

Giá trị du lịch đặc thù mang lại qua việc lồng ghép mô hình MICE: trường hợp nghiên cứu ở Đắk Lắk, Việt Nam

Đăng Thị Mỹ Ngọc*

Viện Công nghệ Việt - Nhật (VJIT), Trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh (HUTECH)

*Email: dtm.ngoc@hutech.edu.vn

Tóm tắt

Bài viết dựa trên khảo sát và dữ liệu được thu thập trong thời gian gần đây phân tích giá trị của du lịch đặc thù khi lồng ghép mô hình MICE (Hội họp, Khen thưởng, Hội nghị, Triển lãm) vào chiến lược phát triển du lịch tại Đắk Lắk, một tỉnh có tiềm năng du lịch lớn song vẫn chưa được khai thác triệt để. Thông qua việc áp dụng mô hình MICE, Đắk Lắk phát huy lợi thế cả về du lịch sinh thái, văn hóa và cộng đồng, thu hút khách quốc tế và nội địa, đồng thời mang lại hiệu quả kinh tế. Ngoài ra, mô hình này còn đóng góp vào phát triển cơ sở hạ tầng, nâng cao chất lượng dịch vụ và thúc đẩy sự liên kết vùng, mở ra hướng tiếp cận tiềm năng cần được kiểm chứng thêm qua các khảo sát thực địa, phân tích chính sách và mô hình thử nghiệm. Để thực hiện chiến lược trong phát triển du lịch bền vững, Đắk Lắk xúc tiến đẩy mạnh cải thiện hạ tầng, đào tạo nguồn nhân lực, ứng dụng công nghệ, tăng cường phối hợp liên vùng và xây dựng chiến lược quảng bá tăng cường.

Nhận 14/05/2025
Được duyệt 09/08/2025
Công bố 30/09/2025

Từ khóa
Đắk Lắk, du lịch đặc thù, liên kết vùng, MICE, phát triển bền vững

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Bối cảnh và vấn đề nghiên cứu

Du lịch khu vực Tây Nguyên được xem là một trong những chủ đề trọng điểm trong các hội thảo phát triển du lịch quốc gia. Theo “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” ban hành kèm theo Quyết định số 2473/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, Tây Nguyên được xác định là vùng có tiềm năng lớn để phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù, đóng vai trò quan trọng trong việc đa dạng hóa loại hình du lịch tại Việt Nam. Trong đó, tỉnh Đắk Lắk được mệnh danh là thủ phủ cà phê, đã và đang thu hút sự quan tâm đáng kể từ du khách trong và ngoài nước thông qua các sự kiện thường niên, tiêu biểu là lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột. Sự kiện này không chỉ quảng bá sản phẩm cà phê mà còn lan tỏa giá trị văn hóa bản địa, đặc biệt tại không gian Bảo tàng Thế giới Cà phê, một công trình kiến trúc biểu tượng cho ngành cà phê Việt Nam [1]. Bên cạnh các giá trị văn hóa-lễ hội, Đắk Lắk còn nổi bật với các điểm đến thiên nhiên hoang dã đặc sắc, tiêu biểu là cụm ba thác nước Dray Sap, Dray Nur và Gia Long nằm trên sông Sêrêpôk, xã Dray Sáp, huyện Krông Ana; Vườn quốc gia Chư Yang Sin với hệ sinh thái nguyên sinh đa dạng thuộc địa bàn huyện Lắk và Krông Bông; và Vườn quốc gia Yok Đôn, nơi bảo tồn hệ động thực vật đặc hữu của rừng nhiệt đới Tây Nguyên. Văn hóa bản địa cũng là điểm nhấn quan trọng, thể hiện rõ nét qua không gian sinh hoạt truyền thống của đồng bào Ê-đê và M'Nông. Những buôn làng như

Ako Dhong (phía Bắc thành phố Buôn Ma Thuột), Buôn Jun và Buôn Lê (huyện Lắk) vẫn bảo tồn hình thức nhà sàn truyền thống, kết hợp với trải nghiệm âm nhạc, ẩm thực đặc trưng của các dân tộc thiểu số. Đặc biệt, các công trình kiến trúc tôn giáo như nhà thờ Thánh Tâm nhà thờ chính tòa Giáo phận Buôn Ma Thuột, là ví dụ điển hình cho sự giao thoa giữa kiến trúc phương Tây và hình thức nhà dài của người Ê-đê. Đồng thời, Bảo tàng tỉnh Đắk Lắk, với thiết kế mô phỏng kiến trúc nhà dài truyền thống, là nơi lưu giữ và tái hiện giá trị văn hóa, tri thức bản địa của cộng đồng cư dân bản địa.

Trong Tác động của du lịch đến ô nhiễm môi trường: Bằng chứng bổ sung từ Malaysia, Singapore và Thái Lan (Effect of Tourism on Environmental Pollution: Further Evidence from Malaysia, Singapore, and Thailand) [2] nhắc đến du lịch có tác động đáng kể đến sự tiến bộ của xã hội và sự phát triển của các nền kinh tế. Và trong bối cảnh toàn cầu hóa du lịch, việc phát triển các sản phẩm du lịch gắn với tài nguyên đặc hữu như văn hóa dân tộc thiểu số, lễ hội truyền thống, cảnh quan thiên nhiên độc đáo và di sản tri thức bản địa trở thành một chiến lược ưu tiên tại nhiều địa phương.

Du lịch đặc thù đóng vai trò quan trọng trong việc khai thác các giá trị văn hóa, sinh thái và bản sắc địa phương nhằm tạo ra sự khác biệt và nâng cao sức cạnh tranh của điểm đến. Tuy nhiên, du lịch đại trà đang gây ra những tác động tại nhiều điểm đến. Nhận diện những xu thế

thị trường để bắt kịp nhu cầu thị hiếu của khách hàng nhằm tạo những điểm mới mà vẫn giữ được nét văn hoá đặc thù của từng điểm đến trong du lịch. Đó luôn là sự mong mỏi của nhà hoạch định chiến lược trước cũng như kể từ sau đại dịch Covid 19. Tại thời điểm mà ngành du lịch đang cần nhanh chóng hồi phục, mô hình du lịch MICE: Meeting (Hội họp), Incentive (Khen thưởng), Convention (Hội nghị), Exhibition (Triển lãm) lồng vào các tài nguyên du lịch, không chỉ góp phần gia tăng lượng khách có sức chi tiêu cao mà còn tạo động lực nâng cao chất lượng hạ tầng, dịch vụ và khả năng tổ chức sự kiện tại địa phương [3]. Khi được lồng ghép một cách phù hợp, MICE có thể trở thành chất xúc tác giúp lan tỏa giá trị của du lịch đặc thù, từ đó thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa và quảng bá hình ảnh địa phương một cách hiệu quả.

Tại Đắk Lắk, vùng đất giàu bản sắc văn hóa Tây Nguyên và tiềm năng thiên nhiên đa dạng, việc kết hợp du lịch đặc thù với mô hình MICE được xem là hướng đi chiến lược. Các sự kiện lớn như Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột, hội thảo xúc tiến đầu tư-du lịch, hay các triển lãm chuyên đề đang dần trở thành công cụ hữu hiệu để lan tỏa hình ảnh địa phương, đồng thời tạo ra các chuỗi giá trị bền vững trong phát triển du lịch.

Bài viết dựa trên khảo sát và dữ liệu được thu thập trong thời gian gần đây, phản ánh hiện trạng và tiềm năng phát triển hiện tại, đánh giá giá trị du lịch đặc thù tại Đắk Lắk, tích hợp mô hình MICE với các nguồn tài nguyên du lịch đặc thù của vùng Tây Nguyên để nâng cao hiệu quả khai thác du lịch và phát triển kinh tế địa phương, cũng như khuyến nghị nhằm cải thiện công tác quản lý marketing cho các tổ chức quản lý trong việc gia tăng giá trị và sức hút cho Đắk Lắk như một điểm đến mới trong ngành công nghiệp không khói.

2. Nền tảng lý thuyết và thực tiễn tại địa phương

Đắk Lắk sở hữu nguồn “nguyên liệu” tự nhiên và văn hóa phong phú như cảnh quan thiên nhiên, di tích lịch sử, và văn hóa truyền thống, những yếu tố có thể khai thác để phát triển thành các sản phẩm du lịch đặc thù, từ các khu du lịch, bảo tàng đến các tour trải nghiệm như cưỡi voi hay thưởng thức rượu cần. Theo định nghĩa của từ điển [4] “tài nguyên du lịch”, kankou shigen (観光資源) được hiểu là những yếu tố đóng vai trò nền tảng và hỗ trợ cho sự phát triển của ngành công nghiệp du lịch. Điều này cho thấy Đắk Lắk không chỉ có tiềm năng về mặt tài nguyên mà còn hội đủ điều kiện để phát triển các hình thức du lịch đặc thù gắn với giá trị văn hóa-tự nhiên. Khái niệm “tài nguyên du lịch” được sử dụng rộng rãi, bao hàm cả hai khái niệm “tài nguyên” (*resources*) yếu tố cấu thành điểm thu hút du

lịch (nguồn lực, tài nguyên), “điểm tham quan” (*attractions*) đối tượng cụ thể thu hút du khách. Cùng với sự đa dạng hóa hiện tượng du lịch và sự mở rộng về mặt xã hội, những gì được gọi là “tài nguyên du lịch” cũng đang ngày càng trở nên đa dạng [5].

Du lịch đặc thù: Special Interest Tourism (SIT) là một khái niệm trong ngành du lịch, dùng để chỉ các hình thức du lịch được phát triển dựa trên những tài nguyên, nhu cầu hoặc đặc điểm riêng biệt, chuyên sâu, không mang tính đại trà, và thường gắn liền với một nhóm đối tượng cụ thể, một vùng lãnh thổ nhất định, hoặc một chủ đề cụ thể [6]. Hình thức du lịch được định hướng bởi sở thích và nhu cầu đặc thù của du khách, mang tính trải nghiệm cá nhân sâu sắc và không đại trà [7]. Trong giáo trình *Quản trị kinh doanh lữ hành* có đề cập đến các loại hình du lịch theo sở thích riêng như du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch mạo hiểm,... với bản chất chính là du lịch đặc thù [8]. Sản phẩm du lịch đặc thù là sản phẩm du lịch mang tính khác biệt, độc đáo và đặc sắc so với sản phẩm du lịch thông thường nhằm thu hút du khách, mở rộng thị trường du lịch, khai thác tốt các tài nguyên du lịch, các tiềm năng, lợi thế của địa phương để phát triển du lịch một cách bền vững.

Định nghĩa của UNWTO (Tổ chức Du lịch Thế giới Liên Hợp Quốc) cho rằng “khách du lịch” là người di chuyển khỏi nơi cư trú trong thời gian từ 24 giờ trở lên và quay lại sau thời gian dự tính, với mục đích tham quan, giải trí, công tác, thăm người thân, về quê ... Định nghĩa này mở rộng phạm vi hoạt động du lịch, không chỉ giới hạn ở tham quan mà còn bao gồm nhiều mục đích khác, lý giải sự phổ biến của thuật ngữ “tourism” thay vì “du lịch” theo nghĩa truyền thống [9]. Từ đó, có thể thấy rằng việc hiểu rõ khái niệm “tài nguyên du lịch” và các yếu tố liên quan là cơ sở quan trọng để tích hợp mô hình MICE vào chiến lược phát triển du lịch và kinh tế đô thị, đặc biệt là trong lĩnh vực du lịch đặc thù. Việc này không chỉ hợp lý mà còn cần được đẩy mạnh bởi các tổ chức quản lý điểm đến nhằm khai thác tối đa tiềm năng địa phương.

Khái niệm MICE bắt nguồn từ Singapore và đôi khi được gọi là “meeting business” trong văn cảnh quốc tế. Du lịch khen thưởng thường dành cho nhân viên xuất sắc; các hội nghị quốc tế và triển lãm thương mại Business-to-Business (B2B) cũng nằm trong phạm vi MICE, tùy thuộc vào đặc điểm từng địa phương. Khi được triển khai, chiến lược MICE trở thành công cụ cạnh tranh giữa các thành phố, nơi tính độc đáo và lợi thế của điểm đến đóng vai trò then chốt [10]. Chúng cũng có thể khái quát theo định nghĩa của Hiệp hội Hội nghị và Đại hội Quốc tế (International Congress and Convention Association - ICCA), du lịch công vụ là

“một chuỗi các hoạt động nhằm cung cấp không gian và dịch vụ cho nhiều đại biểu tham dự các cuộc họp, đại hội, triển lãm, sự kiện kinh doanh và các chuyến du lịch khen thưởng” [10], xuất phát từ các mục đích liên quan đến công việc, bao gồm việc tham gia các cuộc họp, đại hội, hội nghị, hội thảo, triển lãm và các chương trình du lịch khen thưởng. Trong quá trình này, khách du lịch công vụ sử dụng đầy đủ các dịch vụ và sản phẩm cơ bản của ngành du lịch tại các điểm đến Vì vậy, MICE, vượt khỏi phạm vi chính sách du lịch, trở thành một phần chiến lược trong chính sách phát triển đô thị.

Khách du lịch công vụ có mức chi tiêu cao hơn so với khách du lịch nghỉ dưỡng thông thường. Số lượng các đại hội, hội nghị và cuộc họp diễn ra ngày càng gia tăng theo từng năm. Theo báo cáo của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), có khoảng 30% tổng số chuyến du lịch quốc tế liên quan đến việc tham dự các đại hội, hội nghị. Điều này xuất phát từ việc các chuyến đi công vụ thường bao gồm một chuỗi hoạt động đa dạng như: vận chuyển người tham dự, dịch vụ đưa đón từ sân bay đến khách sạn hoặc khu nghỉ dưỡng, lưu trú và ăn uống, các dịch vụ bổ sung tại khách sạn, cùng với các hoạt động chương trình như tham quan, tổ chức sự kiện, hoạt náo và các hoạt động giải trí khác. Chính các yếu tố này đã tạo nên một sản phẩm du lịch đặc thù, phục vụ riêng cho đối tượng khách du lịch công vụ [10]. Nhiều thành phố lớn trên thế giới ngày càng trở nên nổi bật nhờ vào sự phát triển của du lịch công vụ. Các trung tâm hội nghị với vị trí thuận lợi tại trung tâm thành phố, quy mô rộng lớn và thiết kế mang tính biểu tượng không chỉ đáp ứng nhu cầu tổ chức các sự kiện lớn mà còn trở thành biểu tượng nhận diện rõ nét cho sự năng động và chuyên nghiệp trong lĩnh vực tổ chức hội nghị của thành phố đó.

Tại Việt Nam, theo đánh giá của Viện trưởng Nghiên cứu Phát triển Du lịch Nguyễn Anh Tuấn, nhu cầu du lịch MICE đến tháng 9/ 2024 chiếm (60-70)% lượng khách. Số liệu từ Tổng cục Du lịch Việt Nam, lượng khách từ du lịch MICE trong quý I - năm 2024 tăng 35% so với cùng kỳ năm 2023. Mordor Intelligence cũng dự báo, ngành công nghiệp MICE tại Việt Nam có thể đạt 7,79 tỷ USD năm 2025 [21]. Ở những thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng, Nha Trang và Phú Quốc đã đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng, khách sạn, trung tâm hội nghị và dịch vụ chuyên nghiệp để phục vụ nhu cầu đa dạng của khách MICE.

Chương trình kích cầu hướng đến mục tiêu phát triển ngành du lịch theo định hướng toàn diện, nhanh chóng và bền vững. Tư tưởng chỉ đạo được cụ thể hóa thông qua phương châm hành động: “*Sản phẩm đặc sắc – Dịch vụ chuyên nghiệp – Thủ tục thuận tiện và đơn giản*

– *Giá cả cạnh tranh – Môi trường vệ sinh sạch và đẹp – Điểm đến an toàn, văn minh và thân thiện*” [11]. Phương châm này không chỉ nhấn mạnh yếu tố chất lượng dịch vụ và môi trường du lịch mà còn phản ánh xu thế chuyển đổi sang mô hình phát triển lấy trải nghiệm du khách làm trung tâm.

Đắk Lắk được xác định là trung tâm vùng Tây Nguyên với tiềm năng phát triển loại hình du lịch MICE. Ngành du lịch tỉnh Đắk Lắk đã xem du lịch MICE như một lợi thế chiến lược nhằm đa dạng hóa các loại hình du lịch và nâng cao năng lực cạnh tranh của địa phương [12]. Theo báo cáo từ Công ty Cổ phần Du lịch Đắk Lắk, thị trường khách hàng phân khúc MICE đã có sự tăng trưởng đáng kể trong năm 2022, đặc biệt sau hai năm bị gián đoạn do đại dịch Covid 19, chiếm gần 50% tổng doanh thu từ dịch vụ đặt phòng khách sạn [17].

Ngoài ra, các sự kiện như Hội chợ triển lãm Cà phê Buôn Ma Thuột và các điểm tham quan tiêu biểu như Bảo tàng Đắk Lắk — một trong những bảo tàng có quy mô lớn và hiện đại nhất Việt Nam, cũng góp phần làm phong phú thêm phân khúc du lịch công vụ tại địa phương. Trong dịp hè năm 2025, tỉnh Đắk Lắk đã triển khai chương trình kích cầu du lịch với nhiều hoạt động văn hóa, thể thao và nghệ thuật đặc sắc như biểu diễn Cồng chiêng Tây Nguyên, chương trình “Hộ chiếu âm thực” và Liên hoan Âm nhạc ASEAN. Đặc biệt, tỉnh còn tổ chức các giải thể thao cấp quốc gia, góp phần tạo điều kiện cho du khách thuộc phân khúc du lịch MICE ngoài tham gia các sự kiện chuyên môn còn được trải nghiệm văn hóa bản địa và các hoạt động giải trí đặc sắc tại địa phương [13]. Đây đồng thời là trọng tâm chính trong các hoạt động tiếp thị của các địa điểm tổ chức sự kiện và điểm đến du lịch tại Đắk Lắk.

3. Những giá trị từ việc lồng ghép MICE vào du lịch đặc thù

Trong bài viết “*thời của du lịch MICE*”, đến năm 2025 theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), doanh thu với sự đóng góp lớn từ khu vực châu Âu và châu Á-Thái Bình Dương doanh thu dự kiến đạt trên 1.400 tỷ USD từ du lịch MICE [13].

Các nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch MICE của các tổ chức quốc tế như UNWTO (Tổ chức Du lịch Thế giới), ICCA (Hiệp hội Hội nghị và Hội thảo Quốc tế) và các học giả đã chỉ ra năm yếu tố cốt lõi có tính quyết định đối với sự phát triển bền vững của loại hình du lịch này [14]. Việc áp dụng những yếu tố này vào thực tiễn địa phương, điển hình là tỉnh Đắk Lắk, có thể tạo tiền đề cho quá trình phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp và hiện đại. Tuy nhiên, tác động này phụ thuộc vào các điều kiện về hạ tầng, nhân lực và chính sách hỗ trợ cũng như khả năng liên kết vùng.

Yếu tố 1: Định vị khách hàng mục tiêu và phát triển sản phẩm đặc thù

Việc xác định phân khúc khách hàng mục tiêu và xây dựng sản phẩm đặc trưng là điều kiện tiên quyết trong chiến lược phát triển MICE. Đắk Lắk với lợi thế về Văn hóa Cồng chiêng Tây Nguyên, Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột, hệ sinh thái rừng nguyên sinh và bản sắc dân tộc đa dạng có thể phát triển các sản phẩm MICE gắn với văn hóa-sinh thái-bản địa, phù hợp với các đoàn khách doanh nghiệp, tổ chức phi chính phủ và các sự kiện khu vực [15].

Việc xác định rõ phân khúc khách MICE có nhu cầu trải nghiệm khác biệt (doanh nhân, chuyên gia, đoàn khảo sát, tổ chức quốc tế,...) sẽ giúp các địa phương phát triển sản phẩm du lịch đặc thù mang tính chuyên biệt, có chiều sâu. Ví dụ, tổ chức hội thảo kết hợp trải nghiệm Văn hóa Cồng chiêng tại buôn làng Tây Nguyên không chỉ tăng tính độc đáo cho sự kiện mà còn mở rộng thị trường khách chất lượng cao, có khả năng chi tiêu lớn. Tăng sức hút điểm đến, nâng cao giá trị sản phẩm và kéo dài thời gian lưu trú.

Yếu tố 2: Vai trò chiến lược của chính quyền và các tổ chức liên ngành

Việc thành lập hoặc trao quyền cho một cơ quan chuyên trách quản lý và xúc tiến du lịch MICE là chìa khóa để đảm bảo tính điều phối và hiệu quả [10]. Tại Đắk Lắk, sự vào cuộc của chính quyền tỉnh trong việc tổ chức Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột mang tầm quốc gia là minh chứng cho vai trò chủ đạo của Nhà nước trong phát triển du lịch sự kiện. Tuy nhiên, để phát triển MICE theo chiều sâu, địa phương cần xây dựng một trung tâm xúc tiến MICE chuyên biệt kết nối Sở Văn hóa-Thể thao-Du lịch, Sở Công Thương, các hiệp hội du lịch và khối doanh nghiệp tư nhân.

Sự phối hợp giữa chính quyền địa phương, doanh nghiệp lữ hành, cộng đồng dân cư và các tổ chức chuyên môn giúp xây dựng chuỗi giá trị dịch vụ MICE gắn với tài nguyên du lịch đặc thù. MICE đóng vai trò là “chất kết dính”, tạo cơ chế hợp tác công - tư, giúp các loại hình du lịch đặc thù vốn nhỏ lẻ, manh mún chuyển sang quy mô chuyên nghiệp và bền vững. Cùng cố liên kết ngành - vùng, thúc đẩy cơ chế điều phối đa ngành trong phát triển du lịch.

Yếu tố 3: Chiến lược marketing và xây dựng thương hiệu MICE

Các địa phương thành công về MICE thường có chiến lược tiếp thị rõ ràng, nhấn mạnh đến lợi thế cạnh tranh, định vị thương hiệu gắn với hình ảnh quốc gia [14]. Đắk Lắk hiện chưa có chiến dịch truyền thông chuyên biệt nào dành riêng cho thị trường MICE, trong khi các địa phương như Đà Nẵng, TP Hồ Chí Minh, Quảng Ninh

đã thực hiện các chương trình quảng bá quốc tế. Việc xây dựng thương hiệu “Đắk Lắk — điểm đến MICE xanh và văn hóa” sẽ là hướng đi khả thi, kết hợp giữa yếu tố thiên nhiên và bản sắc dân tộc.

Chiến lược marketing MICE được thiết kế chuyên biệt cho từng phân khúc có thể lồng ghép quảng bá văn hóa bản địa, tài nguyên thiên nhiên và các yếu tố di sản trong mỗi sự kiện tổ chức. Khi các hội nghị, triển lãm, chương trình khen thưởng diễn ra tại điểm đến đặc thù, hình ảnh địa phương sẽ được lan tỏa tự nhiên qua mạng xã hội, truyền thông quốc tế và chính những người tham gia. Nâng tầm thương hiệu điểm đến, mở rộng thị trường khách quốc tế.

Yếu tố 4: Ứng dụng khoa học-công nghệ và chuyển đổi số

Công nghệ số và nền tảng trực tuyến là xu hướng tất yếu trong ngành MICE hiện đại [16]. Đắk Lắk cần đẩy mạnh việc ứng dụng các giải pháp công nghệ trong tổ chức sự kiện như: đăng ký trực tuyến, truyền thông đa nền tảng, tổ chức hội nghị kết hợp trực tiếp và trực tuyến (hybrid meeting), sử dụng trí tuệ nhân tạo để phân tích nhu cầu và hành vi du khách. Hiện nay, một số khách sạn lớn tại Buôn Ma Thuột đã bắt đầu triển khai hệ thống hội nghị trực tuyến nhưng vẫn còn ở quy mô nhỏ, chưa đồng bộ.

Thông qua MICE, các hoạt động tổ chức hội thảo, triển lãm hoặc các tour chuyên đề có thể tích hợp các nền tảng số như quản lý sự kiện online, thực tế ảo (Virtual Reality) / thực tế tăng cường (Augmented Reality), trí tuệ nhân tạo (AI) phục vụ định hướng nhu cầu khách. Điều này khuyến khích các doanh nghiệp và cộng đồng địa phương số hóa tài nguyên văn hóa - sinh thái của mình, tạo ra sản phẩm du lịch “thông minh” gắn với giá trị bản địa. Hiện đại hóa sản phẩm truyền thông, bắt kịp xu thế du lịch toàn cầu.

Yếu tố 5: Hệ thống chính sách và quy định pháp lý hỗ trợ

Tổ chức MICE tại địa phương đòi hỏi khung pháp lý rõ ràng về cấp phép, an toàn sự kiện, dịch vụ chuyên biệt, thu hút đầu tư và ưu đãi thuế. Một số địa phương còn thiếu cơ chế khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào hạ tầng MICE. Đắk Lắk hiện cũng chưa có bộ quy chuẩn riêng cho du lịch MICE và vẫn lồng ghép trong các chính sách du lịch nói chung. Việc xây dựng và ban hành cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp tổ chức hội nghị, triển lãm quy mô lớn tại tỉnh là cần thiết để tạo động lực thu hút đầu tư [17].

Khi du lịch MICE gắn với loại hình đặc thù được công nhận là động lực tăng trưởng kinh tế-văn hóa địa phương, điều này sẽ thúc đẩy nhà nước và địa phương xây dựng hệ thống chính sách ưu đãi, hỗ trợ cộng đồng,

bảo tồn di sản và thu hút đầu tư vào cơ sở hạ tầng sự kiện. Mô hình này giúp du lịch đặc thù chuyển mình từ quy mô nhỏ lẻ sang hướng phát triển bền vững và chuyên nghiệp hóa. Tạo hành lang pháp lý và động lực đầu tư cho phát triển du lịch đặc thù.

Khi hiểu rõ và vận dụng hiệu quả 5 yếu tố then chốt tạo nên thành công của MICE, địa phương sẽ khai thác được nguồn giá trị tương ứng từ mô hình này. Việc lồng ghép mô hình MICE vào du lịch đặc thù tại Đắk Lắk mang lại giá trị đa chiều, bao gồm: nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch thông qua phát triển các dịch vụ hội nghị, sự kiện gắn liền với văn hóa, sinh thái và cộng đồng địa phương; thúc đẩy sự phối hợp chặt chẽ giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng trong việc xây dựng chuỗi giá trị du lịch bền vững; góp phần xây dựng thương hiệu điểm đến MICE độc đáo, đậm nét bản sắc Tây Nguyên; đồng thời khuyến khích ứng dụng công nghệ hiện đại và chuyển đổi số trong quản lý, tổ chức các sự kiện. Bên cạnh đó, mô hình này còn tạo nền tảng để hình thành các chính sách hỗ trợ phát triển du lịch đặc thù, góp phần thúc đẩy kinh tế địa phương, bảo tồn văn hóa và nâng cao nhận thức về phát triển du lịch bền vững tại Đắk Lắk. Do đó, nghiên cứu này không chỉ khẳng định tính tất yếu của việc áp dụng MICE tại Đắk Lắk, mà mở ra hướng tiếp cận tiềm năng cần được kiểm chứng thêm qua các khảo sát thực địa, phân tích chính sách và mô hình thử nghiệm.

4. Kết luận

Việc áp dụng mô hình MICE không chỉ nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch mà còn tạo ra chuỗi giá trị đa chiều, bao gồm phát triển dịch vụ sự kiện gắn liền với văn hóa bản địa, tăng cường hợp tác giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng, đồng thời thúc đẩy ứng dụng công nghệ hiện đại và chuyển đổi số trong quản lý và tổ chức sự kiện [18] [19].

Mô hình MICE góp phần xây dựng thương hiệu điểm đến độc đáo, phù hợp với đặc trưng vùng Tây Nguyên, đồng thời thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương, bảo tồn văn hóa và nâng cao nhận thức về phát triển du lịch bền vững [20]. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa các lợi ích này, cần có sự phối hợp đồng bộ giữa các bên liên quan, hoàn thiện chính sách hỗ trợ, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và đẩy mạnh quảng bá thương hiệu [21]. Mô hình MICE là một giải pháp chiến lược quan trọng giúp các địa phương như Đắk Lắk khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch đặc thù, góp phần phát triển kinh tế-

xã hội bền vững. Do đó, kiến nghị các cơ quan quản lý và doanh nghiệp cần tập trung vào: (1) xây dựng sản phẩm MICE đặc thù gắn liền với bản sắc văn hóa và thiên nhiên địa phương; (2) tăng cường hợp tác liên ngành và mạng lưới điểm đến; (3) ứng dụng công nghệ số trong tổ chức và quản lý sự kiện; (4) hoàn thiện chính sách ưu đãi và hỗ trợ phát triển du lịch MICE bền vững. Cùng với đó là việc làm rõ để vận dụng MICE trong thời gian tới trong:

Nghiên cứu ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo trong phát triển MICE tại Đắk Lắk: khai thác tiềm năng công nghệ số, để nâng cao trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa quy trình tổ chức sự kiện. Vai trò và sự tham gia của cộng đồng dân tộc thiểu số trong phát triển MICE đặc thù: sự kết hợp giữa phát triển du lịch sự kiện và bảo tồn văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số, góp phần phát triển kinh tế-xã hội địa phương. Mô hình hợp tác công-tư trong phát triển cơ sở hạ tầng và dịch vụ MICE tại Đắk Lắk: xây dựng và đánh giá các mô hình hợp tác giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng nhằm nâng cao hiệu quả phát triển và quảng bá du lịch MICE. Phân tích hành vi và xu hướng khách du lịch MICE tại Đắk Lắk: quan sát sự thay đổi trong nhu cầu, hành vi, cũng như các mô hình tổ chức sự kiện mới để thích nghi với tình hình mới.

Những hướng nghiên cứu này sẽ góp phần hoàn thiện cơ sở lý luận và thực tiễn cho việc phát triển mô hình MICE phù hợp với đặc thù địa phương, tạo điều kiện thuận lợi để Đắk Lắk phát triển ngành du lịch bền vững, đa dạng và chuyên nghiệp trong thời gian tới.

Lời cảm ơn: Bài viết được hoàn thành dựa trên sự tham khảo, học tập kinh nghiệm từ các kết quả nghiên cứu liên quan, các sách, báo chuyên ngành của nhiều tác giả ở các trường Đại học, các tổ chức nghiên cứu, quý đồng nghiệp... Tác giả xin trân trọng cảm ơn Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Lắk, cùng các doanh nghiệp và đơn vị quản lý du lịch địa phương đã hỗ trợ cung cấp thông tin và tạo điều kiện thuận lợi trong quá trình phục vụ nghiên cứu. Tác giả cũng xin chân thành cảm ơn Ban Tổ chức Hội thảo, Ban biên tập Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đã tạo cơ hội cho tác giả tham gia viết bài, đồng thời đã đóng góp những ý kiến quý báu giúp hoàn thiện bài báo. Tác giả kính mong các chuyên gia, những người quan tâm đến đề tài, tiếp tục có những ý kiến đóng góp cho tác giả ở những nghiên cứu tiếp theo.

Tài liệu tham khảo

[1] Lê Hữu Nghĩa, Nguyễn Thị Hồng Phương, Nguyễn Phương Ngọc Trinh. (2021). *Sử dụng mô hình SERVQUAL trong phân tích sự hài lòng của du khách loại hình du lịch văn hóa: Trường hợp nghiên cứu tại tỉnh Đắk Lắk, Việt Nam*. Tạp Chí Phát triển Khoa học và Công nghệ-Khoa học Xã hội và Nhân văn, 5(4):1293-1305.

- [2] Azam, M., Alam, M. M., & Hafeez, H. M. (2018). *Tác động của du lịch đến ô nhiễm môi trường: Bằng chứng bổ sung từ Malaysia, Singapore và Thái Lan* (Effect of Tourism on Environmental Pollution: Further Evidence from Malaysia, Singapore and Thailand). *Journal of Cleaner Production*, 190, 330-338. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.168>.
- [3] Mondino, E., & Beery, T. (2019). *Du lịch sinh thái như một công cụ học tập cho phát triển bền vững: Trường hợp Khu dự trữ sinh quyển xuyên biên giới Monviso, Ý* (Ecotourism as a Learning Tool for Sustainable Development. The Case of Monviso Transboundary Biosphere Reserve, Italy). *Journal of Ecotourism*, 18(2), 107 - 121.
- [4] Akiraa Matsumura. (1988). *Daijirin* (大辞林) .Toà soạn Sanseido.
- [5] Oie Tateo. (2009). *Tourism resources and tourism attractions* (観光資源と観光アトラクション) Kỷ yếu Đại học Du lịch Osaka, số 9 (tháng 3 năm 2009).
- [6] Douglas, N., Douglas, N., & Derrett, R. (2001). *Du lịch đặc thù: Bối cảnh và các trường hợp nghiên cứu* (Special Interest Tourism: Context and Cases). Brisbane: Wiley, London.
- [7] Bigrit Trauer. (2006). *Khái niệm hóa du lịch đặc thù — Các khung phân tích* (Conceptualizing special interest tourism — Frameworks for analysis). *Tourism Management*, tập 27, 183-200.
- [8] Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương. (2006). *Quản trị kinh doanh lữ hành*. NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [9] Yoshitaka Mizoo. (2008). *Tourism Resources Theory: A Consideration of Classification Systems* (観光資源論観光対象と資源分類に関する研究). *Josai Internatinal University bulletin*. Ủy ban Kỷ yếu Đại học Quốc tế Josai, 16 (số 6), trang 1- 13, tháng 3 năm 2008.
- [10] ICCA. (2023). *Global Destination Performance Index Report*.
- [11] Trišić, Arsenov-Bojović. (2018). *Vai trò của ngành MICE trong phát triển du lịch* (The Role of MICE Industry in Tourism Development). *Tourism International Scientific Conference Vrnjacka Banja — TISC*, 3, 275-293. <http://www.tisc.rs/proceedings/index.php/hitmc/article/view/59>
- [12] Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Lắk. (2024). *Công văn số 3416/UBND-KGVX ngày 23/4/2024 về việc triển khai hoạt động kích cầu du lịch nội địa năm 2024*.
- [13] Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2025). *Đắk Lắk công bố chương trình kích cầu thu hút khách du lịch dịp hè năm 2025*. <https://bvhttdl.gov.vn/dak-lak-cong-bo-chuong-trinh-kich-cau-thu-hut-khach-du-lich-dip-he-nam-2025-20250528144921418.htm> truy cập 29/5/2025.
- [14] Fenich, G. (2014). *Meetings, Expositions, Events, and Conventions: An Introduction to the Industry*. Pearson Education 2019.
- [15] Davidson, R., & Cope, B. (2003). *Du lịch công vụ: Hội nghị, Du lịch khen thưởng, Triển lãm, Tiếp đãi doanh nghiệp và Du lịch doanh nghiệp* (Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel). Pearson Education. FT Prentice Hall, 2003.
- [16] UNWTO (2021). *Tourism and Technology: Trends in Digitalization for MICE*.
- [17] Tổng cục Du lịch Việt Nam. (2022). *Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam 2021 - 2022*.
- [18] Getz, D. (2013). *Nghiên cứu về sự kiện: Lý thuyết, nghiên cứu và chính sách cho các sự kiện được hoạch định* (Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events). Routledge 2007.
- [19] UNWTO (2020). *Global Report on Business Events*. World Tourism Organization.
- [20] Yeoman, R. (2014). Conceptualising meaningful work as a fundamental human need. *Journal of Business Ethics*, 125(2), 235–251. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1894-9>
- [21] Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam (2024). *Hướng dẫn phát triển du lịch MICE*.

The distinct tourism value generated through the integration of the MICE model: a case study of Dak Lak province, Vietnam

Dang Thi My Ngoc

Vietnam - Japan Institute of Technology (VJIT), HUTECH University

Email: dtm.ngoc@hutech.edu.vn



Abstract This paper, based on recently collected survey data, analyzes the value of niche tourism through the integration of the MICE model (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) into the tourism development strategy of Dak Lak, a province with substantial tourism potential that has yet to be fully leveraged. By adopting the MICE model, Dak Lak may capitalize on its ecological, cultural, and community-based tourism resources, thereby attracting both international and domestic visitors while generating economic benefits. Moreover, this model contributes to infrastructure development, enhances service quality, and fosters regional linkages, opening promising avenues that require further verification through field surveys, policy analyses, and pilot models. To implement a sustainable tourism development strategy, Dak Lak has prioritized infrastructure improvement, workforce training, technological adoption, enhanced interregional coordination, and the formulation of more effective promotional strategies.

Keywords Dak Lak, niche tourism, regional linkage, MICE, sustainable development.