
MICE TOURISM IN THAILAND AND LESSONS LEARNED FROM MICE TOURISM DEVELOPMENT IN THANH HOA

Nguyen Viet Hoang^a

Vu Van Tuyen^b

^aThanh Hoa Department of Culture, Sports and Tourism

Email: hoangnv.svhttdl@gmail.com

^bThanh Hoa University of Culture, Sports and Tourism

Email: vuvantuyen@dvttdt.edu.vn

Received: 02/01/2024

Reviewed: 04/01/2024

Revised: 08/01/2024

Accepted: 26/01/2024

Released: 31/01/2024

Located in the heart of Southeast Asia, with a long history and culture, Thailand is known as a tourist paradise in Asia. Beautiful weather, different climate zones and diverse terrain are favorable conditions for the formation of very attractive natural tourism resources. Currently, Thailand also has a system of technical facilities and infrastructure that meets the requirements of the domestic and international MICE tourism service industry. With modern facilities, infrastructure and transportation systems, a clear development strategy and a high-class MICE service system, Thailand has become one of the top choices for MICE markets around the world. Some lessons learned for developing MICE tourism in Thanh Hoa, a locality with many potentials and strengths to develop MICE tourism, from research results obtained from MICE tourism in Thailand.

Key words: MICE tourism; Thailand tourism; TCEB

1. Giới thiệu

Trong hơn một thập kỉ vừa qua, Thái Lan luôn chứng minh được sức hấp dẫn của điểm đến du lịch lý tưởng đối với du khách quốc tế. Để có được sự thành công đó, Thái Lan đã sáng tạo, phát triển đồng thời chín loại hình du lịch thể mạnh, bao gồm du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, giải trí, giáo dục, mạo hiểm, du lịch sinh thái, thăm thân, du lịch văn hóa và MICE (hội họp, khuyến khích, hội nghị và triển lãm). Trong số này, du lịch MICE là một trong những sản phẩm chiến lược, luôn là lựa chọn hàng đầu của khách du lịch khắp nơi trên thế giới; và thực tế, Thái Lan đã khẳng định mình là một trong những điểm đến MICE hàng đầu ở châu Á. Theo Cục Triển lãm và Hội nghị Thái Lan (TCEB) trong năm tài chính 2019 (10/2018 - 9/2019), khách MICE quốc tế của Thái Lan đạt gần 1,6 triệu lượt khách. Sau vài

năm chậm lại vì đại dịch Covid-19, ngành MICE ở Thái Lan đã phục hồi mạnh mẽ với hàng trăm sự kiện quan trọng quốc tế được lên kế hoạch tổ chức tại đất nước này trong những năm tới [9]. Chỉ riêng trong năm 2021, thủ đô Bangkok được công ty tư vấn hàng đầu GainingEdge xếp hạng là điểm đến hội nghị quốc tế tốt thứ 6 trên thế giới; vào năm 2022, thủ đô này đứng thứ nhất về tỷ lệ khai thác Hội nghị Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương. Điều gì đã làm nên thương hiệu du lịch MICE Thái Lan? Yếu tố nào đã ảnh hưởng đến sự phát triển và quyết định sự thành công của lĩnh vực du lịch này tại Thái Lan? Đó là những điều sẽ được trình bày trong bài viết này như bài học kinh nghiệm sâu sắc đối với sự phát triển du lịch MICE tại Thanh Hoá.

2. Tổng quan nghiên cứu vấn đề

Hiện nay, trên thế giới các nghiên cứu về du lịch MICE đã xuất hiện khá nhiều ở các nước có ngành du lịch phát triển như Mỹ, Pháp, Đức, Hà Lan, Thụy Sĩ, Singapore, Thái Lan... Đặc biệt khi du lịch MICE trở thành một loại hình du lịch phát triển và phổ biến trên thế giới thì những nghiên cứu về MICE ngày càng nhiều ở nhiều góc độ khác nhau, như: nghiên cứu loại hình du lịch MICE về vai trò, đóng góp đối với sự phát triển kinh tế nói chung và du lịch nói riêng của các quốc gia, vùng lãnh thổ; các điều kiện để phát triển du lịch MICE, cơ hội và thách thức; tác động của du lịch MICE đến kinh tế, xã hội...

Dù là loại hình du lịch xuất hiện khá muộn ở Việt Nam, tuy nhiên những nghiên cứu về du lịch MICE có tương đối nhiều. Có thể kể tên một số nghiên cứu, hội thảo khoa học như: *Thực trạng và định hướng phát triển du lịch công vụ ở Thừa Thiên Huế [1]; Các nhân tố tác động đến sự phát triển du lịch MICE tại Thành phố Đà Lạt [2]; Giải pháp cho phát triển du lịch MICE tại Thanh Hóa [3],...*

Ngoài ra, cũng có nhiều tạp chí, website cũng đề cập tới du lịch MICE: Báo điện tử, Báo Du lịch, Tạp chí Du lịch Việt Nam...

3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

Để hoàn thiện bài viết này, chúng tôi đã sử dụng đồng thời nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau. Bên cạnh khảo sát trực tiếp các địa điểm thu hút khách du lịch MICE ở Thái Lan thì phương pháp được sử dụng xuyên suốt trong bài viết là phương pháp thống kê, so sánh, phân tích, tổng hợp tư liệu. Trong đó, tập trung nghiên cứu các chính sách phát triển du lịch MICE của Chính phủ và Tổng cục Du lịch Thái Lan; các thành tựu của du lịch MICE Thái Lan; các yếu tố làm nên thành công của du lịch MICE Thái Lan để từ đó đề xuất các bài học kinh nghiệm cho phát triển du lịch MICE ở Thanh Hóa trong thời gian tới.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Những thành tựu của du lịch MICE Thái Lan

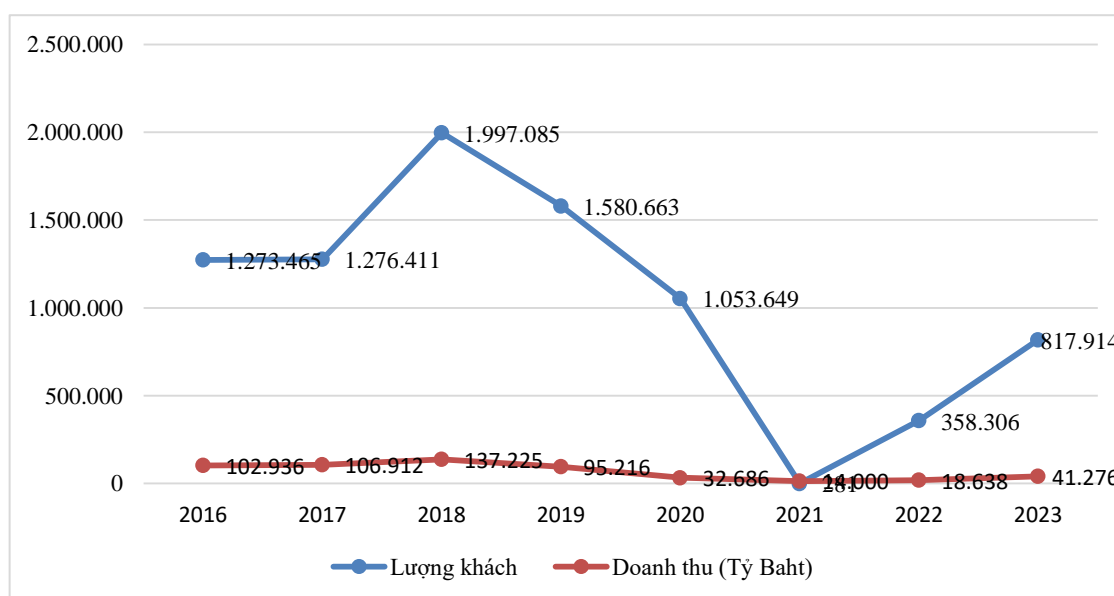
Trong suốt giai đoạn trước đại dịch Covid-19, du lịch là một trong những trụ cột chính của nền kinh tế Thái Lan với mức đóng góp vào GDP toàn quốc lên tới gần 12%. Trong số đó, du lịch MICE đóng góp khoảng 10,7% vào doanh thu của toàn ngành du lịch Thái Lan. Theo báo cáo của Hiệp hội Triển lãm toàn cầu (UFI), năm 2010, mức tăng trưởng của du lịch MICE tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương là 25% mỗi năm. Tại khu vực Đông Nam Á,

Thái Lan được coi là một trong những địa điểm du lịch MICE nổi bật với hàng trăm sự kiện tầm cỡ quốc tế được tổ chức hàng năm [9]. MICE đã đóng góp lớn, tích cực cho lĩnh vực khách sạn, du lịch ở Thái Lan với mức chi tiêu cho mỗi chuyến đi gần gấp đôi so với khách du lịch giải trí và các loại hình du lịch khác.

Theo Hiệp hội Triển lãm Toàn cầu (UFI), Thái Lan là điểm đến thương mại đang phát triển, là nền tảng trung tâm về triển lãm trong khối ASEAN, và là điểm đến hàng đầu của khu vực để tổ chức hội nghị và du lịch khen thưởng với tốc độ tăng trưởng khách du lịch MICE nước ngoài cao nhất trong 14 năm (35,9%) vào năm 2018.

Thống kê năm 2023 của Cục Hội nghị và Triển lãm Thái Lan (TCEB), toàn giai đoạn 2006 - 2023, Thái Lan đón được trên 13 triệu khách MICE, trong đó khách châu Á chiếm 71,62%; tiếp đến lần lượt là khách châu Âu (11,05%), châu Mỹ (5,32%), và các khu vực khác (trên 5%). Trong đó, chiếm tỷ lệ cao nhất là Trung Quốc với 13,95%, tiếp đến là Ấn Độ (12,86%), Malaysia (8,54%), Singapore (7,82%), Nhật Bản (5,73%). Việt Nam chiếm 4,75%, thường xuyên thuộc top 10 quốc gia có lượng khách MICE lớn đến Thái Lan. Trong suốt giai đoạn 2006 - 2019, lượng khách MICE đến Thái Lan không ngừng tăng với tốc độ trung bình đạt 15 - 20%/năm. Cũng theo công bố của TCEB (2023), tại thời điểm năm 2019, chi tiêu trung bình của một khách du lịch MICE là 15.747 Baht (khoảng hơn 11 triệu đồng), số ngày lưu trú bình quân là 5.19 ngày với tổng số lượt khách của năm 2019 đạt 1.580.663, mang về cho đất nước Thái Lan 95.216 tỷ Baht [9].

Bảng 1: Lượng khách và doanh thu từ du lịch MICE Thái Lan giai đoạn 2016 - 2023

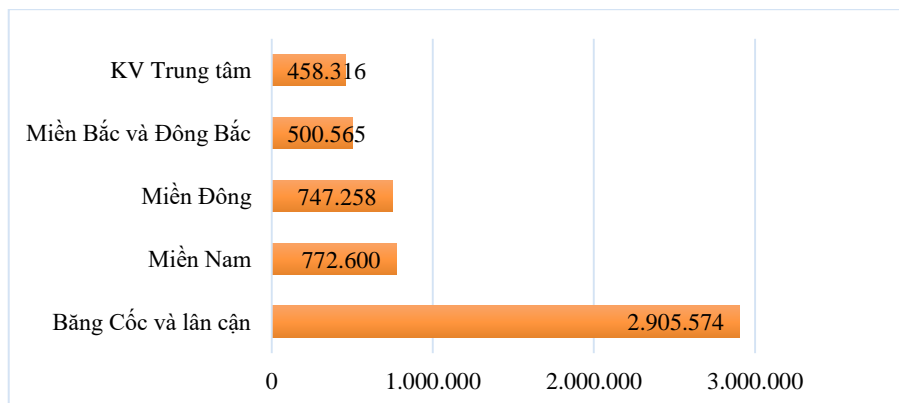


(Nguồn: TCEB, 2023)

Với đặc điểm là đất nước có đa dạng các địa điểm tổ chức MICE quốc tế trên toàn bộ lãnh thổ, các cơ sở được sử dụng tổ chức sự kiện MICE ở Thái Lan luôn mang đến những cơ hội an toàn, đáng tin cậy và thực sự độc đáo kể cả với những người tham gia MICE “sành điệu” nhất. Lượng khách MICE có mặt ở hầu hết các tỉnh thành thuộc các khu vực khác nhau

trong lãnh thổ Thái Lan, trong đó, tập trung nhiều nhất là Bangkok và các tỉnh lân cận do sự tiện lợi về mặt giao thông đi lại, đặc biệt là bằng đường hàng không; sự đa dạng, phong phú về tài nguyên; khả năng đáp ứng của hệ thống địa điểm tổ chức sự kiện MICE và đội ngũ lao động chuyên nghiệp.

Bảng 2: Lượng khách đến các khu vực ở Thái Lan



(Nguồn: TCEB, 2023)

Sau đại dịch Covid-19, kể từ khi mở cửa du lịch trở lại từ 26/3/2022 với sự kiện tổ chức thành công chuyên đi “Thailand Now” có sự tham dự của 43 chuyên gia trong lĩnh vực MICE tại 2 thành phố Bangkok và Phuket, Thái Lan đã nhanh chóng được lựa chọn là chủ nhà của nhiều sự kiện trọng đại quốc tế (Hình 3). Bước sang năm 2023, chính phủ Thái Lan đặt ra mục tiêu sẽ đón được khoảng 30 triệu lượt khách quốc tế, góp phần thúc đẩy GDP cả năm lên mức tăng trưởng 3,8 - 4%. Trên thực tế, riêng thị trường khách MICE, cả năm 2023, Thái Lan đón được 817.914 lượt khách, đem lại doanh thu ấn tượng với 41.276 tỷ Baht.

Bảng 3: Một số sự kiện tiêu biểu được lựa chọn tổ chức tại Thái Lan



(Nguồn: TCEB, 2023)

Cuối năm 2022, TCEB đã giao cho Công ty TNHH Custom Asia, thành viên của Hiệp hội Nghiên cứu Thị trường Toàn cầu có mạng lưới tại 39 quốc gia, thực hiện khảo sát thị trường về hình ảnh thương hiệu Thái Lan với tư cách là Điểm đến du lịch MICE. Nghiên cứu diễn ra ở 20 quốc gia, tập trung vào các chuyên gia MICE toàn cầu và quan điểm của họ về thương hiệu MICE của Thái Lan. Có 40 chuyên gia MICE tham gia bảng tin trực tuyến và 649 người tham gia khảo sát trực tuyến. Những người tham gia khảo sát này bao gồm bốn nhóm: 1) Khách tham dự trực tiếp các sự kiện MICE. 2) Khách doanh nhân. 3) Khách truy cập website MICE Thái Lan. 4) Hiệp hội và tổ chức liên quan đến MICE. Kết quả tổng thể cho thấy Thái Lan là điểm đến MICE được nhiều du khách đến nhất trên toàn cầu. Quốc gia này cũng được xếp hạng trong danh sách hàng đầu là điểm đến ưa thích mà hơn 85% người tham gia khảo sát đã đến Thái Lan trong các chuyến du lịch công vụ muốn quay lại cho các chuyến du lịch công vụ tiếp theo của họ trong tương lai; tiếp theo là Nhật Bản, Singapore, Hong Kong, Úc, Mỹ, Đức, Thụy Sĩ, Anh và Trung Quốc. Trong khi đó, những người tham gia thấy rằng khi so sánh Thái Lan với các điểm đến MICE khác, các yếu tố thú vị của Thái Lan là lòng hiếu khách tuyệt vời, giá cả phải chăng và sự đa dạng của ẩm thực địa phương và quốc tế (TCEB, 2023). TCEB cũng công bố Thái Lan được chọn làm nước đăng cai tổ chức các hội nghị quốc tế do các hiệp hội hàng đầu thế giới về tổ chức sự kiện và khuyến khích du lịch là UFI và SITE. Những sự kiện quan trọng diễn ra tại Bangkok vào năm tới này sẽ khẳng định tiềm năng và vị thế của Thái Lan là điểm đến MICE hàng đầu trong khu vực.

4.2. Yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch MICE ở Thái Lan

Theo đánh giá của du khách và các tạp chí du lịch uy tín trên thế giới, Thái Lan là đất nước không bao giờ thiếu những yếu tố kỳ diệu mà không dễ có thể tìm thấy ở một đất nước khác. Sự kỳ diệu ấy đến từ cả sức mạnh mềm và cứng (soft and hard power) với sự kết hợp một cách linh hoạt, sáng tạo giữa nền văn hoá độc đáo, thiên nhiên tươi đẹp và lòng hiếu khách bẩm sinh của mỗi người dân.

Ngành du lịch MICE đã đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy nền kinh tế Thái Lan thông qua việc tổ chức các sự kiện MICE, bao gồm các sự kiện lớn và lễ hội thế giới, tạo ra doanh thu đáng kể từ chi tiêu của các nhà tổ chức MICE và khách du lịch. Ngoài ra, du lịch MICE Thái Lan có thể phân phối thu nhập cho cộng đồng và hình thành các liên minh kinh doanh cũng như tăng cường năng lực và khả năng cạnh tranh của đất nước. Để có được sự thành công đó cần có sự tham gia, hỗ trợ của nhiều yếu tố.

4.2.1. Vị trí địa lý

Nằm ở vị trí trung tâm của khu vực Đông Nam Á, Thái Lan có lịch sử, văn hoá lâu đời, được mệnh danh như “thiên đường du lịch” ở châu Á. Du khách có thể dễ dàng đến với Thái Lan bằng các phương tiện giao thông khác nhau: máy bay, xe khách, tàu hỏa, tàu biển... Sân bay quốc tế Suvarnabhumi tại thủ đô Bangkok là một trong những sân bay quốc tế bận rộn nhất thế giới, đóng vai trò quan trọng là cầu nối phát triển kinh tế, chính trị, ngoại giao, xã hội giữa đất nước Thái Lan với các nước trong khu vực và trên toàn thế giới. Thái Lan có thời tiết thuận lợi với nhiều vùng khí hậu khác nhau, nhiều kiểu địa hình khác nhau, là cơ sở để hình

thành những tài nguyên du lịch tự nhiên rất hấp dẫn. Bên cạnh đó, sự kết hợp giữa cách mạng công nghệ với văn hoá truyền thống và văn hoá đương đại; giữa nền văn hóa và sức hấp dẫn toàn cầu với sự hấp dẫn của thiên nhiên nguyên sơ đã góp phần biến Thái Lan trở thành một điểm đến du lịch công vụ tuyệt vời với sự kết hợp giữa những chuyến công tác với các hoạt động giải trí, nghỉ dưỡng (Bleisure), là lựa chọn hàng đầu đối với khách du lịch trong thời gian gần đây.

4.2.1. Xu hướng phát triển du lịch MICE

Khác với những loại hình du lịch khác, MICE hướng tới mục tiêu phục vụ những nhóm khách lớn với số lượng lên tới hàng chục, hàng trăm, thậm chí là hàng nghìn người đến từ nhiều địa phương khác nhau, lưu trú dài ngày, sử dụng nhiều dịch vụ, tiện ích cao cấp, khả năng chi trả cao hơn, có thể tổ chức cả vào mùa thấp điểm trong năm... Rõ ràng, MICE đã giải quyết được nhiều bài toán mà du lịch thế giới đang quan tâm; đồng thời mang lại nguồn thu lợi nhuận gấp nhiều so với những loại hình du lịch khác. Còn theo dự báo của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), đến năm 2025, doanh thu từ du lịch MICE có thể đạt trên 1.400 tỷ USD, trong đó hai khu vực góp phần lớn nhất là châu Âu và châu Á - Thái Bình Dương.

Trong bối cảnh thị trường lao động có sự cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, để giữ chân nhân tài cũng như đội ngũ lao động lành nghề, bên cạnh chế độ lương, thưởng hợp lý, các doanh nghiệp còn cần biết khơi lên, nuôi dưỡng mong muốn được gắn bó, cống hiến lâu dài của các thành viên thông qua phát triển những hệ giá trị văn hóa, tinh thần. Góp phần làm nên điều này, du lịch MICE được xác định là chìa khóa, xung lực mới để xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Đặc biệt, sau thời gian dài các hoạt động hội nghị, triển lãm bị gián đoạn do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, nhiều tổ chức, doanh nghiệp sẽ nói lại những sự kiện quan trọng đã bị trì hoãn trước đó. Các chuyến đi đào tạo kỹ năng, nâng cao năng lực, kỹ năng làm việc cho nhân viên hoặc những kỳ nghỉ khen thưởng cũng được xúc tiến, mở ra thời kỳ bùng nổ của du lịch MICE hậu đại dịch. Hơn nữa, trong điều kiện kinh tế còn nhiều khó khăn, việc lựa chọn những địa điểm MICE có giá cả phải chăng, dịch vụ ổn định, đa dạng như Thái Lan là một trong những lựa chọn hàng đầu của các thị trường MICE trên toàn thế giới.

4.2.2. Quản lý Nhà nước về hoạt động du lịch MICE

Yếu tố đầu tiên cần đề cập đến đó là sự ủng hộ của Chính phủ Thái Lan khi đặt việc phát triển du lịch MICE vào chiến lược phát triển quốc gia. Cùng với vai trò tích cực của Tổng cục Du lịch Thái Lan với các chiến lược “Amazing Thailand”, “Discover Thainess”, Cục Hội nghị và Triển lãm Thái Lan (TCEB) được thành lập từ năm 2002, là cơ quan chính phủ dưới sự giám sát của Thủ tướng Chính phủ, theo Nghị định Hoàng gia, trở thành cơ quan hàng đầu quảng bá MICE như một công cụ thúc đẩy phát triển kinh tế đất nước thông qua đổi mới nhằm tạo ra tăng trưởng và phân phối thu nhập cho tất cả các lĩnh vực có liên quan một cách bền vững. Bên cạnh vai trò của TCEB, tại Thái Lan còn có nhiều hiệp hội nghề nghiệp được thành lập có chức năng hỗ trợ trực tiếp và gián tiếp cho ngành công nghiệp dịch vụ MICE của Thái Lan như Hiệp hội Khen thưởng và Hội nghị Thái Lan (Incentive and Convention Association), Hiệp hội Triển lãm Thái Lan (Thai Exhibition Association), Hiệp

hội Khách sạn Thái Lan (Thai Hotels Association), Hiệp hội Hàng không Thái Lan (Thai Aviation Association). Ngoài ra, còn có các tổ chức hoặc hiệp hội quốc tế khác được thành lập để hỗ trợ các bên liên quan trong ngành MICE. Vai trò của họ bao gồm vận động hành lang và đại diện, thiết lập các quy tắc thực hành trong ngành và đặt ra các tiêu chuẩn tương thích để các nhà cung cấp dịch vụ tuân theo.

Vào ngày 01/6/2019, mục tiêu và phạm vi nhiệm vụ của TCEB đã được sửa đổi để phù hợp với trách nhiệm hiện tại, cụ thể như sau:

Thứ nhất: Thúc đẩy, hỗ trợ và phát triển việc tổ chức các cuộc họp, hội nghị, triển lãm và các sự kiện lớn ở Thái Lan theo tiêu chuẩn quốc tế.

Thứ hai: Đóng vai trò là trung tâm phổ biến, quảng bá và cung cấp thông tin hữu ích về việc tổ chức các cuộc họp, hội nghị, triển lãm và các sự kiện lớn ở Thái Lan cũng như các dịch vụ tư vấn về sự kiện tổ chức.

Thứ ba: Cung cấp kiến thức và tăng cường năng lực cho các cuộc họp, các hội nghị, triển lãm và sự kiện lớn. Các nhà điều hành kinh doanh và nhân sự trong các cơ quan công cộng và tư nhân thông qua các hội thảo và đào tạo nhằm phát triển kỹ năng và chuyên môn của họ theo tiêu chuẩn quốc tế, cũng như nâng cao nhận thức về bảo tồn tài nguyên môi trường và phát triển kinh tế xã hội bền vững.

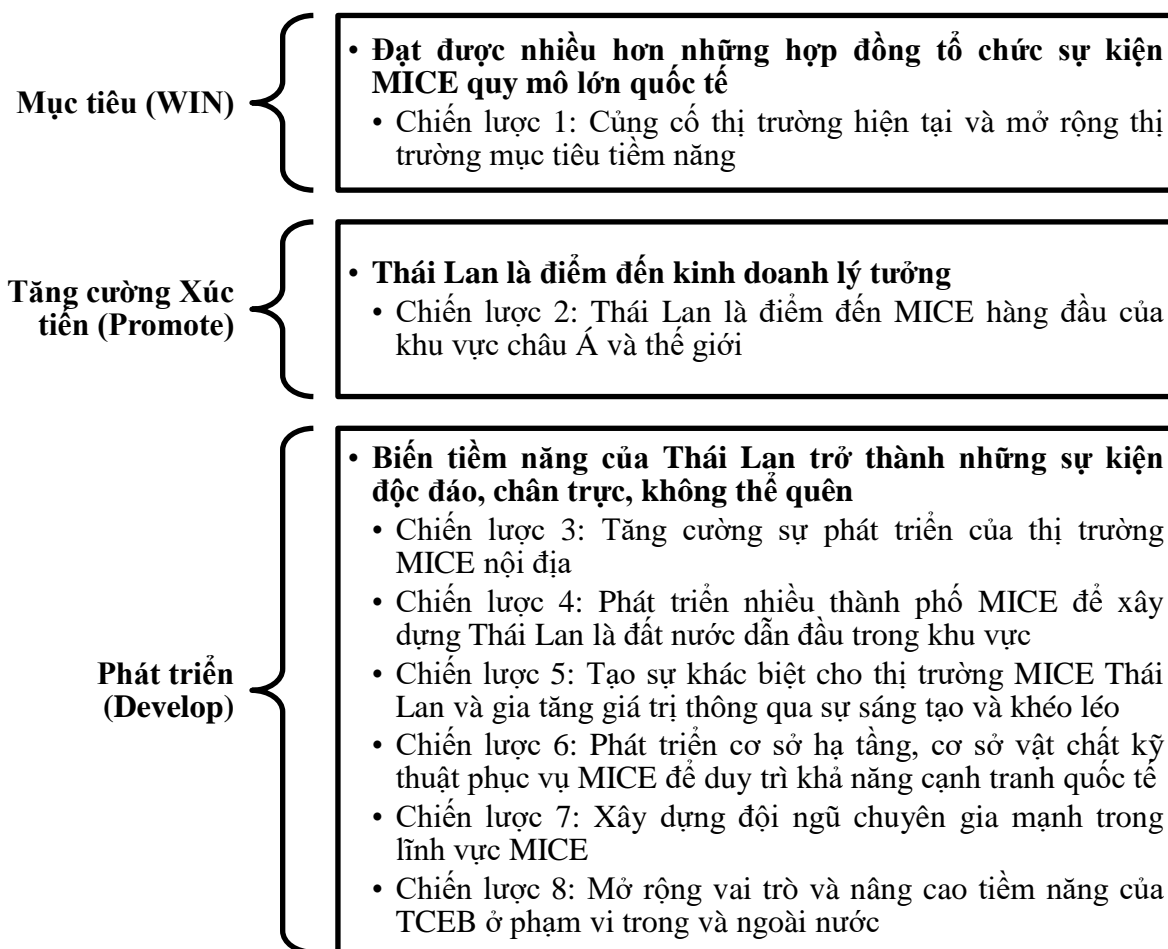
Thứ tư: Đại diện cho Thái Lan trong các đề xuất đấu thầu cho các tổ chức nước ngoài hoặc quốc tế muốn tổ chức các sự kiện kinh doanh quốc tế tại Thái Lan.

Thứ năm: Quảng bá hình ảnh tốt đẹp và nắm bắt các cơ hội cho đất nước, đồng thời đóng vai trò là trung tâm điều phối tạo điều kiện thuận lợi cho việc tổ chức các sự kiện kinh doanh tại Thái Lan cho các cơ quan khác.

Thứ sáu: Nhằm mục đích phát triển và nâng cao tiềm năng của đất nước để trở thành trung tâm quốc tế về tổ chức sự kiện kinh doanh.

Để thực hiện được những nhiệm vụ trên, ngành du lịch Thái Lan đã triển khai chiến dịch “Bầu trời mở” với chính sách đơn giản hóa thủ tục visa cho công dân các nước vào du lịch Thái Lan. Hiện nay, Thái Lan miễn visa cho 64 quốc gia và vùng lãnh thổ, với thời gian lưu trú cao nhất 90 ngày và ngắn nhất 14 ngày, phổ biến nhất là 30 ngày¹; từ 15/8/2023, thủ tục cấp visa cũng đơn giản hơn, giảm số lượng giấy tờ cần nộp cũng như giảm thời gian xử lý hồ sơ từ 14 ngày làm việc xuống còn 7 ngày. Công dân nước ngoài đến thăm Thái Lan với mục đích kinh doanh có thể dùng visa loại B có giá trị trong vòng 3 năm, mỗi chuyến công tác có thời gian không quá 90 ngày. Bên cạnh đó, TCEB đã xây dựng chiến lược phát triển MICE cho từng nhiệm kỳ 5 năm, cụ thể như sau:

¹ Đa phần công dân các quốc gia được miễn visa khi lưu lại Thái Lan không quá 30 ngày, trường hợp du khách đến Thái Lan qua các điểm nhập cảnh ở các nước tiếp giáp biên giới với Thái Lan thì sẽ được miễn visa trong thời hạn không quá 15 ngày, trừ công dân Malaysia được miễn visa nếu lưu trú không quá 30 ngày. Ngoài ra, Thái Lan còn kí hợp tác song phương với 1 số quốc gia về miễn visa cho công dân 1 số nước như Brazil, Hàn Quốc, Peru, Argentina, Chile trong trường hợp thăm Thái Lan không quá 90 ngày.



4.2.3. Các yếu tố tạo nên “Sức mạnh cứng và mềm”

Thứ nhất: Tác động của môi trường vĩ mô

Những năm gần đây, sự phát triển của thương mại Thái Lan là một nguồn lực chính cho thị trường MICE, là động lực cho sự phát triển ngành công nghiệp MICE Thái Lan. Theo chính sách phát triển công nghiệp 4.0 của Thái Lan, 10 ngành công nghiệp trọng điểm được chỉ định làm động lực tăng trưởng kinh tế mới đã tạo ra tiềm năng lớn hơn về cơ hội kinh doanh, sản phẩm mới, công nghệ mới và dịch vụ mới cho khách du lịch doanh nhân từ khắp nơi trên thế giới khai thác. Đó cũng chính là lý do trong thời gian gần đây Thái Lan thu hút được khá nhiều các sự kiện MICE liên quan đến cách mạng công nghiệp 4.0. Cùng với đó, chính phủ Thái Lan có chính sách hỗ trợ ngân sách để nâng cấp hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch MICE, tăng số lượng và chất lượng các điểm đến tham quan và nâng cao hệ thống dịch vụ. Sự hỗ trợ nhiều mặt của chính phủ chính là nền móng đầu tiên và vững chắc nhất cho sự “bứt phá” của ngành công nghiệp MICE tại Thái Lan.

Thứ hai: Dịch vụ MICE đẳng cấp

Theo kết quả khảo sát của TCEB (2022) được thực hiện tại 20 quốc gia trên thế giới, dịch vụ là yếu tố đầu tiên và quan trọng nhất (chiếm 30%), bao gồm một số khía cạnh như: 1) Tài nguyên du lịch đa dạng, hấp dẫn, đáp ứng nhu cầu của du khách quanh năm; 2) Lòng hiếu khách của người dân Thái Lan; 3) Năng lực, tính chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên (thông

qua khả năng ngôn ngữ, thao tác kỹ năng nghề nghiệp và giao tiếp); 4) Chất lượng dịch vụ; 5) Sự đa dạng và hoàn thiện của các dịch vụ ở nhiều cấp độ tạo ra nhiều giá trị và trải nghiệm cho du khách với sự tham gia của tất cả các bên liên quan trong hệ sinh thái MICE Thái Lan.

Theo đó, TCEB, các cơ quan chính phủ và các ban ngành liên quan luôn đồng hành để hướng dẫn và hỗ trợ doanh nghiệp triển khai hệ thống quản lý đáp ứng đòi hỏi cao của các tiêu chuẩn quốc tế để đạt được chứng nhận nhằm đạt tới mục tiêu "phủ sóng" dịch vụ MICE chất lượng cao trên toàn Thái Lan. Có gần 400 địa điểm phục vụ MICE đã đạt tiêu chuẩn THAILAND và ASEAN trên khắp Thái Lan, trong đó có 10 thành phố được công bố là thành phố MICE gồm Bangkok, Pattaya, Chiang Mai, Phuket, Phitsanulok, Khon Kaen, Udon Thani, Nakhon Ratchasima, Surat Thani và Songkhla. Du khách đến Thái Lan sẽ được hưởng chính sách hoàn thuế VAT mức 7% đối với những hàng hóa mua tại các cửa hàng có treo biển "VAT refund". Đồng thời, Thái Lan xây dựng 7 chủ đề MICE ấn tượng để đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách khắp nơi trên thế giới gồm: Lịch sử và văn hóa; Hành trình thú vị (kết hợp cung cấp các hoạt động sôi nổi gắn liền với khung cảnh thiên nhiên và cơ hội trải nghiệm văn hóa với người dân địa phương); Team Building; Sự kiện xanh và trách nhiệm xã hội; Bãi biển hạnh phúc; Sang trọng, đẳng cấp; Ẩm thực và chăm sóc sức khỏe (TCEB, 2021). Các chủ đề trên được lựa chọn phát triển nhằm mục đích định hướng phát triển cụ thể những "Điểm đến **phải thăm**", "Hoạt động **phải làm**", "Sản phẩm **phải mua**" và "Món ăn **phải nếm**" khi đến Thái Lan.

Đặc biệt, Thái Lan xây dựng những "phép thuật" (magic) nhằm tạo ra và hoàn thiện hệ thống sản phẩm, dịch vụ MICE, bao gồm:

- Phép thuật công nghệ (Technology magic): Cung cấp trải nghiệm các công nghệ mới nhất cho du khách trong trạng thái bình thường mới: dịch vụ trực tuyến, sự kiện ảo, siêu dữ liệu tương lai, giải pháp công nghệ thông minh, thị trường MICE điện tử...

- Phép thuật Kết nối (Hub magic): Là trung tâm kinh doanh của khu vực, tiềm năng kinh tế của Thái Lan đã được nâng cao nhờ kế hoạch mở rộng mạng lưới hậu cần và vận tải cho Hành lang kinh tế phía Đông (EEC) và xa hơn nữa. Với việc tăng cường đầu tư vào 12 ngành công nghiệp chiến lược, trong đó có nông nghiệp thông minh, robot, công nghệ sinh học và hàng không, Thái Lan sẵn sàng tiếp sức cho khu vực trong tương lai.

- Phép thuật từ sự kỳ diệu, hấp dẫn của văn hóa địa phương (Magic of Local Charm): Sự hỗ trợ mạnh mẽ dành cho cộng đồng địa phương đã dẫn đến sự nở rộ của hàng thủ công và văn hóa ở Thái Lan - mang đến cho các nhà lập kế hoạch MICE nhiều lựa chọn hơn để làm phong phú thêm trải nghiệm của du khách và nâng cao các sự kiện của họ mang đậm dấu ấn địa phương. "7 chủ đề MICE ấn tượng" không thể bắt chước của Vương quốc và 10 thành phố MICE cũng như các điểm tham quan lân cận cho phép các nhà quy hoạch thiết kế một hành trình chân thực và đa diện hơn, thể hiện một cách toàn diện linh hồn của Thái Lan.

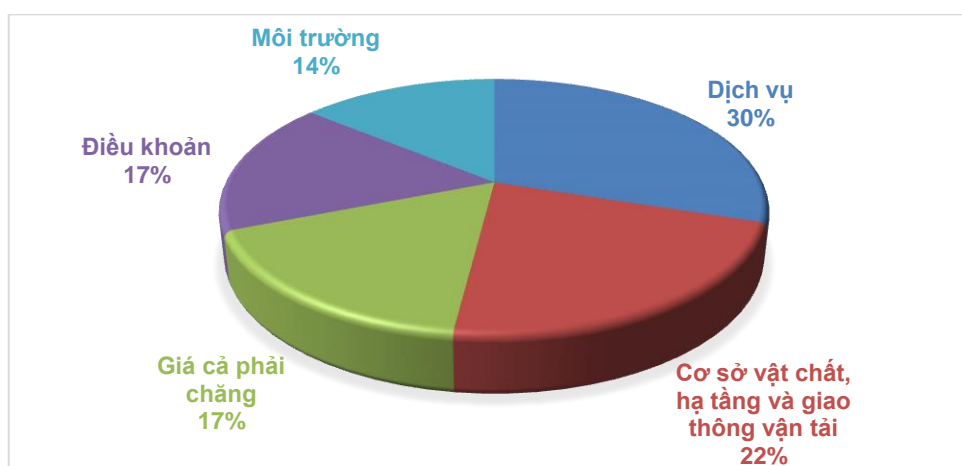
- Phép thuật của sự bền vững (Magic of Sustainability): Với cam kết mạnh mẽ về tính bền vững, Thái Lan đã áp dụng mô hình BCG (Bio-Circular-Green) để phát triển kinh tế. Các chuyên gia MICE của Thái Lan có ý tưởng và nguồn lực để giúp các nhà lập kế hoạch tổ chức các sự kiện bền vững hơn, bằng cách sử dụng máy tính lượng tử để theo dõi các

quy trình, xem xét các thông số cho một sự kiện trung hòa carbon và đưa ra các chiến lược hướng tới kết quả không có carbon.

- Phép thuật Bleisure: Là một trong những điểm đến MICE hấp dẫn nhất thế giới, Thái Lan mang đến những hành trình Bleisure có một không hai tại nhiều địa điểm ngắm cảnh khác nhau trên khắp đất nước. Các hoạt động hấp dẫn và nền văn hóa hấp dẫn sẽ đáp ứng cả hai yếu tố kinh doanh và giải trí trong các sự kiện MICE của du khách.

- Phép thuật Chân thành (the Heartfelt magic): Sự ấm áp, chân thành là những điều du khách cảm nhận được ở mọi điểm tiếp xúc bất cứ khi nào, ở đâu ở Thái Lan. Dịch vụ một cửa trực tuyến, dịch vụ làn đường MICE tại sân bay, tính linh hoạt và lòng hiếu khách nổi tiếng thế giới chỉ là một số tiêu chuẩn dịch vụ tốt nhất mà lực lượng lao động MICE Thái Lan mang đến điều kỳ diệu đó [8].

Bảng 4: Các yếu tố quan trọng trong việc lựa chọn điểm đến MICE Thái Lan của du khách



Thứ ba: Hệ thống cơ sở vật chất, hạ tầng và giao thông vận tải

Thái Lan có 6 sân bay quốc tế; hơn 20 cửa khẩu quốc tế đường bộ tiếp giáp với Malaysia, Lào, Myanmar, Campuchia; 17 cảng biển nước sâu quốc tế (Siam Shipping, 2023); cùng gần 5.000km đường sắt nối liền từ Noong Khai (Lào) về Bangkok và từ Bangkok đi Malaysia, tất cả là điều kiện đặc biệt thuận lợi giúp du khách có thể tiếp cận đến Thái Lan một cách dễ dàng và nhanh chóng.

Bí quyết thành công của Thái Lan không chỉ là cơ sở hạ tầng và đầu mối giao thông tốt mà còn có đầy đủ các cơ sở tổ chức được tất cả các loại hình dịch vụ liên quan đến thị trường du lịch MICE. Với phương châm tạo thuận lợi tối đa cho du khách từ lúc đặt chân tới đến lúc rời khỏi Thái Lan, “hệ sinh thái MICE” quần tụ quanh các trung tâm tổ chức sự kiện lớn, các khách sạn, resort 5 sao tại Bangkok, Pattaya và những vùng ngoại vi cách thủ đô trong bán kính 2 - 3 giờ di chuyển bằng xe hơi trên hệ thống cao tốc đồng bộ. Tham gia MICE còn có các hãng bay lớn trên khắp thế giới với những ưu đãi về giá vé, cân nặng hành lý, hay những dịch vụ riêng như lối đi làm thủ tục rút ngắn. Thái Lan cũng tổ chức các chiến dịch như “MICE Thailand Signature” với 262 cửa hàng trên toàn quốc dành mức chiết khấu tới 30%

cho du khách MICE. Rõ ràng, Thái Lan đặc biệt quan tâm đến sự liên kết phát triển, xây dựng một hệ sinh thái tạo nên chuỗi giá trị với sự tích hợp nhiều ngành nghề, nhiều doanh nghiệp, nhiều hạng mục kinh doanh trong ngành công nghiệp MICE.

Thứ tư: An toàn và bảo mật

Yếu tố an toàn và bảo mật, tuân thủ các quy tắc và quy định (rules & regulations) được coi là khía cạnh cơ bản then chốt đối với các công ty MICE khi giới thiệu điểm đến cho khách hàng. Thái Lan đáp ứng và vượt nhiều nguyên tắc an toàn ICE quốc tế và tiêu chuẩn MICE, như: Tiêu chuẩn địa điểm MICE Thái Lan (TMVS), Tiêu chuẩn địa điểm MICE ASEAN (AMVS) và Tiêu chuẩn quản lý sự kiện bền vững Thái Lan (TSEMS). Điều này đảm bảo an toàn, bảo mật cho cả người tổ chức sự kiện MICE cũng như người tham dự.

Thứ năm: Giá cả xứng tầm

Song song với đó là yếu tố giá cả được đánh giá rất xứng với chi phí mà du khách phải bỏ ra (bao gồm chi phí thuê địa điểm, lưu trú, vận chuyển, ăn uống, vui chơi giải trí, mua sắm và các dịch vụ bổ sung khác); đây là yếu tố quyết định lớn đến việc lựa chọn địa điểm tổ chức sự kiện MICE của phần đông du khách, đặc biệt trong thời điểm nền kinh tế toàn cầu chưa hoàn toàn phục hồi, nhiều công ty cắt giảm chi tiêu cho các sự kiện MICE.

Thứ sáu: Môi trường lý tưởng

Môi trường được đề cập đến không chỉ ở khía cạnh môi trường sinh thái tự nhiên xanh, sạch, đẹp mà còn ở yếu tố “quốc tế” với sự đa dạng các nền văn hoá từ nhiều quốc gia trên thế giới đều có mặt tại các địa điểm tổ chức MICE ở Thái Lan; đặc biệt là môi trường hợp tác, kinh doanh MICE lý tưởng mà Chính phủ Thái Lan đã tạo ra.

Để xây dựng được môi trường đó, TCEB đã xây dựng kế hoạch hợp tác toàn diện với các đối tác liên quan. Quan hệ hợp tác được thiết lập trên mọi cấp độ, giữa các đơn vị cung cấp dịch vụ hỗ trợ MICE với nhau, giữa chính phủ với các đơn vị tổ chức, giữa chính phủ Thái Lan với chính phủ các nước khác và giữa chính phủ và công chúng. Các điểm tham quan MICE tạo ra sự quan tâm quốc tế bằng cách tạo việc làm, xây dựng mối quan hệ kinh doanh và cho phép tiếp cận các ý tưởng và công nghệ mới.

Ở cấp độ địa phương, các hoạt động MICE có thể tăng cường đầu tư vào cơ sở hạ tầng du lịch địa phương và tạo ra doanh thu cho nền kinh tế địa phương. Đặc biệt trong mùa giảm giá, các sự kiện MICE đóng vai trò tích cực trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ, chia sẻ lợi ích cho các bên tham gia. Ngoài ra, Thái Lan tổ chức bán và quản lý các cơ hội tài trợ và hợp tác cho nhiều chủ sở hữu bản quyền, đồng thời làm việc với nhiều thương hiệu hàng đầu thế giới để tìm kiếm và thu hút các nguồn tài trợ cũng như quan hệ đối tác phù hợp để họ tối đa hóa quyền lợi và doanh thu.

4.3. Bài học kinh nghiệm cho phát triển du lịch MICE ở Thanh Hóa

Thái Lan và Việt Nam là những quốc gia thuộc khu vực Đông Nam Á được thiên nhiên ưu đãi những tài nguyên tự nhiên cùng hệ thống di sản văn hóa truyền thống hết sức phong phú, độc đáo, hấp dẫn. Thời gian qua, cả Thái Lan và Việt Nam đều là những điểm đến du lịch được yêu thích, thuộc top 4 quốc gia trong khu vực thu hút được nhiều khách quốc tế nhất cùng với Singapore và Malaysia; là địa điểm để du khách khắp nơi trên thế giới cân nhắc, quyết định lựa

chọn trong hành trình khám phá, trải nghiệm. Bên cạnh những lợi thế vốn có, để đạt được những thành tựu như Thái Lan, đặc biệt trong lĩnh vực du lịch MICE, có nhiều điều du lịch Việt Nam và Thanh Hóa cần tìm hiểu, học hỏi.

Thứ nhất: Nêu cao nhận thức về tầm quan trọng của MICE trong ngành dịch vụ du lịch nói riêng và nền kinh tế địa phương nói chung. Rõ ràng, MICE là phương thức rất hiệu quả để các doanh nghiệp đạt được mục tiêu kinh doanh; các đơn vị tổ chức du lịch MICE có cơ hội thu về những khoản lợi nhuận đáng kể từ hướng kinh doanh này; MICE cũng là con đường nhanh và rất hiệu quả để phát triển ngoại giao văn hoá, gia tăng sức mạnh mềm, khẳng định vị thế của quốc gia, địa phương. Hiện nay, Thanh Hóa có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch MICE, do đó, sản phẩm du lịch này cần được xem xét, tạo mọi điều kiện thuận lợi để đầu tư phát triển như một sản phẩm mang tính chiến lược trở thành sản phẩm chủ đạo thứ tư của địa phương cùng với du lịch biển, du lịch sinh thái cộng đồng, du lịch văn hóa tâm linh để phát huy tối đa mọi nguồn lực, hướng tới mục tiêu phát triển du lịch xứ Thanh suốt bốn mùa. Tiêu chuẩn quốc gia về địa điểm tổ chức MICE và các tiêu chuẩn MICE ASEAN áp dụng đối với các hạng mục khác nhau cần được phổ biến, tập huấn rộng rãi tới tất cả các bên liên quan nhằm từng bước nâng cao hiểu biết và chuẩn hóa chất lượng dịch vụ phục vụ khách MICE.

Thứ hai: Tận dụng tối đa mọi điều kiện sẵn có, tăng cường khả năng sáng tạo, tạo mọi điều kiện cho quá trình đồng tạo giá trị sản phẩm dịch vụ du lịch trong hệ sinh thái nhằm xây dựng mô hình 7As, góp phần xây dựng một điểm đến MICE lý tưởng:

- *Attraction:* Lựa chọn những điểm hấp dẫn du khách (tài nguyên du lịch) có vị trí thuận lợi trong kết nối với các địa điểm tổ chức MICE để đầu tư, phát triển có trọng tâm trọng điểm thành điểm đến ấn tượng, mang đậm dấu ấn bản sắc địa phương với những trải nghiệm đáng nhớ cho du khách.

- *Accessibility:* Giao thông thuận lợi, xây dựng chính sách đặc thù cho khách du lịch MICE khi đến Thanh Hóa bằng đường hàng không và đường sắt. Trên cơ sở chính sách chung của Chính phủ Việt Nam đề đề xuất xây dựng chính sách hấp dẫn, linh hoạt về thị thực, về giá vé phương tiện giao thông và các gói dịch vụ MICE.

- *Affordability:* Giá cả dịch vụ phải chăng, tương ứng với những gói dịch vụ mà du khách lựa chọn.

- *Available package:* Dễ dàng trong việc kết nối, xây dựng các gói sản phẩm, dịch vụ, các tour, tuyến du lịch.

- *Ancillary:* Tăng cường bổ sung các tiện ích và dịch vụ; chú ý phát triển sản phẩm, dịch vụ về đêm.

- *Accommodation:* Cơ sở lưu trú đáp ứng công suất sử dụng và tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ khắt khe của khách du lịch MICE.

- *Activities:* Các hoạt động trải nghiệm, hỗ trợ trong chuyến du lịch công vụ góp phần tạo ấn tượng khó quên về văn hóa vùng đất, vùng người nơi được lựa chọn tổ chức sự kiện.

Thứ ba: Văn hóa bản địa là yếu tố cốt lõi, là chủ đề cảm hứng cho mọi ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ MICE; đồng thời đó là điểm khác biệt của mỗi địa phương, là lý do lựa chọn, là yếu tố động lực hấp dẫn đối với khách du lịch MICE. Sự độc đáo, khác biệt đó cần được

thống nhất trong mọi sản phẩm, dịch vụ như là điểm nhấn góp phần định vị hình ảnh địa phương trong lòng du khách. Thái Lan cùng với các quốc gia khác trong khu vực như Singapore, Trung Quốc, Hàn Quốc, Hong Kong, Macao, Malaysia... đã rất thành công trong việc khai thác các giá trị văn hóa gắn với hoạt động sáng tạo khi quan tâm dành nhiều đầu tư về tài chính cũng như công nghệ hiện đại, ứng dụng đồng bộ 3 phương thức gồm Tái hiện, Mô phỏng và Thuyết minh sản phẩm trong việc xây dựng và quảng bá hình ảnh điểm đến thông qua các sản phẩm du lịch văn hóa như các làng nghề truyền thống, các bảo tàng văn hóa, di tích lịch sử, đặc sản và ẩm thực địa phương... Đây là những sản phẩm du lịch có tính nghệ thuật sáng tạo cao và sức thu hút rất lớn đối với du khách. Song song với đó là công tác xúc tiến, quảng bá hình ảnh địa phương cần được chú trọng, thúc đẩy hơn nữa để hình ảnh điểm đến du lịch Thanh Hóa trở nên gần gũi hơn nữa với du khách trong và ngoài nước; để Thanh Hóa trở thành điểm đến với các sản phẩm must be/see/visit, must do, must buy, must taste... của mọi phân khúc khách hàng.

Thứ tư: Một trong những yếu tố quan trọng tạo ấn tượng và góp phần quan trọng cho thành công của MICE Thái Lan đó chính là “con người”. Trong khi đó tại Thanh Hóa, nguồn nhân lực lại là một trong những điểm yếu, là điểm nghẽn cho phát triển du lịch MICE. Do đó, việc chú trọng đào tạo, bồi dưỡng, sử dụng nguồn nhân lực MICE một cách hợp lý là rất cần thiết, áp dụng một cách đồng bộ từ cơ quan quản lý nhà nước về du lịch các cấp; đội ngũ lãnh đạo, quản lý, nhân viên trong các khách sạn, khu nghỉ dưỡng và nhiều đối tượng khác có liên quan như hải quan, công ty lữ hành, cơ sở mua sắm, công ty vận tải hành khách, đội ngũ hướng dẫn viên du lịch suốt tuyến và tại điểm... Theo đó, Bộ Tiêu chuẩn quốc gia về du lịch MICE và Bộ Tiêu chuẩn MICE ASEAN cần sớm được phổ biến áp dụng một cách sâu rộng nhằm nâng cao nhận thức, hiểu biết; tạo sự thống nhất trong tiêu chuẩn chất lượng phục vụ khách du lịch MICE. Hơn nữa, cần đặc biệt chú trọng đến việc đào tạo, bồi dưỡng năng lực giao tiếp bằng ngoại ngữ (ít nhất bằng tiếng Anh) cho đội ngũ nhân sự quản lý và tiếp xúc, giao lưu trực tiếp với khách.

5. Thảo luận

Để có thể vận dụng những bài học kinh nghiệm về phát triển du lịch MICE tại Thái Lan vào phát triển du lịch MICE cho Thanh Hóa trên cơ sở những đề xuất trong bài viết này, chúng tôi thiết nghĩ, chính quyền địa phương cần tổ chức các hội thảo, hội nghị để tham vấn ý kiến các chuyên gia, nhà quản lý và doanh nghiệp du lịch hàng đầu Việt Nam về các vấn đề có liên quan đến phát triển du lịch MICE của tỉnh nhà. Bên cạnh đó, tỉnh cũng cần đánh giá thực trạng và đưa ra dự báo phát triển của thị trường khách du lịch MICE; đưa ra các chính sách khuyến khích và hỗ trợ sự phát triển đồng bộ cũng như kết nối giữa các dịch vụ phục vụ khách MICE; đẩy mạnh hoạt động cung cấp thông tin du lịch, hoạt động truyền thông, xây dựng hình ảnh du lịch MICE của Thanh Hóa...

6. Kết luận

Du lịch MICE đang là một xu thế đầy triển vọng ở Việt Nam. Thanh Hóa là điểm đến lý tưởng để tổ chức du lịch MICE phục vụ du khách trong nước và quốc tế. Để khai thác du lịch MICE tại Thanh Hóa hiệu quả, tương xứng với tiềm năng thế mạnh, một trong những việc cần

thiết của các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch của tỉnh Thanh Hóa cần quan tâm đó là công tác đào tạo đội ngũ nhân lực, dự báo số lượng du khách, tiếp thị điểm đến và đầu tư cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động kinh doanh du lịch. Thông qua bài viết, nhóm tác giả hy vọng và tin tưởng loại hình du lịch MICE tại Thanh Hóa sẽ có những khởi sắc, kết quả tốt góp phần phát triển ngành du lịch của Thanh Hóa trong những năm tiếp theo.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Nguyễn Thị Ngọc Cẩm (2009), *Thực trạng và định hướng phát triển du lịch công vụ ở Thừa Thiên Huế*, Tạp chí Khoa học Đại học Huế, số 51 (2009), tr. 37 - 46.
- [2]. Hà Nam Khánh Giao và cộng sự (2014), *Các nhân tố tác động đến sự phát triển du lịch MICE tại Thành phố Đà Lạt*, Tạp chí Phát triển kinh tế, số 51 (2014), tr. 91 - 110.
- [3]. Nguyễn Việt Hoàng (2016), *Giải pháp cho phát triển du lịch MICE tại Thanh Hóa*, Tạp chí khoa học Đại học Hồng Đức, số 28 (2016), tr. 63 - 74.
- [4]. Kerdpitak, C. (2019). The Influence of Destination Attributes on the MICE Tourism Industry in Bangkok, Thailand. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10 (1), tr. 76 - 98.
- [5]. Kim, B., Dimitrios, B., Alessandro, I. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), tr. 108 - 124.
- [6]. Siam Shipping. (2023, Sep 10). *Siam Shipping*. Retrieved from Ports in Thailand: <https://siam-shipping.com/thailand-asia/ports-thailand/>
- [7]. TCEB. (2021). *Thailand 7 MICE Magnificent Themes*. Bangkok.
- [8]. TCEB. (2023). *Meet the magic of MICE in Thailand*. Bangkok.
- [9]. TCEB. (2023). *Thailand Convention and Exhibition Bureau*. Retrieved September 08, 2023, from TCEB survey: Thailand ranked as Number One Destination for MICE and Most Preferred Choice for Revisit MICE Destination: <https://www.businesseventsthailand.com/en/press-media/news-press-release/detail/841-tceb-survey-thailand-ranked-as-number-one-destination-for-mice-and-most-preferred-choice-for-revisit-mice-destination>.
- [10]. VTR. (2018, Sep 21). Tạp chí *Du lịch Việt Nam*. Retrieved Sep 10, 2023, from Phát triển nhân lực chất lượng cao cho du lịch MICE Quảng Ninh: <https://vtr.org.vn/phan-trien-nhan-luc-chat-luong-cao-cho-du-lich-mice-quang-ninh.html>

DU LỊCH MICE THÁI LAN VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE TẠI THANH HÓA

Nguyễn Việt Hoàng^a

Vũ Văn Tuyền^b

^aSở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Email: hoangnv.svhttdl@gmail.com

^bTrường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Email: vuvantuyen@dvttdt.edu.vn

Ngày nhận bài: 02/01/2024

Ngày phản biện: 04/01/2024

Ngày tác giả sửa: 08/01/2024

Ngày duyệt đăng: 26/01/2024

Ngày phát hành: 31/01/2024

Nằm ở vị trí trung tâm của khu vực Đông Nam Á, Thái Lan có lịch sử, văn hóa lâu đời, được mệnh danh như “thiên đường du lịch” ở châu Á. Bên cạnh điều kiện thời tiết thuận lợi với nhiều vùng khí hậu khác nhau, nhiều kiểu địa hình là cơ sở để hình thành những tài nguyên du lịch tự nhiên rất hấp dẫn. Đồng thời, Thái Lan còn có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và cơ sở hạ tầng đáp ứng được yêu cầu của ngành dịch vụ du lịch MICE trong nước và quốc tế. Cùng với hệ thống cơ sở vật chất, hạ tầng và giao thông vận tải hiện đại, chiến lược phát triển rõ ràng và hệ thống dịch vụ MICE “đẳng cấp” đã đưa Thái Lan trở thành một trong những lựa chọn hàng đầu của các thị trường MICE trên toàn thế giới. Nghiên cứu kết quả đạt được từ việc khai thác, kinh doanh loại hình du lịch MICE tại Thái Lan sẽ rút ra một số bài học kinh nghiệm cho việc phát triển loại hình du lịch MICE tại Thanh Hóa, địa phương có nhiều tiềm năng, thế mạnh để phát triển loại hình du lịch MICE.

Key words: MICE tourism; Thailand tourism; TCEB