

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

Trong những năm qua loại hình du lịch MICE phát triển khá mạnh mẽ ở các nước trên thế giới, đây được xem là hướng đi mới cho ngành du lịch của các nước hiện nay điển hình ở khu vực Đông Nam Á là Singapor và Thái Lan. Ở Việt Nam loại hình du lịch này cũng phát triển khá mạnh ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM). Thành phố Cần Thơ cũng có các điều kiện thuận lợi đã phát triển loại hình du lịch này. Tuy nhiên cần có những định hướng và giải pháp phù hợp mới có thể phát triển hiệu quả loại hình du lịch này.

DU LỊCH MICE Ở THÀNH PHỐ CẦN THƠ – ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP

ThS. Huỳnh Hoang Khả

1. GIỚI THIỆU

Ngày nay du lịch đã trở thành một nhu cầu quan trọng trong đời sống văn hóa – xã hội và đang phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn ở nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Du lịch không chỉ đáp ứng nhu cầu vui chơi, giải trí, khám phá, tìm hiểu thế giới xung quanh, giúp con người giảm bớt những mệt mỏi, lo toan trong cuộc sống...mà còn có thể tìm kiếm đối tác, phát triển việc kinh doanh, phát triển thị trường...Vì vậy, một loại hình du lịch mới được hình thành đó là du lịch MICE – (Meeting Incentive Conference Event). Đây là loại hình du lịch được rất nhiều nước đẩy mạnh phát triển, vì giá trị của loại dịch vụ này lớn hơn rất nhiều so với du lịch cá nhân hay du lịch nhóm.

Ở Việt Nam, loại hình du lịch này chỉ mới phát triển mạnh ở Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, riêng vùng đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) loại hình du lịch này khá mới mẻ. Ở TP. Cần Thơ, du lịch MICE chỉ mới được đầu tư khai thác, chưa có nhiều kinh nghiệm trong tổ chức nên hiệu quả mang lại chưa cao. TP. Cần Thơ có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch MICE như: vị trí trung tâm của ĐBSCL, nhiều di tích danh thắng nổi tiếng, mang đậm nét lịch sử văn hóa lâu đời, nơi tập trung nhiều công ty, nhà máy, xí nghiệp, cơ sở kinh doanh...Những năm gần đây ngành du lịch Cần Thơ nói chung và du lịch MICE ở TP. Cần Thơ nói riêng đã đạt được những thành công nhất định, nhưng vẫn chưa phát huy hết tiềm năng sẵn có ở Cần Thơ. Vì vậy vấn đề đặt ra là TP. Cần Thơ cần phải sớm nhìn nhận lại hiện trạng phát triển du lịch của thành phố, đồng thời đề ra các giải pháp phát triển du lịch nhằm khai thác tối đa tiềm năng và thế mạnh phát triển du lịch của thành phố, trong đó du lịch MICE là loại hình cần được chú trọng vì đây là loại hình du lịch mang lại lợi nhuận cao và ít ảnh hưởng đến môi trường.

2. KHÁI QUÁT VỀ DU LỊCH MICE

2.1. Định nghĩa

Thuật ngữ MICE là cụm từ viết tắt theo các chữ cái đầu tiếng Anh của các từ: Meeting (gặp gỡ, hội họp), Incentive (khen thưởng), Convention/ Conference (hội nghị/ hội thảo), Exhibition/Event (triển lãm/ sự kiện). Như vậy MICE tour là sự kết hợp của Meeting tour, Incention tour, Convention tour và Exhibition tour hay nói cách khác du lịch MICE là một loại hình du lịch kết hợp hội nghị, hội họp, khen thưởng, triển lãm, sự kiện được kinh doanh bởi các công ty, các doanh nghiệp du lịch có uy tính và năng lực chuyên môn cao hoặc các tổ chức kinh tế xã hội, chính trị có chức năng và thẩm quyền.

2.2. Đặc trưng của du lịch MICE

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

- Đối tượng khách du lịch MICE là khách hạng sang, giàu có, mức chi tiêu dùng cao, sử dụng nhiều dịch vụ cao cấp...thường là những người giữ những cương vị, địa vị quan trọng trong xã hội cũng như có tầm ảnh hưởng nhất định đến các hoạt động chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội. Họ có

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

thể là những nguyên thủ quốc gia, các vị lãnh đạo nhà nước, các nhà khoa học, chính trị gia, văn nghệ sĩ, thương gia,...và thường nhiều quốc tịch khác nhau, đến từ nhiều tổ chức khác nhau.

- Số lượng khách du lịch MICE thường được tổ chức với số lượng đông, được đài thọ kinh phí bởi một số tổ chức, chính phủ,...Mặc khác họ có khả năng thu nhập và chi trả cao nên họ có nhu cầu cao về các dịch vụ cung ứng hoàn hảo, sáng tạo và chất lượng cao.

- Việc tổ chức các hoạt động du lịch MICE luôn đòi hỏi tính chuyên nghiệp, khoa học và sáng tạo. Chương trình du lịch MICE chủ yếu tập trung vào các hội thảo, hội nghị, triển lãm,...Bên cạnh đó kết hợp với các hoạt động tham quan, nghỉ dưỡng, thư giãn, thưởng thức văn nghệ,... từ đó thỏa mãn các nhu cầu phong phú, đa dạng của các đối tượng khách.

- Một nét đặc trưng khác là du lịch MICE thường không có mùa vụ rõ rệt. Vì thế, bên cạnh lợi nhuận khổng lồ, việc kinh doanh và phát triển du lịch MICE còn là một trong những biện pháp hữu hiệu nhằm hạn chế tính mùa vụ trong hoạt động du lịch.

3. Tiềm năng và hiện trạng phát triển du lịch MICE ở TP. Cần Thơ

3.1. Các điều kiện phục vụ phát triển du lịch MICE ở TP. Cần Thơ

3.1.1 Giao thông

Đường bộ: TP. Cần Thơ có các tuyến đường liên tỉnh như quốc lộ 1A đi Hậu Giang, Sóc Trăng, Bạc Liêu, Cà Mau; Quốc lộ 80 đi Kiên Giang; Quốc lộ 91 và 91B đi An Giang. Nội ô thành phố có đường 3/2, Hùng Vương, Nguyễn Văn Linh, Đại lộ Hòa Bình,...là những tuyến đường huyết mạch của thành phố. Cầu Cần Thơ được khánh thành năm 2010, đã góp phần tạo động lực thúc đẩy kinh tế văn hóa xã hội của vùng ĐBSCL nói chung và TP. Cần Thơ nói riêng. Các phương tiện vận chuyển khách du lịch MICE chủ yếu là taxi, ô tô,...

Đường thủy: Cần Thơ nằm ở bờ nam sông Hậu, các tàu có trọng tải trên 1000 tấn có thể ra vào dễ dàng. Ngoài ra tuyến Cần Thơ – Xà No – Cái Tư là cầu nối quan trọng giữa TP. Hồ Chí Minh với các tỉnh phía nam như Cần Thơ, Hậu Giang, Cà Mau,...Phương tiện vận chuyển khách du lịch MICE có 64 tàu, thuyền, ca nô có sức chứa 640 ghế, 3 du thuyền 50 – 500 ghế, 10 ca nô 10 – 35 ghế tại bến Ninh Kiều, Đoàn 30 luôn sẵn sàng phục vụ du khách.

Đường hàng không: Sân bay quốc tế Cần Thơ đã được đưa vào sử dụng từ năm 2009 nhưng đến năm 2011 mới hoàn thiện, có thể tiếp nhận các loại máy bay hạng nặng như Boeing 777, Boeing 747,...nối Cần Thơ với các nước trong khu vực và trên thế giới.

3.1.2. Các cơ sở phục vụ ăn uống, lưu trú

Các nhà hàng, quán ăn: TP. Cần Thơ là trung tâm của miền sông nước trù phú với nhiều loại trái cây, rau quả, cá thịt và là nơi quy tụ các món ăn đặc sắc của vùng. Do đó nét đặc trưng của ẩm thực Cần Thơ là các món ăn được làm từ những nguyên liệu sẵn có của địa phương như: gạo, nếp và nhiều loại rau tươi ăn sống kèm theo. Các món ăn nổi tiếng ở Cần Thơ như: Bánh xèo, bánh cống, nem nướng, bánh tét, lẩu mắm, ốc nướng tiêu, cá lóc nướng trui, lẩu vịt nấu chao,...Bên cạnh đó cũng có các món ăn nhanh của phương tây như: pizza, mì Ý, gà Kentucky,...Một số nhà hàng lớn của thành phố có sức chứa trên 1000 khách, có khả năng phục vụ các đoàn khách MICE lớn, các bữa tiệc, hội nghị có quy mô lớn đều nằm trong nội ô thành phố thuận lợi cho việc ăn uống của khách MICE như nhà hàng khách sạn Cửu Long, nhà hàng Hoa Sứ, nhà hàng Lam Kiều,...những quán ăn nổi tiếng ở Cần Thơ với phong cảnh đẹp, nằm ở những vị trí thuận lợi như: nhà hàng Golf, nhà hàng Ninh Kiều, quán ăn gia đình 6 Đồi, Đẹp Đồi, Chị Tôi, Hợp Phố,...

Cơ sở lưu trú: Hiện tại Cần Thơ chưa có khách sạn 5 sao, nhưng được trạng bị tốt. Tính đến năm 2007 trên địa bàn TP. Cần Thơ có 175 cơ sở lưu trú đang hoạt động, với 4148 phòng, 49 khách sạn đạt tiêu chuẩn 1 - 4 sao (3 khách sạn 4 sao, 7 khách sạn 3 sao, 21 khách sạn 2 sao và 18 khách sạn 1 sao), ngoài ra còn có 72 khách sạn đạt tiêu chuẩn du lịch. Các khách sạn 4 sao như: Golf, Vitoria, Ninh Kiều 2 với đầy đủ trang thiết bị và các dịch vụ bổ sung, có khả năng phục vụ tốt cho các đoàn khách MICE quy mô lớn và tổ chức các hội nghị hội thảo mang tầm cỡ quốc tế.

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

Ngoài ra, Cần Thơ còn có các tour du lịch quanh thành phố với các điểm tham quan nổi tiếng và các trung tâm vui chơi, giải trí, mua sắm nhằm phục vụ khách MICE sau những buổi họp căng thẳng.

3.1.3. Yếu tố an ninh, an toàn cho khách du lịch MICE

Có thể khẳng định, trong tình hình bất ổn định diễn ra từng ngày trên thế giới thì TP. Cần Thơ trở thành lựa chọn hàng đầu và là điểm đến lý tưởng của khách du lịch MICE với lợi thế là một điểm đến an toàn và thân thiện, đồng thời với chính sách phát triển du lịch tại Cần Thơ luôn hướng đến sự bền vững, đảm bảo an ninh quốc phòng, trật tự an toàn xã hội.

Khi có hội nghị hội thảo có sự tham gia của khách quốc tế hoặc những hội nghị, hội thảo mang tầm quốc tế thì đơn vị tổ chức để đăng ký thông tin khách, số passport,... với các cơ quan chức năng nhằm bảo vệ an ninh, an toàn cho hội nghị, hội thảo từ khâu chuẩn bị cho đến lúc diễn ra và kết thúc.

3.2. Tình hình phát triển du lịch MICE ở TP. Cần Thơ

Trong những năm gần đây, hoạt động kinh doanh du lịch ngày càng phát triển và thu hút lượng lớn khách du lịch đến với Cần Thơ, đặc biệt là khách du lịch MICE. Hệ thống các siêu thị như Metro, Coop Mart, City Mart, Maximax, Trung tâm thương mại Cái Khế,... đã đáp ứng được nhu cầu mua sắm cho khách du lịch MICE khi đến Cần Thơ. Ngoài ra còn có các khu vui chơi giải trí khác như các vũ trường (Xe Lôi, XK Club, Golf Club, XO Club,...), hàng trăm phòng massage,...

Điển hình nhất trong hoạt động kinh doanh du lịch MICE là nhà hàng Hoa Sứ. Tổng số lượt khách trong năm do nhà hàng tổ chức tiệc và hội nghị tăng liên tục từ năm 2007 đến năm 2011 (từ 878 lượt lên 938 lượt). Bên cạnh đó một số đơn vị khác cũng có tổ chức tiệc và hội nghị cho khách du lịch MICE như khách sạn Ninh Kiều 2, khách sạn Golf,...

Bảng 1. Kết quả kinh doanh du lịch MICE tại một số đơn vị tiêu biểu ở Cần Thơ (2007 – 2011)

Đơn vị tính: lượt

Năm	2007	2008	2009	2010	2011
Đơn vị					
KS. Golf	613	683	694	702	721
KS. Ninh Kiều 2	688	752	775	807	846
Nhà hàng Hoa Sứ	878	911	924	910	938
Tổng	2.197	2.346	2.393	2.419	2.505

Nguồn: Sở Văn hóa – Thể thao – Du lịch Cần Thơ

Từ các số liệu tổng hợp như trên cho thấy doanh thu từ du lịch MICE không ngừng tăng lên qua các năm (thông qua số lượt khách do các đơn vị tổ chức tiệc và hội nghị). Cụ thể năm 2007 tổng lượt khách là 2.197 lượt đến năm 2011 là 2.505 lượt tăng 308 lượt. Trong 3 đơn vị được khảo sát thì khách sạn Ninh Kiều 2 có số lượt khách tăng mạnh nhất (từ 688 lượt lên 846 lượt) vì thế, trong tương lai không xa khách sạn Ninh Kiều 2 sẽ là địa điểm chuyên tổ chức cho những đoàn khách du lịch MICE hàng đầu tại Tp. Cần Thơ.

Bên cạnh đó, hoạt động kinh doanh du lịch MICE ở Tp. Cần Thơ vẫn còn nhiều bất cập. Mặc dù là trung tâm của ĐBSCL nhưng Cần Thơ chưa có nhiều địa điểm vui chơi giải trí đạt chuẩn để đáp ứng nhu cầu của khách MICE, mặt khác Cần Thơ chưa có khách sạn đạt chuẩn 5 sao, hệ thống khách sạn, các phòng họp,... chỉ phù hợp với những hội nghị nhỏ, chưa đáp ứng được yêu cầu về cơ sở vật chất, loại hình du lịch đi kèm, ... của các hội nghị quốc tế.

4. Một số định hướng và giải pháp chủ yếu phát triển du lịch MICE ở TP. Cần Thơ

4.1. Định hướng

4.1.1. Phát triển sản phẩm du lịch MICE

Với những thế mạnh vốn có, cùng với sự quan tâm của các cấp, sở, ban ngành về việc lên kế hoạch, đổi mới, cải cách thủ tục hành chính,... trong tương lai Tp. Cần Thơ có thể được xem là địa

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

danh lý tưởng cho loại hình du lịch MICE. Trước hết là định hướng đúng đắn cho việc phát triển sản phẩm du lịch MICE tại Cần Thơ (đa dạng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm). Cần xác định tiềm năng và hiện trạng khai thác các nguồn tài nguyên du lịch tại Cần Thơ, nhất là tài nguyên phục vụ du lịch MICE. Xác định các loại hình du lịch đặc trưng rồi mới tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo và đặc sắc.

4.1.2. Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật

- *Đối với ngành du lịch TP. Cần Thơ*

+ Tiếp cận thị trường du lịch MICE của thế giới thông qua việc tham gia các hội nghị, hội thảo, hội chợ triển lãm,...tầm cỡ quốc tế về du lịch MICE. Dành một khoản ngân sách đáng kể cho hoạt động xúc tiến, quảng bá hình ảnh du lịch MICE tại Tp. Cần Thơ.

+ Tạo những chuyên mục định kỳ trên các tờ báo lớn, những tạp chí chuyên ngành về du lịch bằng tiếng Việt, tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Trung, tiếng Nhật,...

+ Thực hiện các chương trình farmtrip dành cho các đối tượng khách hàng tiềm năng, các đối tác kinh doanh chiến lược và các phương tiện thông tin đại chúng

+ Xây dựng một trang thông tin điện tử riêng, được thiết kế để sử dụng như một công cụ nhằm hỗ trợ hoạt động xúc tiến quảng bá.

- *Đối với các công ty lữ hành*

+ Tham gia các hội chợ du lịch quốc tế và trong nước.

+ Tạo thêm một chuyên mục riêng trong trang thông tin điện tử của công ty để giới thiệu các sản phẩm du lịch MICE của công ty

+ Xuất bản các ấn phẩm du lịch giới thiệu những thông tin về cơ sở lưu trú, phòng họp, tiện nghi, điểm tham quan, khu vui chơi giải trí,... bằng nhiều thứ tiếng.

- *Đối với các cơ sở lưu trú*

+ Có chính sách ưu đãi dành cho những đoàn khách quen thuộc, giảm giá cho những đoàn khách MICE lớn vào mùa thấp điểm,...Xuất bản các ấn phẩm cung cấp thông tin về các loại phòng ngủ, phòng họp, tiện nghi,...của cơ sở lưu trú.

+ Không ngừng đổi mới các sản phẩm dịch vụ độc đáo cho khách du lịch MICE với mục đích tạo nên sản phẩm đặc trưng của cơ sở lưu trú.

4.1.3. Phát triển nguồn nhân lực phục vụ du lịch MICE

Hoạch định kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực đảm bảo số lượng và chất lượng nhân viên phục vụ nhu cầu của khách du lịch MICE. Khuyến khích nhân viên thường xuyên trao đổi chuyên môn, kỹ năng mềm, kiến thức xã hội, đời sống,...

Liên kết với các quốc gia có trình độ chuyên môn trong lĩnh vực du lịch MICE để bồi dưỡng chuyên môn cho nhân viên, các cán bộ của các sở, ban ngành,...Mở các lớp tập huấn về kinh nghiệm quản lý cho nhân viên, các cán bộ của các sở,...

Ngoại ngữ là yếu tố không thể thiếu trong quá trình phát triển nguồn nhân lực du lịch (đặc biệt là du lịch MICE), đây là yêu cầu tối thiểu của một nhân viên phục vụ khách du lịch MICE, đồng thời thể hiện tính chuyên nghiệp và tự tin của nhân viên phục vụ. Mặt khác đây là điều kiện để các đối tác dễ dàng hơn trong giao tiếp,....

4.1.4. Tổ chức hoạt động du lịch MICE

Cần phải có sự phối hợp, liên kết chặt chẽ giữa các cơ sở kinh doanh du lịch như các công ty du lịch, nhà hàng, khách sạn, các điểm du lịch, vườn du lịch,...để xây dựng chiến lược phát triển phù hợp.

Có kế hoạch xúc tiến quảng bá cụ thể, rõ ràng về loại hình du lịch MICE, xây dựng các sản phẩm mới phù hợp với nhiều đối tượng khách du lịch MICE, nhưng phải tạo ra nét đặc trưng, độc đáo để tạo nên thương hiệu cho du lịch Cần Thơ.

4.2. Giải pháp

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

4.2.1. Nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch MICE

Xác định cụ thể tiềm năng và lợi thế du lịch của thành phố, kết hợp với các tour du lịch MICE, từ đó tạo ra các sản phẩm đa dạng, độc đáo và không trùng lặp.

Cần mở rộng và xây dựng nhiều loại hình vui chơi, giải trí và mua sắm, đa dạng các sản phẩm hàng hóa,...Quy hoạch các làng nghề truyền thống trên địa bàn, ưu tiên cho các dự án đầu tư phục vụ du lịch hội nghị, hội thảo, tổ chức sự kiện hoặc vui chơi giải trí, mua sắm,...

Kết hợp tour du lịch MICE với việc khai thác các tuyến du lịch tiềm năng trên địa bàn thành phố và vùng phụ cận. Đồng thời xây dựng các chương trình đặc sắc về văn hóa truyền thống của nước ta nói chung và Cần Thơ nói riêng (lễ hội Chùa Ông, Lễ hội cúng đình Bình Thủy, lễ hội Cholchonom Thomay,...) tạo nên nét mới cho sản phẩm du lịch MICE.

Liên kết với các địa phương lân cận để xây dựng các tam giác phát triển du lịch MICE như TP. HCM – TP. Cần Thơ – Kiên Giang để tạo nên tính liên kết vùng, thúc đẩy du lịch MICE phát triển. Chú trọng phát triển các sản phẩm mới như: các sự kiện mang tính quốc gia, quốc tế để thu hút khách du lịch. Đó là các sự kiện thể thao, kinh tế giáo dục, môi trường,...Sự kiện càng mang tính quốc tế cao thì sẽ có nhiều công ty, doanh nghiệp, tổ chức tham gia (lễ hội trái cây Nam bộ, hội chợ triển lãm quốc tế, hội thảo nông nghiệp,...)

4.2.2. Hoàn thiện cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật

Tập trung đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, có chính sách đặc biệt đối với các dịch vụ còn thiếu và yếu như các cơ sở lưu trú cao cấp từ 4 sao trở lên, nhà hàng đạt tiêu chuẩn, khu vui chơi giải trí đa năng,...

Tranh thủ các chính sách về đầu tư và chính sách phát triển du lịch MICE của Chính phủ, các Bộ, Ngành có liên quan, tận dụng tối đa nguồn vốn đầu tư từ ngân sách thành phố. Kết hợp chặt chẽ giữa các ban ngành như giao thông, thương mại, Sở văn hóa thể thao và du lịch, Ủy ban nhân dân thành phố, trung tâm xúc tiến thương mại và đầu tư,...để hoạt động nhịp nhàng và hiệu quả hơn.

Áp dụng những chính sách ưu đãi về thuế, đất đai,...để thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Cần phát triển mô hình “chợ đêm Tây Đô”, lập các khu phố chế biến món ăn dân dã mang nét riêng của vùng, miền,...

4.2.3. Đào tạo, tuyển dụng nguồn nhân lực cho du lịch MICE

Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo chuyên ngành du lịch, đảm bảo đáp ứng yêu cầu hội nhập, tăng cường đào tạo đại học và trên đại học,...chú trọng đào tạo quản lý du lịch, kỹ năng nghề du lịch, kỹ năng giao tiếp cho nhân viên, đào tạo ngoại ngữ cho nhân viên du lịch.

Tăng cường hợp tác, trao đổi kinh nghiệm nghiệp vụ thông qua các chuyến công tác, các cuộc giao lưu, các hội nghị, hội thảo,...Học hỏi kinh nghiệm tổ chức du lịch MICE của các thành phố lớn như Hà Nội, TP. HCM,...

Nâng cao tỷ lệ lao động qua đào tạo, tập trung phát triển nguồn nhân lực bậc cao như đội ngũ quản lý, lực lượng chuyên gia đầu ngành, đội ngũ nghiên cứu,...

5. Kết luận

TP. Cần Thơ hội tụ đầy đủ các tiềm năng cần thiết để phát triển loại hình du lịch MICE, với tài nguyên du lịch đa dạng, an ninh được đảm bảo,...Tuy nhiên, cũng còn không ít khó khăn trong vấn đề thu hút khách du lịch MICE,... Vì vậy, để phát triển một cách bền vững loại hình du lịch này, thì các Sở ban ngành của Cần Thơ nói chung và ngành du lịch Cần Thơ nói riêng, cần phải có sự phối hợp chặt chẽ để đề ra kế hoạch đầu tư hợp lý, quy hoạch hạ tầng kỹ thuật, xây dựng chiến lược phát triển,... đồng thời tranh thủ các nguồn vốn, nhân lực,... từ bên ngoài để phát triển du lịch MICE.