoàn nghệ thuật Chăm đại diện cho Thánh địa Mỹ Sơn, đoàn nghệ thuật Vân Nam, Quý Lâm (Trung Quốc), Nhật Bản, Pháp, Hàn Quốc... Lễ bế mạc sẽ có trình diễn kỹ xảo ánh sáng và bắn pháo hoa.

Trong lễ hội du lịch Hạ Long 2009, tỉnh Quảng Ninh đã tổ chức 22 hoạt động, sự kiện văn hóa, thể thao. Đó là: Hội chợ Triển lãm quảng bá thương hiệu tỉnh Quảng Ninh, trưng bày hình ảnh hiện vật, tranh ảnh về văn hóa Hạ Long, Quảng Ninh, thi sáng tác tranh về Hạ Long; Lễ hội văn hóa- ẩm thực các tỉnh khu vực

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

phía Bắc, biểu diễn nhạc giao hưởng trong hang Đầu Gỗ trên Vịnh Hạ Long, ngày hội ăn hóa, thể thao và du lịch Quảng Ninh, giải bóng chuyền nữ quốc tế tại Đảo Tuần Châu, giải quần vợt Quảng Ninh mở rộng, giải đua thuyền chài Quảng Ninh mở rộng, liên hoan múa rồng, lân, liên hoan các đôi, nhóm nhảy đẹp, các trò chơi dân gian, biểu diễn nghệ thuật của các đoàn nghệ thuật trong và ngoài nước...thu hút khoảng 500 nghìn du khách đến thành phố, đạt doanh thu 150- 200 tỷ đồng.

Như vậy có thể thấy trong tuần lễ du lịch Hạ Long đã diễn ra rất nhiều hoạt động mang ý nghĩa thiết thực. Qua những lần tổ chức thành công như thế này càng khẳng định được vị trí, thế mạnh và uy tín của Hạ Long trong công tác tổ chức các hội thi tầm cỡ quốc gia và khu vực. Lễ hội du lịch Hạ Long đã góp phần mang lại cho du khách những cảm nhận, khám phá thú vị về một vùng đất xinh đẹp, hiền hoà với những con người mến khách. Với ưu thế của mình, Hạ Long đang và đã dần dần biến lễ hội du lịch này thành một đặc trưng của nét đẹp thành phố, một lễ hội mang tầm vóc quốc gia, có ảnh hưởng và sức thu hút rất lớn. Khi lễ hội diễn ra đã thu hút một lượng khách khá đông đảo trong và ngoài nước, đặc biệt là các du khách nước ngoài.

Năm 2009 cũng là năm đáng ghi nhớ của Tỉnh Quảng Ninh khi chính thức là một trong 6 tỉnh của cả nước diễn ra Đại hội thể thao trong nhà châu Á lần thứ III- là địa điểm tổ chức thi đấu hai môn cờ vua và cờ tướng. Dựa trên lợi thế và trình độ của nhân viên tổ chức, tiếp theo những thành công của các lần tổ chức trước; trong thời gian Đại hội thể thao Châu Á trong nhà diễn ra tại Quảng Ninh năm 2009, khách sạn Hạ Long Pearl vinh dự được chọn là địa điểm thi đấu môn cờ tướng và là nơi ăn nghỉ của các vận động viên, đoàn trọng tài. Các phòng chức năng gồm phòng trọng tài, phòng y tế, phòng họp báo và phòng kiểm tra doping đều đạt tiêu chuẩn đề ra. Khách sạn đã dành riêng một khu vực để làm nơi thi đấu cho các vận động viên với đầy đủ các phòng chức năng. Đây cũng là nơi lưu trú của các vận động viên và trọng tài, vì vậy khách sạn đã chuẩn bị điều kiện tốt nhất về phòng nghỉ với mục tiêu làm hài lòng vận động viên và quan khách quốc tế trong suốt thời gian lưu lại Quảng Ninh. Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm cũng

được khách sạn đặc biệt chú ý nhằm đảm bảo sức khỏe tốt nhất cho các vận động viên tham dự giải.

Với sự chỉ đạo của Ban tổ chức AI GAMES III cùng ban lãnh đạo khách sạn Hạ Long Pearl, bộ môn cờ tướng đã tổ chức thành công, góp phần vào thành công chung của Đại hội Thể thao trong nhà Châu Á lần thứ III- Giải đấu lớn nhất mà Việt Nam từng đăng cai tổ chức.

Năm 2003- năm đầu tiên tổ chức Lễ hội du lịch quốc gia, doanh thu du lịch của Quảng Ninh mới đạt chưa đến 500 tỷ đồng, nhưng đến năm 2008, lượng khách du lịch đến Quảng Ninh đã là 4,2 triệu lượt người, trong đó 2,6 triệu khách quốc tế, tổng doanh thu xã hội về du lịch tăng gấp 5 lần so với năm 2003. Năm 2008, ước tính có khoảng 15 ngàn lượt khách tới Carnival Hạ Long. Con số này của năm 2009 là 500.000 lượt khách, doanh thu cho ngành du lịch khoảng 200 tỷ đồng ngay trong lễ hội.

Đây là những thành công không nhỏ của ngành du lịch thành phố. Trong thời gian tới ngành du lịch Hạ Long tiếp tục nghiên cứu thị trường, hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật và tìm kiếm các đối tác lớn mạnh để từ đó thúc đẩy phát triển du lịch MICE của thành phố. Những thành công đó không chỉ là những bài học kinh nghiệm quý báu mà còn tạo cơ sở và uy tín vững chắc để Hạ Long tiếp tục lựa chọn là nơi tổ chức nhiều sự kiện quan trọng của quốc gia và khu vực.

#### **2.3.2.6. Các doanh nghiệp tiêu biểu**

Hoà cùng không khí phát triển MICE của cả nước, các doanh nghiệp tại Hạ Long cũng đã thử sức mình khai thác loại hình du lịch đầy mới mẻ này, trong đó khách sạn Sài Gòn- Hạ long, khách sạn Pearl Hạ Long, khu du lịch quốc tế Tuần Châu là những ví dụ điển hình đi đầu tại Hạ long.

##### **◆ Khách sạn Sài Gòn- Hạ Long**

Địa chỉ : Đường Hạ Long- Bãi Cháy- thành phố Hạ Long- Quảng Ninh.

Điện thoại: 0333.845.845

Fax : 0333.845.849

Đây là khách sạn mang tên Sài Gòn thứ 10 của hệ thống Tổng Công ty du lịch

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

Sài Gòn tại các địa phương trọng điểm của du lịch Việt Nam. Ngày 27-10-2002 khách sạn chính thức khai trương và đón nhận luôn lễ gắn hạng 4 sao.

Khách sạn là một tổ hợp khách sạn và 5 biệt thự nằm rải trên sườn đồi thông khu trung tâm du lịch Bãi Cháy. Khách sạn gồm 228 phòng trong đó có 23 phòng biệt thự và 205 phòng khách sạn. Dịch vụ khách sạn rất phong phú đa dạng với chất lượng cao đặc biệt khách sạn có phòng họp quốc tế có sức chứa tới 500 chỗ.

Ngay từ những ngày đầu mới thành lập khách sạn với chủ trương của mình là tối đa phục vụ những nhu cầu của nhiều đối tượng khác nhau, trong đó khách hàng truyền thống là các đại diện chính phủ, viên chức nhà nước, thương gia, khách du lịch, tham quan nghỉ dưỡng nên khách sạn đã triển khai rất nhiều phương án hoạt động cho phù hợp. Trong số đó, khách sạn đã chủ trương khai thác và phát triển loại hình MICE vốn còn khá xa lạ với Hạ Long trong thời gian đó và đã đạt được rất nhiều thành công, là 1 nguồn thu không nhỏ trong doanh thu của khách sạn.

Khách sạn Sài Gòn- Hạ Long luôn có những ưu thế riêng phù hợp với việc tổ chức hội nghị. Hiện khách sạn có 228 phòng, đủ sức đón tiếp cùng lúc hơn 700 khách, nhà hàng có khả năng phục vụ hơn 500 khách. Đặc biệt, khách sạn có hội trường tiện nghi với đầy đủ hệ thống âm thanh, ánh sáng máy lạnh, bảo đảm phục vụ tốt cho mọi đối tượng khách: hội trường lớn đủ sức chứa 500 khách, hội trường nhỏ 100 đến 250 khách và phòng họp 40-60 người. Tùy theo quy mô hội nghị, khách có thể lựa chọn hội trường cho phù hợp. Bên ngoài hội trường có sảnh lớn, thuận tiện cho việc trưng bày, triển lãm ảnh, hiện vật, và phục vụ ăn nhẹ giữa giờ cho khách. Nằm trên quả đồi thoáng mát, cách bãi tắm Bãi Cháy khoảng 200m, có sân vườn, bãi đỗ xe rộng và đầy đủ các dịch vụ giải trí. Khách sạn là địa điểm lý tưởng cho khách nghỉ ngơi, thư giãn trong thời gian lưu lại để tham dự hội nghị.

Một yếu tố nữa làm cho khách yên tâm khi đặt dịch vụ tổ chức hội nghị ở khách sạn là do yếu tố an ninh trật tự và vệ sinh thực phẩm. Khách sạn luôn mua những thực phẩm sạch có nguồn gốc rõ ràng, chế biến đúng qui định và có giấy chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm do ngành y tế cấp. Trong những năm qua,

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

khách sạn đã tổ chức nhiều dịch vụ trọn gói cho nhiều đoàn khách đến tham dự hội nghị nhưng chưa bao giờ có tình trạng ngộ độc xảy ra.

Với những ưu thế đó, khách sạn Sài Gòn- Hạ Long luôn nằm trong sự lựa chọn của các cơ quan, ban ngành khi có nhu cầu tổ chức hội nghị. Trong những năm qua khách sạn đã phục vụ thành công nhiều cuộc hội nghị, hội thảo cho nhiều các cơ quan đoàn thể trong tỉnh như: Hội nghị các ngân hàng tỉnh Quảng Ninh, Hội nghị của tổng công ty dầu khí Việt Nam năm 2009, Hội nghị của mặt trận tổ quốc tỉnh, Hội nghị Liên đoàn lao động Tỉnh, Hội nghị Ban quản lý TW các dự án thủy lợi, ... Trong hội nghị của tổng công ty dầu khí Việt Nam, sau khi hội nghị kết thúc vào buổi tối của khách sạn đã tổ chức tiệc đứng với sự tham gia của hơn 200 khách mời. Trong buổi tiệc có rượu, cocktail và đồ ăn nhẹ. Bên cạnh những hội nghị cấp cao, khách sạn cũng thường xuyên tổ chức các hội cho các doanh nghiệp. Trong năm 2009, khách sạn đã tổ chức 42 cuộc hội nghị và 10 đợt liên hoan văn nghệ cho các cơ quan đoàn thể trong và ngoài tỉnh.

Khách sạn cũng đã tổ chức thành công loại hình chương trình khen thưởng cho nhiều cơ quan, công ty: Công ty xăng dầu B12, Công ty bưu chính viễn thông Quảng Ninh... Công ty xăng dầu B12- đây là một trong những khách hàng thường xuyên và tiềm năng của khách sạn vì khách sạn đã tạo một số ấn tượng về sự chu đáo cho du khách. Vì thế, năm nào Công ty xăng dầu B12 cũng chọn khách sạn Sài Gòn Hạ Long là nơi tổ chức chương trình khen thưởng cuối năm cho nhân viên. Mỗi hội nghị có khoảng 300 khách mời và sau mỗi hội nghị, khen thưởng như vậy thường có những buổi tiệc rượu tại khu sân bể bơi ở khu vực khách sạn rất náo nhiệt.

Ngoài ra, các ngân hàng ở Quảng Ninh cũng thường chọn khách sạn Sài Gòn- Hạ Long là nơi tổ chức các hội nghị, hội thảo thường niên của công ty. Hầu hết giữa các chương trình hội thảo, hội nghị đều có các chương trình nghỉ giải lao giữa giờ với các chương trình văn nghệ hoặc các bữa ăn nhẹ giữa giờ.

Ngoài ra khách sạn còn là địa điểm tổ chức một số các chương trình triển lãm, giới thiệu, trưng bày sản phẩm của một số hãng mỹ phẩm. Vì do đặc điểm của



khách sạn là có tiền sảnh khá rộng theo cấu trúc của một sân khấu nên rất được các doanh nghiệp các quan tâm khi có nhu cầu tổ chức các hội nghị, hội thảo.

Hầu hết các cơ quan đơn vị tiếp nhận dịch vụ tổ chức hội nghị tại đây đều hài lòng với điều kiện vật chất và phong cách phục vụ tận tình, lịch sự của nhân viên khách sạn.

◆ **Khách sạn Pearl Hạ Long**

Khách sạn Pearl Hạ Long tọa lạc tại một trong những khu vực đẹp nhất của Bãi Cháy, với mặt tiền rộng có diện tích khoảng 32.00m<sup>2</sup> lại có các cửa sổ hướng ra biển, Vịnh Hạ Long, đối diện là khu vui chơi giải trí của công ty liên doanh Royal, lại nằm cách bãi tắm 100 m và ngay sát khu chợ đêm Hạ Long thuận tiện cho du khách tắm biển, quan sát và mua sắm.

Địa chỉ : Đường Hạ Long- Bãi Cháy- Thành phố Hạ Long- Quảng Ninh

Điện thoại: 0333.640.888

Fax : 0333 640.999

Hiện nay khách sạn có 181 phòng nghỉ cao cấp đạt tiêu chuẩn 4 sao đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng của du khách. Bên cạnh đó nhằm nâng cao chất lượng của dịch vụ bổ sung trong khách sạn, khách sạn cũng đã đầu tư xây dựng phòng hội thảo với sức chứa 400 khách có đầy đủ các phương tiện kỹ thuật cho các cuộc hội thảo, hội nghị quốc tế.

Không chỉ có nghỉ ngơi là chính, khách tới khách sạn còn có thể tham gia vào hoạt động thể thao, tập luyện thân thể, phòng massage và xông hơi, một bể hướng ra mặt biển...cũng được đầu tư hoàn hảo luôn đem lại cho du khách sự hài lòng. Trung tâm hội nghị, hội thảo với các trang thiết bị hiện đại, đạt tiêu chuẩn quốc tế như hệ thống màn chiếu LCD 450 inch lớn và hiện đại nhất khu vực, phòng họp với sức chứa trên 400 người...sẽ đáp ứng tối đa các nhu cầu về chương trình hội thảo của các công ty lớn.

Từ những ngày đầu mới thành lập, ban lãnh đạo khách sạn đã nhận thức rõ tiềm năng và lợi nhuận đem lại từ hoạt động bổ sung trong khách sạn. Nhờ vậy, tuy mới đưa vào sử dụng song sự tăng tốc của các loại hình bổ sung này càng chiếm

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

một vị trí quan trọng trong cơ cấu doanh thu của khách sạn.

	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
Doanh thu lưu trú ( đồng)	5.972.664.619	11.239.663.942	24.643.487.875
Ăn uống	2.856.699.139	4.645.396.526	8.553.994.923
Dịch vụ bổ sung	416.284.909	573.101.347	760.106.319

Trong đó, dịch vụ bổ sung (đơn vị: Triệu đồng)

Tên dịch vụ	Năm 2008	Năm 2009
Dịch vụ điện thoại	37.713.375	50.265.482
Thuê xe	34.456.000	59.090.800
In ấn	1.584.900	4.429.600
Quà lưu niệm	8.713.700	10.831.800
Gửi xe	2.962.600	3.974.427
Dịch vụ chăm sóc	197.675.789	208.549.942
Giặt là	874.983	957.088
Tổ chức hội nghị	289.120.000	422.999.560
Tổng số	573.101.347	760.106.319

(Nguồn: tổng hợp kết quả hoạt động của khách sạn Pearl Hạ long)

Với con số 422.999.560 triệu đồng từ công tác tổ chức hội nghị, hội thảo, cung cấp các phương tiện cùng các dịch vụ hỗ trợ khác đã giúp khách sạn vươn lên trở thành dịch vụ mang lại giá trị cao nhất trong khách sạn khi chiếm tới 55,6% tổng doanh thu toàn bộ mảng kinh doanh bổ sung. Từ 50,4% năm 2008 và 55,6% năm 2009 đã cho thấy sức hấp dẫn của hình thức du lịch mới mà người ta thường nhắc tới trong thời gian gần đây- du lịch MICE.

Trong những năm qua khách sạn đã tổ chức thành công rất nhiều hội nghị, hội thảo như: Hội nghị tổ chức bảo tồn thiên nhiên thế giới, Hội nghị trung tâm phát triển phụ nữ Việt Nam, Hội nghị Ủy Ban sông Mêkông, Hội nghị của liên

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

đoàn lao động Tỉnh... Trong năm 2008 khách sạn đã tổ chức 73 cuộc hội nghị, hội thảo. Trong năm 2009 là 85.

Khách sạn là điểm chuyên phục vụ các hội nghị, hội thảo, chiêu đãi lớn nhỏ cho nội bộ công ty Than Đông Bắc với lượng khách mời tương đối ổn định qua các năm từ năm 2005 đến nay. Lượng khách mời của những hội nghị này luôn dao động từ 150 đến 200 khách. Đây cũng là một khách hàng tiềm năng cao của khách sạn vì đây là một trong những công ty lớn mạnh nhất của Quảng Ninh có doanh thu khá cao. Trong các hội nghị này thường xuyên có các chương trình văn nghệ và các bữa ăn nhẹ giữa giờ cho khách tham gia. Khi kết thúc các chương trình thường có quà kỷ niệm cho khách.

Năm 2007 là thời gian đánh dấu sự thành công trong công tác tổ chức MICE của khách sạn Pearl Hạ Long khi khách sạn trực tiếp đứng ra tổ chức đón tiếp và phục vụ các quan chức cấp cao trong tuần lễ Du lịch Hạ Long. Và Hội thảo phát triển Du lịch- Thương Mại- Đầu tư quốc tế. Đây là một trong những khách hàng có thể khẳng định được vị thế của khách sạn so với những doanh nghiệp khác có cùng kinh doanh trong lĩnh vực lưu trú của thành phố. Toàn bộ những phòng Deluxe hay Suite đều được nâng cấp để đưa vào hoạt động.

Dựa trên lợi thế và trình độ của nhân viên tổ chức, tiếp theo những thành công của các lần tổ chức trước; trong thời gian Đại hội thể thao Châu Á trong nhà diễn ra tại Quảng Ninh năm 2009, khách sạn Hạ Long Pearl vinh dự được chọn là địa điểm thi đấu môn cờ tướng và là nơi ăn nghỉ của các vận động viên, đoàn trọng tài. Các phòng chức năng gồm phòng trọng tài, phòng y tế, phòng họp báo và phòng kiểm tra doping đều đạt tiêu chuẩn đề ra. Khách sạn đã dành riêng một khu vực để làm nơi thi đấu cho các vận động viên với đầy đủ các phòng chức năng. Đây cũng là nơi lưu trú của các vận động viên và trọng tài, vì vậy khách sạn đã chuẩn bị điều kiện tốt nhất về phòng nghỉ với mục tiêu làm hài lòng vận động viên và quan khách quốc tế trong suốt thời gian lưu lại Quảng Ninh. Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm cũng được khách sạn đặc biệt chú ý nhằm đảm bảo sức khỏe tốt nhất cho các vận động viên tham dự giải.

Với sự chỉ đạo của Ban tổ chức AI GAMES III cùng ban lãnh đạo khách sạn Hạ Long Pearl, bộ môn cờ tướng đã tổ chức thành công, góp phần vào thành công chung của Đại hội Thể thao trong nhà Châu Á lần thứ III- Giải đấu lớn nhất mà Việt Nam từng đăng cai tổ chức.

◆ ***Khu du lịch và giải trí quốc tế Tuần Châu ( Công ty TNHH Âu Lạc Quảng Ninh)***

Với hệ thống hạ tầng dịch vụ vui chơi, nghỉ dưỡng đầy đủ, đẳng cấp, khu du lịch và giải trí quốc tế Tuần Châu- Hạ Long đã nhiều lần được chọn là nơi để tổ chức các sự kiện lớn ở Việt Nam như: tuần văn hoá ASEAN, Hội nghị Bộ trưởng các nước ASEAN, cuộc thi tiếng hát truyền hình toàn quốc, cuộc thi hoa hậu Việt Nam, giải bóng chuyền bãi biển nữ Quốc tế...

Địa chỉ : Đảo Tuần Châu- thành phố Hạ Long- tỉnh Quảng Ninh

Điện thoại: (84-33)640 027

Fax : (84-33) 640077

Đảo Tuần Châu có một vị trí rất thuận lợi về giao thông. Đảo cách trung tâm thành phố Hạ Long 8 km, cách Hà Nội hơn 130 km khoảng 2 giờ ô tô, cách thành phố Hải Phòng hơn 60 km và cách đất nước Trung Quốc hơn 180 km. Khi tuyến đường cao tốc từ sân bay quốc tế Nội Bài- Hạ Long- Móng Cái hoàn thành thời gian từ Hà Nội đến Tuần Châu chỉ mất 1 giờ. Về đường thủy cũng rất thuận tiện. Chuyến tàu cao tốc từ Móng Cái đến Tuần Châu chỉ mất khoảng 2h và từ Hải Phòng sang Tuần Châu chỉ 30 phút. Năm 2008, Tỉnh Quảng Ninh đã khai trương tuyến tàu biển cao tốc Bắc Nam đã làm tăng các dịch vụ vận chuyển đến Hạ Long. Hiện tại, công ty Âu Lạc đã liên kết với công ty Dịch Vụ Bay Miền Bắc để mở tuyến đường bay bằng máy bay trực thăng Hà Nội- Tuần Châu và ngược Lại. Thời gian tới khi sân bay quốc tế Vân Đồn hoàn thành thì đến Tuần Châu cũng như Hạ Long sẽ rất nhanh chóng vì Vân Đồn chỉ cách Hạ Long khoảng 40 km đường bộ.

Trên đảo đã hoàn thiện nhiều dự án như:

- Tuyến đường nối đất liền với đảo dài 2km;
- Bãi tắm nhân tạo lớn nhất Việt Nam với chiều dài hơn 6km có đủ các trò

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

chơi trên bãi biển;

- Cơ sở hạ tầng, đường điện, nước, thông tin liên lạc đều đạt tiêu chuẩn;
- Khu vực biểu diễn cá heo cá sấu, sư tử với sức chứa gần 4000 người;
- Cung trình diễn vũ điệu dưới nước và ánh sáng laze với 12.000 chỗ ngồi
- Khu ẩm thực xây dựng theo phong cách độc đáo với sức chứa 5.000 thực

khách;

- Hệ thống khách sạn nghỉ dưỡng 700 phòng đạt tiêu chuẩn quốc tế;
- Trung tâm hội thảo quốc tế;
- Hệ thống siêu thị và cửa hàng lưu niệm, sân bay trực thăng;
- Bến tàu du lịch có sức chứa 700 tàu;

-.....

Công ty TNHH Âu Lạc Quảng Ninh được thành lập ngày 02/8/1997, sau hơn 10 năm hoạt động công ty đã đạt được tất nhiều thành tựu đáng ghi nhận trong mọi lĩnh vực tạo được tiếng vang không những trong nước mà cả trong khu vực và quốc tế trong đó phải kể đến trong năm 2003 công ty Âu lạc đã tổ chức thành công Tuần lễ du lịch hè Hạ long năm 2003, Chung kết giải Sao Mai- Liên hoan tiếng hát Truyền hình toàn quốc lần thứ 4.

Trong năm 2004, khu du lịch và giải trí quốc tế Tuần Châu Hạ Long được chọn là địa điểm của Hội Nghị Bộ trưởng ngoại giao các nước ASEAN năm 2004. Tiếp theo thành công của năm 2003, một lần nữa Tuần Châu tổ chức thành công Tuần lễ du lịch Hạ Long năm 2004. Cũng trong năm này, công ty đã phối hợp với Đài phát thanh và truyền hình Việt Nam tổ chức thành công giải chung kết Hoa hậu Việt Nam 2004 với sự lên ngôi của Hoa hậu Nguyễn Thị Huyền. Đây cũng là lần đầu tiên, đêm chung kết của một cuộc thi hoa hậu Việt Nam được tổ chức ở sân khấu ngoài trời và truyền hình trực tiếp trên đài truyền hình Việt Nam.

Năm 2005, khu du lịch quốc tế Tuần Châu lại được chọn là 1 trong những địa điểm tổ chức Hội nghị diễn đàn Nghị viện Châu Á- Thái Bình Dương( APPF). Cũng trong dịp hè năm 2005, trại hè Anh ngữ Cambridge được tổ chức tại khu du lịch Tuần Châu. Trại do Trung tâm giáo dục Anh ngữ Cambridge và Tổng công ty

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

Du lịch Việt Nam tổ chức. Trong chương trình, các học viên được tham dự các hoạt động theo hai chủ đề: Du lịch và Giải trí; học mà chơi- chơi mà học. Theo đó các học viên được đi tham quan các di tích nổi tiếng của Vịnh Hạ Long, và tham dự các chương trình biểu diễn của cá voi trắng, sư tử biển, chương trình nhạc nước tại đảo Tuần Châu. Ngoài ra, các học sinh còn được tham gia các cuộc thi và trò chơi đầy vui nhộn tạo nên một sân chơi đầy tình thân ái, vui vẻ và thoải mái.

Trong năm 2007, công ty Âu Lạc đã phối hợp với UBND tỉnh Quảng Ninh, Tổng Cục Du Lịch, báo Tuổi Trẻ tổ chức thành công chương trình nghệ thuật: “Hội tụ 5 châu- kết nối bạn bè”. Đây là một hoạt động văn hoá mở đầu cho “Tuần lễ khám phá Hạ Long”, cổ vũ cho cuộc bầu chọn Vịnh Hạ Long là kỳ quan thiên nhiên thế giới.

Trong dịp hè năm 2008, công ty Âu Lạc đã kết hợp với Liên Đoàn Bóng chuyền Việt Nam tổ chức lại giải Bóng Chuyền bãi biển nữ quốc tế Tuần Châu Hạ Long thường niên. Ngoài ra, đây còn là nơi tổ chức các hoạt động văn hóa xã hội của Tỉnh trong các dịp lễ hội du lịch Hạ Long: Giải bóng chuyền bãi biển nữ quốc tế, trưng bày hình ảnh và hiện vật của bảo tàng Quảng Ninh, chung kết cuộc thi người đẹp Hạ Long năm 2008 với sự đăng quang ngôi vị Hoa khôi thuộc về Nguyễn Thị Ngọc Hà.... Cũng trong năm này, đêm bán kết khu vực phía Bắc Cuộc thi hoa hậu Du Lịch Việt Nam 2008 cũng đã được tổ chức tại Tuần Châu với lời khen ngợi chung của mọi người là “Hoành tráng và ấn tượng”

Trong năm 2009, tập đoàn viễn thông Viettel đã chọn Tuần Châu là một trong những địa điểm tổ chức chương trình tri ân khách hàng. Những khách hàng đến tham dự tại khu du lịch quốc tế Tuần Châu sẽ được bố trí ăn nghỉ, tham gia các trò chơi dù bay, lái ô tô nước, tập đánh gold, xem biểu diễn cá heo... Ngoài ra khách hàng còn được tham dự một buổi tiệc Gala diner hoành tráng với sự tham gia của Hoa hậu Việt Nam 2006 Mai Phương Thúy cùng nhiều ca sỹ, người mẫu nổi tiếng.

## **Tiểu kết chương 2**

Chương 2 tiếp tục giải quyết một phần đối tượng nghiên cứu thứ hai của đề tài (du lịch MICE tại Hạ long) với việc thực hiện nhiệm vụ nghiên cứu là nêu lên: hiện trạng khai thác các MICE tại Hạ Long.

Nếu năm 2001 Quảng Ninh mới chỉ thu hút chưa đầy 2 triệu lượt khách tới tham quan nghỉ dưỡng thì năm 2009 Quảng Ninh đã đón 4,8 triệu lượt khách trong đó khách quốc tế gần 2 triệu lượt. Cùng với việc tăng lên về số lượng kéo theo sự tăng lên về doanh thu: năm 2001 doanh thu du lịch mới là 468 tỷ đồng thì năm 2007 là 2.100 tỷ đồng, năm 2009 là 2.653 tỷ đồng.

Điều đó cho thấy sự phát triển vượt bậc của ngành du lịch Quảng Ninh. Trong kết quả to lớn đó phải kể đến sự đóng góp to lớn của du lịch MICE tại Hạ Long. Tuy nhiên trong những năm vừa qua Quảng Ninh mới chỉ chú trọng đến phát triển các loại hình du lịch văn hoá, du lịch tự nhiên, du lịch biển mà chưa chú trọng phát triển loại hình du lịch MICE đầy tiềm năng này.

Thực trạng cho thấy hiện nay loại hình này vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng của Tỉnh. Vì vậy cần phải có những biện pháp thiết thực để nhanh chóng phát triển loại hình du lịch MICE lên một giai đoạn mới.

## CHƯƠNG 3

### MỘT SỐ ĐÁNH GIÁ VÀ ĐỀ XUẤT

#### 3.1. Thế mạnh và hạn chế của Hạ Long với du lịch MICE

##### 3.1.1. Những thế mạnh

Hạ Long là một thành phố lớn ở vùng Đông Bắc Việt Nam, lại nằm trong khu tam giác tăng trưởng kinh tế Hà Nội- Hải Phòng- Quảng Ninh và nằm trong khu thông thương với các nước Đông Nam Á, Hạ Long được thừa hưởng những thế mạnh của một nền chính trị ổn định, một nền kinh tế năng động, từ đó tạo đà phát triển ngành du lịch nói chung và du lịch MICE nói riêng. Việc khai thác loại hình du lịch này ở Hạ Long mặc dù mới được bắt đầu trong vài năm gần đây song đã có sẵn nhiều điều kiện thuận lợi về nhiều mặt.

**Một là:** Hạ long có một Vịnh Hạ Long- một độc tôn của thế giới , một cảnh quan thiên nhiên ban riêng cho vùng đất thơ mộng này. Vịnh Hạ Long ngày càng thu hút nhiều du khách trong và ngoài nước đến chiêm ngưỡng vẻ đẹp của kỳ quan này. Vịnh Hạ Long vừa được tạp chí L'interraute- tạp chí điện tử hàng đầu nước Pháp bình chọn là 1 trong 100 địa điểm trên toàn thế giới dành cho các cặp uyên ương đến thăm quan nghỉ dưỡng vì:” Đây là một đất nước có phong cảnh thanh bình, thiên nhiên tươi đẹp, con người hồn hậu và mến khách”. Theo thống kê của ngành du lịch năm 2009 thì số lượng khách đến thăm Vịnh là 2.352.934 lượt, chiếm gần 48% số khách đến Quảng Ninh. Đây không chỉ là nguồn doanh thu khổng lồ cho thành phố mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc xúc tiến, quảng bá nhằm thu hút, mở rộng thị trường và tìm kiếm đối tác lớn mạnh trong quá trình khai thác và phát triển du lịch MICE tại Hạ Long.

**Hai là:** Bên cạnh Hạ Long là Đảo Ngọc Tuần Châu- một hòn đảo đẹp nhất và duy nhất có dân cư sinh sống trong tổng số 1.969 hòn đảo của Vịnh Hạ Long với những vẻ đẹp thiên nhiên như rừng thông, hồ nước, bãi biển. Trên đảo công ty TNHH Âu Lạc Quảng Ninh đã xây dựng khu vui chơi và giải trí quốc tế Tuần



**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

Châu. Tuần Châu trong quá trình xây dựng và phát triển đã thực sự trở thành viên ngọc của ngành du lịch Quảng Ninh nói riêng và Việt Nam nói chung, là điểm đến không thể thiếu của các tour du lịch khi đến với Quảng Ninh, là một trong những địa điểm tổ chức nhiều sự kiện nhất của Hạ Long mang tầm vóc quốc gia và khu vực.

**Ba là:** Hạ Long là một trung tâm du lịch có tốc độ phát triển mạnh và nhanh của Việt Nam. Theo đánh giá của Tổng Cục Du Lịch, Hạ Long chỉ đứng sau Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Bên cạnh nguồn vốn của nhà nước đầu tư cho du lịch thì ngành du lịch thành phố cũng luôn tạo sự đầu tư cả các doanh nghiệp, các tổ chức nước ngoài, để từ đó có thêm cơ hội cho quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá tạo điều kiện nhanh chóng hoà nhập vào sự phát triển chung của đất nước.

**Bốn là:** Những điều kiện tạo đà cho các ngành kinh tế phát triển cũng như du lịch thì Hạ Long đã xây dựng được khá hoàn chỉnh, đáp ứng tốt các nhu cầu của nền kinh tế đặt ra. Hạ Long có một cơ sở hạ tầng vững mạnh với hệ thống giao thông, ngân hàng, thông tin liên lạc hiện đại để tổ chức các hội nghị, hội thảo, meeting, triển lãm...kết hợp du lịch. Tính đến năm 2009 Hạ Long có gần 500 khách sạn và nhà nghỉ đạt tiêu chuẩn. Nhiều khách sạn 4 sao và 3 sao đạt tiêu chuẩn quốc tế. Hạ Long còn có rất nhiều nhà hàng ăn uống Âu, Á sang trọng và cả những quán ăn bình dân.

Không những thế, Hạ Long còn có các khu vui chơi giải trí như cung văn hoá thiếu nhi, công viên quốc tế Hoàng Gia, khu du lịch và giải trí quốc tế Tuần Châu, các bể bơi, sàn nhảy, sân tennis, phòng karaoke,...ngay tại trong khách sạn.

Thành phố Hạ Long có giải bờ biển gần 50 km, có hệ thống cảng biển phát triển, có cảng nước sâu Cái Lân, cảng tàu khách du lịch quốc tế Hòn Gai, cảng tàu du lịch Bãi Cháy, cảng xăng dầu B12,..và nhiều chuyến thuyền phục vụ vận chuyển hàng hoá, hành khách. Hệ thống cảng biển của Hạ Long có vai trò quan trọng trong việc phát triển giao thông vận tải biển trong nước cũng như quốc tế.

Là trung tâm chính trị văn hoá của Tỉnh, thành phố Hạ Long có một số địa chỉ văn hoá khác như cung văn hoá lao động Việt Nhật, Cung văn hoá thiếu nhi,

sân vận động và nhà thi đấu thể thao...nơi đây thường xuyên diễn ra các hoạt động liên hoan văn nghệ, triển lãm, hoạt động thể thao...

### **3.1.2. Những hạn chế**

Tuy nhiên bên cạnh những thuận lợi thì ngành du lịch Hạ Long cũng gặp không khó khăn với việc phát triển loại hình du lịch đầy mới mẻ này.

**Thứ nhất**, điều cơ bản đầu tiên là Hạ Long chưa có một sân bay tầm cỡ quốc tế vì khách tham gia du lịch MICE hầu hết là khách công vụ và đến từ nhiều quốc gia vùng lãnh thổ khác nhau trên thế giới. Không những thế nhiều đoạn đường tình trạng lấp sửa diễn ra thường xuyên gây mất trật tự và ách tắc giao thông. Đây là điều ảnh hưởng rất lớn đến việc đi lại của khách du lịch MICE. Đặc biệt đây lại là những nhân vật quan trọng, có địa vị cao của các quốc gia, những người được đón tiếp và phục vụ theo các nghi lễ của ngoại giao quốc tế.

Bên cạnh đó, hệ thống ngân hàng tài chính cũng như thông tin liên lạc của Hạ Long vẫn chưa đáp ứng được hết các nhu cầu của du khách. Hệ thống ngân hàng chỉ hoạt động với qui mô tương đối nhỏ trên cơ sở là các nhánh của các ngân hàng lớn. Việc áp dụng công nghệ kỹ thuật mới, các dịch vụ còn nhiều hạn chế, cứng nhắc trong có chế quản lý.

**Thứ hai:** Yếu tố con người là một động lực để phát triển mọi nhu cầu nhưng đây cũng chính là một vấn đề nan giải, và luôn là bài toán đặt ra cho mọi ngành nghề kinh doanh. Với ngành du lịch của Hạ Long thì nguồn nhân lực nhìn chung vẫn chưa có khả năng đáp ứng được các nhu cầu về chuyên môn, nghiệp vụ, ngoại ngữ (đặc biệt là tiếng Anh và tiếng Trung). Hiện nay ở Hạ Long nói riêng và Việt Nam nói chung, các mô hình chuyên hoạt động về MICE vẫn còn thiếu về 3 khâu tổ chức quan trọng là: làm công tác Marketing, làm công tác tổ chức hội thảo chuyên nghiệp và cung cấp các dịch vụ tính năng. Các cơ sở hoạt động du lịch MICE vẫn chưa có sự phối hợp đồng đều để có thể cùng nhau khai thác và phát triển thị trường đầy tiềm năng này.

Nhưng ngoài ra bên cạnh vấn đề đó thì hầu hết các doanh nghiệp du lịch tại Hạ Long đều chưa có kinh nghiệm tổ chức phục vụ khách du lịch MICE so với

các thành phố khác. Việc khai thác thị trường MICE vẫn còn ở thế bị động do phụ thuộc vào các cơ quan, tổ chức cũng như không có sự phối hợp chủ động giữa nơi xuất phát nguồn khách với các cơ sở tổ chức MICE.

**Thứ ba:** Về cơ sở vật chất, đa số các phòng họp, hội trường ở Hạ Long đều có qui mô nhỏ cùng trang thiết bị chưa thật sự hiện đại, đáp ứng các nhu cầu của MICE. Đây cũng là hạn chế không nhỏ đến việc thu hút khách MICE của Hạ Long. Bên cạnh đó, cung văn hoá lao động, sân vận động, trung tâm triển lãm vẫn chỉ ở mức qui mô nhỏ chưa đáp ứng hết các nhu cầu của du lịch. Nếu các cuộc triển lãm diễn ra thì cũng chỉ vẫn mang tầm cỡ của thành phố, chưa chuyên biệt và không thường xuyên. Các cuộc triển lãm này chỉ mang tính chất giới thiệu các mặt hàng tiêu dùng.

Đặc biệt là ngành du lịch Quảng Ninh chưa có một hãng lữ hành nào khai thác thường xuyên và trực tiếp thị trường du lịch MICE một cách chuyên nghiệp. Mà hầu hết các tour MICE tổ chức tại Hạ Long chỉ là các chương trình tham quan thành phố, Vịnh Hạ Long và đảo Tuần Châu bên cạnh các hội nghị, hội thảo. Nói chung ngành du lịch Hạ Long cũng như du lịch MICE vẫn chưa khai thác đầy đủ và hiệu quả các thế mạnh và tài nguyên, sản phẩm dịch vụ du lịch mà lợi thế của mình đã có.

Một yếu tố cũng ảnh hưởng không nhỏ tới chất lượng dịch vụ du lịch MICE đó là tại Quảng Ninh cũng như các tỉnh thành trong cả nước ta hiện nay vẫn chưa có một trường đào tạo nào chuyên sâu đào tạo về lĩnh vực MICE theo đúng nghĩa của nó cả. Đây là một hạn chế không nhỏ tới ngành du lịch Quảng Ninh nói chung và ngành du lịch Việt Nam nói chung vì trình độ của nhân viên là yếu tố quyết định tới sự thành công hay thất bại của tour MICE cũng như tới uy tín chất lượng của cơ sở phục vụ.

### **3.2. Đánh giá hiện trạng hoạt động**

Đối với ngành du lịch Việt Nam trong những năm gần đây loại hình du lịch MICE đang trở thành một đề tài khá nóng hổi bởi Việt Nam đang nổi lên như một điểm đến hấp dẫn các nhà đầu tư, du lịch, nghỉ dưỡng. Bên cạnh Hà Nội một trong

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

những trung tâm được lựa chọn để phát triển loại hình MICE thì Hạ Long với vị thế của mình cũng đã vượt qua không ít những khó khăn thử thách để từng bước đạt được những thành quả đáng kể. Hệ thống cơ sở hạ tầng và vật chất đầu tư cho du lịch ngày càng hoàn thiện hơn. Hoạt động du lịch đạt được những thành tựu to lớn.

Trong khoảng thời gian qua lĩnh vực MICE đang tạo cho mình được một vị thế riêng và có thương hiệu uy tín đối với khách hàng. Trong những năm qua nhiều doanh nghiệp lớn trong thành phố cũng đã chú trọng hơn cho lĩnh vực mới mẻ này vì đây là một nguồn thu lớn và là mảnh đất màu mỡ trong tương lai mà các doanh nghiệp đang hướng tới. Để từ đó MICE sẽ được đầu tư cả vào chất lượng và số lượng để xứng đáng với tiềm năng của Hạ Long. Tuy nhiên hoạt động MICE trong thời gian vừa qua cũng đi kèm báo cho những điều đáng mừng cho ngành du lịch của Hạ Long. Thực sự trong khoảng thời gian vừa qua MICE đã tạo cho mình một vị thế uy tín, bằng chứng là những thành công vang dội trong những hoạt động MICE cuarv một số năm trở lại đây. Một minh chứng cho một hoạt động đã có sự đầu tư và bước vào hàng chuyên nghiệp.

Trên thực tế hiện nay thì du lịch Hạ Long nói chung vẫn chỉ xếp sau Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh.

Nguồn nhân lực cho lĩnh vực MICE tại Hạ Long vẫn chưa được thực sự đầu tư đúng mức. Đa số những người hoạt động trong lĩnh vực này đồng thời cũng là những người hoạt động trong các doanh nghiệp kinh doanh các loại hình dịch vụ lưu trú. Do đó, sự chuyên nghiệp không thể cao nên kéo theo chất lượng MICE không được cao.

Thực tế cho thấy thị trường hoạt động MICE tại Hạ Long vẫn chưa sôi động, chưa hoàn toàn đạt được như mong muốn của những nhà tổ chức hay của các ban ngành có liên quan. Sự phát triển của lĩnh vực này mới chỉ dừng ở lại ở một mức bình thường chứ không phải nhanh nhạy như các lĩnh vực du lịch khác. Hoạt động du lịch MICE mới chỉ khởi sắc trong những chương trình liên hoan văn nghệ.

Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, khả năng khai thác, các cảnh quan môi trường cũng là một thế mạnh của thành phố song công suất cho MICE chưa nhiều

như mong đợi. Khách hàng truyền thống của thị trường này vẫn là khách du lịch thuần túy như tham quan, nghỉ dưỡng, tắm biển. Khách hàng MICE chiếm tỷ trọng rất nhỏ, khá khiêm tốn, chỉ là khách hàng tham gia hội nghị, hội thảo cấp doanh nghiệp là chủ yếu.

Nói một cách khái quát hơn và rõ ràng hơn thì tại Hạ Long hoạt động du lịch MICE phát triển chưa cân xứng với tiềm năng của mình.

### **3.3. Đề xuất khai thác**

Khi tổ chức các loại hình MICE vẫn gặp một số khó khăn trở ngại cản trở sự phát triển. Dưới đây là một số đề xuất nhằm phát triển loại hình du lịch MICE ở Hạ Long được chuyên nghiệp và hiệu quả hơn.

#### **3.3.1. Đối với nhà quản lý**

Việt Nam cần duy trì được là điểm đến an toàn và thân thiện trong khu vực. Nhà nước cần phải có những chính sách, biện pháp nhằm đảm bảo ổn định chính trị một cách lâu dài, giữ vững trật tự an toàn xã hội, phát triển bền vững.

Tăng cường vai trò lãnh đạo của Tổng Cục Du Lịch. Đây là nhân tố quan trọng hàng đầu quyết định tới sự thành công của loại hình du lịch nói chung cũng như du lịch MICE nói riêng. Tổng Cục Du Lịch cần xây dựng một chương trình du lịch dài hạn nhằm thúc đẩy du lịch MICE trong những năm tiếp theo.

Cũng như các chương trình du lịch khác, du lịch MICE tại Hạ Long cần quá trình Marketing, quảng bá với qui mô lớn trên thị trường Việt Nam và Thế giới. Đây là một trong những yêu cầu và giải pháp quan trọng để khai thác hiệu quả và phát triển du lịch MICE trên địa bàn thành phố. Bằng việc tham gia các hội chợ ở nước ngoài, ngành du lịch Hạ Long sẽ có thêm nhiều cơ hội để tiếp thị, giới thiệu những tiềm năng và thế mạnh của mình cũng như để tìm kiếm thị trường và đối tác đầu tư. Làm được điều này thì Tổng Cục Du Lịch cũng như chính quyền địa phương cần phải có sự hỗ trợ của nhiều ngành, nhiều cấp để tạo nên sự thành công của ngành du lịch.

Bên cạnh đó, sự phối hợp của các cơ quan chức năng, đặc biệt là sự tham gia của ngành hàng không là nhân tố không thể thiếu để có thể khai thác tốt thị trường

đầy tiềm năng này, với việc áp dụng giá vé ưu đãi, mở thêm nhiều đường bay sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc tăng trưởng thị phần khách này.

Nhà nước cũng như Tổng Cục Du Lịch cần có nhiều chính sách biện pháp tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho các nhà đầu tư khi tham gia vào hoạt động MICE như có chính sách đảm bảo các điều kiện cơ sở hạ tầng cần thiết cho các hoạt động MICE đặc biệt là sự thuận tiện về giao thông như phát triển thêm đường bay thẳng đến nhiều nước, phát triển các tuyến đường sắt, đường bộ và đường thủy.

Để tạo điều kiện cho ngành du lịch phát triển, Chính phủ cần có chính sách ưu tiên về thuế cho ngành du lịch. Chính phủ có thể miễn hoặc giảm thuế nhập khẩu và thuế tiêu thụ đặc biệt đối với xe ô tô vận chuyển khách du lịch từ 45 chỗ trở lên và việc nhập khẩu trang thiết bị của khách sạn nhằm đảm bảo bình đẳng giữa các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Áp dụng bình đẳng giá điện giá nước kinh doanh khách sạn nhà hàng với các lĩnh vực kinh doanh khác. Chính phủ cũng nên giảm thuế đất cho các khách sạn, nhà hàng, thuế giá trị gia tăng (VAT) cho dịch vụ lữ hành quốc tế từ mức 10% xuống còn 5 %, sớm thực hiện chính sách giá trị gia tăng khi mua hàng hoá tại Việt Nam nhằm kích thích du khách quốc tế mua sắm góp phần xuất khẩu hàng hoá tại chỗ.

Ngoài ra phải cải cách thủ tục hành chính và xây dựng môi trường pháp lý đồng bộ từ Quốc hội, chính phủ phải rà soát lại toàn bộ hệ thống quy pháp luật để tìm xem những bộ luật nào chồng chéo, mâu thuẫn thì huỷ bỏ, bổ sung, đổi mới và không ngừng hoàn thiện khung pháp lý mới và các chính sách liên quan đến khu du lịch như chính sách đầu tư, chính sách tiền tệ, xuất nhập cảnh, hải quan theo hướng tạo mọi thuận lợi cho du khách và phù hợp với những cam kết của Việt Nam nhằm hạn chế rào cản, tạo điều kiện thuận lợi nhất để thu hút khách du lịch nói chung và khách du lịch MICE nói riêng

### **3.3.2. Đối với các doanh nghiệp**

Phải nâng cao chất lượng phục vụ và hiệu quả kinh doanh du lịch MICE. Để đáp ứng yêu cầu này thì các doanh nghiệp cần có sự chuẩn bị các dịch vụ bổ sung

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

khác để sẵn sàng đáp ứng các nhu cầu đa dạng, khó tính của nhiều đối tượng khác nhau. Các loại hình MICE rất đa dạng và phong phú nhưng các doanh nghiệp hầu như chưa đáp ứng các nhu cầu của khách hàng. Do vậy, các doanh nghiệp phải phát triển thêm các loại hình dịch vụ để tour du lịch MICE được đặc sắc, hấp dẫn. Để MICE có thể tổ chức thành công tại Hạ Long, trước hết các doanh nghiệp phải có những sản phẩm độc đáo, sáng tạo, hấp dẫn để gây được ấn tượng cho khách du lịch ngay từ khi bước chân vào khu vực tổ chức. Chẳng hạn trong cùng một chương trình du lịch nhưng mỗi đoàn phải thiết kế tour sao cho phù hợp với đặc điểm sở thích của đoàn khách, phải tạo ra được những điểm nhấn khác nhau, phụ thuộc vào mục đích chuyến đi tham quan giải trí thư giãn hay mua sắm. Làm sao mỗi tour đi phải có được cái hồn của nơi điểm đến và toàn bộ chương trình phải toát lên được bản sắc văn hoá của Hạ Long, tạo ra điểm đến khác biệt so với các nơi khác. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần phải trực tiếp tiếp cận với khách du lịch MICE ngay từ giai đoạn chuẩn bị đầu tiên để tìm hiểu nghiên cứu và giới thiệu cho khách biết đến các dịch vụ của công ty, doanh nghiệp. Nâng cao chất lượng phục vụ của nhân viên để hiểu biết thêm về các nhu cầu thị hiếu của khách để từ đó quá trình phục vụ sẽ tốt hơn.

Cũng theo đó, các doanh nghiệp phải có những người tổ chức, người dẫn chương trình có kinh nghiệm, chuyên nghiệp cao và có tính sáng tạo để điều khiển được toàn bộ diễn biến của chương trình. Đội ngũ nhân viên phục vụ cũng phải có trình độ chuyên môn nhất định để thể hiện được tính đẳng cấp, chuyên biệt của mỗi doanh nghiệp.

Hiện nay, việc tổ chức hoạt động đón tiếp khách vẫn còn khá đơn điệu, chưa có tính hấp dẫn với khách hàng. Bởi khâu đón tiếp là một điều quan trọng, gây được sự thiện cảm cho du khách hay không một phần chính là ở đây. Nên tạo ra các trò chơi tập thể lôi cuốn khách tham gia, lấp đi khoảng trống khi khách phải chờ đợi đến giờ khai mạc. Khi thoả mái những nhu cầu trong giây phút chờ đợi sẽ tạo cảm giác tâm lý phấn chấn khi tham gia chương trình.

Khi tổ chức các chương trình thì nên gắn với các địa điểm lịch sử di tích văn

**Phát triển thị trường du lịch MICE**  
**(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)**

---

hóa, các khu du lịch để không những làm phong phú hấp dẫn thêm cho chương trình mà còn tạo điều kiện để cho du khách hiểu biết thêm về các di tích lịch sử văn hóa, để từ đó tôn tạo và giữ gìn, phát triển các lễ hội truyền thống phục vụ du khách.

Các công ty doanh nghiệp cần chủ động tìm nguồn vốn đầu tư để mở rộng kinh doanh, đầu tư thỏa đáng cho công tác xúc tiến, quảng bá du lịch để tạo dựng hình ảnh của một điểm đến thực sự của các loại hình MICE đối với các tập khách tiềm năng và mục tiêu. Để các dịch vụ được hoàn hảo và tốt nhất các doanh nghiệp cần đảm bảo các điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật cùng các trang thiết bị phải đạt tiêu chuẩn quốc tế và thường xuyên được nâng cấp.

Cần quy hoạch địa điểm để đầu tư xây dựng trung tâm triển lãm hội chợ đủ tiêu chuẩn lớn để tổ chức các sự kiện, hội thảo, hội nghị, các cuộc triển lãm và có một chiến lược hợp lý, nhằm thu hút du lịch MICE nước ngoài.

Phải có xây dựng được các trung tâm mua sắm và vui chơi giải trí lớn hiện đại theo kiểu “ thiên đường mua sắm” như một số nước trên thế giới đã làm và rất thành công. Bên cạnh các trung tâm mua sắm luôn phải xây dựng các khu vui chơi giải trí xứng tầm để du khách quốc tế và nội địa thoả mãn nhu cầu của mình. Tránh tình trạng du khách đến than thở có tiền mà “ không biết chơi gì và mua gì”.

Kiên trì và kiên quyết thực hiện triệt để thực hiện các giải pháp khắc phục ùn tắc và tai nạn giao thông. Muốn khắc phục được tình trạng này thì phải thực hiện đồng bộ các biện pháp nhưng trước hết phải giáo dục ý thức chấp hành và tôn trọng luật giao thông đường bộ của người tham gia giao thông song song với việc đề nghị các cơ quan chức năng phải có các biện pháp xử lý nghiêm các hành vi vi phạm.

Tập trung đầu tư cơ sở vật chất để phát triển loại hình này, ưu tiên đầu tư xây dựng các khách sạn cao cấp từ 4 đến 5 sao, có tiện nghi sang trọng, mang bản sắc văn hoá vùng miền, có đầy đủ phòng họp, hội nghị, hội thảo với trang thiết bị hiện đại đáp ứng được nhu cầu của thị trường du lịch MICE. Trong đó nhất thiết



phải có phòng họp có sức chứa lớn, đầy đủ các trang thiết bị hội nghị hội thảo đạt tiêu chuẩn quốc tế như hệ thống âm thanh, thông tin liên lạc, phiên dịch,..

Để khai thác tốt thị trường này các doanh nghiệp phải cùng Nhà nước, tư nhân phải liên kết với nhau, hỗ trợ cho nhau để tạo ra các sự kiện hay nói một cách khác phải xã hội hoá để có được những sự kiện quan trọng của quốc tế, quốc gia được tổ chức tại Hạ Long. Muốn vậy thì các doanh nghiệp, Nhà nước cần phải liên kết hợp tác để giành quyền đăng cai tổ chức các sự kiện lớn về chính trị, kinh tế, văn hoá và khoa học kỹ thuật có tầm vóc quốc tế và quốc gia. Nếu được như vậy thì ngoài các lợi ích kinh tế thì còn có cơ hội quảng bá hình ảnh đất nước và con người Hạ Long và Việt Nam nói chung tới bạn bè quốc tế và phương tiện thông tin đại chúng quốc tế khác.

### **Tiểu kết chương 3**

Du lịch Hạ Long sẽ ngày càng phát triển hơn nữa dựa trên sự phong phú về tài nguyên đã được thiên ưu đãi và sức lao động, bàn tay khối óc của con người Hạ Long. Ngành du lịch sẽ đóng góp nhiều hơn nữa, đem lại nhiều thành quả hơn nữa trong nền kinh tế của Tỉnh nhà.

Để đạt được như vậy, thì các cấp lãnh đạo cùng toàn thể các cơ quan, doanh nghiệp, nhân dân thành phố phải đồng lòng hiệp sức, làm tất cả vì một Hạ Long phát triển bền vững.

Hy vọng trong khuôn khổ của đề tài, những ý kiến của tác giả sẽ được lưu ý và triển khai áp dụng trên địa bàn thành phố.



## **KẾT LUẬN**

Là một loại hình du lịch còn mới mẻ và đang là một xu thế phát triển mạnh của ngành du lịch các nước trên thế giới. Với những điều kiện tự nhiên vốn có, Việt Nam cũng là đất nước khá thuận lợi cho MICE (du lịch kết hợp với hội thảo, hội nghị, triển lãm, sự kiện) phát triển. Mặc dù các MICE được tổ chức ở nước ta vẫn còn nằm trong các chương trình hội thảo hội nghị là nhiều nhưng có tác động tích cực cho ngành du lịch Việt Nam có bước phát triển mạnh mẽ. Thành công và hạn chế của các MICE trong thời gian qua chính là những kinh nghiệm quý báu, phong phú cho các nhà quản lý du lịch, các nhà tổ chức có thể nhìn nhận lại một cách sâu sắc và chính xác hơn về toàn bộ để tổ chức MICE thành công hơn.

Để hòa cùng với sự phát triển của đất nước, Quảng Ninh cần tiếp tục tập trung đầu tư để MICE trở thành một thương hiệu mới của du lịch Tỉnh nói chung và Hạ Long nói riêng. Để làm được điều này, Hạ Long cần có những kế hoạch, những chính sách ngắn hạn cũng như dài hạn trong việc đầu tư, xây dựng và nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở hạ tầng phục vụ cho du lịch MICE. Bên cạnh đó cũng phải có những kế hoạch để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của đội ngũ nhân viên phục vụ vì đây là thành phần trực tiếp phục vụ cho nhu cầu của khách hàng. Hạ Long cũng nên có những chính sách trong quá trình quảng bá, xúc tiến hình ảnh du lịch trên các phương tiện thông tin lớn để du lịch MICE trở thành một thế mạnh của Hạ Long- xứng đáng với tiềm năng thế mạnh của Hạ Long.

Đến nay bên cạnh những thành công đã đạt được như tổ chức thành công các kỳ Lễ hội du lịch Hạ Long, Đại hội thể thao trong nhà Châu Á lần thứ III...Hạ Long đã chứng tỏ khả năng tổ chức các chương trình sự kiện của mình. Với mỗi chương trình hoạt động như vậy luôn thu hút sự quan tâm và tham gia của du khách trong và ngoài nước. Và đó chính là nguồn thu không nhỏ của ngành du lịch Hạ Long.

Trong khi thực hiện đề tài này còn nhiều hạn chế do du lịch MICE vẫn còn là vấn đề mới mẻ, đòi hỏi nhiều sự đầu tư về thời gian. Tác giả mong muốn được

***Phát triển thị trường du lịch MICE***  
***(Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long - Quảng Ninh)***

---

tiếp tục nghiên cứu thực hiện đề tài này trong tương lai khi ngành du lịch MICE thực sự có đầy đủ các điều kiện để khai thác và thực hiện tổ chức một cách có chuyên nghiệp và hiệu quả hơn.

Trong quá trình nghiên cứu và thực hiện đề tài “Phát triển thị trường du lịch MICE ( Nghiên cứu trường hợp tại Hạ Long- Quảng Ninh)” do năng lực của bản thân còn nhiều hạn chế nên nội dung của khóa luận không thể tránh khỏi những thiếu sót và những vấn đề chưa đề cập đến, tác giả mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của quý thầy cô và các bạn, những người quan tâm đến lĩnh vực này.

Cuối cùng, một lần nữa tác giả xin được gửi lời cảm ơn sự chỉ bảo tận tình của giáo viên hướng dẫn Thạc sĩ Lê Thanh Tùng- người đã giúp đỡ tác giả hoàn thành khóa luận này.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. [Http://www.google.com.vn](http://www.google.com.vn).
2. [Http://www.halongcity.gov.vn](http://www.halongcity.gov.vn).
3. Nguyễn Vũ Hà, *Phân biệt du lịch MICE và dịch vụ tổ chức sự kiện*, Tạp chí du lịch Việt Nam, số 11 năm 2009.
4. Phạm Thị Khánh Ngọc, *Bàn về du lịch MICE*, Tạp chí du lịch Việt Nam, số 8 năm 2009.
5. Phòng nghiệp vụ du lịch, Sở văn hóa thể thao và du lịch Quảng Ninh, *Thống kê các cơ sở lưu trú tại Hạ Long và “Kết quả hoạt động du lịch tại Hạ Long từ năm 2007 đến 2009*.
6. Trần Đức Thanh, *Giáo trình Nhập môn khoa học du lịch*, Nhà xuất bản Đại học quốc gia Hà Nội, năm 1998.
7. Trần Thị Tâm, *Tìm hiểu hoạt động du lịch MICE tại Hải Phòng*, Khóa luận tốt nghiệp trường Đại học Dân Lập Hải Phòng, năm 2007.
8. TS.Nguyễn Đình Hòa, *Du lịch MICE loại hình du lịch đầu triển vọng*, Tạp chí du lịch Việt Nam, số 9 và số 10 năm 2009.