

Số: ~~157~~ /QĐ-UBND

Thanh Hóa, ngày 17 tháng 01 năm 2016

### QUYẾT ĐỊNH

Điều chỉnh tên gọi và phê duyệt Đề cương Đề án “Chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn 2030”

#### CHỦ TỊCH ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH THANH HÓA

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19/06/2015;

Căn cứ Luật Du lịch 44/2005/QH11 ngày 15/6/2005 của Quốc Hội;

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

Căn cứ Quyết định số 201/QĐ-TTg ngày 22/01/2013 của Thủ tướng chính phủ về việc phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”; Quyết định số 2161/QĐ-TTg ngày 11/11/2013 của Thủ tướng chính phủ phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”;

Quyết định 3455/QĐ-BVHTTDL ngày 20/10/2014 của Bộ VHTTDL về việc phê duyệt Chiến lược marketing du lịch đến năm 2020;

Căn cứ Kế hoạch số 45/KH-UBND ngày 25/4/2014 của UBND tỉnh Thanh Hóa về phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020, thực hiện Chương trình hành động Quốc gia về Du lịch;

Căn cứ Quyết định số 492/QĐ-UBND ngày 09/02/2015 của Chủ tịch 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”;

Căn cứ Quyết định số 227/QĐ-UBND ngày 22/1/2015 của UBND tỉnh Thanh Hóa về việc ban hành “Chương trình công tác năm 2015 của UBND tỉnh Thanh Hóa”; Kế hoạch số 74/KH-UBND ngày 13 tháng 5 năm 2015 về việc phê duyệt Kế hoạch hành động Thực hiện Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 18/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch trong thời kỳ mới;

Xét đề nghị của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tại Tờ trình số 3056/TTr-SVHTTDL, ngày 18/12/2015 về việc điều chỉnh tên gọi và phê duyệt Đề cương Đề án “Chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn 2030”,

## **QUYẾT ĐỊNH:**

**Điều 1.** Phê duyệt điều chỉnh tên gọi Đề án “Chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch Thanh Hóa đến năm 2020” thành Chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn 2030” và phê duyệt Đề cương Đề án “Chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn 2030” với những nội dung chính sau:

**I. Tên dự án:** Đề án: “Chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn 2030”.

**II. Cấp quyết định đầu tư:** UBND tỉnh Thanh Hóa.

**III. Chủ đầu tư:** Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hoá.

**IV. Phạm vi nghiên cứu:**

- Về thời gian: Nghiên cứu thực trạng du lịch Thanh Hóa, sản phẩm Du lịch Thanh Hóa đến 2015, thời gian xây dựng chiến lược đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030.

- Về không gian: Trong phạm vi tỉnh Thanh Hóa.

**V. Mục tiêu, nhiệm vụ của Đề án:**

**5.1. Mục tiêu:**

Thông qua việc thực hiện Chiến lược này để xây dựng thương hiệu du lịch của tỉnh Thanh Hóa, trên cơ sở đó thúc đẩy du lịch Thanh Hóa phát triển một cách bền vững.

**5.2. Nhiệm vụ:**

- Hệ thống hóa những vấn đề cơ sở lý luận.  
- Đánh giá điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội, tiềm năng và nguồn lực phát triển du lịch tỉnh.

- Đánh giá thực trạng và so sánh cạnh tranh.

- Định hướng Chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch Thanh Hóa.

- Đề xuất các giải pháp thực hiện chiến lược.

**VI. Phương pháp nghiên cứu**

- Phương pháp phân tích tổng hợp và phân tích hệ thống;

- Phương pháp thống kê;

- Phương pháp điều tra, khảo sát thực địa;

- Phương pháp dự báo, chuyên gia.

**VII. Nội dung báo cáo chiến lược**

### **A. MỞ ĐẦU**

1. Bối cảnh phát triển du lịch Thanh Hóa
2. Sự cần thiết phải xây dựng chiến lược

## **B. CHIẾN LƯỢC XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU DU LỊCH THANH HÓA ĐẾN NĂM 2025, TẦM NHÌN NĂM 2030**

**Phần I. Khái quát cơ sở lý luận chung về thương hiệu du lịch, chiến lược và chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch cho một địa phương.**

1. Một số khái niệm về thương hiệu du lịch
2. Vai trò của thương hiệu du lịch trong phát triển thương hiệu du lịch địa phương
3. Nội dung của chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch
4. Kinh nghiệm xây dựng chiến lược thương hiệu du lịch của một số địa phương trong nước và trên thế giới

**Phần II. Đánh giá thực trạng và so sánh cạnh tranh của Du lịch tỉnh**

1. Thực trạng phát triển thương hiệu du lịch của Thanh Hóa
2. So sánh cạnh tranh và định vị thương hiệu

**Phần III. Định hướng Chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch tỉnh**

1. Các định hướng, quan điểm phát triển du lịch của cả nước, vùng, tỉnh Thanh Hoá có liên quan đến phát triển thương hiệu du lịch
2. Phân tích bối cảnh, điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức phát triển thương hiệu du lịch
3. Xác định quan điểm, mục tiêu phát triển thương hiệu du lịch, vai trò của thương hiệu du lịch
4. Xác định bản chất, giá trị, cá tính, đặc điểm, màu sắc, nội dung thông điệp của thương hiệu Du lịch Thanh Hóa
5. Định hướng thị trường và các phân đoạn thị trường mục tiêu
6. Lộ trình phát triển thương hiệu du lịch Thanh Hóa đến năm 2020

**Phần IV. Giải pháp thực hiện**

1. Giải pháp quản lý Nhà nước về du lịch
2. Giải pháp phát triển các sản phẩm, dịch vụ du lịch địa phương
3. Giải pháp xúc tiến thương hiệu du lịch địa phương (xúc tiến nội bộ và xúc tiến thị trường) giai đoạn từ nay đến 2020
4. Giải pháp xây dựng văn hoá thương hiệu và quản trị thương hiệu du lịch
5. Giải pháp thu hút và đáp ứng thị trường mục tiêu
6. Giải pháp đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch Thanh Hóa
7. Giải pháp về tăng cường ý thức của người dân địa phương trong quan hệ, ứng xử.

8. Chính sách đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch

9. Giải pháp xây dựng, phát triển doanh nghiệp mạnh về du lịch.

10. Giải pháp về tăng cường liên kết, xã hội hóa phát triển du lịch, phát triển thương hiệu du lịch.

11. Kế hoạch hành động.

#### **Phần V. Một số kiến nghị**

1. Kiến nghị với Chính phủ.

2. Kiến nghị với bộ, ngành có liên quan.

#### **VIII. TIẾN ĐỘ, SẢN PHẨM**

##### **1. Tiến độ thực hiện: 06 tháng**

Tháng 01/2016	Thông qua đề cương Đề án
Tháng 01/2016	- Thu thập và xử lý sơ bộ các tư liệu có liên quan - Tổ chức khảo sát lần 1
Tháng 02/2016	- Triển khai điều tra xã hội học - Triển khai viết các chuyên đề
Tháng 03/2016	- Tổ chức khảo sát lần 2 - Hoàn thành viết các chuyên đề - Triển khai xây dựng dự thảo báo cáo Đề án
Từ 01- 10/4/2016	Hoàn chỉnh xây dựng dự thảo báo cáo
Từ 11- 30/4/2016	Tổ chức hội thảo xin ý kiến về dự thảo báo cáo tại Thanh Hóa
Tháng 5/2016	Bổ sung, điều chỉnh và hoàn thiện báo cáo Đề án
Tháng 6/2016	Báo cáo nghiệm thu Đề án theo quy định

##### **2. Dự kiến sản phẩm**

- Sản phẩm chính của Đề án: Là Báo cáo Tổng hợp và Báo cáo Tóm tắt.

- Sản phẩm kèm theo: Gồm báo cáo phân tích kết quả điều tra để làm tài liệu tham khảo và bản đề xuất Điều khoản tham chiếu (TOR) để ra làm tiêu chí khi thuê đơn vị thiết kế “biểu trưng” và “khẩu hiệu” cho Du lịch Thanh Hóa.

##### **Điều 2. Tổ chức thực hiện**

Giao Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, phối hợp với các sở, ban ngành, địa phương và các đơn vị có liên quan, xây dựng “Chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn 2030”, trình Chủ tịch UBND tỉnh xem xét, phê duyệt; lập dự toán kinh phí thực hiện, gửi Sở Tài Chính thẩm định.

Giao Sở Tài chính căn cứ các quy định hiện hành của Nhà nước, thẩm định kinh phí và nguồn kinh phí thực hiện Đề án, trình Chủ tịch UBND tỉnh xem xét, phê duyệt.

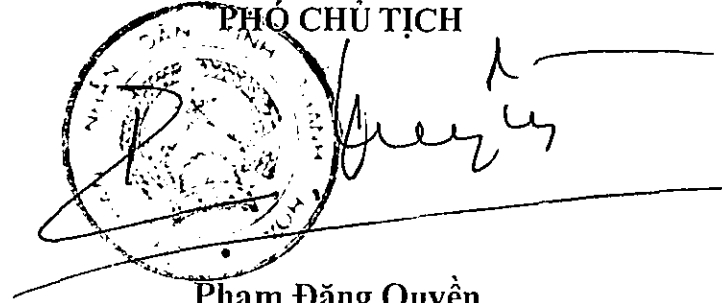
**Điều 3.** Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Chánh Văn phòng UBND tỉnh, Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Giám đốc Sở Tài chính; Thủ trưởng các ngành, đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. / *phn*

**Nơi nhận:**

- Như Điều 3 Quyết định;
- Chủ tịch UBND tỉnh (để b/c);
- PCT Phạm Đăng Quyền;
- Lưu: VT, KTTC (HungYT34183).

**KT. CHỦ TỊCH  
PHÓ CHỦ TỊCH**

The image shows a circular official seal of the Provincial People's Committee (UBND Tỉnh) with a handwritten signature in black ink over it. The signature is written in a cursive style and appears to be 'Phạm Đăng Quyền'. The seal contains the text 'UBND TỈNH' and 'HUNG YÊN'.

**Phạm Đăng Quyền**