

lưu giữ: Trung tâm thông tin du lịch

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 4829/QĐ-BVHTTDL

Hà Nội, ngày 25 tháng 12 năm 2018

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Đề án nâng cao hiệu quả xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam

BỘ TRƯỞNG BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

Căn cứ Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ngày 19 tháng 6 năm 2017;

Căn cứ Nghị định số 79/2017/NĐ-CP ngày 17 tháng 7 năm 2017 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;

Căn cứ Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06 tháng 10 năm 2017 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16 tháng 01 năm 2017 của Bộ Chính trị khóa XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;

Căn cứ Quyết định 3455/QĐ-BVHTTDL của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành ngày 20/10/2014 về việc Phê duyệt “Chiến lược marketing du lịch đến năm 2020”; Căn cứ Quyết định số 2522/QĐ-BVHTTDL phê duyệt Chiến lược phát triển thương hiệu du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030;

Xét đề nghị của Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Đề án nâng cao hiệu quả xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam (sau đây được gọi là Đề án), với những nội dung chủ yếu sau:

1. Quan điểm

a) Đổi mới phương thức hoạt động trên cơ sở phát huy kết quả đạt được, khắc phục hạn chế để nâng cao hiệu quả xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam.

b) Tổ chức hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng tập trung vào các điểm đến, sản phẩm có thế mạnh và thị trường khách du lịch trọng điểm.

c) Phát huy sức mạnh tổng hợp của các địa phương, doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước; đẩy mạnh xã hội hóa, huy động mọi nguồn lực cho xúc tiến, quảng bá du lịch.

d) Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ tiên tiến, khai thác bản sắc văn hóa Việt Nam trong xúc tiến, quảng bá và phát triển thương hiệu du lịch.

2. Mục tiêu

a) Mục tiêu tổng quát

Nâng cao năng lực cạnh tranh, định vị thương hiệu du lịch Việt Nam trong khu vực và trên thế giới; Thúc đẩy tăng trưởng khách du lịch quốc tế và nội địa về cả số lượng và chất lượng; Góp phần thực hiện mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

b) Mục tiêu cụ thể

- Hình ảnh về điểm đến, sản phẩm du lịch Việt Nam được giới thiệu và đón nhận tích cực hơn tại các thị trường trọng điểm và thị trường tiềm năng trên thế giới.

- Hình thành được hệ thống cơ sở dữ liệu, quy trình, phương pháp xúc tiến, quảng bá du lịch thống nhất từ trung ương đến địa phương; đẩy mạnh hợp tác công tư, huy động thêm nguồn lực xã hội, áp dụng công nghệ cho hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch.

- Góp phần tăng trưởng lượng khách du lịch: Đến năm 2025, đón được 30-32 triệu lượt khách du lịch quốc tế, trên 130 triệu lượt khách du lịch nội địa; Tổng thu từ khách du lịch đạt 45 tỷ USD.

3. Nhiệm vụ chủ yếu nâng cao hiệu quả xúc tiến, quảng bá du lịch

Tiếp tục triển khai nhiệm vụ và giải pháp thực hiện Quyết định số 3455/QĐ-BVHTTDL ngày 20/10/2014 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt “Chiến lược Marketing du lịch đến năm 2020”, Quyết định số 2522/QĐ-BVHTTDL ngày 13/7/2016 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Chiến lược phát triển thương hiệu du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, đồng thời tập trung thực hiện các nhiệm vụ chủ yếu sau:

a) Về định hướng thị trường

- Xây dựng hệ thống thông tin thị trường theo các phân đoạn thị trường mục tiêu; xây dựng cơ chế khai thác, chia sẻ dữ liệu xúc tiến du lịch quốc gia.

- Xây dựng báo cáo đánh giá, dự báo thị trường hàng năm đối với các thị trường mục tiêu phục vụ xúc tiến, quảng bá du lịch.

- Đề xuất phương án xúc tiến, quảng bá du lịch hướng tới khách quốc tế lưu trú dài ngày và chi tiêu cao; khách nội địa đi du lịch dài ngày, đi theo nhóm gia đình, tầng lớp trung lưu.

b) Về truyền thông thương hiệu du lịch Việt Nam

- Truyền thông thương hiệu du lịch Việt Nam theo bộ nhận diện thương hiệu Việt Nam - Vẻ đẹp bất tận gắn với các dòng sản phẩm du lịch cụ thể tại các sự kiện xúc tiến du lịch ở trong và ngoài nước.

- Thực hiện quảng bá trên các phương tiện truyền thông trong và ngoài nước; Hợp tác với các hãng truyền thông quốc tế lớn như BBC, CNN, Travel Channel, Google... tổ chức các hoạt động truyền thông thương hiệu du lịch Việt Nam

- Phối hợp tổ chức quảng bá du lịch Việt Nam tại các sự kiện quốc tế lớn, có hiệu ứng toàn cầu như: Giải đua xe công thức 1 tại Việt Nam năm 2020, tham gia là đối tác chính thức của Hội chợ du lịch quốc tế ITB Berlin, các sự kiện chính trị, thương mại, văn hóa, thể thao và du lịch.

- Thực hiện điều tra, đánh giá mức độ tiếp nhận của thị trường đối với các chiến dịch truyền thông thương hiệu du lịch Việt Nam.

c) Về ứng dụng công nghệ tiên tiến trong xúc tiến, quảng bá du lịch

- Triển khai hiệu quả chương trình xúc tiến, quảng bá điện tử (E-marketing), lồng ghép trong thực hiện Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin du lịch.

- Phát triển ứng dụng thông minh trong quảng bá điểm đến, giới thiệu sản phẩm và hướng dẫn du lịch trên thiết bị di động phục vụ khách du lịch.

- Phát triển, đồng bộ các công cụ xúc tiến du lịch qua website (www.vietnam.travel), mạng xã hội (www.facebook.com/vietnamtourismboard, www.instagram.com/vietnamtourismboard); Tổ chức các chiến dịch quảng bá kỹ thuật số tạo hiệu ứng lan truyền trong quảng bá du lịch trực tuyến.

- Xây dựng ấn phẩm xúc tiến du lịch điện tử phù hợp với nhu cầu của khách tại thị trường du lịch trọng điểm..

d) Về phương thức tổ chức triển khai xúc tiến, quảng bá du lịch

- Xây dựng và tổ chức thực hiện quy trình xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam thống nhất theo 3 cấp độ: (1) Tổng cục Du lịch định hướng về sản phẩm, hình ảnh, thị trường và kế hoạch, tổ chức xúc tiến, quảng bá hình ảnh du lịch vùng, quốc gia; (2) Các địa phương tổ chức xúc tiến, quảng bá điểm đến địa phương và tham gia xúc tiến, quảng bá du lịch quốc gia; (3) Doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp xúc tiến, quảng bá các sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu của thị trường.

- Triển khai thí điểm mô hình hợp tác công-tư tổ chức hoạt động đại diện xúc tiến du lịch Việt Nam ở một số thị trường trọng điểm; Phát huy hiệu quả vai trò, ảnh hưởng của các đại sứ du lịch trong việc tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch ở nước ngoài.

- Sử dụng tư vấn chuyên nghiệp triển khai các hoạt động nghiên cứu, dự báo và tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá trong và ngoài nước.

đ) Về tăng cường năng lực xúc tiến, quảng bá du lịch

- Sử dụng hiệu quả nguồn tài chính từ Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch và nguồn hợp pháp khác cho các chương trình dự án xúc tiến, quảng bá du lịch theo chủ đề, bảo đảm các sự kiện được tổ chức có quy mô và tính chuyên nghiệp cao.

- Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương bổ sung nguồn lực đầu tư cho hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch địa phương.

- Tăng cường năng lực cơ quan xúc tiến du lịch từ trung ương tới địa phương, doanh nghiệp; Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng, trang bị kỹ năng, nghiệp vụ chuyên môn nâng cao cho đội ngũ cán bộ xúc tiến, quảng bá du lịch ở các địa

phương trọng điểm du lịch; Tổ chức Hội nghị thường niên về xúc tiến du lịch quốc gia.

4. Nguồn kinh phí thực hiện Đề án gồm: Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch, Ngân sách Nhà nước bố trí hàng năm và các nguồn hợp pháp khác.

5. Tổ chức thực hiện

a) Tổng cục Du lịch:

- Thực hiện vai trò định hướng, điều phối trong công tác xúc tiến, quảng bá; Định hướng thị trường, sản phẩm du lịch Việt Nam; Xây dựng và triển khai các chương trình, kế hoạch xúc tiến, quảng bá điểm đến vùng, quốc gia.

- Chủ trì phối hợp với bên liên quan xây dựng kế hoạch triển khai thực hiện Đề án; Hướng dẫn, định hướng các địa phương, doanh nghiệp thực hiện kế hoạch, bảo đảm triển khai Đề án hiệu quả.

- Đôn đốc, kiểm tra, đánh giá kết quả thực hiện, định kỳ báo cáo Bộ trưởng kết quả triển khai thực hiện Đề án.

e) Các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương phối hợp, tham gia các chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch quốc gia; Trên cơ sở định hướng chung về thị trường, sản phẩm có kế hoạch thực hiện các giải pháp, tổ chức hoạt động xúc tiến, quảng bá điểm đến của địa phương.

d) Các đơn vị thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ, phối hợp với Tổng cục Du lịch thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp thuộc Đề án này.

đ) Các Bộ, ngành phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch bố trí và huy động các nguồn lực xã hội triển khai thực hiện có hiệu quả Đề án này.

g) Các hiệp hội nghề nghiệp: Phối hợp với Tổng cục Du lịch thực hiện các chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch; Huy động sự tham gia của doanh nghiệp, đẩy mạnh xã hội hóa trong xúc tiến du lịch.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 3. Chánh Văn phòng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch, Cục trưởng Cục Hợp tác quốc tế, Vụ trưởng Vụ Kế hoạch tài chính và thủ trưởng các đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. /.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Thủ tướng Chính phủ (để báo cáo);
- PTTCP Vũ Đức Đam (để báo cáo);
- Văn phòng Chính phủ;
- Các Bộ: CT, GTVT, NG, TC, KHĐT, TTTT;
- UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Văn phòng BCĐNN về Du lịch;
- Hội đồng tư vấn du lịch;
- Hiệp hội Du lịch Việt Nam;
- Lưu: VT, TCDL, TPB (90b).



Nguyễn Ngọc Thiện