

Tổ chức sự kiện – Mô hình kinh tế tiềm năng của Việt Nam

Lê Trung Cang

1. GIỚI THIỆU

Ngày nay, vấn đề hội nhập quốc tế trên các lĩnh vực kinh tế - văn hóa – xã hội đang là xu thế tất yếu diễn ra ở các nước với mục đích không những thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững mà còn quảng bá hình ảnh của đất nước và nâng cao uy tín quốc gia trên trường quốc tế. Hội nhập với thế giới được thể hiện qua nhiều hoạt động như tham gia vào các tổ chức kinh tế, văn hóa và xã hội cấp độ quốc tế cũng như khu vực. Một trong những hoạt động hội nhập không kém phần quan trọng mà các nước trên thế giới đang áp dụng rộng rãi là tổ chức các sự kiện văn hóa, thể thao và du lịch. Ngoài việc tổ chức những giải thi đấu thể thao cấp khu vực và thế giới, liên kết với các quốc gia trong khu vực để tổ chức những ngày hội du lịch, thì hoạt động hợp tác với các nước để thực hiện chuỗi sự kiện âm nhạc có quy mô và tầm cỡ quốc tế, là những hoạt động nhằm cụ thể hóa của công cuộc hội nhập quốc tế. Đây không những thể hiện tinh thần sẵn sàng hội nhập toàn diện với thế giới mà còn là mô hình kinh tế đầy tiềm năng cho đất nước, vì nó đem lại lợi ích nhiều mặt: kinh tế, văn hóa, xã hội và uy tín quốc gia. Vì lẽ đó, Việt Nam cần xây dựng các chính sách và giải pháp cụ thể để thúc đẩy phát triển mạnh mẽ mô hình kinh tế trên nhằm góp phần phát triển kinh tế cho đất nước, đồng thời tạo uy tín cho Việt Nam trong cộng đồng quốc tế.

Bài viết dựa vào nguồn thông tin thứ cấp, các dữ liệu thu thập được, trên cơ sở đó sử dụng phương pháp phân tích định tính để trình bày thực trạng tổ chức các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch ở Việt Nam trong thời gian qua, từ đó đề xuất các giải pháp chính sách để phát triển mô hình kinh tế đầy tiềm năng này.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

2.1. Định nghĩa

Sự kiện (Event) là một hoạt động có chủ đích diễn ra ở một không gian và thời gian nhất định, tập trung ý tưởng và nguồn lực để truyền đạt một chủ đề được xác định trước nhằm thu hút sự quan tâm, chú ý của các đối tượng tham gia.

Tổ chức sự kiện là việc tổ chức thực hiện các phần việc cho một sự kiện nào đó diễn ra, từ khi nó bắt đầu hình thành trong ý tưởng cho đến khi nó kết thúc. Hoạt động tổ chức sự kiện có thể diễn ra ở các lĩnh vực kinh tế, văn hóa, thể thao, du lịch... thông qua các hình thức như hội thảo, hội nghị, họp báo, triển lãm, lễ hội, hòa nhạc... nhằm mục đích truyền đi những thông điệp mà người làm sự kiện muốn công chúng của mình nhận thức được.[1]

2.2. Lợi ích của tổ chức sự kiện.

- Mang lại nguồn doanh thu lớn cho các doanh nghiệp, các ngành trong nền kinh tế góp phần gia tăng GDP của quốc gia.

- Hệ thống cơ sở vật chất, hạ tầng của nền kinh tế được nâng cấp và làm mới. Hệ thống giao thông vận tải, viễn thông, công trình thể thao, sân vận động, khách sạn được xây dựng mới và mở rộng. Nó sẽ mang lại lợi ích kinh tế trong rất nhiều năm sau.

- Thu hút các nhà đầu tư nước ngoài. Tổ chức thành công các sự kiện văn hóa thể thao lớn mang tầm quốc tế sẽ mang đến cho các nhà đầu tư nước ngoài một cái nhìn mới về đất nước mình, đó là một nơi tiềm năng để đầu tư và kinh doanh. có hiệu quả.
- Quảng bá hình ảnh của đất nước ra thế giới, giới thiệu những danh lam thắng cảnh, các điểm du lịch kỳ thú, văn hóa truyền thống của đất nước nhằm thu hút khách du lịch quốc tế.
- Nâng cao hình ảnh, vị thế và uy tín của quốc gia trên trường quốc tế.

2.3. Mô hình kinh tế [2]

Trong kinh tế học, mô hình là một cấu trúc lý thuyết đại diện cho các quá trình kinh tế bằng một tập hợp các mối quan hệ logic giữa chúng.

Mô hình kinh tế thường được sử dụng để thực hiện một số mục đích khác nhau:

- Giải thích các hiện tượng kinh tế: Mô hình kinh tế có thể được sử dụng để giải thích nguyên nhân của các hiện tượng kinh tế, chẳng hạn như lạm phát, thất nghiệp hoặc tăng trưởng kinh tế.
- Dự đoán các kết quả kinh tế: Mô hình kinh tế có thể được sử dụng để dự đoán các kết quả kinh tế trong tương lai, chẳng hạn như mức giá, sản lượng hoặc lợi nhuận
- Đánh giá các chính sách kinh tế: Mô hình kinh tế có thể được sử dụng để đánh giá tác động của các chính sách kinh tế, chẳng hạn như thuế, lãi suất hoặc đầu tư công

3. THỰC TRẠNG TỔ CHỨC SỰ KIỆN VĂN HÓA, THỂ THAO, DU LỊCH Ở VIỆT NAM

3.1 Kinh nghiệm một số nước trên thế giới

Thông qua các hoạt động tổ chức các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch, các quốc gia trên thế giới đã tập trung trong việc đảm bảo và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, mạnh dạn xúc tiến quảng bá hình ảnh du lịch của đất nước, giới thiệu truyền thống văn hóa đặc sắc dân tộc, từ đó tạo nên đòn bẩy quan trọng cho sự phát triển các ngành, góp phần phát triển kinh tế.

* *Singapore*. Đảo quốc này được xác định là trung tâm tổ chức các sự kiện âm nhạc của khu vực châu Á. Sau thời kỳ dịch bệnh Covid-19, Chính phủ quốc gia này đã nhanh chóng nhận thức, nắm bắt cơ hội và triển khai kế hoạch hoàn hảo với sự phối hợp của các ngành nhằm quảng bá hình ảnh đất nước này ra thế giới. Thêm vào đó, cơ sở hạ tầng rất tốt như khu phức hợp trung tâm thể thao Singapore, sân bay quốc tế được kết nối tốt đã góp phần không nhỏ tạo nên thành công của các sự kiện âm nhạc quốc tế. Các sự kiện âm nhạc nổi tiếng đã tạo nên sức hấp dẫn du khách của đảo quốc này như: tháng 1/2024, ban nhạc Coldplay của Anh đã có 6 buổi diễn tại Sân vận động Quốc gia Singapore, đóng góp 96 triệu USD vào GDP của quốc gia này; tháng 3/2024, chương trình biểu diễn của nữ ca sĩ Taylor Swift đã diễn ra tại Sân vận động quốc gia này trong 6 ngày; sau thời kỳ dịch Covid-19, Singapore cũng đã trải thảm đỏ cho nhiều nghệ sĩ quốc tế như nhóm nhạc BlackPink, Harry Styles và Ed Sheeran, Bruno Mars, Sum 41 và Jerry Seinfeld. Những buổi biểu diễn của các ngôi sao lớn tại Singapore đã tác động đáng kể đến nền kinh tế, nhất là ngành dịch vụ du lịch của quốc gia này [3].

* *Tây Ban Nha (TBN)*. Quốc gia này tập trung phát triển du lịch thông qua chiến lược tổ chức các sự kiện thể thao, đặc biệt là bộ môn bóng đá. TBN đã tận dụng rất tốt các lợi thế này để đẩy mạnh thương hiệu du lịch thể thao của quốc gia, thu hút một lượng lớn khách du lịch trong ngoài nước. Các sự kiện thể thao tập trung nhiều khách đến tham gia thi đấu, theo dõi và cổ vũ tại TBN, có thể kể đến như các trận đấu bóng đá, giải đua xe công thức 1, đua xe máy, đua thuyền buồm, chạy việt dã... Sự kiện thể thao nổi bật Olympic 92 tại Barcelona được coi là thay đổi diện mạo của thành phố và quốc gia; ngoài ra TBN đã liên tục tổ chức các sự kiện lớn như đua xe Formula 1 Gran

Premio de Espana, Giải xe đua thể thao công thức 1 - Formula 1 Gran Prix, Giải vô địch đua xe thể giới FIA World Rally Championship. Sở hữu những sự kiện thể thao tầm cỡ thế giới, TBN đã không bỏ lỡ cơ hội để quảng bá du lịch cho các vùng, địa phương trong nước. Các sự kiện thể thao ở TBN năm 2015 đã thu hút đến hơn 3,7 triệu khán giả trong đó tỷ lệ khán giả nước ngoài lên đến 61% (Cuộc đua xe Formula 1 Gran Premio de Espana). Các sự kiện thể thao thu hút nhiều khán giả đặc biệt là khán giả quốc tế và có giá trị kinh tế cao, đóng góp không nhỏ vào GDP của quốc gia này.[4]

***Nhật Bản đã xác định chiến lược phát triển ngành du lịch bằng cách tổ chức các sự kiện thể thao.** Mục tiêu của chiến lược này là nâng cao kinh tế địa phương thông qua du lịch thể thao. Một số ví dụ điển hình có thể thấy rõ các chính sách của Chính phủ Nhật Bản khuyến khích du lịch thể thao như: tổ chức các giải bóng chày chuyên nghiệp thu hút khách du lịch từ Đài Loan; tổ chức các hoạt động trượt tuyết và lướt ván tuyết tại Niseko của Hokkaido, Zao của Tohoku và Hakuba của Nagano... đã lôi cuốn rất nhiều khách du lịch quốc tế; tổ chức Olympic và Paralympic Games Tokyo 2020 với mục tiêu đạt 40 triệu lượt khách du lịch quốc tế năm 2020. Nhật Bản đã tận dụng tối đa tác động của các giải đấu trên toàn đất nước thông qua việc nâng cao nhận thức về điểm đến và cải thiện môi trường thân thiện với khách du lịch, từ đó nâng tầm du lịch trở thành ngành kinh tế chủ chốt [4].

***Thái Lan** phát triển du lịch thông qua tổ chức các sự kiện thể thao ở cả loại hình hiện đại (gồm golf, quần vợt, marathon, bóng đá) và truyền thống (đua thuyền, đấm bốc Thái, thả diều, sepak takraw). Quốc gia này có tiềm năng về du lịch thể thao với 229 sân golf, 21 trung tâm huấn luyện Muay Thai, 10 sàn đấu Muay Thai, 4 chương trình thi đấu Muay Thai. Các sự kiện thể thao lớn diễn ra thường xuyên trong năm tại Thái Lan, ví dụ năm 2017 tất cả các tháng đều có ít nhất một sự kiện thể thao lớn. Thái Lan sử dụng hiệu ứng của các sự kiện thể thao như là công cụ để tiếp thị du lịch và quảng bá hình ảnh quốc gia. Từ đó, phát triển nên những sản phẩm du lịch thể thao như các tour tham gia vào sự kiện thể thao quốc tế tại Thái Lan [4].

Ngoài việc tổ chức sự kiện thể thao, quốc gia này còn có tham vọng thực hiện các sự kiện âm nhạc lớn mang tầm quốc tế. Sau khi bỏ lỡ chuyến lưu diễn vòng quanh thế giới của Taylor Swift, Thái Lan đã ký kết các thỏa thuận về việc tổ chức sự kiện âm nhạc Summer Sonic Bangkok 2024 dự kiến sẽ diễn ra vào ngày 24-25/8 và Tomorrowland vào năm 2026. Chính những động thái mới nhất của Thái Lan đã cho thấy quốc gia này nắm bắt được các tác động to lớn do xu hướng du lịch âm nhạc mang lại, qua đó tạo động lực thúc đẩy phát triển nền kinh tế. Là trụ cột kinh tế quan trọng của Thái Lan, ngành du lịch đóng góp 12% vào GDP, năm 2024, nước này cũng đã đặt mục tiêu đón 35 triệu lượt khách quốc tế và tiến gần đến kỷ lục 40 triệu du khách trước đại dịch.[5]

3.2 Ở Việt Nam

Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia có nhiều tiềm năng phát triển du lịch thông qua tổ chức các sự kiện văn hóa, các giải thi đấu thể thao quốc tế, các tour du lịch tự nhiên. Việt Nam có một nền văn hóa phong phú và đa dạng, có thể kết hợp giữa âm nhạc và các yếu tố văn hóa, ẩm thực, và du lịch tự nhiên để tạo ra các sản phẩm du lịch âm nhạc độc đáo. Bên cạnh đó cơ sở hạ tầng phục vụ cho các giải thi đấu thể thao trong khu vực và quốc tế ngày càng được cải thiện và nâng cấp sẽ góp phần tổ chức thành công các sự kiện thể thao quốc tế.

Một vấn đề không kém phần quan trọng đó là chính sách khuyến khích phát triển ngành công nghiệp văn hóa, thể thao, du lịch của lãnh đạo các ngành, địa phương. Nhận thức rõ vai trò và tầm

quan trọng của việc tổ chức các sự kiện âm nhạc thể thao, du lịch đối với tăng trưởng kinh tế của quốc gia, sự phát triển của các ngành và địa phương, trong Hội thảo Văn hóa 2022 với chủ đề “Định hướng, chính sách và nguồn lực cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Thành phố Hồ Chí Minh”, Phó Chủ tịch Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh Dương Anh Đức khẳng định, Thành phố luôn nhận thức rõ vai trò, tầm quan trọng của phát huy những tiềm lực vốn có để xây dựng ngành công nghiệp văn hoá nhằm triển khai chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030.[6]

Hiện nay, Việt Nam cũng là một trong những nước có nhiều nghệ sĩ quốc tế đến tổ chức các sự kiện âm nhạc. Trong năm 2023, Charlie Puth - nghệ sĩ nổi tiếng thế giới đến Việt Nam, thổi bùng sức nóng cho thị trường âm nhạc quốc tế trong nước, lượng khách nội địa đến Nha Trang tăng 80% và 25% khách quốc tế. Đây là nơi diễn ra sự kiện âm nhạc đầu tiên của Charlie Puth tại Châu Á. Chính vì thế, nhiều người hâm mộ sẵn sàng chi tiêu đến Nha Trang để thưởng thức trọn vẹn đêm nhạc hội. Tiếp theo là đêm nhạc Black Pink diễn ra ở Hà Nội, ước tính của Sở Du lịch Hà Nội, trong hai đêm concert của Black Pink, tổng lượng khách du lịch đến đây hơn 170.000 lượt, doanh thu du lịch đạt hơn 600 tỷ đồng. Lượng đặt vé máy bay đến Hà Nội thời điểm đó tăng gấp 10 lần [7]. Ngoài đêm nhạc của Blackpink, nhiều nghệ sĩ Kpop đến Việt Nam biểu diễn: tháng 3, concert Super Junior hút hơn 15.000 khán giả tại sân vận động Quân Khu 7, TP HCM; Fancon tại Nhà thi đấu Phú Thọ (TP HCM, tháng 9) có 5.000 người tham dự; Concert của BamBam (TP HCM) có 3.500 khán giả. Các đại nhạc hội gồm nhiều nghệ sĩ Kpop như Wow-K Music Festival (TP HCM, tháng 10), Seen Festival (Hội An, tháng 6), Hozo (TP HCM, tháng 12), hút hàng chục nghìn người. Không chỉ các ngôi sao Hàn Quốc, nhiều nghệ sĩ US-UK cũng bất ngờ đến Việt Nam năm qua. Westlife - boyband đình đám thập niên 2000 - đưa The Wild Dreams Tour - đến TP HCM cuối tháng 11 thu hút 15.000 người mỗi buổi diễn; Kenny G (Hà Nội, tháng 11/23) có 4.000 người...[8] Trong năm 2024, TPHCM sẽ tổ chức hàng loạt các sự kiện âm nhạc hấp dẫn với sự tham gia biểu diễn của các ngôi sao nổi tiếng trong và ngoài nước: Born Pink World Tour là tour diễn thế giới của nhóm nhạc nữ nổi tiếng Blackpink, Music Festival Wonder sẽ diễn ra với sự góp mặt của nhiều nghệ sĩ nổi tiếng trong và ngoài nước, HAY Glamping Music Festival mang đến một trải nghiệm âm nhạc kỳ thú kết hợp với phong cách du lịch sang trọng, Monsoon Music Festival là một sự kiện âm nhạc độc đáo mang tầm quốc tế, sự kiện âm nhạc Clear Watera Festival giới thiệu các nghệ sĩ và nhóm nhạc trẻ...[9]

Song song với việc tổ chức sự kiện văn hóa, âm nhạc thì tổ chức các sự kiện thể thao trong nước và quốc tế cũng không kém phần quan trọng trong việc thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Những sự kiện thể thao thu hút nhiều người tham gia đến một địa điểm, địa phương, quốc gia... để tiêu tiền, vì du khách cần phải lưu trú, ăn uống; đem lại rất nhiều lợi ích kinh tế, đóng góp giá trị lớn cho nền kinh tế của địa phương. Theo Tổ chức Du lịch Liên Hợp Quốc đánh giá, tổ chức các sự kiện thể thao là một trong những loại hình phát triển nhanh nhất để thu hút khách du lịch. Dự kiến, thị trường du lịch thể thao tăng trưởng 17,5% từ năm 2023 đến năm 2030. Lĩnh vực này hiện chiếm khoảng 10% chi tiêu toàn cầu cho du lịch.[10]

Về cơ sở hạ tầng để tổ chức các sự kiện thể thao, ngày càng được cải tạo và nâng cấp nhằm đạt tiêu chuẩn quốc tế. Các thành phố lớn như Hà Nội, TPHCM, Nha Trang, Đà Nẵng và nhiều địa phương khác đã đầu tư xây dựng những khu liên hợp thể thao, cung thể thao, hệ thống các sân golf, sân quần vợt, sân bóng... đáp ứng yêu cầu tổ chức các sự kiện thể thao trong nước và quốc tế.

Năm 2003, Việt Nam tổ chức thành công sự kiện thể thao quốc tế lớn như SEA Games 22, đã có tác động tích cực đến sự phát triển của các ngành kinh tế đặc biệt là du lịch. Trong 2 năm sau đó số lượng khách quốc tế đến Việt Nam đều tăng trưởng rất mạnh, từ 10-20%/năm. Năm 2022, SEA Games 31 quay lại Việt Nam sau gần 20 năm, đây là quãng thời gian mà du lịch Việt Nam đã có sự phát triển vượt bậc cả về lượng và về chất. Số lượng khách quốc tế tăng 7,5 lần, khách du lịch nội địa tăng 6,5 lần. Trong dịp diễn ra SEA Games 31, ngành du lịch Hà Nội mong muốn đón khoảng 1 triệu lượt khách nội địa và 200.000 lượt khách quốc tế [11]. Cũng trong năm này, chúng ta tổ chức Giải đua xe ô tô địa hình (RFC) ở Quảng Bình, đây là giải được các tạp chí chuyên ngành ô tô xếp hạng top 5 những giải đua địa hình hay nhất thế giới. Điểm độc đáo của giải RFC Việt Nam 2023 nằm ở chỗ kết hợp được khả năng vượt địa hình vượt trội của định dạng xe thi đấu chuyên nghiệp với địa hình thiên nhiên tuyệt đẹp nhưng ẩn chứa đầy khó khăn của Quảng Bình. Đây là sự kiện thể thao quốc tế nhằm thu hút du khách quốc tế và trong nước khám phá cảnh quan thiên nhiên tuyệt đẹp ở Việt Nam [12]. Năm 2024, Giải đua vô địch thế giới thuyền máy nhà nghề UIM F1H2O World Championship là sự kiện thể thao quy mô lớn và được coi là một trong những giải đua vô địch thuyền máy nhà nghề uy tín nhất trên thế giới, được tổ chức bởi Liên Đoàn Đua Thuyền Máy Quốc Tế (UIM). Sự kiện thể thao này được tổ chức ở Bình Định (Việt Nam) dự kiến thu hút 5.000 du khách quốc tế và chùng đó khách du lịch nội địa đến Bình Định [10]. Ngoài ra, hàng năm các thành phố lớn như Hà Nội, TP Hồ Chí Minh thường xuyên tổ chức các hoạt động thể dục thể thao như các giải Marathon, giải Golf quốc tế...Các giải thi đấu này đã thu hút rất nhiều vận động viên, các du khách trong và ngoài nước tham dự, mang lại giá trị lợi ích kinh tế to lớn cho các địa phương

4.ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

Nhận thức được tầm quan trọng và những lợi ích to lớn mang lại từ mô hình kinh tế mới đầy tiềm năng này, chúng ta cần xây dựng chiến lược phát triển dài hạn và nhanh chóng triển khai kế hoạch thực hiện các giải pháp

Thứ nhất. Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch cần xây dựng chiến lược phát triển mô hình tổ chức sự kiện văn hóa thể thao, xem đây là mô hình kinh tế quan trọng trong việc thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế, tạo điều kiện thúc đẩy phát triển các địa phương và các ngành kinh tế. Xây dựng hệ thống chính sách nhằm thu hút đầu tư trong và ngoài nước để phát triển du lịch gắn với các sự kiện âm nhạc, thể thao. Bộ cần ban hành các nghị định nhằm cụ thể hóa các chính sách tạo thuận lợi cho doanh nghiệp tổ chức thực hiện các sự kiện văn hóa thể thao gắn với du lịch. Cần có các giải pháp chính sách khuyến khích xã hội hóa, huy động các nguồn lực tổ chức sự kiện văn hóa thể thao và du lịch.

Thứ hai. Về cơ sở hạ tầng cho việc tổ chức các sự kiện văn hóa thể thao và du lịch. Chính phủ và các bộ ngành cần chú trọng đầu tư vào các cơ sở hạ tầng một cách đồng bộ, hợp lý. Huy động mọi nguồn lực xã hội, từ ngân sách nhà nước đến vốn đầu tư của các thành phần kinh tế trong và ngoài nước để xây dựng mới, cải tạo và nâng cấp các công trình sẵn có sao cho hiện đại, đạt tiêu chuẩn quốc tế như sân vận động, nhà thi đấu thể dục thể thao, đường đua, sân golf, nhà hát, hệ thống âm thanh ánh sáng...Ngoài ra, còn phải chú ý phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ cho lượng du khách trong và ngoài nước tham dự các sự kiện văn hóa thể thao này như hạ tầng giao thông vận tải: đường hàng không, đường bộ, đường sắt...; hạ tầng ngành du lịch: khách sạn hạng sang, nhân viên

phục vụ, địa điểm ẩm thực, phương tiện đi lại...; đảm bảo an ninh, an toàn trong thời gian tổ chức các sự kiện cũng như an toàn cho các du khách tham dự.

Thứ ba. Về đào tạo nguồn nhân lực quản lý các sự kiện văn hóa thể thao và du lịch. Tổ chức sự kiện âm nhạc, thể thao kết nối với phát triển du lịch ngày càng giữ vị trí quan trọng trong việc phát triển kinh tế - văn hóa – xã hội. Để làm tốt công việc này cần phải có đội ngũ nhân lực chuyên nghiệp có kiến thức và am hiểu sâu về lĩnh vực này. Vì vậy, một trong những nhiệm vụ, giải pháp được đề ra là phải có chiến lược đào tạo, bồi dưỡng và nâng cao trình độ chuyên môn cho đội ngũ nguồn nhân lực quản lý tổ chức các sự kiện văn hóa thể thao và du lịch. Cụ thể mở các chuyên ngành đào tạo tổ chức sự kiện trong các trường đại học, cao đẳng nghề, thường xuyên hợp tác với chuyên gia nước ngoài tổ chức các khóa học bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho nhân viên, tổ chức đưa nhân viên có chuyên môn cao đi học tập, thực tập ở các nước tiên tiến về lĩnh vực này... Nếu có nguồn nhân lực quản lý được đào tạo bài bản sẽ không chỉ tạo ra các chương trình, sự kiện văn hóa thể thao chất lượng cao, mà qua đó đóng góp hiệu quả vào sự phát triển kinh tế đất nước

Thứ tư, Vấn đề phối hợp nhịp nhàng giữa các cơ quan trong tổ chức sự kiện. Để đạt được thành công, có kết quả tốt đẹp thì cần có sự phối hợp chặt chẽ và nhịp nhàng giữa các bộ ngành có liên quan. Bộ văn hóa thể thao và du lịch phối hợp chặt chẽ với các ngành khác như giao thông vận tải, thông tin và truyền thông, công an ...trong công tác tổ chức triển khai thực hiện sự kiện. Cần phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan quản lý du lịch, cục nghệ thuật, ban tổ chức sự kiện văn hóa, thể thao; hợp tác hiệu quả giữa cơ quan quản lý và các doanh nghiệp thực hiện tổ chức sự kiện. Bên cạnh đó, để có sự chuẩn bị chu đáo và đồng bộ, các bộ chủ quản còn phải phối hợp với bộ thông tin và truyền thông xây dựng chiến lược truyền thông marketing và triển khai kế hoạch marketing từ sớm trước khi sự kiện diễn ra.

5.KẾT LUẬN

Tổ chức các sự kiện văn hóa thể thao và du lịch là loại hình hoạt động kinh tế còn mới mẻ và đầy tiềm năng đối với Việt Nam. Nó không những mang lại giá trị lợi ích kinh tế to lớn đối với sự phát triển của đất nước mà còn nâng cao vị thế, uy tín của quốc gia trên trường quốc tế. Do đó, vấn đề đặt ra đối với các nhà quản lý vĩ mô cần nhận thức tầm quan trọng của mô hình kinh tế mới mẻ này và có những định hướng phát triển mô hình này trong thời gian tới.

Trên đây là một số đề xuất về giải pháp chính sách để tổ chức thành công các sự kiện văn hóa thể thao và du lịch. Những giải pháp này được rút ra từ những bài học kinh nghiệm của các nước trên thế giới trong công tác tổ chức các sự kiện văn hóa thể thao. Song việc tổ chức các sự kiện văn hóa thể thao mang tầm cỡ quốc tế là vấn đề lớn, đòi hỏi phải nghiên cứu sâu hơn và có giải pháp cụ thể. Điều này gợi mở cho hướng nghiên cứu về sau nhằm hoàn thiện hơn nội dung đề tài.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] “Tổ chức sự kiện là gì? Quy trình tổ chức sự kiện như thế nào?” VSM Group. Truy cập tại <https://quangcaotruyenhinh.com/to-chuc-su-kien.html>.

[2] Nguyễn Trần Cao Kỳ “Mô hình kinh tế là gì? Mục đích của mô hình kinh tế là gì? Phân loại ra sao?”, Thư viện pháp luật. Truy cập tại <https://thuvienphapluat.vn/hoi-dap-phap-luat/839EF63-hd-mo-hinh-kinh-te-la-gi-muc-dich-cua-mo-hinh-kinh-te-la-gi-phan-loai-ra-sao.html>

[3] Thái An “Singapore: Đón đầu xu hướng du lịch sự kiện”, (2024) báo Văn Hóa. Truy cập tại <https://baovanhoa.vn/the-gioi/singapore-don-dau-xu-huong-du-lich-su-kien-455.html>

- [4] Trịnh Lê Anh “Phát triển du lịch gắn với sự kiện thể thao” (2020) Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam. Truy cập tại <https://vietnamtourism.gov.vn/post/31803>
- [5] Anh Thu “Tomorrowland – Lễ hội âm nhạc nổi tiếng nhất thế giới sẽ được tổ chức tại Thái Lan”, (2024) Vietnam Travel. Truy cập tại <https://vntravel.org.vn/tomorrowland-le-hoi-am-nhac-noi-tieng-nhat-the-gioi-se-duoc-to-chuc-tai-thai-lan-a3760.html>
- [6] Trọng Quỳnh “Định hướng, chính sách và nguồn lực cho phát triển công nghiệp văn hóa ở thành phố Hồ Chí Minh”, (2022) Cổng thông tin điện tử Quốc hội nước CHXHCNVN. Truy cập tại <https://quochoi.vn/tintuc/Pages/tin-hoat-dong-cua-quoc-hoi.aspx?ItemID=71592>
- [7] Ngân Trần “Du lịch âm nhạc góp phần phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam”, (2023) Vietnam Travel. Truy cập tại <https://vntravel.org.vn/du-lich-am-nhac-gop-phan-thuc-day-phat-trien-cong-nghiep-van-hoa-viet-nam-a2387.html>.
- [8] Hà Thu “2023 Năm nghệ sĩ quốc tế đổ bộ Việt Nam”, (2024) VnExpress. Truy cập tại <https://vnexpress.net/2023-nam-nghe-si-quoc-te-do-bo-viet-nam-4694575.html>.
- [9] Nguyễn Tiến Mạnh “5+ Sự kiện âm nhạc sắp xảy ra tại Thành phố HCM 2024 hot nhất”, 2024 Ongvove. Truy cập tại <https://ongvove.com/news/su-kien-am-nhac-sap-dien-ra-tai-tphcm>.
- [10] Ý Yên “Đăng cai sự kiện thể thao – thúc đẩy ngành du lịch phát triển”, (2024) báo Lao Động. Truy cập tại <https://laodong.vn/van-hoa-giai-tri/dang-cai-su-kien-the-thao-thuc-day-nganh-du-lich-phat-trien-1317582.ldo>.
- [11] TH “Seagames 31 – cú hích cho sự phục hồi, phát triển của du lịch, kinh tế Việt Nam và ASEAN”, (2024) Tạp chí Thông tin và Truyền thông. Truy cập tại <https://ictvietnam.vn/sea-games-31-cu-hich-cho-su-phuc-hoi-phat-trien-cua-du-lich-kinh-te-viet-nam-va-asean-20881.html>.
- [12] Nhật Minh “Giải đua xe ô tô địa hình quốc tế RFC Việt Nam khởi tranh tại Quảng Bình”, (2023) Dân Trí. Truy cập tại <https://dantri.com.vn/o-to-xe-may/giai-dua-xe-o-to-dia-hinh-quoc-te-rfc-viet-nam-khoi-tranh-tai-quang-binh-20231014003506794.htm#:~:text=RFC%20Vi%E1%BB%87t%20>.