

ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH THANH HÓA

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

Số: ~~1984~~/QĐ-UBND

Thanh Hóa, ngày 09 tháng 6 năm 2017

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Đề án Truyền thông du lịch Thanh Hóa đến năm 2020

CHỦ TỊCH ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH THANH HÓA

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương năm 2015; Luật Du lịch năm 2005; Luật Công nghệ Thông tin năm 2006;

Căn cứ Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;

Căn cứ Nghị Quyết số 92/NQ-CP ngày 8/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới;

Căn cứ Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; Quyết định số 201/QĐ-TTg ngày 22/01/2013 phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030;

Căn cứ Quyết định số 290-QĐ/TU ngày 27/5/2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh khóa XVIII về ban hành Chương trình phát triển du lịch Thanh Hóa giai đoạn 2016-2020;

Căn cứ Kế hoạch số 156/KH-UBND ngày 17/10/2016 của UBND tỉnh thực hiện Chương trình phát triển du lịch Thanh Hóa giai đoạn 2016-2020 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh khóa XVIII;

Căn cứ Quyết định số 2218/QĐ-UBND ngày 16/07/2009 của UBND tỉnh Thanh Hóa về việc phê duyệt dự án Điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Thanh Hóa đến năm 2020; Quyết định số 492/QĐ-UBND ngày 09/02/2015 Phê duyệt chiến lược phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030;

Xét đề nghị của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa tại Tờ trình số 1034/TTr-SVHTTDL ngày 28/4/2017 về việc phê duyệt Đề án; của Sở Tài chính tại Công văn số 1608/STC-HCSN ngày 25/4/2017 và của Sở Kế hoạch và Đầu tư tại Công văn số 1589/SKHĐT-CNDV về việc rà soát danh mục các dự án thực hiện 03 đề án do Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch là đơn vị chủ trì,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt kèm theo Quyết định này Đề án Truyền thông du lịch Thanh Hóa đến năm 2020.

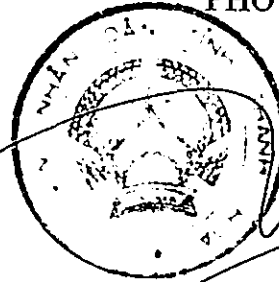
Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Chánh Văn phòng UBND tỉnh, Giám đốc các Sở: Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Thông tin và Truyền thông, Kế hoạch và Đầu tư, Tài chính, Giao thông Vận tải, Công Thương, Lao động Thương binh và Xã hội; Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch; Chủ tịch Hiệp hội Du lịch; Giám đốc Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh; Báo Thanh Hoá; Chủ tịch UBND các huyện, thị xã, thành phố và thủ trưởng các đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 2 QĐ;
- TT Tỉnh ủy, HĐND tỉnh;
- Chủ tịch, các PCT UBND tỉnh;
- Lưu:VT, KTTC (VA12138)

**KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**



Lê Thị Thìn

Số: 1987/QĐ-UBND

Thanh Hóa, ngày 09 tháng 6 năm 2017

ĐỀ ÁN

Truyền thông du lịch Thanh Hóa đến năm 2020
(Ban hành kèm theo Quyết định số: 1987/QĐ-UBND ngày 09/6/2017
của Chủ tịch UBND tỉnh Thanh Hóa)

Phần mở đầu

SỰ CẦN THIẾT VÀ CĂN CỨ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

1. Sự cần thiết lập đề án

Du lịch là một trong những ngành quan trọng trong định hướng phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Thanh Hóa. Nghị quyết của Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa lần thứ XVIII xác định phát triển du lịch là một trong năm chương trình trọng tâm của tỉnh trong giai đoạn 2016 - 2020. Để hiện thực hóa mục tiêu trên, bên cạnh các nhiệm vụ quan trọng như đầu tư xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng du lịch; phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch; hợp tác, liên kết với các tỉnh, thành phố để hình thành các tuyến du lịch mới..., ngành du lịch cần chú trọng đẩy mạnh các hoạt động truyền thông trong du lịch nhằm tạo ra sự chuyển biến rõ rệt về nhận thức và hành động, nâng cao văn hóa, văn minh trong du lịch của tỉnh Thanh Hóa, xây dựng hình ảnh, thương hiệu du lịch Thanh Hóa hấp dẫn đối với bạn bè, du khách trong và ngoài nước. Trong khi đó, hoạt động truyền thông của du lịch Thanh Hóa những năm qua chưa đồng bộ và thiếu tính chuyên nghiệp dẫn đến hiệu quả chưa cao; việc ứng dụng công nghệ thông tin, marketing điện tử trong truyền thông du lịch chưa được chú trọng, thiếu cơ chế chính sách khuyến khích xã hội hóa trong truyền thông du lịch.

Năm 2015, Thanh Hóa đã đăng cai tổ chức Năm Du lịch quốc gia và để lại ấn tượng tốt đẹp, tạo dấu ấn nhất định cho du lịch Thanh Hóa. Nhằm phát huy kết quả đó, đồng thời góp phần giải quyết những hạn chế trong công tác truyền thông nêu trên, việc xây dựng "Đề án Truyền thông du lịch Thanh Hóa đến năm 2020" là nhiệm vụ hết sức cần thiết.

2. Căn cứ pháp lý lập đề án

- Luật Du lịch số 44/2005/QH11 ngày 14/6/2005;
- Luật Công nghệ Thông tin số 67/2006/QH11 ngày 29/6/2006;
- Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;
- Nghị Quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới;

- Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030;

- Quyết định số 872/QĐ-TTg ngày 17/6/2015 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020, định hướng đến năm 2030;

- Quyết định số 290-QĐ/TU ngày 27/5/2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh khóa XVIII về ban hành Chương trình phát triển du lịch Thanh Hóa giai đoạn 2016-2020

- Quyết định số 2218/QĐ-UBND ngày 16/07/2009 của Chủ tịch UBND tỉnh Thanh Hóa về việc phê duyệt dự án Điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Thanh Hóa đến năm 2020;

- Quyết định số 492/QĐ-UBND ngày 09/02/2015 của UBND tỉnh Thanh Hóa về việc Phê duyệt chiến lược phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030;

- Quyết định số 3892/QĐ-UBND ngày 06/10/2015 của UBND tỉnh Thanh Hóa về phê duyệt kế hoạch thực hiện các đề án, dự án phát triển du lịch Thanh Hóa năm 2016;

- Quyết định số 1043/QĐ-UBND ngày 25/3/2015 của Chủ tịch UBND tỉnh về việc phê duyệt Đề cương Đề án Truyền thông Du lịch Thanh Hóa đến năm 2020";

- Kế hoạch số 29/KH-UBND ngày 02/3/2016 của UBND tỉnh về việc tuyên truyền nâng cao nhận thức của xã hội về phát triển Du lịch và đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2016-2020.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của đề án

3.1. Mục đích

- Tuyên truyền, giáo dục, nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành, tổ chức chính trị xã hội và cộng đồng đối với vai trò của du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội địa phương;

- Quảng bá tiềm năng, thế mạnh, sản phẩm du lịch Thanh Hóa nhằm xây dựng hình ảnh du lịch Thanh Hóa văn minh, thân thiện, hấp dẫn, thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước đến với Thanh Hóa;

- Xây dựng hệ thống dữ liệu, tạo dựng các kênh thông tin tuyên truyền nhằm hỗ trợ công tác quản lý nhà nước về du lịch.

3.2. Nhiệm vụ

- Đánh giá điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội, tiềm năng, nguồn lực phát triển du lịch Thanh Hóa; thực trạng hoạt động du lịch Thanh Hóa nói chung và thực trạng truyền thông du lịch Thanh Hóa nói riêng;

- Xác định mục tiêu, định hướng và giải pháp cho hoạt động truyền thông

du lịch Thanh Hóa đến năm 2020;

- Đề xuất các dự án truyền thông du lịch ưu tiên triển khai và kế hoạch tổ chức thực hiện.

Phần thứ nhất

THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG DU LỊCH THANH HÓA

1. Kết quả đạt được

1.1. Hình thức truyền thông truyền thống

- Tổ chức các hoạt động tuyên truyền du lịch Thanh Hóa trên các phương tiện truyền thông: Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Phát thanh - Truyền hình Thanh Hóa thực hiện các chuyên mục về du lịch như "Khám phá Việt Nam" được thực hiện ở 04 huyện Nga Sơn, Vĩnh Lộc, Cẩm Thủy, thị xã Sầm Sơn (VTV4), Thành Nhà Hồ (VTV); ký kết hợp tác với Công ty Truyền thông Đa phương tiện Netviet và Trung tâm truyền hình Việt Nam tại Huế sản xuất 05 phóng sự tuyên truyền về các điểm đến, danh lam, thắng cảnh của Thanh Hóa: Du lịch cộng đồng xứ Thanh; di tích và danh thắng (Đền Bà Triệu, Khu Di tích lịch sử Lam Kinh...); Điện Cổ thành xưa; Thanh Hóa biển ngọc; Mùa vàng trên đỉnh Pù Luông... phát trên kênh VTV4, VTV8 và VTC10.

- Xuất bản, tái bản các ấn phẩm, vật phẩm phục vụ công tác quảng bá, xúc tiến du lịch; xây dựng 03 cụm showroom và kiốt thông tin du lịch tại cửa khẩu quốc tế Na Mèo, thị xã Sầm Sơn và thành phố Thanh Hóa; tu bổ, chỉnh trang hệ thống pano tấm lớn dọc quốc lộ 1A và trên địa bàn thành phố Thanh Hóa.

- Tổ chức thành công nhiều sự kiện du lịch tạo điểm nhấn đối với khách trong nước và quốc tế: Lễ đón bằng công nhận Di sản văn hóa Thế giới Thành nhà Hồ; Lễ đón bằng Di tích lịch sử quốc gia đặc biệt: Di tích Lịch sử Lam Kinh và Di tích lịch sử Đền Bà Triệu. Đặc biệt, năm 2015, Thanh Hóa đã đăng cai tổ chức Năm Du lịch quốc gia 2015 - Thanh Hóa với nhiều sự kiện văn hóa, thể thao và du lịch đặc sắc được tổ chức, thu hút đông đảo sự quan tâm của khách du lịch trong và ngoài nước.

- Một số địa phương trọng điểm về phát triển du lịch như: Sầm Sơn, Hoàng Hóa, thành phố Thanh Hóa... và Hiệp hội Du lịch tỉnh Thanh Hóa, một số doanh nghiệp du lịch đã bước đầu quan tâm đến công tác truyền thông du lịch; đã chủ động đầu tư sản xuất ấn phẩm, thiết kế trang web, tổ chức các sự kiện gặp gỡ, tiếp xúc với các nhà đầu tư, các doanh nghiệp lữ hành, cơ quan báo chí, khách du lịch nhằm giới thiệu, quảng bá xúc tiến sản phẩm du lịch.

1.2. Về hoạt động truyền thông hiện đại

Đã thực hiện đầu tư, nâng cấp nội dung website du lịch Thanh Hóa bằng các ngôn ngữ Anh, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản; xây dựng website: namdulichquocgia2015.gov.vn để đẩy mạnh truyền thông cho Năm Du lịch Quốc gia 2015 do tỉnh Thanh Hóa đăng cai tổ chức; lập fanpage tuyên truyền Hội thi "Nhân viên du lịch Thanh Hóa giỏi nghiệp vụ, đẹp phong cách năm

2016"; đẩy mạnh công tác đăng tin, bài truyền thông trên các báo điện tử chuyên ngành như Báo Du lịch, Tạp chí Du lịch...

1.3. Kết quả thu hút đầu tư, kinh doanh du lịch

Nhờ các hoạt động truyền thông du lịch, tiềm năng phát triển du lịch của Thanh Hóa đã được các nhà đầu tư nhận biết một cách rõ ràng hơn trong thời gian gần đây, số lượng dự án đầu tư vào các khu du lịch gia tăng đáng kể. Giai đoạn 2011-2016, Thanh Hóa đã thu hút được 63 dự án đầu tư du lịch với tổng vốn đăng ký đầu tư gần 15.000 tỷ đồng, trong đó đã thực hiện đầu tư được gần 6.000 tỷ đồng. Với sự tham gia của các nhà đầu tư chiến lược, đặc biệt, trong 05 năm qua, nhiều khách sạn quy mô lớn, chất lượng cao đã xuất hiện như Khu nghỉ dưỡng FLC (5 sao), 5 khách sạn 4 sao như Mường Thanh Grand Thanh Hóa, Lam Kinh, Thiên Ý, Dragon Sea... Hiện nay toàn tỉnh có 01 quần thể du lịch nghỉ dưỡng cao cấp - sân golf đạt tiêu chuẩn 5 sao với gần 1.000 phòng; 680 cơ sở lưu trú du lịch với trên 22.300 phòng, xếp thứ 6 toàn quốc về số lượng cơ sở lưu trú trong cả nước, với 172 khách sạn 1-5 sao chiếm 25% tổng số cơ sở lưu trú du lịch toàn tỉnh; 400 cơ sở phục vụ ăn uống, nhà hàng; 56 doanh nghiệp lữ hành, trong đó có 5 doanh nghiệp lữ hành quốc tế và 20 công ty vận tải hành khách du lịch. Nhờ đó, các chỉ tiêu phát triển du lịch có mức tăng trưởng cao và có những bước phát triển nhảy vọt. Trong giai đoạn 05 năm gần đây, toàn tỉnh đón trên 27 triệu lượt khách du lịch, tốc độ tăng trưởng bình quân trên 13%/năm, cao hơn so với bình quân chung của cả nước (8,6%/năm); trong đó, khách quốc tế đạt 650.740 lượt khách; tốc độ tăng bình quân 29,4%/năm; phục vụ trên 38 triệu ngày khách, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt trên 12,6%/năm, trong đó, khách quốc tế đạt trên 955.000 ngày khách, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 28,5%/năm. Tổng thu từ khách du lịch đạt 30.000 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng 22,7%/năm.

2. Hạn chế, nguyên nhân

2.1. Hạn chế

- Công tác truyền thông du lịch chưa thực sự chuyên nghiệp, chưa xây dựng được kế hoạch truyền thông du lịch một cách bài bản, các hoạt động truyền thông còn manh mún, thiếu chiến lược dài hạn.

- Công tác triển khai truyền thông du lịch còn chông chéo, chức năng xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch được giao cho Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch thực hiện trong khi các sở chuyên ngành vẫn phải triển khai các hoạt động xúc tiến theo ngành dọc từ Trung ương; gây nhiều bất cập trong việc phối hợp triển khai các hoạt động đảm bảo tiến độ và hiệu quả.

- Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch chưa chú trọng đến công tác truyền thông, thiếu tính chủ động, trông chờ vào các hoạt động truyền thông du lịch chung của tỉnh.

- Chưa đề cao các tổ chức đoàn thể trong nhận thức về truyền thông, hoạt động truyền thông du lịch chưa tận dụng hết được các ngành, lĩnh vực có thể mạnh khác có thể kết hợp, đẩy mạnh hiệu quả trong công tác truyền thông du

lịch như giáo dục, ngoại vụ, hải quan...

- Chưa quan tâm nhiều đến truyền thông hiện đại: phương tiện, công cụ cho truyền thông du lịch chủ yếu theo phương pháp truyền thống, chưa áp dụng hiệu quả các biện pháp truyền thông hiện đại như truyền thông kỹ thuật số, tiếp thị điện tử, các tiện ích của mạng xã hội như Facebook, Google Plus, Instagram...

2.2. Nguyên nhân

- Công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức của các cấp, ngành, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư về vị trí, vai trò và tác động hiệu quả của hoạt động truyền thông du lịch còn nhiều hạn chế, chưa được thường xuyên, liên tục.

- Nguồn ngân sách dành cho hoạt động truyền thông du lịch hàng năm còn hạn hẹp, chỉ chủ yếu tập trung quảng bá trên các phương tiện truyền thông truyền thống trong nước với thời gian ngắn.

- Đội ngũ làm công tác truyền thông du lịch còn nhiều bất cập, không có chuyên môn sâu về lĩnh vực truyền thông, ít am hiểu và sử dụng thành thạo các tiện ích của truyền thông điện tử trong truyền thông du lịch.

- Các doanh nghiệp du lịch phần lớn có quy mô vừa và nhỏ, khả năng tài chính còn nhiều hạn chế, năng lực cạnh tranh thấp, chưa nhận thức đầy đủ tầm quan trọng của công tác tuyên truyền quảng bá, xây dựng thương hiệu.

3. Đánh giá chung

Hoạt động truyền thông cho du lịch Thanh Hóa còn hạn chế, chưa thực sự chuyên nghiệp: chưa xây dựng được kế hoạch truyền thông du lịch một cách bài bản, các hoạt động truyền thông còn manh mún, thiếu chiến lược dài hạn, chủ yếu tập trung tại các thị trường trong nước; phương tiện, công cụ cho truyền thông du lịch chủ yếu theo phương án truyền thống; việc liên kết trong xúc tiến quảng bá với các địa phương trong vùng còn hạn chế.

Phần thứ hai

QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP TRUYỀN THÔNG DU LỊCH THANH HÓA ĐẾN NĂM 2020

I. Quan điểm, mục tiêu, định hướng truyền thông du lịch Thanh Hóa đến 2020

1. Mục tiêu phát triển du lịch Thanh Hóa đến năm 2020

1.1. Mục tiêu chung

Tập trung lãnh đạo, chỉ đạo, huy động tối đa và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực đầu tư nhằm đưa du lịch Thanh Hóa trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu kinh tế của tỉnh; đến năm 2020 Thanh Hóa trở thành một trong những trọng điểm du lịch cả nước.

1.2. Mục tiêu cụ thể

Đến năm 2020, đạt các chỉ tiêu:

- Đón trên 42.300.000 lượt khách du lịch, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 15,2%/năm. Trong đó, khách quốc tế đạt 1.260.000 lượt khách; đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 25,8%/năm;

- Phục vụ 78.850.000 ngày khách, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 17,4%/năm. Trong đó, ngày khách quốc tế đạt trên 3.715.000 ngày khách, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 29,8%/năm;

- Tổng thu từ khách du lịch ước đạt 59.850 tỷ đồng, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 31,7%/năm;

- Tỷ trọng GRDP du lịch so với GRDP dịch vụ đạt 30,1%; Tỷ trọng GRDP du lịch so với GRDP cả tỉnh đạt 9,2%, gấp 2 lần so với giai đoạn 2011-2015;

- 900 cơ sở lưu trú với 40.000 phòng; trong đó 450 khách sạn, 24.300 phòng;

- 40.000 lao động; trong đó số lao động qua đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn chiếm 80% (Đại học trở lên chiếm 10%; trung cấp và cao đẳng chiếm 32%; đào tạo sơ cấp nghề và dạy nghề dưới 03 tháng chiếm 38%).

- Phát triển du lịch nhằm tạo thêm nhiều việc làm cho xã hội, góp phần giảm nghèo: Năm 2020 cần 50.500 lao động; trong đó, lao động có trình độ đại học chiếm 25%; lao động có trình độ Cao đẳng, Trung cấp là 35%; lao động được đào tạo, bồi dưỡng nghề chiếm 20%.

2. Quan điểm, mục tiêu, định hướng truyền thông du lịch Thanh Hóa

2.1. Quan điểm truyền thông

- Truyền thông theo hướng chuyên nghiệp: Xây dựng được một chiến lược truyền thông thống nhất với các hoạt động được tổ chức theo lộ trình ưu tiên, được tập trung nguồn lực thực hiện một cách có trọng tâm, trọng điểm với các đối tác có chuyên môn, kỹ thuật và kinh nghiệm truyền thông.

- Truyền thông theo định hướng thương hiệu du lịch đã xác định: Các hoạt động truyền thông phải phù hợp với định hướng, chiến lược sản phẩm, thị trường, thương hiệu du lịch Thanh Hoá đã được xác định đến năm 2025, tầm nhìn 2035.

- Thực hiện đồng thời cách thức truyền thông hiện đại và truyền thống, tuy nhiên cần ưu tiên loại hình truyền thông ứng dụng công nghệ hiện đại, mang lại hiệu quả, tiết kiệm kinh phí và có khả năng tăng cường xã hội hoá.

- Tăng cường liên kết, hỗ trợ các đơn vị doanh nghiệp, đối tác trong việc quảng bá sản phẩm du lịch, gắn với định hướng chung về phát triển thương hiệu du lịch.

2.2. Mục tiêu truyền thông

- Truyền thông nhằm xây dựng hình ảnh du lịch Thanh Hóa tại các trung tâm trọng điểm trong và ngoài nước, xây dựng thương hiệu du lịch Thanh Hoá để định vị theo hướng tập trung, chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh, đáp

ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng mục tiêu.

- Góp phần quan trọng trong việc đạt hoặc vượt chỉ tiêu về lượt khách đã được xác định tại Quyết định 290/QĐ-TU của Tỉnh ủy về việc ban hành Chương trình phát triển du lịch Thanh Hoá giai đoạn 2016 – 2020.

- Nâng cao nhận thức vai trò, vị trí, quan điểm mới về phát triển du lịch, từ đó cộng đồng xây dựng trách nhiệm đầy đủ đối với phát triển du lịch.

- Đào tạo kỹ năng, hình thành đội ngũ nhân sự phụ trách truyền thông du lịch đối với các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, các doanh nghiệp du lịch và đơn vị liên quan.

2.3. Chủ đề truyền thông

- Năm 2017: "**Sự chuyển mình đột phá**"; mục tiêu: Đẩy mạnh tuyên truyền quảng bá sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển; đồng thời hoàn thiện bước đầu các nhiệm vụ nâng cao quản lý nhà nước về công tác truyền thông.

- Năm 2018: "**Trào lưu của người ưa khám phá**"; mục tiêu: Đẩy mạnh tuyên truyền quảng bá sản phẩm du lịch sinh thái gắn kết với du lịch đường sông.

- Năm 2019: "**Du lịch Thanh Hóa - Cảm hứng hiện đại từ lịch sử**"; mục tiêu: Đẩy mạnh tuyên truyền quảng bá sản phẩm du lịch du lịch văn hóa - tâm linh.

- Năm 2020: "**Thanh Hóa - Điểm phải đến ít nhất một lần trong đời**"; mục tiêu: Đẩy mạnh tuyên truyền chung cho các sản phẩm du lịch

II. Các nhiệm vụ truyền thông du lịch

1. Xây dựng, vận hành Cổng thông tin điện tử và các kênh truyền thông chính thức của du lịch Thanh Hóa

- Nội dung : Xây dựng cổng thông tin du lịch mới, hiện đại trên nền tảng công nghệ tiên tiến nhất, có thể mang về giao diện và tiện ích mở rộng dành cho người dùng. Có khả năng cung cấp đầy đủ thông tin về các điểm đến, tích hợp các tiện ích cho người dùng; cung cấp đầy đủ thông tin về các điểm đến, tích hợp các tiện ích cho người dùng như đặt phòng, tìm hiểu và đặt tour, lên kế hoạch chuyến đi; đồng thời phát triển các kênh truyền thông mạng xã hội tích hợp như: Fanpage Facebook, Youtube...và chạy các chuyên đề quảng bá Du lịch Thanh Hóa trên các website có lượt truy cập lớn nhất Việt Nam như VnExpress, Dantri, Kenh14, Webtretho...

- Thời gian : Năm 2017 - 2020

- Đơn vị chủ trì : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Đơn vị phối hợp : Sở Thông tin và Truyền thông, Trung tâm Xúc tiến, Đầu tư thương mại và Du lịch

2. Hợp tác với Đài truyền hình Việt Nam (VTV) tuyên truyền, quảng bá du lịch Thanh Hóa

- Nội dung : Phối hợp với Đài Truyền hình Việt Nam xây dựng 01 trailer/năm quảng bá du lịch Thanh Hóa và tổ chức sản xuất phát sóng 10 tập

phim S Việt Nam - Sải cánh bay xa/ năm. Chương trình sẽ được phát sóng trên VTV1 và phát lại trên các kênh khác, đặc biệt là kênh VTV4 dành cho kiều bào ở nước ngoài.

- Thời gian : Năm 2018 - 2020
- Địa điểm : Trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa
- Đơn vị chủ trì : Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch
- Đơn vị phối hợp: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Hiệp hội Du lịch Thanh Hóa và các địa phương có liên quan

3. Quảng bá du lịch tại các khu vực đầu mối giao thông công cộng

3.1. Xây dựng cơ sở dữ liệu, sản xuất ấn phẩm, tài liệu xúc tiến du lịch theo chủ đề

- Nội dung : Xây dựng cơ sở dữ liệu, sản xuất ấn phẩm, tài liệu xúc tiến du lịch bao gồm: tập gấp, bản đồ, sách song ngữ, đồ lưu niệm... để du khách dễ nhận diện về các sản phẩm du lịch theo chủ đề hàng năm.

- Thời gian : Hàng năm.
- Đơn vị chủ trì : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch/ Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch.
- Đơn vị phối hợp : Hiệp hội Du lịch tỉnh và các đơn vị liên quan.

3.2. Quảng cáo ở nhà chờ xe buýt, bến xe, ga tàu, bến tàu thủy, cảng hàng không

- Nội dung : Thực hiện quảng bá, giới thiệu du lịch Thanh Hoá tại các khu vực chờ xe buýt, bến xe, ga tàu, bến tàu thủy, cảng hàng không.

- Thời gian : Năm 2018, năm 2020.
- Địa điểm : Trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.
- Đơn vị chủ trì : Sở Giao thông Vận tải.
- Đơn vị phối hợp : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch, các địa phương và đơn vị có liên quan.

4. Dự án Xây dựng hệ thống phần mềm quản lý cơ sở lưu trú

- Nội dung : Xây dựng hệ thống phần mềm quản lý cơ sở lưu trú, có chức năng ứng dụng cung cấp dưới dạng dịch vụ công trực tuyến trên Internet cho các doanh nghiệp tham gia thực hiện đăng ký lưu trú qua mạng, thay thế phương thức đăng ký lưu trú truyền thống, tạo ra sự thuận tiện tối đa cho cơ sở kinh doanh.

- Thời gian : Năm 2018 – 2020.
- Địa điểm : Thiết lập máy chủ tại Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.
- Đơn vị chủ trì : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.
- Đơn vị phối hợp : Công an tỉnh, Sở Thông tin và Truyền thông.

5. Xây dựng game về chim Hạc

- Nội dung : Phối hợp đơn vị tư vấn xây dựng game riêng phiên bản chim Hạc cho du lịch Thanh Hóa, người chơi sẽ được trải nghiệm giao diện thực tế ảo tại các khu, điểm du lịch nổi tiếng xứ Thanh.

- Thời gian : Năm 2018

- Đơn vị thực hiện : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Đơn vị phối hợp : Sở Thông tin và Truyền thông, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch

6. Mời đại sứ du lịch Thanh Hóa

- Nội dung : Lựa chọn, mời người hội đủ điều kiện phù hợp cho công tác tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến hình ảnh du lịch Thanh Hóa bổ nhiệm làm đại sứ du lịch, thực hiện việc quảng bá, tuyên truyền cho du lịch Thanh Hóa thông qua các loại hình hoạt động công chúng, truyền thông, báo chí, nghệ thuật, nhiếp ảnh và các loại hình hoạt động khác hướng đến công chúng.

- Thời gian : Năm 2018 - 2020

- Đơn vị thực hiện : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Đơn vị phối hợp : Văn phòng UBND tỉnh, Sở Ngoại vụ, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch.

7. Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng truyền thông du lịch cho cán bộ và nhân lực địa phương

- Nội dung : Tổ chức các chương trình đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng truyền thông du lịch cho cán bộ và nhân lực địa phương

- Thời gian, địa điểm :

+ Năm 2018, tại TP. Thanh Hóa, TP Sầm Sơn, huyện Lang Chánh, huyện Quan Hóa, huyện Bá Thước;

+ Năm 2019, tại huyện Vĩnh Lộc, huyện Thọ Xuân, huyện Thạch Thành, huyện Hậu Lộc

+ Năm 2020, tại các địa bàn có khu, điểm du lịch còn lại

- Đơn vị chủ trì : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Đơn vị phối hợp: Hiệp hội Du lịch; UBND thành phố Thanh Hóa, UBND thị xã Sầm Sơn, UBND các huyện: Vĩnh Lộc, Thọ Xuân, Thạch Thành, Hậu Lộc, các địa phương có liên quan.

8. Tổ chức các sự kiện

8.1. Tổ chức Tuần lễ văn hóa Xứ Thanh

- Nội dung : Tổ chức các hoạt động trải nghiệm ẩm thực, văn hóa, âm nhạc...đặc trưng của Thanh Hóa, để du khách thập phương có thể đến và cảm nhận cuộc sống như một người dân bản địa.

- Thời gian : Năm 2019
- Địa điểm : Tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh
- Đơn vị chủ trì : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.
- Đơn vị phối hợp : Sở Ngoại vụ, Trung tâm Xúc tiến, Đầu tư thương mại và Du lịch, Hiệp hội Du lịch

8.2. Liên hoan trò diễn Xuân Phả - Kết nối các miền di sản

- Nội dung : Tổ chức Liên hoan trò diễn Xuân Phả thành một sự kiện 2 năm/lần nhằm quảng bá điểm đến văn hoá đặc trưng đậm nét xứ Thanh với sự tham gia giao lưu của các chương trình nghệ thuật trình diễn dân gian đã được công nhận là Di sản văn hoá phi vật thể quốc gia của các tỉnh có thể kết nối khai thác chương trình với chủ đề “Kết nối các miền di sản”

- Thời gian : Năm 2018; năm 2020
- Địa điểm : Khu Di tích lịch sử Lam Kinh
- Đơn vị chủ trì : Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch
- Đơn vị phối hợp : Văn phòng UBND tỉnh, UBND huyện Thọ Xuân, Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Sở Du lịch các địa phương có liên quan.

9. Hỗ trợ sản xuất bộ phim nhựa dài tập quảng bá du lịch Thanh Hoá

- Nội dung : Phối hợp với các doanh nghiệp du lịch lớn trên địa bàn tỉnh mời Trung tâm sản xuất phim Truyền hình Việt Nam hoặc các hãng phim có uy tín trong nước sản xuất phim nhựa, phim truyền hình dài tập thực hiện việc xây dựng bối cảnh chính, ghi hình tại các khu, điểm du lịch, các làng nghề, resort, sân golf và dịch vụ du lịch cao cấp của tỉnh để quảng bá du lịch Thanh Hoá.

- Thời gian : Năm 2018 – 2019
- Đơn vị thực hiện : Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch
- Đơn vị phối hợp : Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch, Đài Phát thanh và Truyền hình Thanh Hoá, các địa phương, các dự án kinh doanh du lịch lớn trên địa bàn.

10. Chương trình giải trí truyền thông thực tế

- Nội dung : Là chương trình truyền thông dành cho đối tượng khách du lịch ưa khám phá điểm đến thông qua các trò chơi trải nghiệm thực tế, trò chơi trực tuyến, cuộc thi làm phim ngắn...các nhân vật tham gia hoạt động sẽ chia sẻ hình ảnh, cảm nhận, những điều lý thú về điểm đến qua các kênh truyền thông mạng xã hội như Facebook, Twitter, Google...

- Thời gian : Năm 2018
- Địa điểm : Các huyện Như Thanh, Bá Thước, Quan Hóa, Lang Chánh và tuyến du lịch sông Mã
- Đơn vị chủ trì : Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch

- Đơn vị phối hợp : Đài Phát thanh và Truyền hình Thanh Hóa, Trung tâm Xúc tiến, Đầu tư thương mại và Du lịch, Hiệp hội Du lịch và các địa phương có liên quan.

11. Gắn mã QR Code trên các sản vật địa phương

- Nội dung : Thiết kế và dán các mã QR Code lên các sản phẩm là quà lưu niệm, sản vật địa phương. Việc gắn QR Code lên các vật phẩm này sẽ giúp du khách tin tưởng chọn lựa sản phẩm do biết rõ nguồn gốc, đồng thời giúp doanh nghiệp dễ dàng bảo vệ thông tin sản phẩm và thương hiệu.

- Thời gian : Năm 2019

- Đơn vị chủ trì : Sở Công Thương

- Đơn vị phối hợp : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại và Du lịch, Hiệp hội Doanh nghiệp, Hiệp hội Du lịch.

III. Các giải pháp truyền thông du lịch Thanh Hóa

1. Giải pháp về cơ chế, chính sách, tài chính

- Tạo điều kiện về cơ chế khi có các đối tác lớn tham gia triển khai Đề án nhằm đẩy mạnh nguồn vốn xã hội hóa đối với các hoạt động truyền thông du lịch; đồng thời, tăng cường liên doanh, liên kết giữa các doanh nghiệp, các cơ quan, tổ chức trong và ngoài tỉnh trong việc thực hiện các chiến dịch truyền thông, quảng bá, xuất bản các ấn phẩm tuyên truyền.

- Tập trung đầu tư có mục tiêu cho công tác truyền thông du lịch; ưu tiên bố trí ngân sách hàng năm thực hiện các nhiệm vụ tại Đề án nhằm đảm bảo nguồn lực triển khai các hoạt động một cách thường xuyên, liên tục, có trọng tâm, trọng điểm. Các cơ quan, đơn vị được giao nhiệm vụ triển khai đề án chủ động lồng ghép nhiệm vụ được giao trong kế hoạch hàng năm của các đơn vị nhằm để tiết kiệm kinh phí và nâng cao tính hiệu quả.

2. Giải pháp về tổ chức và định hướng truyền thông du lịch

- Xây dựng, vận hành Cổng thông tin điện tử và các kênh truyền thông chính thức của du lịch Thanh Hóa nhằm cung cấp đầy đủ thông tin về các điểm đến cũng như những trải nghiệm du lịch mà du khách muốn tìm hiểu, tích hợp các tiện ích cho người dùng như đặt phòng, tìm hiểu và đặt tour, lên kế hoạch chuyến đi; thực hiện liên kết, phát triển trang này trên các kênh truyền thông mạng xã hội tích hợp như: Fanpage Facebook, Youtube...và chạy các chuyên đề quảng bá trên các website có lượt truy cập lớn như VnExpress, Dan tri, Kenh14, Webtretho...

- Tổ chức các hoạt động truyền thông, quảng bá với những hình thức đa dạng, phong phú trên các phương tiện truyền thông đại chúng, đặc biệt là trên sóng Truyền hình Việt Nam như tổ chức các trò chơi trải nghiệm thực tế, trò chơi trực tuyến, cuộc thi làm phim ngắn... nhằm định hướng thu hút các thị trường khách du lịch mục tiêu.

- Tổ chức điều tra, nghiên cứu, xác định thị trường khách trong nước và

quốc tế, thị trường tiềm năng, thị trường trọng điểm và thị trường mục tiêu để lựa chọn tổ chức các sự kiện chuyên sâu về truyền thông du lịch, có khả năng ứng dụng kết hợp phương tiện truyền thông truyền thống và hiện đại trong công tác tuyên truyền.

- Nghiên cứu xây dựng gói ấn phẩm du lịch một cách chuyên nghiệp và ấn tượng như: tập gấp, bản đồ, sách ảnh, sách song ngữ, đồ lưu niệm để du khách dễ nhận diện về sản phẩm du lịch của tỉnh theo chủ đề hàng năm.

3. Giải pháp về kiểm soát và nâng cao chất lượng hoạt động du lịch

- Nâng cao nhận thức của người dân và các doanh nghiệp về chất lượng sản phẩm du lịch, xác định chất lượng sản phẩm du lịch là yếu tố cạnh tranh then chốt; có các biện pháp kiểm soát chặt chẽ ngay từ đầu đối với chất lượng của các sản phẩm du lịch mới phát triển, đặc biệt sử dụng hiệu quả hệ thống các tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ và quy trình kiểm soát chất lượng dịch vụ du lịch.

- Ứng dụng công nghệ thông tin trong việc quản lý cơ sở lưu trú trên địa bàn tỉnh nhằm nâng cao hiệu quả quản lý và góp phần tạo đột phá về cải cách hành chính trong lĩnh vực du lịch; cung cấp dịch vụ công trực tuyến trên Internet cho các doanh nghiệp tham gia thực hiện đăng ký lưu trú qua mạng, thay thế phương thức đăng ký lưu trú truyền thống, tạo ra sự thuận tiện tối đa cho cơ sở kinh doanh và du khách.

- Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra nhằm phát hiện, xử lý các vi phạm liên quan đến hoạt động du lịch theo quy định của pháp luật.

4. Giải pháp về huy động và sử dụng nguồn lực khoa học công nghệ

- Nâng cao hiệu quả tiếp thị điện tử trong hoạt động truyền thông du lịch; trong đó, chú trọng ứng dụng các công nghệ truyền thông hiện đại như mạng Internet (các mạng xã hội Facebook, Instagram, Google), Mobile (các ứng dụng Zalo, Viber)...để chia sẻ thông tin, tuyên truyền hình ảnh du lịch Thanh Hóa đến với du khách trong và ngoài nước.

- Xây dựng trang giao dịch trực tuyến về du lịch, cho phép khách hàng được truy cập thông tin một cách trực quan bằng những hình ảnh, video clip giới thiệu về sản phẩm, các chương trình du lịch, dịch vụ hỗ trợ...của các công ty du lịch để so sánh chất lượng dịch vụ, giá cả và thực hiện giao dịch trực tuyến.

- Chú trọng đến việc đầu tư hạ tầng công nghệ thông tin giúp cho du khách thuận tiện trong việc tìm kiếm thông tin và sử dụng các tiện ích công nghệ khi đến Thanh Hóa, đặc biệt là việc đầu tư hệ thống wifi kết nối Internet diện rộng tại các khu du lịch trọng điểm;

- Lắp đặt các bảng thông tin điện tử cỡ lớn, quầy thông tin du lịch tại các địa điểm tập trung đông khách du lịch, ứng dụng công nghệ nhận diện thông tin QR CODE trên các sản phẩm đặc trưng của du lịch Thanh Hóa...

5. Giải pháp về hợp tác, liên kết trong truyền thông du lịch

- Chú trọng phối hợp với Tổng cục Du lịch, các địa phương đã ký kết hợp

tác phát triển du lịch với Thanh Hóa, các tỉnh có đường bay trực tiếp đến Thanh Hóa, các khu vực có tính chất đầu mối, phân bổ khách du lịch trong cả nước như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh trong việc truyền thông du lịch thông qua các sản phẩm, chương trình du lịch chung.

- Hợp tác với các cơ quan, báo đài có uy tín trong nước đẩy mạnh công tác tuyên truyền quảng bá trên các sóng truyền hình quốc gia và các báo, tạp chí có uy tín; trong đó ưu tiên xây dựng các trailer, phim ngắn quảng bá du lịch Thanh Hoá để phát sóng trong các khung giờ vàng hoặc chạy trên các tiện ích internet.

- Hợp tác, liên kết với các địa phương có khả năng xây dựng sản phẩm du lịch chung để quảng bá du lịch, trong đó ưu tiên xây dựng các sản phẩm có tính đặc trưng văn hoá, dễ kết nối, có khả năng thu hút được cả khách trong và ngoài nước; đồng thời phối hợp với Tổng cục Du lịch và các cơ quan có liên quan mời Người phát ngôn hoặc Đại sứ Du lịch.

- Hợp tác, liên kết với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch lớn trên địa bàn triển khai các chương trình truyền thông du lịch có tính chất tập trung đến các địa bàn du lịch trọng điểm trong và ngoài nước cũng như trong việc xuất bản, phát hành các ấn phẩm tuyên truyền quảng bá du lịch.

6. Giải pháp về nâng cao nhận thức về du lịch

- Tăng cường công tác tuyên truyền, vận động, nâng cao nhận thức về vai trò của truyền thống du lịch đối với các cấp chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư, trong đó đặc biệt chú trọng đến việc triển khai các hoạt động truyền thông, vận động và lôi kéo sự tham gia của cộng đồng, người dân địa phương vào cuộc với việc phát triển thương hiệu du lịch Thanh Hóa.

- Tổ chức truyền thông, nâng cao nhận thức của cộng đồng dân cư về du lịch và văn hoá du lịch thông qua các phim ngắn, tiểu phẩm trên các kênh truyền hình địa phương, đài phát thanh địa phương; xây dựng khẩu hiệu, tổ chức tuyên truyền vận động và thẩm nhuần các nội dung về ứng xử văn minh trong du lịch; tổ chức các cuộc vận động gia đình văn hoá, nếp sống văn minh gắn với ứng xử văn minh du lịch, kinh doanh lành mạnh, hỗ trợ du khách tại các địa bàn có hoạt động du lịch sôi nổi như Sầm Sơn, Di tích lịch sử Lam Kinh, Thành Nhà Hồ...

- Tổ chức các hoạt động sinh hoạt, giao lưu giữa khách du lịch với cộng đồng địa phương để trao đổi, giao lưu văn hoá và thực hành văn hoá ứng xử văn minh với du khách, giữ gìn môi trường, bảo vệ tài nguyên tự nhiên và văn hoá.

7. Giải pháp về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

- Tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng truyền thông du lịch, văn hóa giao tiếp ứng xử cho cán bộ, lao động và cộng đồng địa phương tham gia kinh doanh du lịch;

- Chủ động đầu mối với các bộ, ngành Trung ương, đặc biệt là các Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao, Bộ Giáo dục Đào tạo, Bộ Thông tin Truyền thông cũng như các dự án, tổ chức quốc tế để tiếp cận các xuất học

bổng, chương trình đào tạo, khóa tập huấn có liên quan đến lĩnh vực xây dựng thương hiệu, truyền thông du lịch nhằm nâng cao năng lực cho đội ngũ nhân lực của tỉnh.

- Định hướng, vận động các cơ sở đào tạo du lịch của tỉnh tăng cường liên kết với các cơ sở đào tạo có uy tín trong nước cũng như quốc tế về phát triển thương hiệu, truyền thông du lịch để học hỏi kinh nghiệm, phương pháp đào tạo tiên tiến, trao đổi giáo viên và tổ chức thực tập cho sinh viên.

IV. Kinh phí thực hiện Đề án

1. Nhu cầu tổng kinh phí: 28.050 triệu đồng; trong đó:

- Năm 2017 : 2.200 triệu đồng;
- Năm 2018 : 7.700 triệu đồng;
- Năm 2019 : 7.850 triệu đồng;
- Năm 2020 : 10.300 triệu đồng.

2. Nguồn kinh phí:

- Ngân sách tỉnh : 11.510 triệu đồng
- Xã hội hóa : 16.540 triệu đồng

(Chi tiết tại Phụ lục kèm theo)

Phần thứ ba

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Là cơ quan đầu mối, chủ trì, phối hợp với các cấp, các ngành, các địa phương có liên quan tổ chức thực hiện tốt các nội dung tại Đề án Truyền thông du lịch Thanh Hóa đến năm 2020 đã đề ra; hướng dẫn, hỗ trợ các huyện, thị xã, thành phố triển khai thực hiện các dự án thuộc Đề án; có trách nhiệm theo dõi, kiểm tra, đôn đốc việc thực hiện nhiệm vụ được giao tại kế hoạch của các đơn vị, địa phương, đảm bảo tiến độ và chất lượng.

2. Sở Thông tin và Truyền thông

- Chỉ đạo, hướng dẫn các cơ quan báo chí địa phương, đài truyền thanh cấp huyện và cấp xã xây dựng nội dung chương trình tuyên truyền về du lịch của tỉnh; phối hợp với Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch chủ động cung cấp thông tin về lĩnh vực du lịch cho các cơ quan báo, đài ở địa phương và trung ương; chủ trì trong việc xây dựng công cụ ngăn ngừa khủng hoảng trên môi trường số; Đầu tư hệ thống wifi kết nối Internet diện rộng miễn phí tại các khu, điểm du lịch.

- Chỉ đạo, hướng dẫn Phòng Văn hóa và Thông tin các địa phương trong tỉnh tham mưu giúp UBND xây dựng kế hoạch triển khai công tác thông tin, tuyên truyền ở cơ sở về thực hiện các nhiệm vụ truyền thông du lịch trên địa bàn.

3. Trung tâm Xúc tiến đầu tư, Thương mại và Du lịch

- Chủ trì xây dựng Kế hoạch hợp tác với Hợp tác với Đài truyền hình Việt Nam (VTV) tuyên truyền, quảng bá du lịch Thanh Hóa; Dự án quảng cáo trên các màn hình, bảng điện tử tại một số sân bay có đường bay trực tiếp tới Thanh Hóa; Tuần lễ văn hoá xứ Thanh.

- Phối hợp với các sở, ngành, và cơ quan, đơn vị liên quan, UBND các huyện, thị xã, thành phố đề xuất, xây dựng các kế hoạch ngắn hạn và hàng năm về hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và nước ngoài.

4. Đài Phát thanh và Truyền hình Thanh Hoá, Báo Thanh Hoá và các cơ quan báo đài trong tỉnh

- Xây dựng các chuyên trang, chuyên mục, nâng cao chất lượng các tin, bài; dành thời lượng phù hợp phát sóng các chương trình chuyên đề, cung cấp thông tin, tư liệu tuyên truyền về phát triển du lịch; tổ chức các cuộc tọa đàm, đối thoại, giao lưu với các nhà lãnh đạo, quản lý, các chuyên gia du lịch nhằm tạo bước chuyển đột phá trong phát triển du lịch, xây dựng hình ảnh Thanh Hóa trở thành điểm đến An toàn - Thân thiện - Chất lượng.

- Phối hợp tổ chức công tác tuyên truyền, giới thiệu du lịch Thanh Hóa trên các phương tiện thông tin để nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành và người dân về hoạt động du lịch cũng như công tác bảo vệ tài nguyên du lịch và phát triển du lịch bền vững.

5. UBND các huyện, thị xã, thành phố

- Tăng cường công tác quản lý nhà nước về du lịch, quản lý nguồn tài nguyên du lịch, gìn giữ môi trường và đảm bảo an ninh trật tự trên địa bàn.

- Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch trong công tác tuyên truyền, quảng bá và xúc tiến du lịch; tạo mọi điều kiện thuận lợi cho việc tổ chức các hoạt động truyền thông du lịch tại địa phương.

- Chủ động tham gia quy hoạch, xây dựng các khu, điểm du lịch, phát triển các sản phẩm du lịch trên địa bàn; tạo điều kiện phát triển các nghề, sản phẩm thủ công truyền thống cung cấp cho thị trường các hàng hóa lưu niệm của địa phương đảm bảo chất lượng, đáp ứng thị hiếu của du khách.

6. Hiệp hội du lịch và các tổ chức xã hội nghề nghiệp

Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch trong công tác tuyên truyền, quảng bá xúc tiến du lịch; tích cực tham gia và tạo điều kiện thuận lợi để giới thiệu hình ảnh doanh nghiệp, hình ảnh du lịch của tỉnh đến khách du lịch trong và ngoài nước; Chủ động xây dựng thương hiệu, phối hợp với các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh quảng bá, giới thiệu các dịch vụ đến các thị trường khách.

7. Các đơn vị khác có liên quan

- Sở Kế hoạch và Đầu tư chủ trì, phối hợp với Sở Tài chính, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các sở, ban ngành liên quan rà soát, tham mưu lập các dự

án ưu tiên đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng công nghệ tại các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh; ưu tiên nguồn vốn hàng năm cho các nhiệm vụ của Đề án.

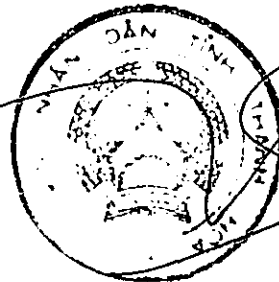
- Sở Tài chính chủ trì phối hợp với các sở, ngành bố trí kế hoạch kinh phí, cấp phát đảm bảo ngân sách hàng năm cho thực hiện Đề án; hướng dẫn, giám sát việc sử dụng kinh phí; phối hợp với các ngành, địa phương trong việc tham gia xây dựng, đề xuất các chính sách, giải pháp trong quá trình thực hiện.

- Sở Giao thông Vận tải phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan có liên quan nghiên cứu, khảo sát, phối hợp xây dựng quảng cáo ở nhà chờ xe buýt, bến xe, ga tàu, bến tàu thủy, cảng hàng không... phục vụ cho hoạt động truyền thông du lịch đúng quy định.

- Công an tỉnh phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan có liên quan triển khai thực hiện hệ thống quản lý cơ sở lưu trú trên địa bàn tỉnh; phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Công Thương, Sở Lao động, Thương binh và Xã hội xử lý các vi phạm trong hoạt động kinh doanh du lịch.

- Các ngành Ngoại vụ, Công Thương, Biên phòng, Hải Quan và các đơn vị có liên quan phối hợp với Sở Văn hóa, thể thao và Du lịch tổ chức triển khai tốt các nhiệm vụ được phân công, cung cấp thông tin cho khách du lịch tại các cửa khẩu, đơn giản hóa các thủ tục hành chính; tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật và nhân lực để đủ điều kiện thực hiện nhanh chóng các thủ tục liên quan xuất nhập cảnh tại các cửa khẩu, sân bay và hải cảng./.

KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH



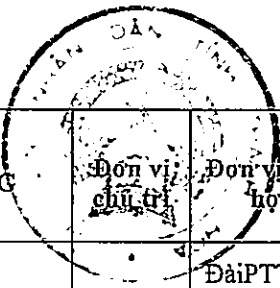
Lê Thị Thìn

PHỤ LỤC
Danh mục cáo dự án thực hiện Đề án truyền thông du lịch Thanh Hoá đến năm 2020
(Ban hành kèm theo QĐ số 1984 /QĐ-UBND ngày 09/6/2017 của Chủ tịch UBND tỉnh)

ĐVT: Triệu đồng

TT	NỘI DUNG	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Giai đoạn 2017 - 2020												Tổng kinh phí	Nguồn vốn	
				2017	Ngân sách	XHH	2018	Ngân sách	XHH	2019	Ngân sách	XHH	2020	Ngân sách	XHH		Ngân sách	XHH
	TỔNG KINH PHÍ			2.200	1.200	1.000	7.700	3.220	4.480	7.850	3.320	4.530	10.300	3.270	6.030	28.050	11.510	16.540
1	Xây dựng, vận hành Cổng thông tin điện tử và các kênh truyền thông chính thức của Du lịch Thanh Hóa	Sở VH TTDL	Sở TT và TT; TTXT ĐTTMDL	1.200	700	500	200	100	100	200	100	100	300	150	150	1.900	1.050	850
2	Hợp tác với Đài truyền hình Việt Nam (VTV) tuyên truyền, quảng bá du lịch Thanh Hóa	Trung tâm XTĐTT MDL	Sở VH TTDL; HHDL; các địa phương có liên quan	0			1.000	470	530	1.000	470	530	1.000	470	530	3.000	1.410	1.590
3	Quảng bá du lịch tại các khu vực đầu mối giao thông công cộng			1.000	500	500	2.000	800	1.200	1.000	500	500	2.000	800	1.200	6.000	2.600	3.400
3.1	Xây dựng ấn phẩm xúc tiến theo chủ đề	Sở VH TTDL / Trung tâm XTĐTT MDL;	HHDL và các đơn vị, địa phương liên quan	1.000	500	500	1.000	500	500	1.000	500	500	1.000	500	500	4.000	2.000	2.000
3.2	Quảng cáo ở nhà chờ xe buýt, bến xe, ga tàu, bến tàu thủy, cảng hàng không	Sở GTVT	Sở VH TTDL; TT XTĐTTMDL; các ĐP liên quan	0			1.000	300	700				1.000	300	700	2.000	600	1.400

TT	NỘI DUNG	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Giai đoạn 2017 - 2020												Tổng kinh phí	Nguồn vốn	
				2017	Ngân sách	XHH	2018	Ngân sách	XHH	2019	Ngân sách	XHH	2020	Ngân sách	XHH		Ngân sách	XHH
4	Xây dựng hệ thống phần mềm quản lý cơ sở lưu trú	Sở VH TT DL	Công an tỉnh; Sở TTTT				500	500		150		150	500		500			
5	Xây dựng game về chim Hạc	Sở VH TTDL	Sở TTTT; TT XT TT MDL	0			500	200	300							500	200	300
6	Mời Đại sứ Du lịch Thanh Hóa	Sở VH TTDL	Sở Ngoại vụ; TT XTĐT TMDL	0			500	150	350	500	150	350	500	150	350	1.500	450	1.050
7	Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng truyền thông du lịch cho cán bộ và nhân lực địa phương	Sở VH TT DL	HHDL; UBND các địa phương có liên quan	0			1.000	500	500	1.000	500	500	1.000	500	500	3.000	1.500	1.500
8	Tổ chức các sự kiện			0			1.000	300	700	2.000	1.000	1.000	1.000	300	700	4.000	1.600	2.400
8.1	Tổ chức Tuần lễ văn hóa xứ Thanh	Sở VH TT DL;	Sở Ngoại vụ, TT XTĐT TMD, HHDL	0						2.000	1.000	1.000				2.000	1.000	1.000
8.2	Liên hoan trò diễn Xuân Phá - Kết nối các miền di sản	Sở VH TT DL	UBND huyện Thọ Xuân	0			1.000	300	700				1.000	300	700	2.000	600	1.400
9	Sản xuất bộ phim nhựa dài tập quảng bá du lịch Thanh Hoá	Sở VH TT DL	TT XTĐT TMDL; Đài PTTH; các DN	0						2.000	600	1.400	3.000	900	2.100	5.000	1.500	3.500



TT	NỘI DUNG	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Giai đoạn 2017 - 2020												Tổng kinh phí	Nguồn vốn	
				2017	Ngân sách	XHH	2018	Ngân sách	XHH	2019	Ngân sách	XHH	2020	Ngân sách	XHH		Ngân sách	XHH
10	Chương trình giải trí truyền thông thực tế	Sở VHTT DL	Đài PTTH; TTXTPĐTT MDL; HHDL; các địa phương có liên quan	0			1000	300	700							1000	300	700
11	Gắn mã QR Code trên các sản vật địa phương	Sở Công thương	Sở VHTT DL; TTXTPĐTTMD; HHDL, HHDL tỉnh	0									1.000			1.000	500	500