

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ**ỦY BAN NHÂN DÂN
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH****CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số: 29/2010/QĐ-UBND

TP. Hồ Chí Minh, ngày 05 tháng 5 năm 2010

QUYẾT ĐỊNH**Ban hành Kế hoạch phát triển du lịch
thành phố Hồ Chí Minh năm 2010****ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

Căn cứ Luật Tổ chức Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân ngày 26 tháng 11 năm 2003;

Xét đề nghị của Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tại Tờ trình số 1118/SVHTTDL-VP ngày 26 tháng 3 năm 2010 về ban hành Kế hoạch phát triển du lịch trên địa bàn thành phố năm 2010,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch phát triển du lịch thành phố Hồ Chí Minh năm 2010.

Điều 2. Thủ trưởng các sở - ban - ngành thành phố, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các quận - huyện, Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị và doanh nghiệp du lịch thuộc thành phố quản lý căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao, khẩn trương xây dựng kế hoạch triển khai cụ thể để thực hiện Kế hoạch này đạt hiệu quả cao nhất.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực thi hành sau 10 (mười) ngày, kể từ ngày ký.

Điều 4. Chánh Văn phòng Ủy ban nhân dân thành phố, Thủ trưởng các sở - ban - ngành thành phố, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các quận - huyện, Chủ tịch Hội đồng quản trị và Tổng Giám đốc Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn, các thành viên Ban Chỉ đạo Phát triển du lịch thành phố, Hiệp hội Du lịch thành phố, Đài Truyền hình thành

phổ, Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị và doanh nghiệp kinh doanh hoặc có các hoạt động liên quan đến du lịch thuộc thành phố quản lý chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

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

Nguyễn Thị Hồng

**ỦY BAN NHÂN DÂN
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

KẾ HOẠCH

Phát triển du lịch thành phố Hồ Chí Minh năm 2010

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 29/2010/QĐ-UBND
ngày 05 tháng 5 năm 2010 của Ủy ban nhân dân thành phố)*

Phần I

TÓM TẮT TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG NĂM 2009

Ngành du lịch thành phố bước vào năm 2009 trong bối cảnh suy giảm kinh tế lan rộng trên toàn cầu, cộng với dịch bệnh mà cao điểm là cúm A/H1N1 đã khiến cho cầu về du lịch giảm mạnh. Tuy nhiên với những nỗ lực của toàn ngành cùng sự quan tâm chỉ đạo sâu sát của Trung ương và thành phố, ngành du lịch thành phố đã thực hiện các chỉ tiêu cơ bản được ghi nhận như sau:

- Tổng lượng khách quốc tế đến thành phố đạt 2.600.000 lượt, giảm 7% so năm 2008 và đạt 87% kế hoạch năm 2009 (kế hoạch: 3.000.000 lượt).

- Tổng doanh thu du lịch của thành phố năm 2009 đạt 35.000 tỷ đồng, tăng 13% so với năm 2008 và đạt 103% kế hoạch năm 2009. Trong đó, doanh thu khách sạn nhà hàng đạt 25.000 tỷ đồng, tăng 5% và doanh thu lữ hành đạt 10.000 tỷ đồng, tăng 38% so với năm 2008.

Năm 2009, thành phố đã có nhiều nỗ lực trong việc thực hiện chương trình hành động của ngành du lịch nhằm khôi phục và phát triển du lịch trong tình hình suy giảm kinh tế, đặc biệt là việc thực hiện hiệu quả chương trình kích cầu du lịch nội địa, kết quả là lượng khách nội địa đến thành phố gần 8 triệu lượt, tăng 30% so với cùng kỳ (chiếm 32% lượng khách nội địa của cả nước) và đã giúp cho doanh thu ngành du lịch thành phố không chỉ vượt kế hoạch năm 2009 mà tăng so với cùng kỳ. Với những kết quả đạt được, thành phố Hồ Chí Minh một trong hai thành phố (cùng với Quảng Nam) được Tổng Cục Du lịch biểu dương qua sơ kết thực hiện kích cầu du lịch.

Tuy nhiên, ngành du lịch thành phố vẫn còn những mặt hạn chế khách quan và

chủ quan cần phải khắc phục và trong bối cảnh chung của toàn cầu, có những thuận lợi và thách thức mà chúng ta cần xác định trong năm 2010.

Phần II

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN NĂM 2010

I. NHỮNG CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

1. Cơ hội

Mặt khách quan:

- Tình hình kinh tế thế giới đã có dấu hiệu hồi phục sau suy thoái trong năm 2009. Tuy nhiên, tình hình bất ổn chính trị diễn ra tại một số nước trên thế giới khiến sức hút của một số điểm đến giảm sút. Đây là thời cơ để chúng ta tranh thủ thu hút khách quốc tế đến với Việt Nam nói chung và thành phố nói riêng. Theo dự báo của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), du lịch thế giới có thể tăng trưởng từ 1% đến 3%.

- Vị thế Việt Nam trên trường quốc tế ngày càng được khẳng định thông qua việc nước ta đang là thành viên không thường trực Hội đồng Bảo an Liên Hợp Quốc, đảm nhiệm Chủ tịch ASEAN, hội nhập sâu vào kinh tế thế giới, mở cửa thị trường theo lộ trình cam kết WTO, khẳng định là điểm đến an toàn, thân thiện và hấp dẫn.

Mặt chủ quan:

- Năm 2010 là năm có nhiều sự kiện quan trọng, nhiều ngày lễ lớn như: kỷ niệm 55 năm Quốc khánh; 35 năm ngày Giải phóng hoàn toàn miền Nam, thống nhất đất nước; đại lễ 1000 năm Thăng Long - Hà Nội; kỷ niệm 50 năm ngày thành lập ngành du lịch Việt Nam... sẽ là điều kiện, cơ hội tốt để quảng bá, thu hút khách quốc tế đến Việt Nam nói chung và thành phố nói riêng.

- Các nhóm giải pháp kích cầu của Chính phủ và thành phố đã và đang bước đầu phát huy tác dụng, ngăn chặn suy giảm kinh tế, đặc biệt là nhóm giải pháp hỗ trợ lãi suất cho doanh nghiệp, miễn thuế thu nhập cá nhân 6 tháng đầu năm 2009 góp phần động viên doanh nghiệp và công dân cùng chung sức với Nhà nước vượt qua khó khăn.

- Chương trình kích cầu du lịch của Tổng Cục Du lịch thông qua chương trình khuyến mãi "Ấn tượng Việt Nam" và kích cầu du lịch nội địa với hiệu quả trong giai đoạn 1 và được kéo dài đến hết tháng 12/2009 là một trong những đòn bẩy thúc đẩy

du lịch sớm hồi phục. Nhận thức về du lịch đã được nâng cao, cùng với những bài học kinh nghiệm vượt khủng hoảng trong thời gian qua cũng là những yếu tố tích cực tạo đà cho du lịch thành phố tiếp tục phát triển.

- Luật Du lịch cùng với các văn bản dưới luật được ban hành trong năm 2009 là hành lang pháp lý cơ bản, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp du lịch cạnh tranh lành mạnh, góp phần phát triển kinh doanh du lịch.

- Sự hợp tác và phối hợp của các ngành trong Ban Chỉ đạo phát triển du lịch thành phố và các chương trình liên kết hợp tác du lịch trong và ngoài nước sẽ tạo nguồn lực mạnh mẽ cho sự phát triển ngành.

2. Thách thức

Mặt khách quan:

- Suy thoái kinh tế toàn cầu tuy đã có tín hiệu hồi phục nhưng chưa thực sự rõ nét dẫn đến sụt giảm thu nhập và hệ quả là giảm cầu du lịch do mọi người tiết kiệm chi tiêu, để dành cho những khoản chi phí cần thiết hơn (ăn, ở, giáo dục, y tế...). Đây chính là một trong những nguyên nhân chính làm sụt giảm khách du lịch quốc tế đến nước ta nhất là khách Pháp - Tây Âu.

- Dịch cúm A/H1N1 tuy đã được khống chế nhưng tình hình dịch bệnh không thể lường trước được cũng là một trong những rào cản tâm lý, nhất là đối với khách đến từ các thị trường Đông Bắc Á như Nhật. Tâm lý sợ bị phải cách ly khi đi cùng chuyến bay với người nhiễm bệnh, dẫn đến việc bị hủy tour đã đặt trước là một tâm lý có thật, dễ lây lan trong cộng đồng du khách quốc tế.

- Cạnh tranh trong khu vực và quốc tế ngày càng gay gắt hơn, đặc biệt là các nước trong khu vực với bề dày kinh nghiệm đã và đang tổ chức những chiến dịch quảng bá xúc tiến rầm rộ, tạo được sức hút đáng kể khách du lịch đến các điểm đến trong khu vực.

Mặt chủ quan:

- Sản phẩm du lịch của thành phố nhìn chung còn khá đơn điệu, trong khi các loại hình sản phẩm mới (tour đường sông, chương trình nghệ thuật phục vụ du khách...) triển khai chậm do chưa có cơ sở hạ tầng kỹ thuật phù hợp... Bên cạnh đó, hạ tầng giao thông thành phố chưa đồng bộ, môi trường du lịch chưa thực sự nề nếp, tạo thoải mái cho khách du lịch.

- Một số thị trường chính, truyền thống có dấu hiệu bão hòa trong khi thị trường

mới, tiềm năng chưa được đầu tư quảng bá đúng mức. Giá cả dịch vụ tăng như xăng dầu, điện nước, thực phẩm cũng tác động tiêu cực đến bình ổn giá và khuyến mãi trong du lịch.

- Cơ chế, cơ sở hạ tầng và điều kiện thực hiện hoạt động du lịch tại thành phố chưa hoàn thiện và đồng bộ sẽ là những trở ngại trong việc nâng chất lượng sản phẩm du lịch, xây dựng khai thác, tạo sản phẩm mới và thúc đẩy du lịch phát triển lành mạnh.

- Nguồn nhân lực nhìn chung còn yếu và thiếu, chưa được chuẩn hóa đồng bộ, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển của ngành du lịch trong thời kỳ mới.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát:

- Thúc đẩy tăng trưởng du lịch theo hướng bền vững, tạo chuyển biến mạnh về chất lượng dịch vụ, sản phẩm du lịch. Phát triển du lịch theo chiều sâu, lấy chất lượng hiệu quả làm trọng tâm.

- Nâng cao năng lực và hiệu lực quản lý nhà nước đối với hoạt động du lịch và đẩy mạnh cải cách hành chính, tạo môi trường thuận lợi đầu tư phát triển du lịch.

- Tăng cường quảng bá xúc tiến và hợp tác quốc tế. Chủ động hội nhập và cạnh tranh có hiệu quả với du lịch khu vực trên cơ sở khai thác tiềm năng, lợi thế so sánh để nâng chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Chú trọng phát triển thị trường tiềm năng và thị trường mới, đặc biệt là các thị trường gần, thị trường nội địa.

- Tiếp tục triển khai các biện pháp kích cầu du lịch trên cơ sở liên kết chặt chẽ giữa các ngành, các cấp và các doanh nghiệp du lịch.

- Xây dựng môi trường du lịch an toàn, thân thiện và văn minh, giới thiệu hình ảnh một thành phố năng động, hấp dẫn và an toàn.

2. Mục tiêu cụ thể:

Phân đầu hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu cơ bản sau:

- Lượng khách quốc tế đến thành phố đạt 2.800.000 lượt, tăng 7% so với năm 2009.

- Khách du lịch nội địa tăng từ 15 - 20%.

- Tổng doanh thu toàn ngành đạt 40.000 tỷ đồng, tăng 15% so với năm 2009.

3. Xác định thị trường:

*** Thị trường trọng điểm:**

- Thị trường Tây Âu, Đông Bắc Á, Bắc Mỹ và Úc là thị trường truyền thống có lượng khách du lịch lớn và duy trì ổn định trong nhiều năm qua. Tuy những năm gần đây có dấu hiệu bão hòa, vì vậy công tác xúc tiến cần tập trung vào các thị trường khách như du lịch nghỉ dưỡng, du lịch hội nghị, du lịch mua sắm, du lịch ẩm thực đang phát triển nhanh chóng tại các thị trường này.

- Thị trường các nước Đông Nam Á (ASEAN) là thị trường mới nổi lên do nền kinh tế tăng trưởng nhanh chóng, cùng với việc ngành du lịch các nước ASEAN đang tập trung đẩy mạnh du lịch nội vùng trong khối. Đây là cơ hội và tiền đề để thu hút khách du lịch các nước ASEAN với những thị trường ngách rất tiềm năng như du lịch tuổi trẻ, du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch mua sắm.

- Thị trường Nga là thị trường lớn và dễ tính nhưng có rào cản về ngôn ngữ. Ngành du lịch thành phố cần phải tập trung nhiều cho việc đào tạo đội ngũ phục vụ nói tiếng Nga và tạo nhiều sản phẩm đa dạng như mua sắm, nghỉ dưỡng để tăng doanh thu từ thị trường này.

*** Thị trường tiềm năng:**

- **Nam Phi** là thị trường rất tiềm năng với các dịch vụ du lịch cao cấp, tuy nhiên do chưa có nhiều hãng hàng không tiếp cận thị trường này, nên ngành du lịch thành phố cần tập trung việc quảng bá thông qua tổ chức các đoàn FAM, báo chí đến khảo sát sản phẩm và dịch vụ du lịch cao cấp tại thành phố.

- **Trung Đông** là thị trường hồi giáo tiềm năng với mức thu nhập cao và tương đối khó tính với dịch vụ trung và cao cấp. Đây là thị trường hơi đặc thù mà hiện tại hệ thống khách sạn và dịch vụ - du lịch của thành phố chưa đáp ứng được. Trước tiên, ngành du lịch thành phố thông qua báo chí và các hãng hàng không có đường bay kết nối với Trung Đông để giới thiệu và mời các hãng lữ hành nổi tiếng tại Trung Đông tham dự các sự kiện du lịch mang tầm quốc tế của thành phố như Triển lãm quốc tế du lịch thành phố Hồ Chí Minh (ITE-HCMC 2010) vào tháng 9 năm 2010, Liên hoan ẩm thực món ngon các nước vào tháng 12 năm 2010. Qua các sự kiện này, tạo điều kiện tiếp xúc, trao đổi để tìm hiểu thêm và xác định nhu cầu của thị trường khách Trung Đông. Trên cơ sở đó chuẩn bị phương án, kế hoạch xúc tiến cho phù hợp.

- **Nam Á** là thị trường lớn với 1,9 triệu lượt khách du lịch Ấn Độ năm 2009. Tổ chức ASEAN đã có thỏa thuận hợp tác và thành lập các trung tâm thông tin và xúc

tiến du lịch tại Ấn Độ. Ngành du lịch thành phố cần tập trung tổ chức các đoàn FAM và báo chí từ thị trường này đến khảo sát dịch vụ sản phẩm du lịch của thành phố.

- **Bắc Âu** là thị trường rất tiềm năng và cao cấp. Ngành du lịch thành phố tập trung kết hợp tổ chức hội chợ Thương mại - Du lịch và Roadshow để quảng bá ngành du lịch tại thị trường này.

- **Nam Mỹ, Đông Âu** là thị trường mới và tiềm năng, đang có xu hướng tăng nhanh, tuy nhiên bị hạn chế về đường bay nên công tác xúc tiến cần tập trung vào việc tổ chức các đoàn báo chí viết về điểm đến thành phố.

III. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM

1. Triển khai thực hiện Chương trình kích cầu du lịch “Việt Nam - Điểm đến của bạn” hướng tới cả đối tượng khách quốc tế và khách nội địa trên cơ sở lồng ghép với các chương trình hiện có của ngành du lịch thành phố, tạo cơ chế phối hợp đồng bộ, khai thác tốt lợi thế tiềm năng của thành phố trong mối quan hệ với các địa phương bạn nhằm phát huy hiệu quả cao nhất của chương trình.

2. Tiếp tục phát động chiến dịch nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch trên địa bàn thành phố thông qua việc lựa chọn và biểu dương các dịch vụ hàng đầu của ngành du lịch thành phố Hồ Chí Minh để giới thiệu, quảng bá rộng rãi với du khách trong và ngoài nước. Đồng thời duy trì, nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch hiện có và từng bước đưa vào khai thác các sản phẩm, tour mới. Tích cực tổ chức các hoạt động sự kiện du lịch gắn với chủ đề hướng đến Đại lễ 1.000 năm Thăng Long - Hà Nội và chào mừng 35 năm ngày giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước.

3. Tăng cường công tác quảng bá xúc tiến du lịch, giới thiệu hình ảnh điểm đến thành phố thông qua nhiều kênh tuyên truyền (báo đài, ngoại giao đoàn, hàng không); tham gia tích cực vào các hoạt động của các Tổ chức Du lịch quốc tế mà trọng tâm là Tổ chức Xúc tiến du lịch các thành phố Châu Á - Thái Bình Dương (TPO); nâng chất các sự kiện văn hóa, du lịch được tổ chức định kỳ trong đó điểm nhấn là sự kiện Triển lãm quốc tế du lịch ITE HCMC 2010 đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thống nhất là sự kiện quốc gia kể từ năm 2009.

4. Triển khai tốt công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật du lịch cho các Sở, ngành liên quan, Ủy ban nhân dân 24 quận - huyện. Thực hiện tích cực cơ chế phối hợp trong hậu kiểm du lịch giữa Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch với Sở Kế hoạch và Đầu tư, Cục Thuế thành phố, Công an thành phố và Phòng Văn hóa và Thông tin

quận - huyện theo hướng hướng dẫn, tạo điều kiện cho doanh nghiệp hoạt động trong khuôn khổ pháp luật. Từng bước thực hiện phân cấp công tác hậu kiểm về du lịch cho quận, huyện.

5. Tập trung triển khai công tác đào tạo, đào tạo lại nguồn nhân lực nhằm trang bị kiến thức, kỹ năng theo hướng chuẩn hóa đội ngũ nhân lực ngành du lịch, chú trọng đến các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các ngành nghề cụ thể như tiếp tân, buồng, bàn, hướng dẫn viên du lịch để đón đầu thời cơ phát triển du lịch khi kinh tế thế giới hồi phục cũng như các tác động tiêu cực khác như dịch bệnh được chặn đứng.

6. Phát huy vai trò và nâng cao chất lượng hoạt động của Hiệp hội Du lịch thành phố trong việc phối kết hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức tốt các hoạt động quảng bá xúc tiến hình ảnh, vị thế điểm đến thành phố cũng như khai thác tối tiềm năng, lợi thế của các doanh nghiệp du lịch, đóng góp có hiệu quả vào sự phát triển chung của du lịch thành phố.

IV. NHIỆM VỤ CỤ THỂ VÀ GIẢI PHÁP

1. Phát triển sản phẩm du lịch:

- Tiếp tục triển khai thực hiện chương trình nâng cao và chuẩn hóa chất lượng dịch vụ du lịch “Thành phố Hồ Chí Minh - 100 điều thú vị” theo hướng mở rộng tiêu thức và thu hẹp số lượng của mỗi tiêu thức (Top 5 thay cho Top 10 của mỗi tiêu thức).

- Xây dựng kế hoạch nhân rộng chương trình dịch vụ du lịch đạt chuẩn kết nối với tour du lịch, tăng cường công tác quảng bá, tiếp thị đến du khách; phối hợp tổ chức có hiệu quả chương trình tháng bán hàng khuyến mãi hàng năm nhằm phát huy thế mạnh của thành phố về thương mại, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của du khách. Triển khai công tác xây dựng và triển khai tiêu chí thẩm định Chợ đạt chuẩn Du lịch.

- Phát động Chiến dịch bán hàng giảm giá “Impressive Viet Nam Grand Sale 2010” vào tháng 8 và tháng 9 năm 2010 trên cơ sở nâng cấp chương trình “Tháng bán hàng khuyến mãi” tổ chức định kỳ hàng năm của thành phố với các hình thức đa dạng như Hội chợ bán hàng giảm giá, cung cấp các ưu đãi cho khách du lịch (thẻ ưu đãi giảm giá, vé mua sắm...), bốc thăm trúng thưởng... (Sở Công Thương phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch).

- Tiếp tục đẩy mạnh kích cầu du lịch nội địa trên cơ sở phối hợp với Tổng Công ty Hàng không quốc gia Việt Nam giảm giá tour nội địa thông qua giảm giá vé máy bay; khuyến khích các doanh nghiệp du lịch dịch vụ trên địa bàn giảm giá từ 10% đến 30% đặc biệt cho khách đi theo đoàn vào mùa thấp điểm.

- Xây dựng lộ trình triển khai Đề án phát triển du lịch đường sông thành phố nhằm đưa vào phục vụ khách du lịch tour du lịch đường sông cụ thể trong năm 2010.

- Xúc tiến và đưa vào phục vụ khách du lịch một số chương trình nghệ thuật tiêu biểu, giới thiệu được bản sắc văn hóa dân tộc.

2. Công tác quảng bá xúc tiến du lịch:

2.1. Tuyên truyền quảng bá du lịch:

- Tăng cường phối hợp với các phương tiện truyền thông đại chúng, trong đó chú trọng nâng cao chất lượng chuyên mục du lịch trên truyền hình (VTV, HTV, VCTV), đài phát thanh và một số tờ báo lớn; đẩy mạnh hoạt động câu lạc bộ phóng viên du lịch; phát huy vai trò của Tạp chí Du lịch trực thuộc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch trên cơ sở không ngừng cải tiến nội dung, mở rộng mạng lưới phát hành.

- Triển khai Chương trình “Việt Nam - Điểm đến của bạn” với trọng tâm tập trung vào các hãng lữ hành, báo chí nước ngoài chuyên viết về du lịch ở các thị trường trọng điểm và tiềm năng. Nâng cao chất lượng và mở rộng quan hệ hợp tác với các tổ chức quốc tế về du lịch và liên quan đến du lịch. Tranh thủ sự hỗ trợ của các Đại sứ, Lãnh sự quán Việt Nam ở nước ngoài, các Lãnh sự quán nước ngoài tại thành phố để giới thiệu các ấn phẩm quảng bá điểm đến Việt Nam và thành phố Hồ Chí Minh.

- Cung cấp một cách đầy đủ thông tin cho khách du lịch trên cơ sở đẩy mạnh thực hiện các ấn phẩm hướng dẫn du lịch theo chuyên đề, phù hợp với từng đối tượng thị trường với các loại ấn phẩm đặc biệt là tập trung quảng bá chương trình thành phố Hồ Chí Minh - 100 điều thú vị.

- Mở rộng và hiện đại hóa mạng lưới các điểm thông tin du lịch tại khu vực trung tâm thành phố, khu vực nhà ga sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất.

- Xây dựng chiến lược thương hiệu phát triển du lịch của thành phố nhằm nâng cao sức cạnh tranh với các thành phố lớn trong khu vực, tạo nét riêng cho điểm đến thành phố giai đoạn 2011 - 2020.

2.2. Xúc tiến du lịch trong và ngoài nước:

- Tăng cường phối hợp với Tổng Công ty Hàng không quốc gia Việt Nam và Hiệp hội Du lịch tổ chức các đoàn FAM Trip (chuyến đi khảo sát cho các nhà điều hành tour) đối với các thị trường Tây Ban Nha, Đức và các nước Bắc Âu và các đoàn Press Trip (chuyến đi khảo sát dành cho báo chí) đối với các hãng truyền thông lớn,

có uy tín trên thế giới để khảo sát, giới thiệu sản phẩm du lịch, dự án kêu gọi đầu tư của thành phố và các vùng lân cận.

- Phối hợp tham gia với Tổng Cục Du lịch và Tổng Công ty Hàng không quốc gia Việt Nam tổ chức quảng bá xúc tiến du lịch đối với cộng đồng Việt kiều ở nước ngoài, đặc biệt ở 4 nước Pháp, Mỹ, Anh và Úc.

- Tổ chức các sự kiện văn hóa du lịch mang tính định kỳ tại thành phố:

+ Lễ đón khách du lịch quốc tế đến thành phố đầu năm dương lịch nhằm tạo ấn tượng tốt về một điểm đến thân thiện và mến khách.

+ Lễ hội đường hoa nhân dịp Tết Nguyên Đán nhằm giới thiệu nét đẹp văn hóa truyền thống, đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi giải trí của cư dân thành phố và khách du lịch đến thành phố trong dịp Tết.

+ Ngày hội du lịch thành phố lần 6 (tháng 4 năm 2010) nhằm kích cầu du lịch nội địa thông qua giới thiệu sản phẩm, các hình thức khuyến mãi của doanh nghiệp đến với người tiêu dùng.

+ Lễ hội Trái cây Nam bộ (tháng 6 năm 2010) nhằm tôn vinh và quảng bá giá trị trái cây Việt Nam gắn kết với thu hút khách du lịch.

+ Hội chợ du lịch quốc tế ITE HCMC 2010 (tháng 9 năm 2010) nhằm phát triển thị trường khách quốc tế thông qua tạo cơ hội cho các doanh nghiệp trong nước tiếp xúc với các “người mua” (buyer) để chào bán sản phẩm, tổ chức đưa khách từ các thị trường nước ngoài đến với thành phố.

+ Liên hoan ẩm thực Món Ngon các nước (tháng 12 năm 2009) nhằm phát huy các giá trị văn hóa ẩm thực thu hút khách du lịch.

- Tham gia các hoạt động, sự kiện du lịch tại các địa phương bạn:

+ Tham gia các sự kiện du lịch tại một số tỉnh thành nhằm giới thiệu du lịch thành phố, phát triển liên kết sản phẩm du lịch vùng như: Festival Huế (tháng 6/2010), Đại lễ 1000 năm Thăng Long - Hà Nội (tháng 10/2010)...

3. Hợp tác phát triển du lịch:

- Mở rộng hợp tác phát triển kinh tế với các tỉnh thành trên các lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch trong đó lĩnh vực du lịch đề xuất khảo sát làm mới các tour tuyến liên kết từ thành phố đi Đà Nẵng - Huế - Hội An; tuyến Đường Trường Sơn; tuyến Quảng Bình và tuyến du lịch đường sông Mê Kông bằng tàu thủy từ thành phố hoặc Tiền Giang đi Campuchia qua các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long.

- Tiếp tục đẩy mạnh hợp tác với Campuchia trong việc nối tour từ thành phố Hồ Chí Minh qua các tỉnh miền Tây và Tây Ninh đi Campuchia, Thái Lan, Lào và cả Myanmar. Chú trọng phát triển loại hình tour Caravan (du lịch bằng xe tự lái) trong nội vùng ASEAN.

- Phát huy vai trò của Hiệp hội Du lịch (hội lữ hành, hội khách sạn) trong việc liên kết các doanh nghiệp du lịch, tạo tiếng nói chung, đồng lòng cam kết thực hiện một số biện pháp cấp bách nhằm tăng sức hấp dẫn của điểm đến Việt Nam nói chung và thành phố Hồ Chí Minh nói riêng.

- Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tham mưu đề xuất Ủy ban nhân dân thành phố chỉ đạo, kêu gọi các doanh nghiệp toàn thành phố cùng góp sức tháo gỡ khó khăn cho du lịch và bản thân Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ động triển khai thực hiện các kế hoạch phối hợp hoạt động giữa các ngành, lĩnh vực để tạo sức mạnh, chiến lược thống nhất khôi phục và phát triển du lịch thành phố.

4. Công tác đào tạo nguồn nhân lực:

- Công tác đào tạo hướng về việc cơ quan quản lý nhà nước định hướng huấn luyện, bồi dưỡng nâng cao nghiệp vụ nhằm chuẩn hóa cán bộ - nhân viên của ngành, nhất là lực lượng quản lý doanh nghiệp, hướng dẫn viên.

- Tổ chức các lớp bồi dưỡng ngắn ngày chuyên đề về khách sạn dành cho đội ngũ quản lý các khách sạn vừa và nhỏ và đội ngũ nhân viên buồng, bàn, tiếp tân; tổ chức bồi dưỡng nghiệp vụ, kiến thức văn hóa, kỹ năng giao tiếp cho đội ngũ bảo vệ du khách và đội ngũ tài xế xe vận chuyển khách du lịch.

- Tham gia hội thi hướng dẫn viên du lịch toàn quốc và tổ chức tốt cuộc thi thuyết trình “Thành phố Hồ Chí Minh - Thành phố du lịch tôi yêu”.

- Tiếp tục tranh thủ sự giúp đỡ, tài trợ của các tổ chức quốc tế trong việc hỗ trợ tổ chức các lớp huấn luyện và bồi dưỡng nghiệp vụ cho lực lượng lao động trong ngành.

V. CÁC GIẢI PHÁP THƯỜNG XUYÊN KHÁC

1. Công tác quản lý nhà nước

- Tăng cường công tác phổ biến, hướng dẫn pháp luật cho doanh nghiệp, các đơn vị liên quan. Tăng cường làm việc với doanh nghiệp, phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư, Phòng Văn hóa và Thông tin quận - huyện thực hiện tốt kế hoạch hậu kiểm và thông báo doanh nghiệp tham gia chương trình kích cầu du lịch 2010.

- Khảo sát cơ bản về hiện trạng hướng dẫn viên du lịch, thuyết minh viên du lịch tại thành phố.

- Tăng cường công tác quản lý các chi nhánh, văn phòng đại diện doanh nghiệp các tỉnh thành, nước ngoài trên địa bàn thành phố.

- Tập trung hướng dẫn các cơ sở lưu trú du lịch đã được công nhận đạt tiêu chuẩn trước đây đầu tư, nâng cấp lên hạng sao theo Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 31 tháng 12 năm 2008 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hướng dẫn thực hiện Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch về lưu trú du lịch. Từng bước thực hiện công tác chuyển giao việc thẩm định cơ sở lưu trú đạt chuẩn kinh doanh lưu trú du lịch cho Phòng Văn hóa và Thông tin các quận - huyện.

- Làm tốt công tác tham mưu định hướng phát triển hệ thống cơ sở lưu trú, chú trọng phát triển hài hòa hệ thống khách sạn cao cấp (từ 3 sao trở lên) đảm bảo đẳng cấp, thương hiệu vốn có. Nâng cấp cơ sở lưu trú vừa và nhỏ trên địa bàn hoạt động đúng hướng và có chương trình dịch vụ tương xứng. Tiếp tục bồi dưỡng giám đốc các khách sạn - hãng lữ hành theo hướng tiếp cận chuẩn quốc tế.

- Phối hợp Tổng Cục Du lịch thẩm định mới và tái thẩm định các cơ sở lưu trú du lịch hạng 3 - 5 sao hoặc hạng cao cấp, đồng thời tăng cường công tác quản lý nhà nước và xây dựng mối quan hệ hợp tác hai chiều với các khách sạn này.

- Đẩy mạnh công tác thẩm định và cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch cho các cơ sở ăn uống trong khu du lịch, điểm du lịch, đô thị du lịch và bên ngoài hệ thống khách sạn.

2. Triển khai thực hiện các chương trình, đề án quy hoạch phát triển du lịch

- Tiếp tục triển khai chương trình phát triển du lịch thành phố giai đoạn 2007 - 2010, có định hướng đến năm 2020 và chương trình chuyên dịch cơ cấu kinh tế ngành du lịch bao gồm chương trình quảng bá xúc tiến du lịch và chương trình liên kết hợp tác phát triển du lịch giai đoạn 2007 - 2010.

- Triển khai ứng dụng Đề án Khu phố du lịch Phạm Ngũ Lão, từng bước nâng chất lượng hoạt động dịch vụ du lịch tại Khu phố du lịch Phạm Ngũ Lão.

- Xây dựng và hoàn chỉnh đề tài phát triển nguồn nhân lực du lịch nhằm quy hoạch và chuẩn hóa đội ngũ lao động trong ngành du lịch thành phố giai đoạn 2011 - 2020.

- Tiếp tục đẩy mạnh công tác nghiên cứu khoa học gắn với ứng dụng thực tế trên cơ sở khai thác, phát huy tiềm năng thế mạnh của du lịch thành phố như du lịch mua sắm, du lịch văn hóa lịch sử, du lịch hội nghị, du lịch sinh thái, du lịch làng nghề...

3. Theo dõi, thúc đẩy tiến độ thực hiện các công trình, dự án cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch, đảm bảo xây dựng môi trường du lịch văn minh, thân thiện và an toàn

- Phát động chiến dịch làm sạch môi trường du lịch với trọng tâm là xây dựng nếp sống văn minh, sạch sẽ tại nơi công cộng, xây dựng nhà vệ sinh tiêu chuẩn du lịch, làm sạch nhà vệ sinh công cộng trên địa bàn thành phố. Kinh phí thực hiện: Tổng Cục Du lịch Việt Nam sẽ hỗ trợ một phần và phần kinh phí còn lại thực hiện xã hội hóa (Sở Tài nguyên và Môi trường chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Ủy ban nhân dân 24 quận - huyện).

- Phối hợp Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Giao thông vận tải nắm tình hình triển khai các dự án trọng điểm cải tạo, nâng cấp và xây mới hạ tầng giao thông để có kế hoạch xây dựng sản phẩm du lịch phù hợp.

- Phối hợp các ngành tiếp tục khảo sát và đề xuất nâng cấp trùng tu một số di tích lịch sử văn hóa xuống cấp và cải tạo lại hệ thống giao thông dẫn đến các điểm di tích lịch sử văn hóa.

Phần III TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Giao Ban Chỉ đạo Phát triển du lịch thành phố và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chịu trách nhiệm tham mưu, đề xuất, tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch phát triển du lịch thành phố Hồ Chí Minh năm 2010.

2. Căn cứ vào phương hướng, nội dung và các giải pháp của Kế hoạch phát triển du lịch thành phố Hồ Chí Minh năm 2010, Thủ trưởng các Sở - ban - ngành, quận - huyện và các Tổng Công ty có liên quan tổ chức quán triệt trong nội bộ; chỉ đạo xây dựng kế hoạch cụ thể đối với từng nội dung, chương trình.

3. Định kỳ hàng quý, Ban Chỉ đạo Phát triển du lịch thành phố và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức giao ban để đánh giá kết quả đạt được, xác định công tác tập trung cho quý sau. Ủy ban nhân dân thành phố giao cho thành viên của Ban Chỉ đạo Phát triển du lịch thành phố, các sở - ngành, quận - huyện có liên quan báo cáo

kết quả hoạt động hàng quý và giao Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch là cơ quan thường trực chịu trách nhiệm theo dõi, đôn đốc và báo cáo tổng hợp tình hình và tiến độ thực hiện kế hoạch, những khó khăn, vướng mắc và đề xuất những biện pháp kiến nghị tháo gỡ cho Ban Chỉ đạo Phát triển du lịch thành phố, Thường trực Ủy ban nhân dân thành phố và Tổng Cục Du lịch Việt Nam đối với những vấn đề thuộc thẩm quyền Trung ương giải quyết./.

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

Nguyễn Thị Hồng