

Số: **2343**/QĐ-UBND

Thừa Thiên Huế, ngày **21** tháng 9 năm 2021

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Đề cương Đề án “Truyền thông, xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030”

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ Luật Du lịch ngày 19 tháng 6 năm 2017;

Căn cứ Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16 tháng 01 năm 2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;

Căn cứ Nghị quyết số 54-NQ/TW, ngày 10 tháng 12 năm 2019 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045;

Căn cứ Nghị quyết số 03-NQ/TU, ngày 8 tháng 11 năm 2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh (khóa XV) về phát triển du lịch, dịch vụ Thừa Thiên Huế giai đoạn 2016 - 2020 và tầm nhìn đến năm 2030;

Căn cứ Nghị quyết số 04-NQ/TU, ngày 24 tháng 5 năm 2021 của Hội nghị lần thứ ba Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Khóa XVI về xây dựng Thừa Thiên Huế xứng tầm là một trong những trung tâm lớn, đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về văn hóa, du lịch giai đoạn 2021 - 2025 và tầm nhìn đến năm 2030;

Căn cứ Quyết định số 1622/QĐ-UBND, ngày 26 tháng 8 năm 2013 của UBND tỉnh về việc phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013 - 2030;

Căn cứ Quyết định số 1691/QĐ-UBND, ngày 12 tháng 7 năm 2021 của UBND tỉnh về việc Phê duyệt Đề án “Phát triển ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế thành ngành kinh tế mũi nhọn”;

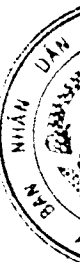
Theo đề nghị của Giám đốc Sở Du lịch tại Tờ trình số 876/TTr-SDL ngày 13 tháng 9 năm 2021.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định “Đề cương Đề án Truyền thông, xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030”.

Điều 2. Giao trách nhiệm cho các đơn vị:

1. Sở Du lịch:



- Chủ động triển khai, lựa chọn đơn vị tư vấn đủ năng lực để thực hiện xây dựng Đề án theo quy định hiện hành.

- Sau khi Đề cương Đề án được UBND tỉnh phê duyệt, chủ động lập, trình thẩm định, phê duyệt dự toán xây dựng Đề án đúng quy định.

2. Giao Sở Tài chính tham mưu phân bổ nguồn vốn để thực hiện xây dựng Đề án.

3. Thời gian hoàn thành: Hoàn thành Đề án và trình UBND tỉnh phê duyệt trước ngày 30/11/2021.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 4. Chánh Văn phòng UBND tỉnh; Giám đốc các Sở: Du lịch, Tài chính; Chủ tịch UBND thành phố Huế, thị xã và các huyện; Thủ trưởng các sở, ban, ngành và đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 4;
- CT và các PCT UBND tỉnh;
- VP: CVP và các PCVP;
- Lưu VT, DL.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH



Nguyễn Thanh Bình



ĐỀ CƯƠNG ĐỀ ÁN
Truyền thông, xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030

(Kèm theo Quyết định số **2343/QĐ-UBND** ngày **21 tháng 9** năm 2021
của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế)

I. SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

Những thay đổi mạnh mẽ của ngành du lịch đòi hỏi những yêu cầu mới trong công tác phát triển du lịch phù hợp với giai đoạn bình thường mới; trong đó cần đặc biệt chú trọng đến nhiệm vụ tái cơ cấu hoạt động truyền thông xúc tiến và định hướng thị trường mục tiêu bảo đảm phục hồi hiệu quả các thị trường khách đến theo các giai đoạn cụ thể trên cơ sở phát huy tối đa giá trị điểm đến. Trên cơ sở đó, được sự đồng ý của UBND tỉnh Thừa Thiên Huế, Sở Du lịch Thừa Thiên Huế đề xuất Đề cương, nhiệm vụ Đề án **“Truyền thông, xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030”** làm cơ sở để triển khai hiệu quả các hoạt động truyền thông, xúc tiến và phục hồi thị trường đến năm 2025, định hướng đến 2030; hướng tới mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh và phát huy giá trị điểm đến Thừa Thiên Huế tại khu vực.

II. CĂN CỨ LẬP ĐỀ ÁN

- Luật Du lịch 2017;
- Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16 tháng 01 năm 2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;
- 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 số 08-NQ/TW, ngày 16 tháng 01 năm 2017 của Bộ Chính trị;
- Nghị quyết số 54-NQ/TW, ngày 10 tháng 12 năm 2019 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045;
- Nghị quyết số 03-NQ/TU, ngày 8 tháng 11 năm 2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh (khóa XV) về phát triển du lịch, dịch vụ Thừa Thiên Huế giai đoạn 2016 - 2020 và tầm nhìn đến năm 2030;
- Nghị quyết số 04-NQ/TU, ngày 24 tháng 5 năm 2021 của Hội nghị lần thứ ba Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Khóa XVI về xây dựng Thừa Thiên Huế xứng tầm là một trong những trung tâm lớn, đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về văn hóa, du lịch giai đoạn 2021 - 2025 và tầm nhìn đến năm 2030;

- Quyết định số 1622/QĐ-UBND, ngày 26 tháng 8 năm 2013 của UBND tỉnh về việc phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013 - 2030;

- Kế hoạch số 51/KH-UBND, ngày 13 tháng 3 năm 2018 của UBND tỉnh Thừa Thiên Huế về Triển khai thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW, ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị gắn với Nghị quyết 03-NQ/TU, ngày 08/11/2016 của Tỉnh ủy Thừa Thiên Huế về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn;

- Quyết định số 1691/QĐ-UBND, ngày 12 tháng 7 năm 2021 của UBND tỉnh về việc Phê duyệt Đề án “Phát triển ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế thành ngành kinh tế mũi nhọn”.

- Kế hoạch số 261/ KH-UBND ngày 12 tháng 8 năm 2021 của Ủy ban Nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế về xây dựng đề án “Truyền thông, xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030”;

III. MỤC TIÊU VÀ YÊU CẦU ĐỀ ÁN

1. Mục tiêu

1.1. Mục tiêu tổng quát:

Xây dựng đề án “Truyền thông, xúc tiến Du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030” đáp ứng các yêu cầu thực tiễn của giai đoạn bình thường mới của ngành du lịch, phát huy tối đa giá trị khác biệt của điểm đến, giải quyết được các tồn tại hạn chế của công tác quảng bá xúc tiến du lịch địa phương hiện hữu đồng thời định hướng rõ được các phương án phục hồi thị trường, phương thức triển khai và các mục tiêu kì vọng cho mỗi giai đoạn thực thi; qua đó xây dựng thương hiệu du lịch Thừa Thiên Huế tiếp tục là điểm đến hấp dẫn, cạnh tranh hàng đầu Việt Nam. Với các lợi thế sẵn có của du lịch Huế, phát huy thương hiệu du lịch điểm đến, thương hiệu sản phẩm du lịch, thương hiệu doanh nghiệp du lịch và các địa danh nổi tiếng của du lịch, từ đó dần khẳng định thương hiệu du lịch Thừa Thiên Huế trên bản đồ du lịch khu vực, cả nước và trên thế giới, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch bền vững.

1.2. Mục tiêu cụ thể:

- Đánh giá toàn diện về hệ thống giá trị điểm đến và thực trạng khai thác sản phẩm du lịch có ảnh hưởng đến hoạt động truyền thông xúc tiến tại Thừa Thiên Huế.

- Phân tích và đánh giá hiện trạng hoạt động truyền thông xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế ở cả góc độ cơ quan quản lý và doanh nghiệp; từ đó xác định

mức độ hiểu biết, các tồn tại và lợi thế của hoạt động xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế hiện tại trong hoạt động du lịch chung của tỉnh.

- Đề xuất các kịch bản phát triển thị trường du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021 – 2025 phù hợp với tình hình mới cũng như đáp ứng các xu hướng thay đổi của thị trường khách du lịch trong và ngoài nước.

- Đề xuất các mô hình chiến lược và giải pháp truyền thông xúc tiến tổng thể giai đoạn 2021 – 2025, định hướng 2030 ứng với các mục tiêu và giai đoạn cụ thể.

- Đề xuất các chương trình hành động và sáng kiến truyền thông cho mỗi giai đoạn nhằm thực thi chiến lược đề ra.

2. Yêu cầu

- Phù hợp với chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về phát triển kinh tế xã hội, phát triển du lịch của Thừa Thiên Huế.

- Đảm bảo tính cơ sở khoa học và thực tiễn, phù hợp với nguồn lực và điều kiện thực tiễn của Thừa Thiên Huế, theo sát các định hướng xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, cũng như thực tế thay đổi của bối cảnh du lịch thế giới trong giai đoạn tới;

- Phát huy tối đa, hiệu quả các lợi thế, tiềm năng về du lịch của địa phương trên nền tảng bảo tồn và phát huy giá trị di sản cố đô và bản sắc văn hóa Thừa Thiên Huế;

- Phát huy được vai trò của các cơ quan, đơn vị và địa phương trong tỉnh, thu hút được sự quan tâm đồng hành của các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh, đồng thời có sự gắn kết trong mối liên kết hợp tác về du lịch giữa Thừa Thiên Huế và các địa phương lân cận;

IV. PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG ĐỀ ÁN

1. Phạm vi

1.1. Không gian: Toàn tỉnh Thừa Thiên Huế.

1.2. Thời gian: Từ quý 4 năm 2021 đến quý 4 năm 2025, định hướng đến năm 2030

2. Đối tượng: Các sở, ban, ngành, địa phương, doanh nghiệp du lịch và đơn vị có liên quan đến xây dựng, quản lý điểm đến, các dịch vụ du lịch và hoạt động truyền thông xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế.

V. PHƯƠNG PHÁP XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

- Nghiên cứu, phân tích và tổng hợp các văn kiện của Đảng, văn bản, đề án, chương trình, kế hoạch của Chính phủ Trung ương, của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, của các tỉnh, thành trong nước về hoạt động nghiên cứu thương hiệu du lịch; các báo cáo hoạt động của các ngành, địa phương trong tỉnh.

- Khảo sát thực địa tại các đơn vị, địa phương, doanh nghiệp,... hoạt động trong lĩnh vực du lịch.

- Điều tra, phỏng vấn những đơn vị làm công tác quản lý và các nhóm có liên quan hoạt động truyền thông xúc tiến thương hiệu du lịch trên địa bàn tỉnh.

- Nghiên cứu thu thập tài liệu, thông tin du khách đến từ các thị trường mục tiêu của địa phương nhằm xác định các xu hướng, hành vi thị trường.

- Phân tích nội dung các báo cáo, tài liệu thông tin quảng bá du lịch và nền tảng thông tin trực tuyến, tài liệu của các ngành, địa phương.

VI. NỘI DUNG THỰC HIỆN

1. Nghiên cứu định vị xây dựng hệ thống giá trị điểm đến

1.1. Đánh giá toàn diện hệ thống giá trị điểm đến

1.1.1. Bối cảnh và hiện trạng du lịch Thừa Thiên Huế

Phân tích bối cảnh và hiện trạng du lịch Thừa Thiên Huế đặt trong mối liên hệ hợp tác với các địa phương lân cận nhằm chỉ ra các thách thức, tồn tại cần giải quyết ảnh hưởng đến công tác xúc tiến du lịch

1.1.2. Định vị hệ thống giá trị nền tảng du lịch Thừa Thiên Huế

Phân tích định vị các giá trị cốt lõi của du lịch Thừa Thiên Huế từ nguồn tài nguyên du lịch địa phương cũng như xác định rõ các yếu tố nền tảng cấu thành hệ thống giá trị du lịch Thừa Thiên Huế (nhấn mạnh lợi thế, tiềm năng về du lịch của địa phương trên nền tảng bảo tồn và phát huy giá trị di sản cố đô và bản sắc văn hóa Huế); làm cơ sở cho việc nhận diện xây dựng chân dung điểm đến cho du lịch Thừa Thiên Huế.

1.2. Phân tích đánh giá hệ thống sản phẩm du lịch Thừa Thiên Huế

1.2.1. Định vị hệ thống sản phẩm du lịch Thừa Thiên Huế

Nghiên cứu, khảo sát đánh giá toàn diện hệ thống sản phẩm du lịch tại Thừa Thiên Huế trên cơ sở đối chiếu với hệ thống giá trị điểm đến nhằm tìm ra các sản phẩm du lịch đặc trưng của địa phương.

1.2.2. Hiện trạng khai thác sản phẩm du lịch Thừa Thiên Huế

Khảo sát, đánh giá và phân tích mức độ khai thác hiện tại của các nhóm sản phẩm theo hệ thống giá trị đã định vị ở cả góc độ cơ quan quản lý và doanh nghiệp trực tiếp nhằm tìm ra các tồn tại và tiềm năng của hệ thống sản phẩm du lịch địa phương; qua đó xác định chất liệu quan trọng làm nền tảng cho định hướng truyền thông xúc tiến.

2. Đánh giá hiện trạng hoạt động truyền thông, xúc tiến du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế

2.1. Phân tích thực trạng, hiện trạng hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế

2.1.1. Hiện trạng hoạt động quảng bá truyền thông và xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế

Phân tích đánh giá hiện trạng hoạt động quảng bá truyền thông và xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế trên các nền tảng trực tuyến (website, mạng xã hội) và trực tiếp (ấn phẩm quảng bá, hoạt động quây thông tin du lịch, hoạt động xúc tiến tại sự kiện).

2.1.2. Định hướng truyền thông xúc tiến từ góc độ cơ quan quản lý điểm đến

Xác định quan điểm, tầm nhìn, đánh giá và định hướng truyền thông xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế từ góc độ cơ quan quản lý điểm đến.

2.2. Phân tích đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông xúc tiến điểm đến từ góc độ đơn vị cung ứng dịch vụ trực tiếp

Khảo sát đo lường mức độ nhận diện và đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế trên đối với trực tiếp kết quả hoạt động của doanh nghiệp địa phương (lưu trú, lữ hành, trải nghiệm địa phương); nhằm tìm ra các tồn tại cần khắc phục cũng như sáng kiến góp ý từ góc độ doanh nghiệp cho hoạt động xúc tiến truyền thông của địa phương.

3. Định hướng chiến lược truyền thông, xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021 – 2025, định hướng đến 2030

3.1. Nghiên cứu định hướng phương án phát triển thị trường khách du lịch đến Thừa Thiên Huế đến năm 2025

3.1.1. Dự báo xu hướng du lịch thế giới và khu vực giai đoạn 2021- 2025

Phân tích dự báo các thay đổi trong xu hướng phát triển du lịch thế giới và khu vực giai đoạn 2021 – 2025 ảnh hưởng đến khả năng phục hồi và thu hút mới các thị trường khách mục tiêu của Thừa Thiên Huế.

3.1.2. Kịch bản phát triển thị trường du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021 - 2025

Nghiên cứu xây dựng các kịch bản phát triển thị trường khách du lịch đến Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021 – 2025 theo các giai đoạn cụ thể ứng với các mục tiêu cụ thể (tồn tại và phục hồi, tăng trưởng và ổn định) cho các nhóm thị trường mục tiêu cụ thể (Nội địa – Đông Nam Á, Đông Bắc Á – Âu Mỹ...).

3.2. Xây dựng định hướng chiến lược truyền thông, xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế đến năm 2025, định hướng đến năm 2030

3.2.1. Định hướng chiến lược truyền thông xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021 – 2025, định hướng đến năm 2030

Nghiên cứu xây dựng định hướng chiến lược truyền thông xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế trên cơ sở sử dụng mô hình Destination Conversion Funnel; nhằm xác định các phương án truyền thông xúc tiến phù hợp với từng giai đoạn và nhóm thị trường mục tiêu trong bối cảnh mới.

3.2.2. Sáng kiến và giải pháp chủ chốt thực thi chiến lược truyền thông xúc tiến giai đoạn 2021 - 2025

Đề xuất các nhóm sáng kiến và giải pháp chủ chốt nâng cao hiệu quả thực thi chiến lược truyền thông xúc tiến; trong đó đặc biệt tập trung ưu tiên cho các nhóm sáng kiến ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số nhằm nâng cao năng lực tiếp cận của thương hiệu du lịch Thừa Thiên Huế cũng như định hướng phát triển du lịch thông minh của Thừa Thiên Huế.

4. Phương thức triển khai

Xây dựng chương trình kế hoạch hành động chi tiết triển khai định hướng truyền thông xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021 – 2025, định hướng đến năm 2030, cụ thể bao gồm:

1. Các bên liên quan thực thi dự án
2. Nguồn lực thực hiện
3. Chương trình hành động giai đoạn 2021 – 2025

(Kèm phụ lục Danh mục nhiệm vụ, hành động cụ thể, khái toán kinh phí, phân kỳ thực hiện giai đoạn 2021 – 2025).

5. Kết luận và kiến nghị

VII. THỜI GIAN HOÀN THÀNH: trước tháng 12 năm 2021.

VIII. SẢN PHẨM ĐỀ ÁN

1. Báo cáo tư vấn “**Truyền thông, xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030**” được UBND Tỉnh Thừa Thiên Huế phê duyệt (có bao gồm: định hướng chiến lược truyền thông xúc tiến du lịch Thừa Thiên Huế và danh mục các hành động triển khai định hướng này trong các giai đoạn dự kiến).

2. Dữ liệu, số liệu nghiên cứu, tổng hợp, phân tích.

3. Kết quả đánh giá khảo sát, kết quả phỏng vấn các bên liên quan.

IX. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

- **Cơ quan chủ đầu tư:** Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế

- **Đơn vị lập đề án:** tổ chức lựa chọn đơn vị tư vấn theo quy định hiện hành.

- **Kinh phí thực hiện:** Ngân sách tỉnh (nguồn kinh phí sự nghiệp) du lịch).

X. TIẾN ĐỘ THỰC HIỆN

Stt	Nhiệm vụ	Thời gian
1	Phê duyệt đề cương và dự toán đề án tổng thể	Tháng 9/2021
2	Tổ chức thực hiện đấu thầu, lựa chọn đơn vị tư vấn và tiến hành thủ tục kí kết hợp đồng.	Tháng 9/2021
3	Báo cáo dự thảo lần 1 Đề án	Tháng 10/2021
4	Lấy ý kiến góp ý của các sở, ban, ngành liên quan	Tháng 10/2021
5	Báo cáo dự thảo lần 2 Đề án	Tháng 11/2021
6	Trình UBND tỉnh kết quả đề án và ban hành kế hoạch nội dung triển khai đề án	Tháng 11/2021