

# GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA DU KHÁCH NỘI ĐỊA ĐỐI VỚI DU LỊCH MICE TẠI ĐIỂM ĐẾN ĐÀ NẴNG

● ĐỖ THỊ PHƯỢNG

## TÓM TẮT:

Du lịch MICE (tên tiếng Anh là Meeting Incentive Conference Event) chính là tour du lịch kết hợp với các hình thức hội nghị, hội thảo, sự kiện, du lịch khen thưởng, nghỉ dưỡng của công ty dành cho nhân viên xuất sắc và đối tác cấp cao. Đà Nẵng là một mắt xích quan trọng trong việc phát triển loại hình du lịch MICE nói riêng và phát triển ngành Du lịch Việt Nam nói chung. Trong chiến lược phát triển ngành kinh tế mũi nhọn, Đà Nẵng tiếp tục định hướng phát triển du lịch MICE thành loại hình du lịch then chốt của thành phố. Bài viết nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch MICE nội địa trong điều kiện cá nhân khách đi theo đoàn khách du lịch MICE và không phải tự trả tiền, từ đó đề xuất một số giải pháp nâng cao sự hài lòng của du khách nội địa đối với du lịch MICE tại điểm đến Đà Nẵng.

**Từ khóa:** thành phố Đà Nẵng, du lịch Mice, du khách nội địa, đơn vị tổ chức.

## 1. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả vận dụng phương pháp phân tích và tổng hợp dựa trên số liệu thống kê của Sở Du lịch. Kết quả khảo sát du khách nội địa đã tham gia du lịch MICE tại Đà Nẵng trong giai đoạn 2016 - 2020 nhằm đánh giá đúng thực trạng để từ đó làm cơ sở đưa ra các giải pháp nâng cao sự hài lòng của du khách nội địa đối với du lịch MICE tại điểm đến Đà Nẵng giai đoạn 2021 - 2025.

## 2. Kết quả và thảo luận

### 2.1. Tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch MICE tại điểm đến Đà Nẵng

- Về vị trí địa lý: Thành phố Đà Nẵng tọa lạc

tại trung độ của đất nước, trên trục giao thông Bắc - Nam về đường bộ, đường sắt, đường biển và đường hàng không; cách thủ đô Hà Nội 764 km và cách Thành phố Hồ Chí Minh 964 km. Đây là trung điểm của các di sản thế giới nên có thể kết hợp tham quan khám phá trong ngày.

- Về tài nguyên du lịch: Đà Nẵng có núi, sông, biển, thiên nhiên tươi đẹp, hấp dẫn. Một trong lợi thế lớn nhất chính là bờ biển dài 90km với nhiều bãi biển nổi tiếng, khu du lịch nghỉ dưỡng kết hợp vui chơi giải trí đẳng cấp bậc nhất Việt Nam như Sun World Bà Nà Hills, khu Bán đảo Sơn Trà được ví như lá phổi xanh của thành phố cùng các

khu du lịch sinh thái đặc trưng. Bên cạnh đó, Đà Nẵng có các làng nghề truyền thống, các điểm tham quan du lịch tâm linh như di tích danh thắng Ngũ Hành Sơn, Bảo tàng Điêu khắc Chăm, Bảo tàng Đà Nẵng kết hợp với nhiều lễ hội truyền thống và hiện đại được tổ chức thường niên.

- Về kết cấu hạ tầng du lịch: Đà Nẵng có hệ thống cơ sở hạ tầng khang trang với hệ thống giao thông đường bộ, đường sắt, hàng không và đường biển vô cùng hiện đại, đáp ứng mọi nhu cầu đi lại. Ngoài ra, Đà Nẵng là một trong ba trung tâm lớn về bưu chính - viễn thông của cả nước. Bên cạnh đó, thành phố Đà Nẵng đủ khả năng đáp ứng một cách đầy đủ nhất các yêu cầu về điện, nước sinh hoạt cũng như sản xuất kinh doanh.

- Về cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch: Đà Nẵng đã đầu tư, xây dựng gần 30 khách sạn, resort cao cấp đạt tiêu chuẩn 5 sao quốc tế, tọa lạc tại các vị trí đắc địa ven biển và trung tâm thành phố cùng với hàng trăm khách sạn từ 3 sao đến 4 sao đáp ứng mọi nhu cầu của các phân khúc khách hàng tiềm năng, nơi nào cũng có phòng hội nghị lớn đẳng cấp quốc tế với đầy đủ các tiện nghi và dịch vụ kèm theo, hoàn toàn đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách MICE.

- Về sản phẩm du lịch: Đà Nẵng tập trung phát triển hàng loạt sản phẩm du lịch mới có sức hấp dẫn du khách. Các sự kiện và sản phẩm độc đáo có sức thu hút lớn được tổ chức hàng năm, như: cuộc thi bắn pháo hoa quốc tế, lễ hội Quan Thế Âm, chương trình du lịch “Đà Nẵng - Điểm hẹn mùa hè”.... thực sự là điểm nhấn tạo ấn tượng đẹp về hình ảnh du lịch thành phố.

- Về an ninh, an toàn: Đà Nẵng có môi trường du lịch xanh sạch đẹp. Đồng thời, con người nơi đây rất thật thà, vui vẻ, thân thiện, mến khách.

- Về điều kiện kinh tế - xã hội: Đà Nẵng có nền kinh tế đa dạng bao gồm công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ, du lịch, thương mại song dịch vụ, du lịch chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu nền kinh tế thành phố. Tỷ trọng nhóm ngành dịch vụ trong GDP năm 2020 từ 62 - 65%, công nghiệp - xây dựng từ 35 - 37%, nông nghiệp từ 1 - 3%.

- Về xúc tiến, quảng bá du lịch: Đà Nẵng đã tập trung tổ chức các chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch có hiệu quả trên phương tiện thông tin đại chúng, cổng thông tin điện tử Du lịch thành phố Đà Nẵng; xuất bản các ấn phẩm du lịch, xây dựng các quầy tra cứu thông tin rất phù hợp với đối tượng khách du lịch MICE vốn không có nhiều thời gian. Đặc biệt, Đà Nẵng là một trong những địa phương đi đầu cả nước về chuyển đổi số, phát triển du lịch theo hướng thông minh, tương tác với người dùng, mang lại nhiều trải nghiệm và tiện ích cho du khách.

- Về kinh nghiệm tổ chức sự kiện: Đà Nẵng có nhiều kinh nghiệm đón tiếp và tổ chức các sự kiện lớn, đón các đoàn khách nước ngoài để hội họp, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch.

Như vậy, với tiềm năng và lợi thế to lớn đó, thành phố Đà Nẵng sẽ là điểm đến hấp dẫn của loại hình du lịch MICE.

## ***2.2. Thực trạng sự hài lòng của du khách nội địa đối với du lịch MICE tại điểm đến Đà Nẵng giai đoạn 2016 - 2020***

Để đo lường các yếu tố tác động tới sự hài lòng của khách du lịch MICE nội địa tại điểm đến Đà Nẵng, tác giả nghiên cứu mô hình gồm Biến phụ thuộc (Sự hài lòng của khách du lịch MICE nội địa) và Các biến độc lập (Hình ảnh điểm đến, Giá trị nhận thức, Năng lực đơn vị tổ chức) trên cơ sở xây dựng bảng hỏi khảo sát và sử dụng thang đo Likert 5 điểm. Đối tượng khảo sát là 400 du khách MICE nội địa đã từng tham gia hội họp, hội nghị, hội thảo, khen thưởng ở các khách sạn 3 - 5 sao tại thành phố Đà Nẵng. Kết quả phân tích với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS cho thấy, trong tổng số 68 biến thì có 6 biến bị loại vì có hệ số tải nhân tố thấp hơn 0.3. Còn lại 62 biến quan sát sau kiểm định hệ số Cronbachs Alpha của các thành phần đều lớn hơn 0.6 nên đạt yêu cầu để tiếp tục nghiên cứu. (Bảng 1)

- Về hình ảnh điểm đến: Kết quả kiểm định các thành phần cho thấy du khách đặc biệt quan tâm đến yếu tố tài nguyên du lịch và an ninh, khả năng tiếp cận. Trong khi đó, các thành phần này được đánh giá ở trên mức trung bình nhưng với

**Bảng 1. Ước lượng mối quan hệ giữa các nhân tố với sự hài lòng của du khách MICE nội địa**

| Mối quan hệ giữa các nhân tố                 | Hệ số tương quan |
|--|------------------|
| NL_DON_VI_TO_CHUC <--- NL_Cung_cap_Thong_tin | .294             |
| NL_DON_VI_TO_CHUC <--- NL_To_chuc            | .706             |
| HINH_ANH_DIEM_DEN <--- NL_DON_VI_TO_CHUC     | .547             |
| HINH_ANH_DIEM_DEN <--- An_Ninh               | .597             |
| HINH_ANH_DIEM_DEN <--- KTXH                  | .325             |
| HINH_ANH_DIEM_DEN <--- CSVChang_tang_du_lich | .329             |
| HINH_ANH_DIEM_DEN <--- TN_Du_lich            | .559             |
| GIA_TRI_NHAN_THUC <--- NL_DON_VI_TO_CHUC     | .411             |
| GIA_TRI_NHAN_THUC <--- HINH_ANH_DIEM_DEN     | .569             |
| GIA_TRI_NHAN_THUC <--- DV_luu_tru            | .345             |
| GIA_TRI_NHAN_THUC <--- Nhan_vien_phuc_vu     | .567             |
| GIA_TRI_NHAN_THUC <--- DV_Khac               | .376             |
| GIA_TRI_NHAN_THUC <--- DV_Van_chuyen         | .380             |
| GIA_TRI_NHAN_THUC <--- DV_An_uong            | .372             |
| SU_HAI_LONG_KDL_MICE <--- GIA_TRI_NHAN_THUC  | .581             |
| SU_HAI_LONG_KDL_MICE <--- HINH_ANH_DIEM_DEN  | .531             |
| SU_HAI_LONG_KDL_MICE <--- NL_DON_VI_TO_CHUC  | .521             |

*Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phân tích dữ liệu sơ cấp*

điểm đánh giá thấp (Tài nguyên du lịch 3.145 và an ninh, khả năng tiếp cận 3.272).

- Về giá trị nhận thức: Kết quả kiểm định các thành phần cho thấy du khách đặc biệt quan tâm đến chất lượng nhân viên phục vụ. Trong khi đó, thành phần này được đánh giá ở trên mức trung bình nhưng với điểm đánh giá thấp (Nhân viên phục vụ 3.139).

- Năng lực đơn vị tổ chức: Kết quả kiểm định các thành phần cho thấy khách du lịch MICE quan tâm nhiều đến công tác tổ chức chương trình du lịch MICE của đơn vị tổ chức. Và qua khảo sát thì các chỉ tiêu đều được đánh giá ở trên mức trung bình nhưng điểm đánh giá một số thành phần còn ở mức thấp (Tổ chức đón tiếp và phục vụ tốt 3.252; Dịch vụ phục vụ tổ chức MICE tốt 3.354).

- Về mức độ hài lòng: Các chỉ tiêu phản ánh sự

hài lòng đều được đánh giá ở trên mức trung bình song một số thành phần có điểm trung bình còn thấp (Chuyến đi vượt quá sự mong đợi 3.203 và Hài lòng với dịch vụ MICE được cung cấp 3.346).

Như vậy, để thu hút được du khách MICE nội địa trong giai đoạn 2021 – 2025, cần phải tập trung vào các giải pháp nhằm đảm bảo an ninh và khả năng tiếp cận; bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; nâng cao chất lượng dịch vụ MICE và nâng cao năng lực của đơn vị tổ chức.

### **2.3. Đề xuất giải pháp nâng cao sự hài lòng của du khách nội địa đối với du lịch MICE tại điểm đến Đà Nẵng giai đoạn 2021 - 2025**

#### **2.3.1. Nhóm giải pháp góp phần nâng cao hình ảnh điểm đến**

- Đảm bảo về an ninh, an toàn điểm đến, xây

dựng môi trường du lịch lành mạnh, thường xuyên thanh tra, kiểm tra hoạt động kinh doanh du lịch, hoạt động lễ hội nhằm phát hiện, chấn chỉnh, giải quyết những tồn tại, thiếu sót; kiểm tra việc chấp hành quy định về quản lý giá, về chất lượng sản phẩm, dịch vụ tại các cơ sở kinh doanh; kiểm tra và ngăn chặn kịp thời tình trạng ăn xin biển tượng, đeo bám khách du lịch.

- Tăng cường hơn nữa công tác quảng bá, xúc tiến để du khách dễ dàng tiếp cận thông tin, đa dạng hóa phương thức tổ chức, chọn lọc nội dung truyền thông tập trung vào chủ đề "Đà Nẵng - Điểm đến hấp dẫn của du lịch MICE" với mong muốn mang đến cho du khách sự chuyên nghiệp, đẳng cấp. Trong đó, cung cấp đầy đủ các thông tin về chính sách, dịch vụ MICE đến các đối tượng du khách tại các thị trường trọng điểm chủ yếu từ các tỉnh lân cận, các địa phương có đường bay trực tiếp đến Đà Nẵng và mở rộng khai thác thị trường tiềm năng là các tỉnh thuộc khu vực Tây Nam Bộ; Trung du và miền núi phía Bắc.

- Chú trọng công tác bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch, không lạm dụng khai thác, không xây dựng cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch quá mức cho phép tại các khu sinh thái, như: Cát Tiên Sa, Suối Hoa, Ngâm Đồi, Nhứt Lâm Thủy Trang Trà, Lái Thiêu, Hòa Phú Thành, Yên Retreat, Khuê Trung, Suối Mơ, Suối Lương.... Đồng thời, chú trọng hình thành những sản phẩm du lịch văn hóa có chất lượng, kết nối các điểm di sản, tạo điều kiện thuận lợi cho công tác phát triển du lịch văn hóa, du lịch tâm linh gắn với loại hình du lịch MICE.

### *2.3.2. Nhóm giải pháp góp phần nâng cao giá trị nhận thức*

- Chú trọng công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Các cơ sở đào tạo cần đổi mới chương trình phù hợp với thực tiễn, chú trọng đào tạo kiến thức, kỹ năng, thái độ làm việc, năng lực quản trị điều hành các nghề trong du lịch và ngoại ngữ. Tiếp tục triển khai mô hình liên kết đào tạo giữa nhà trường với doanh nghiệp để luôn đảm bảo số lượng và chất lượng nguồn nhân lực. Cần nhắc

việc đào tạo thêm chuyên ngành Quản trị du lịch MICE. Các doanh nghiệp nên mời chuyên gia đào tạo bổ sung về kiến thức, kỹ năng, đặc biệt khả năng quản trị tổ chức điều hành các chương trình cho đội ngũ nhân viên hiện đang phục vụ du khách MICE.

- Phát triển du lịch MICE theo hướng chuẩn hóa các dịch vụ đáp ứng các nhu cầu chuyên môn như phòng hội nghị hội thảo đạt tiêu chuẩn, đảm bảo về chất lượng và số lượng. Đặc biệt, cần thiết đầu tư trang thiết bị hiện đại để phục vụ sự kiện trực tuyến. Đồng thời, chú trọng đầu tư cho các dịch vụ bổ trợ như dịch vụ City tour, dịch vụ chăm sóc sức khỏe, làm đẹp, tư vấn đầu tư, thương mại, quá cảnh.

### *2.3.3. Nhóm giải pháp góp phần nâng cao năng lực của đơn vị tổ chức*

- Cung cấp đầy đủ thông tin và phối hợp chặt chẽ với đơn vị tổ chức trong việc xây dựng chương trình du lịch, lựa chọn địa điểm tổ chức và các dịch vụ du lịch MICE hấp dẫn với nhiều hứa hẹn mang lại thú vị cho du khách.

- Xác định rõ nhu cầu thực sự của từng nhóm đối tượng khách du lịch MICE thông qua đơn vị tổ chức để xây dựng và cung cấp các sản phẩm dịch vụ du lịch MICE cho phù hợp.

- Phân đoạn thị trường theo từng loại hình du lịch MICE, cũng như xác định thị trường nguồn của du lịch MICE nội địa, để có sự tư vấn phối hợp với các đơn vị tổ chức trong việc cung cấp các dịch vụ và thực hiện chương trình du lịch MICE một cách tốt nhất.

## **3. Kết luận**

Theo kết quả nghiên cứu, tác giả đã chỉ rõ sự tác động của từng nhân tố đến sự hài lòng của khách du lịch MICE, từ đó giúp doanh nghiệp vận dụng kiểm soát những nhân tố này theo thực tế để cải thiện chất lượng sản phẩm dịch vụ cũng như tăng cường mối quan hệ giữa đơn vị tổ chức với khách du lịch MICE, với nhà cung cấp dịch vụ phục vụ du lịch MICE, nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu của du khách theo xu thế của thị trường và kinh doanh đạt hiệu quả cao ■

**TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Phạm Quang Hưng (2008), *Cơ sở lý luận và giải pháp phát triển du lịch MICE tại Việt Nam*, Tổng cục Du lịch - Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.
2. Các Website: <https://danangfantasticity.com>; <https://www.danangevents.com.vn>
3. Danangevents (2022), Du lịch MICE ở Đà Nẵng - Loại hình du lịch cao cấp, <https://danangevents.com.vn/du-lich-mice-o-da-nang-loai-hinh-du-lich-cao-cap>

**Ngày nhận bài: 19/1/2022**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/2/2022**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 29/2/2022**

*Thông tin tác giả*

**ThS. ĐỖ THỊ PHƯƠNG**

**Khoa Du lịch và Khách sạn**

**Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp**

## **SOLUTIONS TO IMPROVE THE SATISFACTION OF MICE TOURISTS WHEN TRAVELING TO DA NANG CITY**

● Master. **DO THI PHUONG**

Faculty of Tourism and Hotel Management  
University of Economics - Technology for Industries

**ABSTRACT:**

Meeting, incentives, conferencing, exhibitions tourism refers to a group of tourism that plans, books and organises conferences, seminars and other events for excellent employees and senior partners. Da Nang city plays an important role in the development of MICE tourism in particular and the development of Vietnam's tourism industry in general. In the city's tourism development strategy, Da Nang city considers MICE tourism as a key tourism type and a spearhead economic sector. This study examines the satisfaction of domestic MICE tourists in terms of individual guests traveling with MICE tourist groups and not having to pay for themselves, thereby proposing some solutions to improve the satisfaction of MICE tourists when traveling to Da Nang city.

**Keywords:** Da Nang city, MICE tourism, domestic tourist, organizer.