

10g, 7<TTDL

TỔNG CỤC DU LỊCH	
Số: 2714/QĐ-BVHTTDL	
Số: 3133	
Ngày: 18/8/16	
Chuyên:	

Hà Nội, ngày 03 tháng 8 năm 2016

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Đề án “Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”

BỘ TRƯỞNG BỘ VĂN HOÁ, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

Căn cứ Luật Du lịch số 44/2005/QH11 ngày 14 tháng 6 năm 2005;

Căn cứ Nghị định số 76/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 7 năm 2013 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;

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

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

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt kèm theo quyết định này Đề án “Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” với những nội dung chủ yếu sau đây:

1. Quan điểm phát triển sản phẩm

Tầm nhìn Chiến lược: Phát triển hệ thống sản phẩm du lịch Việt Nam có giá trị gia tăng cao, đảm bảo tính bền vững và tính cạnh tranh cao.

- Phát huy tối đa các lợi thế tiềm năng về tự nhiên và văn hóa; hài hòa trong xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch. Phát huy tính trải nghiệm, đáp ứng nhu cầu đa dạng của các thị trường khách du lịch trong từng loại hình sản phẩm; gia tăng tính hấp dẫn và tính bền vững của sản phẩm du lịch.

- Phát triển sản phẩm theo lộ trình, có tính ưu tiên; đầu tư có trọng tâm trọng điểm; phát huy tính đặc trưng của các vùng du lịch, xác định các khu du lịch quốc gia là các địa bàn trọng điểm phát triển sản phẩm du lịch; ưu tiên phát triển các loại hình du lịch có giá trị gia tăng cao. Chú trọng đầu tư các điều kiện phát triển sản phẩm du lịch.



- Phát triển các sản phẩm du lịch đảm bảo tính cạnh tranh quốc tế và khu vực. Sản phẩm du lịch là yếu tố cốt lõi xây dựng thương hiệu du lịch quốc gia, thương hiệu du lịch vùng và địa phương.

- Đẩy mạnh phát triển các sản phẩm mang tính đẳng cấp, thu hút thị trường khách với khả năng chi tiêu cao.

2. Mục tiêu phát triển sản phẩm

2.1. Mục tiêu tổng quát

Xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch đặc sắc, đa dạng, đồng bộ, chất lượng cao, giá trị gia tăng cao. Thu hút thêm nhiều thị trường khách du lịch và thu hút nhiều đầu tư vào du lịch.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Đến năm 2020: Hình thành các dòng sản phẩm du lịch mang tính hệ thống. Từng bước định vị hình ảnh các dòng sản phẩm du lịch Việt Nam, trong đó, sản phẩm du lịch biển, đảo Việt Nam, du lịch khám phá kỳ quan hang động Việt Nam trở thành sản phẩm có thương hiệu, có sức cạnh tranh trong khu vực và thế giới. Hình ảnh biểu tượng cho du lịch Việt Nam với những giá trị nổi bật toàn cầu là di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long và di sản thiên nhiên thế giới Phong Nha – Kẻ Bàng.

Đồng thời, định vị các sản phẩm du lịch đặc trưng của 07 vùng du lịch. Xây dựng quy hoạch và tập trung đầu tư phát triển cho 1/3 các khu vực có tiềm năng phát triển thành khu du lịch quốc gia tạo điểm nhấn để phát triển sản phẩm du lịch cho các vùng du lịch.

Phát triển các dịch vụ vui chơi giải trí tạo sự đa dạng cho sản phẩm du lịch.

Xây dựng và hoàn thiện hệ thống quản lý chất lượng sản phẩm du lịch một cách toàn diện.

- Đến năm 2025: Định vị rõ nét các dòng sản phẩm du lịch Việt Nam gắn với các vùng du lịch, trong đó, cùng với du lịch biển, đảo, dòng sản phẩm du lịch văn hóa sẽ là những sản phẩm thương hiệu, thu hút mạnh mẽ khách du lịch quốc tế và nội địa.

Tiếp tục phát triển các dòng sản phẩm du lịch sinh thái và du lịch đô thị. Đến 2025, 2/3 các khu vực có tiềm năng phát triển thành khu du lịch quốc gia hoàn thành lập quy hoạch và tập trung đầu tư phát triển.

- Đến năm 2030: Phát triển đồng bộ 4 dòng sản phẩm du lịch Việt Nam gắn với các vùng du lịch. Hoàn thành xây dựng quy hoạch và đầu tư cho các khu vực tiềm năng phát triển thành các khu du lịch quốc gia. Sản phẩm du lịch Việt Nam được ghi nhận trên thị trường khu vực và quốc tế.

3. Các định hướng phát triển chủ yếu

3.1. Định hướng chung

- Phát triển hệ thống sản phẩm du lịch chất lượng, đặc sắc, đa dạng và đồng bộ, có giá trị gia tăng cao, đảm bảo đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của thị trường khách du lịch nội địa và quốc tế; phát triển sản phẩm du lịch “xanh”, tôn trọng yếu tố tự nhiên và văn hóa địa phương.

- Quy hoạch, đầu tư phát triển sản phẩm du lịch dựa trên thế mạnh nổi trội và hấp dẫn về tài nguyên du lịch; tập trung ưu tiên phát triển sản phẩm du lịch biển, đảo, du lịch văn hóa và du lịch sinh thái; từng bước hình thành hệ thống khu, điểm du lịch quốc gia; khu, điểm du lịch các vùng và địa phương và các đô thị du lịch.

- Phát huy thế mạnh và tăng cường liên kết giữa các vùng, miền, địa phương hướng tới hình thành sản phẩm du lịch đặc trưng theo các vùng du lịch.

3.2. Định hướng cụ thể

a) Phát triển các dòng sản phẩm du lịch chính

- Ưu tiên phát triển 4 dòng sản phẩm du lịch

+ Phát triển mạnh hệ thống sản phẩm du lịch biển, đảo cạnh tranh khu vực về nghỉ dưỡng biển, tham quan thắng cảnh biển, du lịch tàu biển. Xây dựng khu du lịch biển có quy mô, tầm cỡ, chất lượng cao, khu giải trí cao cấp; bổ sung các sản phẩm du lịch thể thao biển và sinh thái biển.

+ Phát triển các sản phẩm du lịch văn hoá gắn với di sản, lễ hội, tham quan và tìm hiểu văn hoá, lối sống địa phương; phát triển du lịch làng nghề và du lịch cộng đồng kết hợp nghỉ tại nhà dân.

+ Đẩy mạnh phát triển các sản phẩm sinh thái, chú trọng khám phá đa dạng sinh học, hang động, du lịch núi, du lịch sinh thái nông nghiệp, nông thôn.

+ Phát triển du lịch đô thị, chú trọng khai thác các giá trị văn hóa truyền thống, lối sống, sinh hoạt đô thị, kinh tế - xã hội đô thị; phát triển sản phẩm du lịch thân thiện với môi trường.

- Phát triển các loại hình du lịch mới: du lịch MICE, du lịch giáo dục, du lịch du thuyền, caravan, du lịch dưỡng bệnh, du lịch làm đẹp, du lịch vui chơi giải trí... Khai thác, phát triển mạnh các giá trị văn hóa âm thực đặc sắc Việt Nam, các giá trị văn hóa nghệ thuật tạo ra các sản phẩm du lịch hấp dẫn du khách.

- Liên kết tạo sản phẩm du lịch vùng, liên kết theo loại hình chuyên đề; liên kết khu vực gắn với các hành lang kinh tế; liên kết giữa du lịch với các ngành hàng không, đường sắt, tàu biển để tạo sản phẩm đa dạng.

b) Phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù, đặc trưng phù hợp với các dòng sản phẩm ưu tiên theo vùng

- Phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng của 7 vùng du lịch

+ Vùng Trung du miền núi Bắc Bộ gắn với sản phẩm du lịch đặc trưng là du lịch sinh thái núi và tìm hiểu văn hóa dân tộc thiểu số.

+ Vùng Đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc gắn với các sản phẩm du lịch đặc trưng là di sản thiên nhiên thế giới và nền văn minh sông Hồng.

+ Vùng Bắc Trung Bộ gắn với sản phẩm du lịch đặc trưng là di sản thiên nhiên và di sản văn hóa thế giới; di tích lịch sử cách mạng Việt Nam.

+ Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ gắn với sản phẩm du lịch đặc trưng là nghỉ dưỡng biển, đảo.

+ Vùng Tây Nguyên gắn với sản phẩm du lịch đặc trưng là sinh thái cao nguyên đất đỏ và văn hóa dân tộc thiểu số.

+ Vùng Đông Nam Bộ gắn với sản phẩm du lịch đặc trưng là du lịch đô thị, du lịch MICE và lịch sử cách mạng Việt Nam.

+ Vùng Đồng bằng sông Cửu Long gắn với sản phẩm du lịch đặc trưng là sinh thái sông nước, miệt vườn.

- Phát triển hệ thống sản phẩm du lịch vùng gồm các sản phẩm du lịch đặc thù, các sản phẩm du lịch chính và các sản phẩm du lịch bổ trợ.

3.3. Lộ trình phát triển sản phẩm du lịch:

- Giai đoạn 2016-2020:

+ Tiếp tục quá trình định vị về thế mạnh sản phẩm biển đảo gắn với sản phẩm điểm đến thương hiệu tham quan thắng cảnh biển đảo vịnh Hạ Long; nghỉ dưỡng biển, đảo Đà Nẵng, Nha Trang, Bình Thuận. Cuối giai đoạn này tập trung đẩy mạnh phát triển sản phẩm nghỉ dưỡng biển cho khu vực các tỉnh Phú Yên, Bình Định, Ninh Thuận và đảo Phú Quốc để hình thành rõ nét hệ thống sản phẩm du lịch biển đảo đủ lớn về quy mô, mạnh về chất lượng dịch vụ và hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, đảm bảo khả năng cạnh tranh quốc tế.

+ Tập trung đẩy mạnh về các sản phẩm du lịch văn hóa gắn với tìm hiểu cuộc sống, tìm hiểu ẩm thực, làng nghề, lễ hội, di sản văn hóa. Chú trọng vào các trải nghiệm, tính đa dạng và phong phú của các giá trị văn hóa để hình thành từng sản phẩm có tính hấp dẫn cao với các sản phẩm/điểm đến cố đô Huế, phố cổ Hội An, thánh địa Mỹ Sơn, khu di tích Kim Liên – Nam Đàn...

+ Đầu tư phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái, đặc biệt cần khai thác giá trị nổi bật toàn cầu của các hang động Phong Nha – Kẻ Bàng, sinh thái núi cao, du lịch chinh phục thiên nhiên, du lịch mạo hiểm, du lịch sinh thái miệt vườn sông nước, du lịch sinh thái nông nghiệp.

+ Định vị sản phẩm du lịch MICE. Thúc đẩy phát triển các hoạt động đa dạng của dòng sản phẩm du lịch đô thị. Xây dựng kế hoạch dài hạn phát triển các khu vui chơi giải trí, các hoạt động trình diễn nghệ thuật quy mô lớn.

- Giai đoạn 2020-2025:

+ Định vị toàn bộ hệ thống dòng sản phẩm du lịch biển đảo với các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, thưởng ngoạn thắng cảnh biển, vui chơi giải trí biển, sinh thái biển.

+ Từng bước hình thành hệ thống các khu du lịch với dịch vụ cao cấp với các tổ hợp giải trí, các khu nghỉ dưỡng biển cao cấp nhiều tiện nghi, khu vui chơi giải trí tổng hợp.

+ Xây dựng và tổ chức các hoạt động trình diễn nghệ thuật quy mô lớn.

+ Đẩy mạnh phát triển để định vị rõ các dòng sản phẩm du lịch sinh thái núi cao, du lịch sinh thái hang động, du lịch mạo hiểm và chinh phục thiên nhiên.

+ Định vị hình ảnh các sản phẩm du lịch tìm hiểu văn hóa lối sống, tìm hiểu di sản, lễ hội, làng nghề, du lịch cộng đồng.

- Giai đoạn 2025-2030:

+ Hoàn thiện phát triển và định vị toàn bộ hệ thống sản phẩm du lịch sinh thái: núi cao, miệt vườn, nông nghiệp và sản phẩm du lịch thể thao mạo hiểm, chinh phục thiên nhiên.

+ Hoàn thiện phát triển và định vị toàn bộ hệ thống sản phẩm du lịch văn hóa gắn với tìm hiểu văn hóa lối sống, tìm hiểu di sản, cộng đồng, làng nghề, lễ hội.

+ Hoàn thiện phát triển và định vị toàn bộ hệ thống sản phẩm du lịch MICE, du lịch đô thị gắn với các hoạt động giải trí, trình diễn nghệ thuật truyền thống và đương đại.

3.4. Định hướng thu hút phát triển thị trường

Thu hút phát triển thị trường phù hợp với các định hướng phát triển sản phẩm như sau:

- Các thị trường khách:

+ Thị trường khách quốc tế: Tập trung thu hút thị trường khách Đông Bắc Á, Châu Âu (gồm cả Tây Âu, Bắc Âu và Đông Âu), Châu Mỹ, Châu Úc, Đông Nam Á.

+ Thị trường khách nội địa: Tập trung đẩy mạnh các thị trường từ các đô thị lớn và đầu mối phân phối khách là Hà Nội, Tp. Hồ Chí Minh; thúc đẩy thị trường nội vùng và liên vùng.

- Phân khúc thị trường mục tiêu: Thu hút phân khúc thị trường khách có khả năng chi trả cao; các thị trường có nhu cầu nghỉ dưỡng, tìm hiểu, trải nghiệm dài ngày.

4. Các nhóm giải pháp phát triển sản phẩm

4.1. Giải pháp đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch

- Tập trung thu hút đầu tư phát triển các khu du lịch quốc gia, hình thành nên các hạt nhân phát triển sản phẩm du lịch;

- Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật, tiện nghi phục vụ khách du lịch;

- Đầu tư phát triển sản phẩm quà lưu niệm du lịch, mặt hàng truyền thống địa phương;

- Đầu tư cho công tác bảo tồn, tôn tạo các giá trị tài nguyên du lịch, môi trường du lịch;

- Đầu tư phát triển đồng bộ các yếu tố dịch vụ khác;

- Phát triển các sản phẩm hợp tác quốc tế và các chuỗi sản phẩm mạnh tạo động lực thúc đẩy phát triển sản phẩm du lịch;

- Liên kết phát triển sản phẩm du lịch mang tính hệ thống với chất lượng.

4.2. Giải pháp về cơ chế, chính sách

- Xây dựng và ban hành cơ chế liên kết giữa ngành Du lịch và các ngành liên quan trong phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam;

- Xây dựng cơ chế liên kết, hợp tác hiệu quả giữa Trung ương và địa phương, giữa các vùng; giữa các địa phương và các nhóm địa phương trong các vùng trong xây dựng, khai thác, quản lý và phát triển sản phẩm;

- Ban hành chính sách khuyến khích các doanh nghiệp du lịch trong xây dựng và bán sản phẩm.

4.3. Giải pháp về đẩy mạnh quản lý chất lượng sản phẩm du lịch

- Xây dựng các công cụ quản lý chất lượng sản phẩm/dịch vụ du lịch;

- Thực hiện quản lý, kiểm soát chất lượng dịch vụ du lịch.

4.4. Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch

- Đầu tư cho công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch;

- Chuẩn hóa nguồn nhân lực du lịch đáp ứng nhu cầu hội nhập và nâng cao tính cạnh tranh cho sản phẩm du lịch;

- Nâng cao nhận thức về phát triển sản phẩm du lịch cho cộng đồng.

4.5. Giải pháp đẩy mạnh thu hút thị trường, xúc tiến quảng bá sản phẩm du lịch

- Đẩy mạnh thu hút thị trường quốc tế;

- Coi trọng thị trường khách du lịch nội địa;

- Xúc tiến quảng bá các sản phẩm du lịch.

Điều 2. Tổ chức thực hiện

1. Giao Tổng cục Du lịch chủ trì, phối hợp các đơn vị trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Du lịch các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương; Hiệp hội Du lịch Việt Nam, các doanh nghiệp du lịch và các cơ quan liên quan tổ chức triển khai thực hiện "Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030"; tổ chức đánh giá, sơ kết, tổng kết và điều chỉnh (nếu cần thiết) việc thực hiện Chiến lược.

2. Đề nghị các Bộ, cơ quan ngang Bộ, ngành, Ủy ban Nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp, chỉ đạo các đơn vị trực thuộc phối hợp triển khai thực hiện nội dung của Chiến lược; đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ với việc thực hiện kế hoạch phát triển du lịch, phát triển kinh tế - xã hội của các ngành và các địa phương.

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

Điều 4. Chánh Văn phòng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch và Thủ trưởng các đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành quyết định này./



Nơi nhận:

- Như điều 2 và điều 4;
- Thủ tướng Chính phủ (để báo cáo);
- Phó TTg CP Vũ Đức Đam (để báo cáo);
- Bộ trưởng;
- Các Thứ trưởng;
- Lưu: VT, TCDL, NHM (80b).

BỘ TRƯỞNG



Nguyễn Ngọc Thiện

