

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

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

Số: 43/2008/QĐ-UBND

TP. Hồ Chí Minh, ngày 27 tháng 5 năm 2008

QUYẾT ĐỊNH

**Ban hành Chương trình hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu
kinh tế ngành du lịch giai đoạn 2006 - 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;

Căn cứ Quyết định số 115/2006/QĐ-UBND ngày 21 tháng 7 năm 2006 của Ủy ban nhân dân thành phố về ban hành Kế hoạch triển khai Chương trình hành động thực hiện Chương trình hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu kinh tế giai đoạn 2006 - 2010;

Xét đề nghị của Giám đốc Sở Du lịch tại Tờ trình số 450/TTr-SDL ngày 08 tháng 5 năm 2008 về chương trình hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu kinh tế ngành du lịch giai đoạn 2006 - 2010,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Nay ban hành kèm theo Quyết định này Chương trình hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu kinh tế ngành du lịch giai đoạn 2006 - 2010.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành sau 10 ngày, kể từ ngày ký.

Điều 3. Chánh Văn phòng Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân thành phố, Giám đốc các Sở - ban - ngành: Sở Du lịch, Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Giao thông - Công chính, Sở Thương mại, Sở Văn hóa và Thông tin, Sở Tài nguyên và Môi trường, Sở Quy hoạch - Kiến trúc, Sở Lao động - Thương binh và Xã hội, Sở Tài chính, Sở Ngoại vụ, Công an thành phố, Cục Hải quan thành phố, Trung tâm Xúc tiến

Thương mại và Đầu tư, Chủ tịch Hội đồng quản trị và Tổng Giám đốc Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn 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**

CHƯƠNG TRÌNH

Hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu kinh tế

ngành du lịch giai đoạn 2006 - 2010

(Ban hành kèm theo Quyết định số 43/2008/QĐ-UBND

ngày 27 tháng 5 năm 2008 của Ủy ban nhân dân thành phố)

Chương trình hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu kinh tế ngành du lịch giai đoạn 2006 - 2010 gồm hai chương trình chính phải triển khai thực hiện như sau:

CHƯƠNG TRÌNH I: CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN QUẢNG BÁ DU LỊCH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH GIAI ĐOẠN 2006 - 2010

I. ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH XÚC TIẾN DU LỊCH GIAI ĐOẠN 2001 - 2006

1. Mặt mạnh:

Giai đoạn 2001 - 2006, ngành du lịch hoạt động trong bối cảnh chính trị ổn định, kinh tế cả nước tăng trưởng cao đã nâng cao vị thế Việt Nam trên thế giới và được xem là điểm đến an toàn, hấp dẫn với khách du lịch quốc tế trong tình hình chính trị thế giới đầy bất ổn. Đây cũng là giai đoạn ngành du lịch thành phố có tốc độ tăng trưởng khá mạnh, tiếp tục khẳng định vị trí số một của du lịch Việt Nam.

Được sự quan tâm của lãnh đạo thành phố về chủ trương cũng như việc tăng cường ngân sách xúc tiến du lịch, trong 6 năm qua hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch có nhiều chuyển biến tích cực. Nét nổi bật là các doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ có nhiều cơ hội hơn để tiếp cận với quỹ quảng bá xúc tiến du lịch của thành phố thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch trong và ngoài nước của thành phố. Bên cạnh đó, tính chuyên nghiệp trong việc tổ chức các sự kiện du lịch đã từng bước được nâng lên thông qua việc cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành định hướng, hỗ trợ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tham gia một cách tích cực. Phương thức này vừa huy động tiềm năng thế mạnh doanh nghiệp góp sức cùng với nhà nước trong chương trình quảng bá xúc tiến du lịch vừa tăng thêm cả về quy mô, nội dung bám sát và hỗ trợ tích cực cho doanh nghiệp phát triển.

Công tác quảng bá, phát động thị trường khách du lịch quốc tế có mục tiêu cụ

thể hướng vào các thị trường trọng điểm và tiềm năng như Đông Bắc Á, Tây Âu, Bắc Mỹ, ASEAN. Trên cơ sở phối kết hợp chặt chẽ giữa ngành du lịch Thành phố với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư thành phố, Sở Văn hóa và Thông tin, Sở Thương mại, Sở Ngoại vụ, các hãng hàng không, các cơ quan ngoại giao, nhằm tiếp tục tăng cường quảng bá giới thiệu hình ảnh du lịch thành phố Hồ Chí Minh - Việt Nam như một điểm đến an toàn và hấp dẫn.

2. Tồn tại:

Tuy nhiên ngành du lịch vẫn còn đối mặt với những tồn tại về mặt cơ chế chính sách phát triển du lịch, cơ sở hạ tầng và điều kiện thực hiện hoạt động du lịch chưa hoàn thiện và đồng bộ. Đây chính 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. Bên cạnh đó, công tác quảng bá xúc tiến du lịch vẫn còn một số hạn chế như việc triển khai điểm thông tin du lịch còn chậm, ấn phẩm du lịch nhìn chung còn đơn điệu, chưa đa dạng.

Tính chuyên nghiệp có được nâng lên nhưng nếu đặt trong mối tương quan chung với các điểm đến trong khu vực, có thể thấy công tác tuyên truyền quảng bá hình ảnh điểm đến thành phố nói chung và du lịch nói riêng vẫn còn chưa tương xứng với vị thế của một điểm đến lớn nhất nước, tính chủ động chưa cao, nhất là tính chiến lược còn khoảng cách lạc hậu so với các nước du lịch phát triển trong khu vực. Bên cạnh đó, mặc dù đã có nhiều cố gắng nhưng vai trò tập hợp doanh nghiệp của Hiệp hội Du lịch thành phố vẫn còn rất mờ nhạt trong các hoạt động xúc tiến du lịch thành phố đặc biệt là mảng xúc tiến ra nước ngoài.

II. MỤC TIÊU CỦA CHƯƠNG TRÌNH

1. Mục tiêu tổng quát:

- Góp phần vào sự tăng trưởng chung của ngành du lịch thành phố, đặc biệt là chỉ tiêu lượng khách du lịch đến thành phố, đáp ứng yêu cầu chuyển dịch cơ cấu kinh tế mà Nghị quyết Đảng bộ thành phố Hồ Chí Minh lần thứ VII đã đề ra.

- Nâng cao dần tính chuyên nghiệp trong hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch bằng nhiều phương thức hướng vào từng thị trường, thị phần cụ thể nhằm củng cố thị phần và mở rộng thị trường du lịch thành phố, tiếp tục đảm bảo vai trò là trung tâm tiếp nhận khách du lịch quốc tế, nguồn khách chính của thị trường du lịch nội địa.

- Góp phần cùng với các chương trình khác nằm trong Chương trình phát triển du lịch thành phố giai đoạn 2006 - 2010 đảm bảo thực hiện tốt các chỉ tiêu tăng trưởng của ngành đặt ra trong giai đoạn này.

- Đẩy mạnh việc xã hội hóa trong công tác quảng bá xúc tiến du lịch để khai thác có hiệu quả các nguồn kinh phí ngân sách nhà nước và đóng góp của các doanh nghiệp nhằm nâng cao chất lượng các chương trình ngang tầm với các nước trong khu vực.

2. Mục tiêu cụ thể:

- Xây dựng thương hiệu và chiến lược phát triển thương hiệu cho ngành du lịch thành phố đảm bảo thông điệp chuyên tải đến các thị trường mục tiêu phù hợp, thống nhất và có lộ trình rõ ràng.

- Xác định thị trường và thị phần chiến lược, mục tiêu và tiềm năng của ngành du lịch thành phố từ đó xây dựng cách thức tiếp cận thông tin cho thị trường một cách hiệu quả nhất.

- Tập hợp được sức mạnh của toàn ngành, chủ động phối hợp với các cơ quan xúc tiến, cơ quan ngoại giao, hàng không triển khai các hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch thành phố trong và ngoài nước thông qua nhiều kênh thông tin quan trọng.

3. Chỉ tiêu phấn đấu:

Căn cứ trên hệ thống các chỉ tiêu dự báo trong Chương trình phát triển du lịch thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2006 - 2010, các dự báo về lượng khách du lịch quốc tế và nội địa đến thành phố Hồ Chí Minh sẽ là chỉ tiêu phấn đấu chủ yếu của Chương trình này, góp phần vào quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế của thành phố sang mảng dịch vụ, đặc biệt là du lịch. Cụ thể như sau:

- Tiếp tục đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế đến thành phố Hồ Chí Minh từ 2.350.000 lượt trong năm 2007 tăng lên 3.642.000 lượt vào năm 2010 (tốc độ tăng trưởng bình quân 12,6%).

- Tiếp tục phát triển khách du lịch nội địa tăng từ 3.600.000 lượt năm 2007 lên đến 6.000.000 lượt vào năm 2010 (tốc độ tăng trưởng bình quân 15%/năm).

- Nâng cao nguồn thu nhập du lịch, tăng khả năng đóng góp ngày càng nhiều của ngành du lịch và ngân sách thành phố từ doanh thu 24.000 tỷ đồng vào năm 2007 lên đến 46.000 tỷ đồng vào năm 2010 (tốc độ tăng trưởng bình quân 28%).

III. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM

Để thực hiện tốt các mục tiêu đã đề ra, Chương trình xúc tiến quảng bá du lịch thành phố giai đoạn 2006 - 2010 cần tập trung vào 5 nhóm nhiệm vụ sau:

1. Tập trung xúc tiến phát triển các thị trường khách quốc tế, đặc biệt là nhóm các thị trường trọng điểm và tiềm năng.

2. Đẩy mạnh quảng bá phát triển du lịch nội địa.

3. Đảm bảo tốt công tác thông tin tuyên truyền giáo dục cộng đồng kết hợp quảng bá, quảng cáo giới thiệu hình ảnh du lịch thành phố.

4. Tăng cường xã hội hóa xây dựng hệ thống ấn phẩm, vật phẩm và điểm thông tin phục vụ yêu cầu thông tin giới thiệu và xúc tiến quảng bá du lịch.

5. Đầu tư nghiên cứu thị trường kết hợp xây dựng hình ảnh thương hiệu và chiến lược phát triển thương hiệu phù hợp cho ngành du lịch thành phố.

IV. XÁC ĐỊNH CÁC THỊ TRƯỜNG SẼ ĐƯỢC TẬP TRUNG QUẢNG BÁ

1. Thị trường quốc tế:

Qua thực tế hoạt động và dự báo, thị trường mục tiêu và tiềm năng cho du lịch thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2006 - 2010 theo các nhóm thị trường như sau:

Thị trường trọng điểm:

- Bắc Mỹ: Mỹ, Canada;
- Châu Âu: Anh, Pháp, Đức, Nga;
- Đông Bắc Á: Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Đài Loan;
- Châu Úc: Úc;
- ASEAN: Singapore, Malaysia, Thái Lan.

Nhóm thị trường tiềm năng:

- Châu Âu:
 - Bắc Âu: Na Uy, Thụy Điển, Phần Lan, Đan Mạch;
 - Nam Âu: Tây Ban Nha, Ý;
 - Đông Âu và Trung Âu: các nước thành viên EU;
- Trung Đông: Qatar;
- Nam Á: Ấn Độ;
- ASEAN: Philippines, Brunei, Indonesia;
- Châu Phi: Nam Phi.

2. Thị trường nội địa:

Đối với thị trường khách du lịch nội địa, Chương trình này sẽ tập trung phát triển 2 mảng sau:

- Tập trung phát triển cầu du lịch nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển thị trường khách du lịch nội địa và khách du lịch Việt Nam ra nước ngoài tại thành phố và khu vực phụ cận.

- Thị trường khách nội địa tại các trung tâm kinh tế khác: Trên cơ sở hợp tác giữa du lịch thành phố và các tỉnh tập trung quảng bá xúc tiến giới thiệu hình ảnh du lịch thành phố tại các tỉnh, thành phố lớn như: Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Huế, Đà Lạt, Nha Trang và Cần Thơ v.v.. để thu hút khách du lịch từ các địa phương này đến với thành phố Hồ Chí Minh.

V. XÁC ĐỊNH SẢN PHẨM DU LỊCH SẼ ĐƯỢC TẬP TRUNG QUẢNG BÁ

Trong giai đoạn 2007 - 2010, ngành du lịch thành phố sẽ tập trung quảng bá giới thiệu các loại hình sản phẩm sau (mức độ tập trung sẽ tùy thuộc vào tính chất của từng thị trường):

- Du lịch MICE tại các khách sạn 5 sao, Trung tâm Hội chợ triển lãm Sài Gòn tại Khu đô thị Phú Mỹ Hưng.

- Du lịch mua sắm tại các siêu thị và trung tâm mua sắm Diamond plaza, Parkson plaza, Thương xá Tax, chuỗi Co.opMart, Trung tâm Thương mại An Đông, Chợ Bến Thành...

- Du lịch tham quan các di tích văn hóa lịch sử: Khu di tích lịch sử địa đạo Củ Chi, Hội trường Thống Nhất, Bảo tàng Chứng tích chiến tranh, Bảo tàng Lịch sử thành phố Hồ Chí Minh, Bảo tàng thành phố Hồ Chí Minh; các công trình kiến trúc có niên đại 100 năm về trước: Bưu điện thành phố, Nhà thờ Đức Bà. Hệ thống các chùa Việt - Hoa như Chùa Giác Lâm, Lăng ông Bà Chiểu, Chùa Vĩnh Nghiêm, Chùa bà Thiên Hậu...

- Du lịch về ẩm thực kết hợp với tham quan khu phố Đông y quận 5 và những nhà hàng thực dưỡng...

- Du lịch khám chữa bệnh chất lượng cao, dịch vụ giải phẫu thẩm mỹ, spa kết hợp với điều trị y học dân tộc.

- Du lịch tàu biển, du lịch đường sông và du lịch sinh thái tại Cần Giờ.

- Các sản phẩm du lịch liên kết với các trung tâm du lịch vùng phụ cận.

VI. GIẢI PHÁP VÀ NỘI DUNG THỰC HIỆN

Để thực hiện tốt các mục tiêu đã đề ra, Chương trình cần tập trung vào 5 nhóm giải pháp sau:

A. Xúc tiến phát triển các thị trường khách quốc tế

1. Tổ chức các hoạt động xúc tiến ra nước ngoài tại thành phố:

a) Tổ chức các sự kiện quốc tế tại thành phố:

Việc tổ chức các sự kiện du lịch quốc tế tại thành phố Hồ Chí Minh nhằm phục vụ các mục đích sau:

- Quảng bá giới thiệu hình ảnh và sản phẩm du lịch thành phố ra nước ngoài thông qua các phương tiện đại chúng.
- Hỗ trợ cho các doanh nghiệp du lịch có thêm cơ hội tiếp cận với các thị trường khách du lịch quốc tế mục tiêu và tiềm năng.
- Tạo sức hấp dẫn của điểm đến thành phố đối với khách du lịch quốc tế, đặc biệt từ các thị trường khách mục tiêu và tiềm năng.
- Xây dựng và phát triển các mối quan hệ hợp tác hữu nghị góp phần vào sự phát triển du lịch giữa thành phố Hồ Chí Minh với các quốc gia.

Trong giai đoạn 2006 - 2010, ngành du lịch thành phố cần tập trung đầu tư tổ chức các sự kiện sau:

- Triển lãm Quốc tế Du lịch thành phố Hồ Chí Minh (ITE HCMC): hàng năm;
- Đăng cai tổ chức Hội nghị thường niên Hiệp hội các hãng lữ hành Tây Ban Nha (AEDAVE): Tháng 10 năm 2009;
- Hội nghị đại hội đồng Tổ chức Xúc tiến Du lịch các thành phố Châu Á - Thái Bình Dương (TPO) và Hội chợ TPO Travel Fair: Tháng 10 năm 2010.

b) Tổ chức các hoạt động quảng bá hình ảnh du lịch thành phố thông qua các hình thức: presstrip, famtrip, gameshow, cookingshow...

Các hoạt động này cần được tiến hành thực hiện thường xuyên bởi tính hiệu quả về mặt tiết kiệm kinh phí do phương thức này mang lại. Việc tổ chức và hỗ trợ ngân sách cho các hoạt động này cần được cân nhắc triển khai theo tiêu chí sau:

- Đối với famtrip:

- Cần tổ chức tập trung vào thời điểm diễn ra ITE HCMC được tổ chức hàng năm để tăng chất lượng cho chương trình buyers của sự kiện.
- Tập trung phối hợp với các hãng hàng không để tổ chức famtrip cho các hãng lữ hành tại các thị trường tiềm năng đã được xác định.

- Đối với thị trường trọng điểm cần ưu tiên cho các hãng lữ hành mới chưa gửi khách đến Việt Nam.

- Cần phối hợp với cơ quan ngoại giao, các doanh nghiệp du lịch để chọn lọc đối tượng tham gia chương trình famtrip.

- Đối với presstrip:

- Tổ chức vào thời điểm diễn ra sự kiện ITE HCMC để hỗ trợ công tác quảng bá cho sự kiện.

- Tập trung phối hợp với các hãng hàng không và các doanh nghiệp du lịch để tổ chức presstrip cho các hãng thông tấn báo chí tại các thị trường trọng điểm và tiềm năng đã được xác định, tuy nhiên cần tập trung cho các thị trường tiềm năng là chính với mục tiêu giới thiệu hình ảnh điểm đến.

2. Tổ chức hoạt động xúc tiến du lịch ra nước ngoài tại các thị trường:

Đây là phương thức được đánh giá là khá hiệu quả và cần được tiến hành thường xuyên hàng năm trong việc quảng bá hình ảnh điểm đến thành phố do khả năng tiếp cận thị trường cao. Nhưng do rất tốn kém về kinh phí, nên việc tổ chức các hoạt động này cần được cân nhắc kỹ lưỡng về tính hiệu quả cho từng thị trường, nghiên cứu phương thức quảng bá cho phù hợp, kết hợp với các ngành và các cơ quan ngoại giao để hỗ trợ. Tập trung các hoạt động.

a) Tham gia các hội chợ du lịch, roadshow giới thiệu du lịch thành phố:

* Đối với hội chợ:

Căn cứ trên các thị trường cần tập trung trong giai đoạn 2006 - 2010, Sở Du lịch cân nhắc để tham gia các hội chợ du lịch tại các thị trường trọng điểm và tiềm năng như sau:

o Nhóm thị trường trọng điểm:

- Bắc Mỹ: The Trade Show (Florida, Mỹ): Tháng 9 năm 2008, năm 2010.

- Châu Âu:

- ITB (Berlin - Đức): Tháng 3 năm 2009.

- WTM (London - UK): Tháng 11 năm 2008, năm 2010.

- Đông Bắc Á:

- JATA: Tháng 9 năm 2009.

- CITM (Trung Quốc): Tháng 11 năm 2009.

- ASEAN: TRAVEX : Tháng 01 năm 2008, năm 2009, năm 2010.

o Nhóm thị trường tiềm năng: Đối với nhóm thị trường này sẽ cân nhắc cụ thể theo từng năm để tham gia một số hội chợ du lịch lớn tại khu vực Bắc Âu, Nam Âu, Ấn Độ, Nam Phi, Qatar.

- * Đối với roadshow:

Với mục đích quảng bá giới thiệu về điểm đến thành phố tại các thị trường mới, đây là phương thức sử dụng kênh báo chí truyền thông và công tác PR để quảng bá. Việc tổ chức roadshow cần được phối hợp tiến hành với các hãng hàng không và các hãng lữ hành đang khai thác thị trường đó. Trong giai đoạn 2006 - 2010 tập trung tổ chức roadshow giới thiệu về du lịch Việt Nam và thành phố Hồ Chí Minh tại các thị trường tiềm năng sau:

- Châu Âu:

- Bắc Âu: Phối hợp với Air France (hoặc Lufthansa Airlines hoặc Qatar Airways) và các hãng lữ hành để tổ chức roadshow tại một trong 4 thị trường sau: Na Uy, Thụy Điển, Phần Lan, Đan Mạch (năm 2008).

- Nam Âu: Phối hợp với Air France (hoặc Lufthansa Airlines hoặc Qatar Airways) và các hãng lữ hành để tổ chức roadshow tại một trong 2 thị trường sau: Tây Ban Nha, Ý (năm 2008).

- Nam Á: Phối hợp với Thai Airways (hoặc Vietnam Airlines: nếu mở đường bay trực tiếp New Deli - SGN - New Deli) tại Ấn Độ vào năm 2009.

- ASEAN: Phối hợp với Philippines Airlines và Brunei Airlines để tổ chức roadshow tại 2 thị trường sau: Philippines (2009) và Brunei (2010).

- Trung Đông: Phối hợp với Qatar Airways để tổ chức roadshow tại thị trường Qatar (năm 2010)

- Châu Phi: Phối hợp với Singapore Airlines (hoặc Malaysia Airlines) để tổ chức roadshow tại thị trường Nam Phi (năm 2010).

- b) Phối hợp thực hiện:

Đối với các hội chợ và roadshow ngoài nước, Sở Du lịch sẽ phối hợp với Hàng không Việt Nam, Sở Văn hóa và Thông tin và các doanh nghiệp du lịch để tổ chức thực hiện. Trong đó trách nhiệm được phân công cụ thể như sau:

- Sở Du lịch: Lựa chọn thị trường phù hợp với mục đích quảng bá, lập kế hoạch và trình Ủy ban nhân dân thành phố xin chủ trương và kinh phí, đăng ký tham gia, tổ

chức gian hàng (tham gia hội chợ), chuẩn bị nội dung quảng bá du lịch và Văn hóa nghệ thuật (tổ chức roadshow), sau đó tổ chức đoàn công tác.

- Sở Văn hóa và Thông tin sẽ lập chương trình và cử cán bộ là các diễn viên chuyên nghiệp tham gia đoàn giới thiệu về văn hóa truyền thống Việt Nam.

- Hàng không Việt Nam: Lựa chọn thị trường, kết hợp việc khai trương đường bay mới... phối hợp với ngành du lịch quảng bá về đất nước Việt Nam. Giảm giá vé bay nhằm hỗ trợ ngành du lịch giảm thiểu về kinh phí tổ chức

- Các doanh nghiệp du lịch: Tham gia gian hàng, giới thiệu dịch vụ của công ty và giới thiệu điểm đến Việt Nam và thành phố Hồ Chí Minh.

c) Tham gia diễn đàn, hội thảo về du lịch và các hoạt động phối hợp với các tổ chức quốc tế: Tiếp tục tham gia các hoạt động của tổ chức TPO để quảng bá hình ảnh điểm đến và xúc tiến hoạt động du lịch giữa thành phố Hồ Chí Minh với thành phố thành viên của tổ chức nằm trong khu vực Châu Á Thái Bình Dương, trong đó đặc biệt chú trọng hướng đến các thị trường sau: Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc. Các hoạt động cần tập trung như: chương trình thẻ giảm giá cho du khách; chương trình du lịch tàu biển giữa các thành phố; chương trình trao đổi sinh viên; xây dựng trang web của tổ chức kết nối với trang web của thành phố; tạp chí TPO Tourism Scope...

B. Tổ chức các hoạt động quảng bá phát triển du lịch nội địa

1. Tổ chức các sự kiện, lễ hội du lịch, liên hoan ẩm thực tại thành phố:

Trong giai đoạn 2006 - 2010, thành phố cần tập trung đầu tư hàng năm cho các sự kiện sau:

- Ngày hội du lịch thành phố Hồ Chí Minh.
- Lễ hội trái cây Nam Bộ.
- Liên hoan món ngon các nước.
- Một số sự kiện khác: Phối hợp với Sở Văn hóa và Thông tin, ITPC, Sở Thương mại tổ chức các sự kiện giới thiệu hình ảnh thành phố và tạo thêm sản phẩm cho ngành du lịch thành phố.

2. Phối hợp với các doanh nghiệp và các cơ quan, ban, ngành tổ chức phát động các hoạt động khuyến mãi:

Đây cũng là một trong hệ thống các giải pháp nhằm gia tăng cầu du lịch nội địa, phát động các doanh nghiệp du lịch, hàng không kết hợp với ngành thương mại, hệ thống các điểm dịch vụ du lịch đạt chuẩn và các hiệp hội ngành nghề sản xuất hàng

tiêu dùng phát động các tháng khuyến mãi vào các tháng lễ trong năm: Tết Nguyên đán, Tết Dương lịch, 30/4 - 1/5, hè (tháng 7), 2/9.

Về phía Nhà nước, ngoài vai trò tập hợp và phát động chung cần thực hiện xã hội hóa kết hợp với hỗ trợ ngân sách để có thêm nguồn kinh phí chi cho các hoạt động marketing quảng bá, giới thiệu các Chương trình này tại các khu vực công cộng, trên các phương tiện thông tin đại chúng.

3. Tham gia các sự kiện du lịch tại các địa phương:

Để sử dụng hiệu quả vốn ngân sách dành cho hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch nội địa, Sở Du lịch cần phải cân nhắc kết hợp các mục đích tham gia, phân bổ nguồn vốn hợp lý và xác định các thị trường khách du lịch nội địa cần tập trung. Để từ đó xác định lại các sự kiện nào cần tham gia, tham gia ở mức độ nào là phù hợp và hiệu quả. Trên cơ sở phân tích các thị trường khách du lịch nội địa, ngành du lịch thành phố cần tham gia các sự kiện du lịch trong nước trong giai đoạn 2006 - 2010, cụ thể như sau:

- Festival Huế tháng 6 năm 2008 và tháng 6 năm 2010;
- Festival Hoa Đà Lạt tháng 12 năm 2007 và tháng 12 năm 2009;
- Liên hoan du lịch Hà Nội: Năm Du lịch Mê Kông;
- Liên hoan du lịch Biển Nha Trang (hàng năm);
- Liên hoan du lịch Biển Vũng Tàu (hàng năm);
- Năm du lịch tại các địa phương (do Tổng cục Du lịch phát động);
- Đối với các sự kiện khác: nên cân nhắc và chỉ tham gia nếu thấy cần thiết;
- Trên cơ sở hợp tác liên kết với các địa phương tổ chức các sự kiện du lịch theo quy mô liên tỉnh hoặc liên vùng để tăng tính hiệu quả trong việc quảng bá và tiết kiệm kinh phí tổ chức.

C. Thông tin tuyên truyền

1. Website và Internet:

Do Internet và các công cụ tìm kiếm trên mạng đang dần trở nên phổ biến và để tăng khả năng sử dụng công cụ quảng bá du lịch thành phố thông qua Internet, Sở Du lịch cần tập trung đầu tư cho công tác thông tin quảng bá điểm đến trên Internet, thông qua các hoạt động cụ thể như sau:

- Nâng cấp và vận hành trang web thông tin du lịch tiếng Việt - Anh của Sở Du lịch. Bên cạnh đó, xây dựng cơ chế vận hành (cân nhắc việc thành lập bộ phận phụ

trách cập nhật website tiếng Việt và tiếng Anh) và sử dụng tốt các trang web này, góp phần quảng bá giới thiệu hình ảnh và sản phẩm của thành phố.

- Xây dựng và vận hành trang web thông tin du lịch tiếng Nhật của Sở Du lịch.
- Liên kết với một số trang web thương mại để triển khai các tiện ích khác cho khách truy cập.

2. Chương trình quảng cáo giới thiệu hình ảnh điểm đến thành phố:

a) Trên các phương tiện thông tin đại chúng nước ngoài:

Đây là phương thức xây dựng hình ảnh điểm đến khá hiệu quả tại các thị trường trọng điểm, tuy nhiên mặt hạn chế của phương thức là chi phí cao. Trong giai đoạn 2006 - 2010, Sở Du lịch cần triển khai thực hiện phương thức này theo các tiêu chí sau:

- Ngân sách xúc tiến du lịch thành phố chi cho việc thiết kế và xây dựng chương trình quảng cáo trên báo và truyền hình.
- Ngân sách xúc tiến đảm bảo 50% cho chi phí quảng cáo và vận động Hiệp hội Du lịch và các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn thành phố đóng góp 50% tổng kinh phí cho việc quảng cáo điểm đến thành phố, đảm bảo:

o Quảng cáo điểm đến thành phố Hồ Chí Minh trên các tạp chí chuyên ngành du lịch nổi tiếng trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương ít nhất 3 tháng 1 lần. Ví dụ: Travel and Leisure...

o Quảng cáo điểm đến thành phố Hồ Chí Minh trên các kênh truyền hình nổi tiếng ít nhất 1 năm 1 lần. Ví dụ: CNN, Travel and Living...

o Các chương trình quảng cáo phải kết hợp với các chương trình quảng bá khác được thực hiện cùng lúc tại các thị trường để tạo hiệu ứng tốt hơn về mặt marketing.

b) Chương trình truyền hình, phát thanh và báo chí trong nước:

Tăng cường sử dụng các phương tiện truyền thông trong nước để quảng bá về điểm đến thành phố Hồ Chí Minh, giới thiệu các sản phẩm du lịch của thành phố, tour tuyến liên kết giữa thành phố và các tỉnh góp phần kích cầu du lịch nội địa thông qua các hoạt động sau:

- Tiếp tục triển khai các hoạt động phối hợp với Đài Truyền hình thành phố Hồ Chí Minh (HTV), Đài Truyền hình Việt Nam (VTV), Đài Tiếng nói nhân dân thành phố Hồ Chí Minh (VOH) để xây dựng các chương trình truyền hình, truyền thanh quảng bá điểm đến thành phố, giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ du lịch. Bên cạnh đó, mở rộng quan hệ phối hợp với các đài truyền hình của các địa phương khác để giới

thiệu điểm đến thành phố và sản phẩm dịch vụ của các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn thành phố hỗ trợ cho việc phát triển du lịch nội vùng.

- Phối hợp với các báo để tổ chức các hoạt động phát động xây dựng các chuyên mục giới thiệu sản phẩm du lịch của thành phố và các địa phương.

- Phối hợp với các báo để tổ chức và phát động các cuộc thi ảnh đẹp về thành phố Hồ Chí Minh, góp phần tăng chất lượng và bổ sung nguồn ảnh đẹp cho công tác xây dựng hệ thống ấn phẩm quảng bá về du lịch thành phố của Sở.

Đẩy mạnh hoạt động của câu lạc bộ báo chí thông qua các hoạt động thiết thực nhằm nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền du lịch trên các phương tiện truyền thông, cụ thể như sau:

- Tổ chức giải thưởng báo chí viết về du lịch để khuyến khích các phóng viên có những bài viết phân tích, phóng sự về thực trạng hay những sáng kiến và giải pháp để phát triển ngành du lịch.

- Tổ chức các hoạt động sinh hoạt định kỳ, trao đổi giữa lãnh đạo du lịch thành phố, các doanh nghiệp du lịch với các phóng viên để cung cấp thêm thông tin về chính sách và hoạt động của ngành du lịch thành phố.

- Cân nhắc việc liên kết hoặc kết hợp với câu lạc bộ báo chí hàng không của Vietnam Airlines để nâng cao chất lượng hoạt động của câu lạc bộ.

- Phối hợp với các doanh nghiệp du lịch tổ chức các chương trình khảo sát giới thiệu các sản phẩm, tour tuyến mới dành cho phóng viên du lịch.

c) Chương trình giáo dục cộng đồng xây dựng môi trường du lịch thành phố:

Đây là công tác lâu dài của thành phố, cần được triển khai thường xuyên liên tục để phục vụ cho mục tiêu xây dựng một thành phố văn minh hiện đại, tạo môi trường tốt cho du lịch phát triển. Riêng ngành du lịch sẽ chủ động triển khai các giải pháp sau:

- Phối hợp với các cơ quan báo, đài thông tin về chính sách, quy định của Nhà nước về du lịch.

- Trên nguyên tắc xã hội hóa, phối hợp với các tổ chức, đoàn thể xây dựng kế hoạch và triển khai các hoạt động giáo dục cộng đồng đến người dân nhằm xây dựng Thành phố du lịch xanh - sạch - đẹp, an toàn, văn minh, hiện đại, góp phần vào sự phát triển chung của ngành du lịch thành phố.

- Kết hợp với các ngành văn hóa thông tin, các phương tiện thông tin đại chúng tổ chức các đợt tuyên truyền giáo dục, vận động người dân thành phố xây dựng nếp sống văn minh đô thị, tinh thần yêu nước, tính hiếu khách của người Việt Nam.

D. Xây dựng hệ thống ấn phẩm, vật phẩm và điểm thông tin

1. Ấn phẩm và vật phẩm:

a) Ấn phẩm và vật phẩm phục vụ công tác quảng bá xúc tiến:

Để quảng bá điểm đến thành phố, trong giai đoạn 2006 - 2010 Sở Du lịch sẽ chủ trì biên tập và xây dựng hệ thống ấn phẩm bao gồm các loại sau:

- Sách giới thiệu tổng quan về thành phố Hồ Chí Minh (City guide) được in hàng năm (tiếng Anh, Nhật, Hàn, Hoa, Nga, Đức, Pháp).

- Niên giám lễ hành và niên giám khách sạn được in hàng năm (Anh).

- Lịch sự kiện của Thành phố (tiếng Việt, Anh, Nhật, Hàn, Hoa, Nga, Đức, Pháp).

- Video clip quảng bá điểm đến thành phố (Anh).

- Do đối tượng của các loại ấn phẩm này các hãng lễ hành nước ngoài, Sở Du lịch cũng sẽ phối hợp với các cơ quan ngoại giao của Việt Nam tại các nước, văn phòng đại diện Việt Nam tại các nước (trước mắt là Nhà Việt Nam tại Singapore), Tổ chức TPO, hiệp hội du lịch các nước nằm trong nhóm thị trường trọng điểm và tiềm năng của du lịch thành phố để phân phối hệ thống ấn phẩm quảng bá về thành phố.

- Về số lượng in cho từng loại sẽ được ấn định cụ thể dựa trên kế hoạch xúc tiến hàng năm của Sở Du lịch và các doanh nghiệp.

b) Ấn phẩm thông tin phục vụ du khách:

Để phục vụ cho công tác thông tin cho du khách đến tham quan thành phố, trong giai đoạn 2006 - 2010 Sở Du lịch sẽ chủ trì biên tập và xây dựng hệ thống ấn phẩm bao gồm các loại sau:

- Bản đồ du lịch bằng các thứ tiếng: Việt, Anh, Nhật, Hàn, Hoa, Nga, Đức, Pháp.

- Sách hướng dẫn du lịch bằng các thứ tiếng: Anh - Nhật.

- Hình thành trung tâm thông tin cho du khách và hệ thống các văn phòng thông tin tại sân bay, nhà ga, các điểm tham quan lớn, các trung tâm mua sắm phục vụ khách du lịch. Cần nhắc việc vận động tài trợ quảng cáo và sự tham gia của các doanh nghiệp theo hướng xã hội hóa để triển khai hoạt động này.

- Về số lượng cho từng loại sẽ được ấn định cụ thể cho từng năm.

2. Văn phòng thông tin và điểm cung cấp thông tin du lịch cho du khách:

a) Tổ chức văn phòng thông tin du lịch: để tập trung quản lý thông tin, thực hiện cung cấp thông tin cho du khách, xây dựng hệ thống ấn phẩm phục vụ du khách và

điều hành hệ thống điểm thông tin du lịch, ngân sách của thành phố sẽ chi cho đầu tư xây dựng và chi phí hoạt động cho văn phòng này.

b) Hệ thống điểm thông tin du lịch: thực hiện theo phương thức xã hội hóa, nhà nước có thể hỗ trợ một phần ngân sách. Phấn đấu đến năm 2010, hình thành 50 điểm thông tin phục vụ khách du lịch tại trung tâm thành phố, các điểm tham quan, khu mua sắm chính của thành phố.

E. Đề tài nghiên cứu

1. Xây dựng thương hiệu và chiến lược phát triển thương hiệu cho du lịch thành phố:

Đây là nhiệm vụ trọng tâm của nhóm các chương trình nghiên cứu, cần được tập trung triển khai nhanh trong giai đoạn 2007 - 2008. Có thể cân nhắc và đề xuất với thành phố thuê chuyên gia để thực hiện đề tài này. Đề tài này cần phải đi sâu vào 4 nội dung sau:

- Xác định các giá trị đích thực của điểm đến thành phố Hồ Chí Minh.
- Xác định các thị trường trọng điểm và tiềm năng, thị phần quan trọng, thị hiếu của từng thị phần và phân khúc thị trường của ngành du lịch thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2006 - 2010.
- Xây dựng hệ thống các giá trị thương hiệu cho thành phố: khẩu hiệu, logo và các ấn phẩm nhận diện hình ảnh của thành phố.
- Xây dựng chiến lược và chương trình hành động để quảng bá thương hiệu điểm đến Thành phố.

2. Xây dựng phần mềm lưu trữ cơ sở dữ liệu thông tin về các hãng lữ hành và báo chí tại các thị trường trọng điểm và tiềm năng của du lịch thành phố:

Để phục vụ cho công tác quảng bá điểm đến thành phố cho từng chiến dịch quảng bá đối với từng thị trường, nhu cầu cần có một hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin về các hãng lữ hành và báo chí tại các thị trường là rất cần thiết. Do vậy, song song với việc xem xét việc gia nhập làm thành viên của các tổ chức du lịch có uy tín, việc xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin này sẽ hỗ trợ cho việc chuyên nghiệp hóa công tác thông tin thị trường.

Hệ thống thông tin này phải được cập nhật hàng năm, định kỳ thông qua các dữ liệu mua, phản hồi từ việc tham gia các hội chợ, sự kiện tại các thị trường, hoặc các chương trình famtrip, presstrip do Sở Du lịch tổ chức.

3. Khảo sát, nghiên cứu thị trường nhằm đánh giá hiệu quả chương trình xúc tiến quảng bá du lịch thành phố giai đoạn 2006 - 2010 và xây dựng chương trình xúc tiến quảng bá du lịch thành phố giai đoạn 2011 - 2015:

Việc đánh giá cần được thực hiện hàng năm để có thể điều chỉnh kế hoạch cho phù hợp hơn với tình hình thực tế. Giai đoạn 2009 - 2010 cần phải có bước đánh giá sâu về công tác triển khai thực hiện kế hoạch giai đoạn 2006 - 2010 và kết quả thực hiện thông qua hệ thống các chỉ tiêu đánh giá được đặt ra cho từng chiến dịch quảng bá. Căn cứ trên kết quả phân tích đánh giá giai đoạn 2006 - 2010, tiếp tục xây dựng chiến lược và chương trình hành động cho giai đoạn 2011 - 2015.

VII. LỘ TRÌNH THỰC HIỆN THEO TỪNG NĂM

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH	ĐƠN VỊ PHỐI HỢP
Năm 2008	
A. CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN TRONG NƯỚC	
1. Lễ đón khách đầu tiên đến thành phố	Hiệp hội Du lịch, Cục Xuất nhập cảnh A 18, Hải quan, Hàng không, các DN
2. “Ngày hội Du lịch lần 4” năm 2008: bao gồm các hoạt động: Hội chợ Du Lịch, Liên hoan Âm thực, Chương trình Gameshow, Hội thi Giọng hát Vàng Ngành DL 2008, Hội thi HDV DL, Kỷ lục Gỏi cuốn dài nhất	Hiệp hội Du lịch thành phố Hồ Chí Minh, Công ty Du lịch Phú Thọ, Công viên Văn hóa Đầm Sen.
3. Lễ hội Trái cây Nam Bộ 2008: bao gồm các hoạt động: - Cho trái cây trưng bày giới thiệu sản vật, trái cây Nam bộ - VN. - Biểu diễn nghệ thuật Quốc tế và diễu hành trái cây đặc sắc, độc đáo. - Hội thi tạo hình trái cây nghệ thuật. - Hội thảo khoa học về trái cây.	Khu Du lịch Suối Tiên; Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Sở Ngoại vụ, Sở Văn hóa và Thông tin
4. Hội chợ Quốc tế Du lịch: ITE 2008: - Triển lãm Quốc tế về du lịch. - Gặp gỡ giữa các hãng lữ hành quốc tế và các công ty du lịch Việt Nam. - Tổ chức famtrip cho các hãng lữ hành quốc tế vào tham dự sự kiện.	Phối hợp Công ty Vinexad và Binet tổ chức, với sự hợp tác của Tổng Công ty Hàng không Quốc gia, các hãng hàng không ngoài nước, các Sở - ngành chức năng: Văn hóa và Thông tin, Công an thành phố, Sở Ngoại vụ.

<p>5. Liên hoan ẩm thực “Món ngon các nước”:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gian hàng ẩm thực. - Nghệ thuật trình bày, hướng dẫn nấu ăn. Bán sản phẩm, giới thiệu Văn hóa ẩm thực Việt Nam và các nước. - Trang phục, âm nhạc truyền thống. - Hội thi đầu bếp Việt Nam tài năng. 	<p>Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn, Hiệp hội Du lịch thành phố, các Tổng lãnh sự quán, Sở Ngoại vụ. Làng Du lịch Bình Quới</p>
<p>6. Tham gia các hội chợ triển lãm du lịch các địa phương: theo sự kiện của các tỉnh</p>	<p>Cơ quan xúc tiến du lịch các tỉnh, TP có sự kiện du lịch</p>
<p>7. Tổ chức các famtrip cho các thị trường ưu tiên: Nga, Đức, Tây Ban Nha, Hàn Quốc</p>	<p>Vietnam Airlines, các hãng hàng không ngoài nước, Hiệp hội Du lịch (vận động các doanh nghiệp tham gia)</p>
<p>8. Tổ chức các presstrip: cho các thị trường Nga, Đức, Úc, Trung Quốc, Singapore khảo sát quay phim, viết bài về du lịch Việt Nam và Thành phố</p>	<p>Vietnam Airlines, các Hãng Hàng không ngoài nước; Hiệp hội Du lịch (vận động các doanh nghiệp tham gia)</p>
<p>9. Phối hợp với các doanh nghiệp và các cơ quan Ban - ngành tổ chức, phát động các hoạt động khuyến mãi</p>	<p>Sở Thương mại, các doanh nghiệp du lịch</p>
B. QUẢNG BÁ NGOÀI NƯỚC	
<p>10. Diễn đàn Du lịch ASEAN 2008 tại Thái Lan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu du lịch Thành phố, tham gia hợp báo với Tổng cục Du lịch (TCDL); giới thiệu và mời doanh nghiệp (DN) nước ngoài tham dự ITE HCMC 2008 	<p>Tổng cục Du lịch, Vietnam Airlines, doanh nghiệp du lịch thành phố</p>
<p>11. Tham dự Hội chợ Du lịch Quốc tế Berlin (ITB) 2008</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu du lịch Thành phố, tham gia hợp báo với TCDL; giới thiệu và mời doanh nghiệp nước ngoài tham dự ITE HCMC 2008 	<p>Tổng cục Du lịch, Vietnam Airlines, doanh nghiệp du lịch thành phố</p>
<p>12. Tham dự Hội chợ MITT - Nga</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu du lịch Thành phố tham gia hợp báo với TCDL; giới thiệu và mời DN nước ngoài tham dự ITE HCMC 2008 	<p>Tổng cục Du lịch, Vietnam Airlines, doanh nghiệp du lịch thành phố</p>
<p>13. Tham gia Hội chợ Du lịch Quốc tế BITF 2008 - Busan</p>	<p>Vietnam Airlines, Hiệp hội Du lịch TP và các DN du lịch thành phố</p>

<p>14. Tổ chức roadshow tại Mỹ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tổ chức hoạt động giới thiệu du lịch Thành phố; - Gặp gỡ các đối tác kinh doanh tại Mỹ; - Kết hợp giới thiệu và mời DN Mỹ tham dự ITE HCMC 2009. 	<p>Vietnam Airlines và các doanh nghiệp du lịch thành phố</p>
<p>15. Tham gia Hội chợ Du lịch Quốc tế WTM London 2008</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu du lịch thành phố, tham gia họp báo với TCDL; giới thiệu và mời doanh nghiệp nước ngoài tham dự ITE HCMC 2009 	<p>TCDL Việt Nam, Vietnam Airlines và các doanh nghiệp du lịch TP</p>
<p>16. Hội chợ CITM - Trung Quốc</p> <p>Tổ chức gian hàng giới thiệu điểm đến và các sản phẩm du lịch TP.</p> <p>Gặp gỡ đối tác kinh doanh của các DN du lịch.</p>	<p>TCDL Việt Nam, Hiệp hội Du lịch TP và các DN du lịch thành phố</p>
<p>17. Tổ chức roadshow kết hợp ký kết hợp tác phát triển du lịch với tỉnh Quảng Tây (Trung Quốc)</p>	<p>Cơ quản quản lý du lịch của Quảng Tây, Hiệp hội Du lịch thành phố và các doanh nghiệp du lịch thành phố</p>
<p>C. THAM GIA DIỄN ĐÀN, HỘI THẢO DU LỊCH CỦA TỔ CHỨC TPO</p>	
<p>Dự Hội nghị Ban Điều hành TPO - Tổ chức Xúc tiến Du lịch các thành phố Châu Á - Thái Bình Dương:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bàn việc triển khai các hoạt động phối hợp xúc tiến quảng bá du lịch giữa các thành phố thành viên 	<p>Ban Thư ký của Tổ chức TPO</p>
<p>Diễn đàn Du lịch TPO và cuộc họp Ban Điều hành TPO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hội nghị, hội thảo chuyên đề và cuộc họp Ban Điều hành thông qua chương trình xúc tiến của Tổ chức TPO năm 2009 	<p>Ban Thư ký của Tổ chức TPO</p>
<p>Các hoạt động khác với TPO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp thông tin cho tạp chí TPO Tourism Scope, bản tin TPO News Letter, cập nhật thông tin về du lịch thành phố trên trang web của TPO, trao đổi đoàn đại biểu của 01 thành phố thuộc TPO 	<p>Ban Thư ký của Tổ chức TPO</p>
<p>D. XÂY DỰNG HỆ THỐNG ÁN PHẨM, VẬT PHẨM VÀ ĐIỂM THÔNG TIN</p>	<p>Các DN du lịch thành phố, Vietnam Airlines</p>

Năm 2009	
A. CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN TRONG NƯỚC	
1. Lễ đón khách đầu tiên đến thành phố	Hiệp hội Du lịch, Cục Xuất nhập cảnh A 18, hải quan, hàng không, các doanh nghiệp
2. Diễn đàn Du lịch ASEAN 2009 tại Hà Nội	Tổng cục Du lịch, Vietnam Airlines, doanh nghiệp du lịch thành phố
3. “Ngày hội Du lịch lần 5” năm 2009	Hiệp hội Du lịch thành phố Hồ Chí Minh, Công ty Du lịch Phú Thọ, Công viên văn hóa Đầm Sen
4. Lễ hội Trái cây Nam Bộ 2009	Khu Du lịch Suối Tiên; Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Sở Ngoại vụ, Sở Văn hóa và Thông tin
5. Hội chợ Quốc tế Du lịch - ITE 2009	Phối hợp với Tổng Công ty Hàng không Quốc gia, các hãng hàng không ngoài nước, các Sở - ngành chức năng: Văn hóa và Thông tin, Công an thành phố, Sở Ngoại vụ
6. Đăng cai tổ chức Hội nghị thường niên Hiệp hội các hãng lữ hành Tây Ban Nha (AEDAVE)	Các ngành chức năng và doanh nghiệp
7. Liên hoan ẩm thực “Món ngon các nước”	Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn, Hiệp hội Du lịch thành phố, các Tổng lãnh sự quán, Sở Ngoại vụ Làng Du lịch Bình Quới
8. Tham gia các hội chợ triển lãm du lịch các địa phương: theo sự kiện của các tỉnh	Cơ quan xúc tiến du lịch các tỉnh, TP có sự kiện du lịch
9. Tổ chức các famtrip cho các thị trường ưu tiên: Nga, Anh, Tây Ban Nha, Ấn Độ	Vietnam Airlines, các hãng hàng không ngoài nước, Hiệp hội Du lịch (vận động các doanh nghiệp tham gia)

10. Tổ chức các presstrip: cho các thị trường Nga, Anh, Tây Ban Nha, Ấn Độ khảo sát quay phim, viết bài về du lịch Việt Nam và Thành phố	Vietnam Airlines, các hãng hàng không ngoài nước; Hiệp hội Du lịch (vận động các doanh nghiệp tham gia)
11. Phối hợp với các doanh nghiệp và các cơ quan, ban - ngành tổ chức, phát động các hoạt động khuyến mãi	Sở Thương mại, các doanh nghiệp du lịch
B. CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN NGOÀI NƯỚC	
12. Tham dự Hội chợ Du lịch Quốc tế JATA Nhật Bản 2009	Tổng cục Du lịch, Vietnam Airlines, doanh nghiệp du lịch thành phố
13. Tham gia Hội chợ Du lịch Quốc tế BITF 2009 - Busan	Vietnam Airlines, Hiệp hội Du lịch TP và các doanh nghiệp du lịch thành phố
14. Tổ chức roadshow tại Ấn Độ: khi mở đường bay trực tiếp New Deli - SGN - New Deli) tại Ấn Độ vào năm 2009	Vietnam Airlines và các doanh nghiệp du lịch thành phố
15. Tham gia Hội chợ Du lịch Quốc tế WTM London - 2009	TCDL Việt Nam, Vietnam Airlines và các doanh nghiệp du lịch TP
16. Tổ chức roadshow tại Philippines	Cơ quan quản lý du lịch của Philippines, Philippines Airlines, Hiệp hội Du lịch TP và các DN du lịch thành phố
C. THAM GIA DIỄN ĐÀN, HỘI THẢO DU LỊCH CỦA TỔ CHỨC TPO	Ban Thư ký của Tổ chức TPO
D. XÂY DỰNG HỆ THỐNG ÁN PHẨM, VẬT PHẨM VÀ ĐIỂM THÔNG TIN	Các DN du lịch thành phố, Vietnam Airlines
Năm 2010	
A. CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN TRONG NƯỚC	
1. Lễ đón khách đầu tiên đến thành phố	Hiệp hội Du lịch, Cục Xuất nhập cảnh A 18, Hải quan, hàng không, các doanh nghiệp
2. “Ngày hội Du lịch lần 6” năm 2010	Hiệp hội Du lịch thành phố Hồ Chí Minh, Công ty Du lịch Phú Thọ, Công viên Văn hóa Đầm Sen.

3. Lễ hội Trái cây Nam Bộ 2010	Khu Du lịch Suối Tiên; Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Sở Ngoại vụ, Sở Văn hóa và Thông tin
4. Hội chợ Quốc tế Du lịch - ITE 2010	Phối hợp với Tổng Công ty Hàng không Quốc gia, các hãng hàng không ngoài nước, các Sở - ngành chức năng: Sở Văn hóa và Thông tin, Công an thành phố, Sở Ngoại vụ.
5. Hội nghị đại hội đồng Tổ chức Xúc tiến Du lịch các thành phố Châu Á - Thái Bình Dương (TPO) và Hội chợ TPO Travel Fair: 10/2010	Các ngành chức năng và doanh nghiệp
6. Liên hoan Ẩm thực “Món ngon các nước”	Tổng Công ty DLSG, Hiệp hội Du lịch TP, các Tổng lãnh sự quán, Sở Ngoại vụ, Làng Du lịch Bình Quới
7. Tham gia các hội chợ triển lãm du lịch các địa phương: theo sự kiện của các tỉnh	Cơ quan xúc tiến du lịch các tỉnh, TP có sự kiện du lịch
8. Tổ chức các Famtrip cho các thị trường ưu tiên: Nga, Đức, Tây Ban Nha, Hàn Quốc	Vietnam Airlines, các hãng hàng không ngoài nước, Hiệp hội Du lịch (vận động các doanh nghiệp tham gia)
9. Tổ chức các Presstrip: cho các thị trường Nga, Đức, Úc, Trung Quốc, Singapore khảo sát quay phim, viết bài về du lịch Việt Nam và thành phố	Vietnam Airlines, các hãng hàng không ngoài nước; Hiệp hội Du lịch (vận động các doanh nghiệp tham gia)
10. Phối hợp với các doanh nghiệp và các cơ quan, ban - ngành tổ chức, phát động các hoạt động khuyến mãi	Sở Thương mại, các doanh nghiệp du lịch
B. CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN NGOÀI NƯỚC	
11. Diễn đàn Du lịch ASEAN 2010 tại Brunei	Tổng cục Du lịch, Vietnam Airlines, doanh nghiệp du lịch thành phố
12. Tham gia Hội chợ Du lịch Quốc tế BITF 2009 - Busan	Vietnam Airlines, Hiệp hội Du lịch TP và các DN du lịch thành phố

13. Tổ chức roadshow tại Qatar	Quatar Airlines và các doanh nghiệp du lịch thành phố
14. Tham gia Hội chợ Tradeshow (Florida) Mỹ	TCDL Việt Nam, Vietnam Airlines và các doanh nghiệp du lịch TP
15. Tham gia Hội chợ MICE SITC - Tây Ban Nha	TCDL Việt Nam, Vietnam Airlines và các doanh nghiệp du lịch TP
16. Tham gia Hội chợ ITB Berlin Đức 2010	TCDL Việt Nam, Vietnam Airlines và các doanh nghiệp du lịch TP
17. Tham gia Hội chợ MITT - Nga 2010	TCDL Việt Nam, Vietnam Airlines và các doanh nghiệp du lịch TP
C. THAM GIA DIỄN ĐÀN, HỘI THẢO DU LỊCH CỦA TỔ CHỨC TPO	Ban Thư ký của Tổ chức TPO
D. XÂY DỰNG HỆ THỐNG SẢN PHẨM, VẬT PHẨM VÀ ĐIỂM THÔNG TIN	Các DN du lịch thành phố, Vietnam Airlines

CHƯƠNG TRÌNH II: CHƯƠNG TRÌNH LIÊN KẾT PHÁT TRIỂN DU LỊCH VỚI CÁC TỈNH - THÀNH PHỐ GIAI ĐOẠN 2006 - 2010

I. MỤC TIÊU

- Chuyên dịch cơ cấu kinh tế phải gắn liền với việc xã hội hóa trên cơ sở tiếp tục phát huy vai trò của các thành phần kinh tế trong đó khuyến khích các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh tiếp tục đầu tư xây dựng các khách sạn, các điểm kinh doanh ẩm thực, sản xuất hàng hóa lưu niệm đạt chuẩn du lịch cũng như đầu tư vào các loại hình vui chơi giải trí, các chương trình văn hóa nghệ thuật đậm đà bản sắc dân tộc.

- Qua việc liên kết hợp tác với các địa phương sẽ góp phần phát triển du lịch thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và phát triển du lịch Việt Nam nói chung nhằm tiếp tục duy trì và củng cố vai trò du lịch thành phố Hồ Chí Minh không chỉ là trung tâm trung chuyển du lịch mà còn là trung tâm du lịch lớn nhất cả nước, là hạt nhân của Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam về du lịch.

- Liên kết hợp tác với các địa phương xây dựng và đa dạng hóa sản phẩm du lịch, tuyển điểm du lịch trong nước. Liên kết hình thành các sản phẩm du lịch mới để

thu hút nhiều hơn nữa lượng khách quốc tế đến thành phố Hồ Chí Minh, các địa phương.

- Liên kết và hợp tác nhằm nâng cao chất lượng và đặc biệt chú trọng những sản phẩm mang tính cạnh tranh cao và có sắc thái riêng đồng thời là những sản phẩm du lịch có thể mạnh của thành phố như: du lịch mua sắm, du lịch tham quan vui chơi giải trí, du lịch ẩm thực, du lịch chữa bệnh, chăm sóc sắc đẹp, du lịch MICE.

- Liên kết hợp tác phát triển giữa thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh nhằm thu hút lượng khách nội địa từ các tỉnh tham quan, mua sắm tại thành phố cũng như khuyến khích người dân thành phố đi du lịch trong nước.

- Liên kết, kêu gọi đầu tư cho việc xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh.

II. QUAN ĐIỂM VỀ HỢP TÁC LIÊN KẾT PHÁT TRIỂN

- Một là, hợp tác liên kết là một xu thế tất yếu, nhiệm vụ chiến lược lâu dài và tiến đến phát triển bền vững nhằm khai thác phát huy nội lực và lợi thế của từng địa phương và toàn vùng, tạo nên một lợi thế so sánh mới;

- Hai là, hợp tác liên kết nhằm khai thác tốt tiềm năng du lịch sẵn có ở các địa phương và đem lại lợi ích nhiều mặt cho mỗi bên, tạo ra những sản phẩm liên vùng có tính cạnh tranh cao;

- Ba là, hợp tác liên kết trên tinh thần hỗ trợ, giúp đỡ lẫn nhau, bình đẳng, các bên cùng có lợi đảm bảo hiệu quả phát triển ngành kinh tế du lịch của các bên;

- Bốn là, hợp tác phát triển du lịch thông qua các chương trình ký kết giữa lãnh đạo Thành phố với các địa phương để các tổ chức, doanh nghiệp trực tiếp tham gia đầu tư các sản phẩm du lịch ở các tỉnh, thành phố và có các hình thức liên doanh, liên kết thích hợp trên tinh thần tự nguyện, cùng có lợi, đảm bảo hiệu quả kinh tế.

III. NỘI DUNG VÀ NHIỆM VỤ CỤ THỂ

Nội dung và lĩnh vực hợp tác tập trung vào 4 nhóm như sau:

1. Liên kết khai thác tài nguyên du lịch, xây dựng các sản phẩm du lịch có lợi thế cạnh tranh và cùng nhau khai thác các tuyến điểm du lịch

- So với các địa phương trong cả nước thì tài nguyên du lịch tự nhiên của thành phố Hồ Chí Minh thiếu sự đa dạng các hệ sinh thái đặc thù, trừ những khách thương nhân, rất khó lưu giữ khách du lịch trong thời gian dài (do đó số ngày khách lưu trú bình quân hiện nay khoảng 02 ngày). Với những hạn chế cơ bản như trên, nếu muốn

kéo dài thời gian lưu trú của du khách thì một nhu cầu cần thiết nảy sinh là phải có sự liên kết khai thác tài nguyên du lịch của toàn vùng để đáp ứng cho các đối tượng khách du lịch có nhu cầu và thị hiếu khác nhau nhằm tăng doanh thu và góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

- Mặt khác phải có sự quy hoạch, phân vùng, hướng phát triển xây dựng sản phẩm đặc thù riêng cho từng địa phương tránh sự trùng lặp trong việc hoạch định và xây dựng sản phẩm du lịch.

1.1. Xây dựng hệ thống các tam giác phát triển du lịch và các cụm du lịch:

Nhằm tạo nên những sản phẩm du lịch đa dạng, tổng hợp và phát huy được những nét đặc trưng mang tính địa phương của sản phẩm nhằm kéo dài ngày lưu trú của khách du lịch, phối hợp trong việc khai thác tài nguyên du lịch, xây dựng hệ thống các tuyến điểm du lịch liên kết, các địa bàn du lịch trọng điểm trong từng vùng và giữa các vùng với nhau.

a) Tam giác phát triển du lịch thành phố Hồ Chí Minh - Bình Thuận - Lâm Đồng:

Sản phẩm du lịch của Tam giác là sự kết hợp của du lịch biển với du lịch núi - cao nguyên, với các loại hình du lịch tham quan, mua sắm, du lịch chữa bệnh - chăm sóc sắc đẹp, du lịch ẩm thực, du lịch MICE với du lịch biển, tham quan danh thắng, nghỉ dưỡng.

b) Cụm du lịch thành phố Hồ Chí Minh - Duyên hải Nam Trung Bộ (Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận):

Sản phẩm du lịch của cụm là du lịch biển - đảo, kết hợp với du lịch lễ hội - văn hóa Việt, Chăm, Hoa và du lịch MICE, mua sắm, ẩm thực, chữa bệnh, với các loại hình tham quan, nghỉ dưỡng, thể thao biển, lặn biển, du lịch tàu biển.

c) Cụm du lịch thành phố Hồ Chí Minh - Tây Nguyên (Đắk Nông - Đắk Lắk - Gia Lai - Kon Tum):

Sản phẩm du lịch của cụm là du lịch núi - cao nguyên, du lịch nghỉ dưỡng, tham quan danh thắng (thác, hồ) kết hợp với du lịch sinh thái Vườn quốc gia Yok Don, kết hợp với các loại hình du lịch thể thao, trekking, du lịch văn hóa lễ hội của các đồng bào dân tộc Tây Nguyên và du lịch ẩm thực, mua sắm, chữa bệnh, du lịch MICE.

d) Cụm du lịch thành phố Hồ Chí Minh - Đông Nam Bộ (Bà Rịa - Vũng Tàu, Đồng Nai, Bình Phước, Tây Ninh):

Sản phẩm du lịch của cụm là du lịch biển - đảo kết hợp với du lịch sinh thái Vườn quốc gia Nam Cát Tiên, khu bảo tồn thiên nhiên Bình Châu - Phước Bửu,

Chiến khu D, du lịch sinh thái rừng ngập mặn Cần Giờ, du lịch sông nước Sài Gòn - Đồng Nai, du lịch mạo hiểm, tham quan hệ thống núi lửa đã tắt, du lịch chữa bệnh Bình Châu, du lịch tôn giáo - lễ hội Tây Ninh, du lịch MICE, du lịch ẩm thực và du lịch quốc tế qua các cửa khẩu trong cụm.

đ) Cụm du lịch thành phố Hồ Chí Minh - tả ngạn sông Tiền (Long An, Tiền Giang, Bến Tre, Đồng Tháp):

Sản phẩm du lịch của cụm là du lịch sông nước miệt vườn, tham quan cuộc sống đời thường trên các cù lao, tham quan chợ nổi, du lịch làng nghề, tham quan các tràm chim, sân chim, du lịch sinh thái đất ngập nước Đồng Tháp Mười kết hợp với loại hình homestay và du lịch ẩm thực, các tour du lịch khuyến thưởng.

e) Cụm du lịch thành phố Hồ Chí Minh - hữu ngạn sông Tiền và sông Hậu (Vĩnh Long, Cần Thơ, Hậu Giang, Sóc Trăng, Trà Vinh, Cà Mau):

Sản phẩm du lịch của cụm là du lịch tham quan, du lịch khuyến thưởng, mua sắm, ẩm thực kết hợp với du lịch sinh thái miệt vườn, du lịch tham quan chợ nổi, du lịch sinh thái Vườn quốc gia U Minh, du lịch văn hóa lễ hội đồng bào Khơ-me và du lịch quốc tế liên tuyến sông Tiền - sông Hậu - Phnom Penh.

g) Cụm du lịch thành phố Hồ Chí Minh - An Giang - Kiên Giang:

Sản phẩm du lịch của cụm là du lịch biển, đảo Hà Tiên - Phú Quốc, du lịch lễ hội vía bà, lễ hội Nguyễn Trung Trực, du lịch tham quan vườn chim Trà Sư, du lịch tham quan tôn giáo tín ngưỡng núi Cấm, du lịch MICE và du lịch đường bộ liên tuyến Campuchia - Thái Lan dọc theo vịnh Thái Lan.

1.2. Liên kết hợp tác xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù từng địa phương:

- Du lịch biển (tắm biển, tham quan danh thắng, nghỉ dưỡng, thể thao biển): Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên Huế, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận, Bình Thuận, Bà Rịa - Vũng Tàu, Kiên Giang...

- Du lịch núi (tham quan danh thắng, nghỉ dưỡng, thể thao núi): Lâm Đồng, Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông;

- Du lịch tham quan vui chơi giải trí cuối tuần: Bình Thuận, Bà Rịa - Vũng Tàu, Tiền Giang;

- Du lịch văn hóa lễ hội, du lịch làng nghề: Tây Ninh, Bình Phước, An Giang;

- Du lịch tham quan di tích lịch sử cách mạng, du lịch thăm chiến trường xưa, du lịch mạo hiểm: Tây Ninh, Bình Phước, An Giang;

- Du lịch văn hóa - lễ hội các đồng bào dân tộc: Bình Thuận, Ninh Thuận, Trà Vinh, Sóc Trăng, An Giang, Đắk Lắk, Lâm Đồng;

- Du lịch hệ sinh thái sông nước miệt vườn Mê Kông: Tiền Giang, Bến Tre, Đồng Tháp, Vĩnh Long, Cần Thơ, Hậu Giang;

- Du lịch sinh thái đất ngập nước Đồng Tháp Mười: Long An;

- Du lịch sinh thái sông nước, sinh thái rừng, du lịch mạo hiểm: Đồng Nai, Bình Phước...;

- Du lịch tham quan các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên: Đắk Lắk, Lâm Đồng, Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu, Kiên Giang, Cà Mau;

- Du lịch tham quan các di tích văn hóa lịch sử, du lịch mua sắm, du lịch chữa bệnh, du lịch MICE tại thành phố Hồ Chí Minh.

1.3. Liên kết hợp tác khai thác các tuyến điểm du lịch trong nước với các tỉnh, thành phố:

- Tuyến du lịch: thành phố Mỹ Tho - thị xã Gò Công, Bãi biển Tân Thành.

- Tuyến du lịch: Long Hải - Suối khoáng nóng Bình Châu.

- Tuyến du lịch: thành phố Vũng Tàu - Khu du lịch sinh thái Cần Giờ - Đồn Rạch Cốc, Long An.

- Tuyến du lịch: Núi lửa Định Quán - Vườn quốc gia Cát Tiên - Mộ cổ Hàng Gòn.

- Tuyến du lịch ven biển và du lịch sinh thái: Quy Nhơn - Sông Cầu - Phương Mai - Núi Bà.

- Tuyến du lịch văn hóa lịch sử: Khu di tích Tây Sơn - Bảo tàng Quang Trung - Thành Hoàng Đế - hệ thống Tháp Chàm.

- Tuyến du lịch: Củ Chi - Thị xã Tây Ninh - Tòa thánh Cao Đài - Núi Bà - Hồ Dầu Tiếng - Trung ương cục.

- Tuyến du lịch sinh thái dã ngoại: Hòn Rom, Mũi Né - Bãi Bàu Trắng - Bắc Bình - Cù lao Câu.

- Tuyến du lịch con đường xanh Tây Nguyên - Con đường huyền thoại (Bình Phước là điểm cuối của tuyến), bao gồm: Vườn quốc gia Bù Gia Mập - Núi Bà Rá - hồ thủy điện Thác Mơ - quần thể di tích căn cứ Bộ Chỉ huy các Lực lượng vũ trang giải phóng Miền Nam tại Tà Thiết - Trảng Cỏ, Bàu Lạch - Chiến khu D.

- Tuyến du lịch trên sông Đồng Nai: Cù lao Bà Xê, Cù lao phổ, Cù lao Hiệp Hòa - vườn bưởi Tân Triều.

- Tuyên du lịch: quần đảo Bình Trị - Hà Tiên - Phú Quốc.

- Tuyên du lịch tham quan thắng cảnh Tây Nguyên và tìm hiểu bản sắc văn hóa cộng đồng dân tộc.

- Tuyên du lịch tham quan hệ thống Tháp Chăm miền Trung và nghệ thuật kiến trúc cổ Hội An - kiến trúc vương triều Nguyễn.

- Tuyên du lịch tham quan di tích lịch sử cách mạng Côn Đảo kết hợp tham quan vườn quốc gia, nghỉ dưỡng và thể thao biển.

- Tuyên du lịch biển đảo Nha Trang - vịnh Vân Phong.

1.4. Liên kết hợp tác xây dựng và khai thác tuyến du lịch quốc tế trong khu vực:

- Tuyên du lịch Xuyên Á: Các tỉnh Bình Phước, Tây Ninh, Long An, Đồng Tháp, An Giang, Kiên Giang có đường biên giới với Vương quốc Campuchia, nằm trên trục đường Xuyên Á nối liền các nước trong tiểu vùng sông Mê Kông. Đây là lợi thế của địa bàn so với khu vực khác. Do đó việc liên kết hợp tác với các địa phương trên địa bàn để xây dựng và khai thác tuyến du lịch đường bộ Xuyên Á có ý nghĩa chiến lược quan trọng cho sự phát triển du lịch của địa bàn trong thời gian tới. Tuyến du lịch này xuất phát từ Singapore, Malaysia đến Thái Lan, đặc biệt là Bangkok đến Phnom Penh, Siem Riep vào Việt Nam qua các cửa khẩu Hoa Lư, Xa Mát, Mộc Bài, Mộc Hóa, Khánh Bình, Tịnh Biên, Xà Xía để đến thành phố Hồ Chí Minh. Đây là thị trường chính của Thái Lan so với thị trường khách du lịch xuất phát từ Đông Bắc Thái Lan đến với các tỉnh Bắc Trung Bộ.

- Tuyên du lịch đường bộ dọc theo vịnh Thái Lan:

Tuyến du lịch này xuất phát bằng đường bộ đến đồng bằng sông Cửu Long và Kiên Giang. Từ Rạch Giá nối với tuyến du lịch đến Kiên Lương - Hà Tiên - Kép - Kongpomsom - Kôkong của Campuchia và Chanthaburi - Pattaya của Thái Lan. Đây sẽ là tuyến du lịch có sức thu hút lớn trong những năm tới.

- Tuyên du lịch đường sông Mê Kông:

Tuyến du lịch này xuất phát từ sông Sài Gòn của thành phố Hồ Chí Minh nối với kênh Nước Mặn - kênh Chợ Gạo, Mỹ Tho - sông Tiền - Vàm Nao, Long Xuyên - Hồng Ngự - Tân Châu - Vĩnh Xương - Phnom Penh - Biển Hồ - Siem Riep.

- Tuyên du lịch tàu biển: thành phố Hồ Chí Minh - Vũng Tàu - Côn Đảo - Phú Quốc - Thái Lan - Singapore.

2. Liên kết hợp tác trong việc xúc tiến quảng bá hình ảnh du lịch chung giữa thành phố Hồ Chí Minh với các tỉnh, thành phố đối với thị trường trong nước và thị trường quốc tế:

Trên cơ sở xác định các tuyến điểm du lịch và các sản phẩm du lịch tiêu biểu trên địa bàn, cần đẩy nhanh việc hợp tác cùng nhau xây dựng các chương trình quảng bá xúc tiến đối với thị trường du lịch trong nước và quốc tế.

- Phối hợp cùng tổ chức các đoàn khảo sát tại các thị trường du lịch tiềm năng và trọng điểm như thị trường Nhật, Hàn Quốc, Trung Quốc, Mỹ, Úc, Pháp, Đức; thị trường các nước ASEAN và thị trường các nước Bắc Âu.

- Phối hợp cùng tổ chức nhiều đợt xúc tiến, quảng bá đến các thị trường nêu trên gắn liền với việc cùng nhau tham gia các hội chợ du lịch quốc tế, phối hợp xây dựng gian hàng chung của địa bàn để tạo nên sự quy mô và giới thiệu được các sản phẩm du lịch đa dạng và phong phú của địa bàn.

- Phối hợp trong việc cùng nhau xây dựng các sự kiện đặc biệt, các lễ hội cấp vùng và định kỳ tổ chức hội chợ du lịch quốc tế hàng năm.

- Phối hợp trong việc in ấn và xuất bản các ấn phẩm như tập gấp, bản đồ, guide-book, đĩa CD-ROM, xây dựng chung website và những phim phóng sự, tài liệu quảng bá về du lịch của địa bàn như các cảnh quan du lịch, ẩm thực, các điểm mua sắm, các cửa hàng thủ công mỹ nghệ, các làng nghề gốm sứ... không chỉ bằng tiếng Anh, Pháp mà còn chú trọng đến tiếng Nhật, Hoa, Hàn, Đức...

- Phối hợp trong việc tổ chức các đoàn famtrip cho các đối tượng là các hãng lữ hành hàng đầu của khu vực và của thế giới, các tạp chí chuyên ngành thương mại - văn hóa - thể thao - du lịch có số lượng phát hành lớn cũng như các hãng truyền hình lớn nổi tiếng trên thế giới.

- Ngoài ra, cần có sự phối hợp và hỗ trợ cấp quốc gia giữa ngành du lịch và ngoại giao, thông qua các Sứ quán Việt Nam ở nước ngoài - đây cũng là kênh đặc biệt quan trọng hỗ trợ cho việc tuyên truyền quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam nói chung và của địa bàn nói riêng.

3. Liên kết hợp tác trong việc kêu gọi đầu tư và đầu tư xây dựng một số dự án du lịch các tỉnh, thành phố:

Trên cơ sở hiệu quả bước đầu trong việc liên kết hợp tác đầu tư trong thời gian vừa qua, cần tiếp tục đẩy mạnh việc phối hợp đầu tư một số công trình dự án phù hợp với điều kiện khả năng tài chính của các doanh nghiệp.

- Liên kết đầu tư xây dựng Trung tâm thông tin du lịch: cửa khẩu Mộc Bài, Xa Mát.

- Đầu tư đoàn xe Shuttle bus chất lượng cao đưa đón khách du lịch từ PoiPét - Siem Riep, Phnom Penh đến Mộc Bài - trung tâm thành phố Hồ Chí Minh - thành phố Vũng Tàu.

- Liên kết đầu tư xây dựng khu du lịch Thác Mơ - Bà Rá, cơ sở lưu trú tại tỉnh Bình Phước.

- Liên kết đầu tư xây dựng khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng thể thao nước tại hồ Dầu Tiếng.

- Liên kết đầu tư khu du lịch sinh thái Thác Mai - hồ nước nóng Lâm trường Tân Phú - Đồng Nai.

- Liên kết đầu tư xây dựng khu du lịch hệ sinh thái vùng bung trũng Đồng Tháp Mười - Mộc Hóa - Long An.

- Liên kết đầu tư xây dựng khu du lịch Dankia - Suối Vàng, khu du lịch hồ Tuyên Lâm, các khu vui chơi giải trí hồ Xuân Hương ở Đà Lạt, khu du lịch Thác DamBri, hồ Nam Phương - Bảo Lộc.

- Liên kết đầu tư Đảo Lan Châu, Núi Quyết, Bến Thủy, khu văn hóa lịch sử Đền Công - Cửa Hiên, suối nước nóng Giang Sơn - Đô Lương, vườn sinh thái quốc gia Pù Mát, khu vui chơi giải trí núi Chung ở Nghệ An.

- Đầu tư thác Phú Cường, hồ Ayan Hạ từ Gia Lai.

- Khu vui chơi giải trí Lầu ông Hoàng - thành phố Phan Thiết, khu vui chơi giải trí thể thao biển huyện Tuy Phong. Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng Hàm Thuận - Đa My, khu vui chơi giải trí thể thao Bung Thị - Tà Kou, khu vui chơi giải trí suối Nhum - Thuận Quý huyện Hàm Thuận Bắc, tỉnh Bình Thuận.

4. Liên kết hợp tác trong lĩnh vực đào tạo và phát triển nguồn nhân lực:

Với thế mạnh về lĩnh vực đào tạo và khoa học công nghệ du lịch trên địa bàn thành phố hiện nay có 9 trường đại học, 4 trường Cao đẳng có khoa đào tạo du lịch và có 6 trường trung cấp du lịch - khách sạn. Thành phố Hồ Chí Minh có khả năng tiếp tục hợp tác với các tỉnh trên địa bàn trong công tác đào tạo nguồn nhân lực hệ dài hạn cũng như tổ chức các khóa ngắn hạn bồi dưỡng kiến thức về du lịch, các khóa Giám đốc lữ hành, các khóa quản lý khách sạn vừa và nhỏ, đào tạo trưởng đoàn và điều hành tour outbound, nâng cao tay nghề trong lĩnh vực khách sạn, nhà hàng, hướng dẫn viên...

Thành phố Hồ Chí Minh sẽ hợp tác chia sẻ kinh nghiệm quản lý, điều hành và ứng dụng ISO-9002 quản lý môi trường trong các khách sạn và khu du lịch (để tiết kiệm năng lượng, nước và bảo vệ môi trường), hỗ trợ kỹ thuật bán phòng qua Internet, hệ thống giữ chỗ đặt phòng và công nghệ thông tin cho khách sạn.

IV. CÁC GIẢI PHÁP VÀ KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI THỰC HIỆN

1. Các giải pháp:

Từ thực trạng của việc liên kết và hợp tác với các địa phương trong thời gian vừa qua. Để thực hiện tốt sự tăng cường phối kết trong thời gian tới nhằm tạo ra sự thống nhất, đồng bộ trong chỉ đạo, điều hành, phát huy tổng hợp các nguồn lực, lợi thế cạnh tranh của từng tỉnh, thành phố cần tập trung vào các giải pháp sau:

a) Giải pháp về hệ thống kết cấu hạ tầng:

* Đối với thành phố Hồ Chí Minh:

Để thành phố Hồ Chí Minh tiếp tục là trung tâm tiếp nhận khách du lịch quốc tế và tổ chức các chương trình du lịch đến các địa phương trong cả nước và khu vực (cả về đường hàng không, đường biển, đường bộ...) trong thời gian tới cần tập trung triển khai và xây dựng một số cơ sở hạ tầng như sau:

• Đường hàng không:

- Tiếp tục hoàn thiện Sân bay Tân Sơn Nhất đến năm 2010 có khả năng phục vụ 10 triệu hành khách/năm. Đồng thời chuẩn bị nối kết hạ tầng với Sân bay quốc tế Long Thành trong tương lai.

- Song song đó, cần phát triển kết cấu hạ tầng cho sân bay đủ khả năng tiếp nhận các máy bay hiện đại (đường băng, hệ thống không lưu).

- Tăng cường số lượng và năng lực đội ngũ cán bộ, nhân viên để sân bay hoạt động 24/24 giờ và giải phóng khách nhanh khi làm thủ tục nhập cảnh, nhận hành lý, hải quan...

• Đường biển:

- Tận dụng thế mạnh của vị trí thành phố Hồ Chí Minh nằm trên tuyến đường tàu du lịch biển quốc tế, cần nắm bắt cơ hội để xây dựng thành phố Hồ Chí Minh không chỉ là điểm đến bằng đường không mà còn là điểm đến về đường sông - biển.

- Nhanh chóng xây dựng dự án cảng du lịch tàu biển, liên kết và phối hợp Cảng Sài Gòn để tiếp nhận và xây dựng cảng du lịch tàu biển hiện đại có khả năng tiếp

nhận các tàu du lịch biển có trọng tải dưới 50.000 tấn phát triển các dịch vụ mặt đất và có khả năng đón tiếp 100.000 khách/năm.

- Đường sông:

Nhanh chóng thực hiện việc xây dựng bến tàu sông du lịch (dành cho các tàu du lịch nhỏ để phục vụ tour du lịch đường sông vào ban ngày), lựa chọn địa điểm thích hợp để làm bến tàu du lịch nhà hàng vào ban đêm và quy hoạch bến tàu cánh ngầm.

- Đường sắt:

Mạnh dạn đề xuất việc di dời nhà ga Hòa Hưng ra khỏi nội thành, quy hoạch một nhà ga mới tại Bình Triệu hoặc một địa điểm khác tại quận Thủ Đức.

- Đường bộ:

- Mở rộng đường Nguyễn Thị Thập (nối liền từ đường Xuyên Á vào Khu di tích lịch sử địa đạo Củ Chi).

- Nhanh chóng hoàn thành tuyến đường bộ nối liền Bình Khánh - Cần Thạnh.

- Tiếp tục công trình mở rộng lộ giới đại lộ Nguyễn Văn Linh.

- Hoàn thành việc xây dựng xa lộ Đông Tây, đường vành đai Tân Sơn Nhất.

- Hoàn thành việc xây dựng cầu Thủ Thiêm, cầu Phú Mỹ.

- Ngoài ra, để nâng cao tính đa dạng trong các phương tiện phục vụ khách du lịch cần tính đến việc phát triển xe buýt 2 tầng không mui, xe bus city tour.

- * Đối với các địa phương:

- Đầu tư xây dựng trục đường cao tốc thành phố Hồ Chí Minh - Long Thành - Vũng Tàu, đây là tuyến thành phố Hồ Chí Minh đi Sân bay quốc tế Long Thành trong tương lai, nâng cấp quốc lộ 13 từ ngã tư Bình Phước đến Thủ Dầu Một.

- Tiếp tục hoàn thành nâng cấp quốc lộ 50, 20 với vùng đồng bằng sông Cửu Long và vùng Tây Nguyên. Đầu tư các tuyến cao tốc từ thành phố Hồ Chí Minh đi Cần Thơ và Cà Mau. Tuyến cao tốc thành phố Hồ Chí Minh - Phan Thiết - Nha Trang. Đây là trục giao thông quan trọng đảm bảo giao lưu phát triển du lịch giữa đồng bằng sông Cửu Long, Đông Nam Bộ và Nam Trung Bộ.

- Nghiên cứu cải tạo Sân bay Cỏ Ống - Côn Đảo phục vụ du lịch và phát triển kinh tế - xã hội để phát huy hiệu quả tổng hợp hoạt động du lịch Côn Đảo. Mở rộng Sân bay Cần Thơ, Sân bay Liên Khương. Đồng thời xúc tiến việc xây dựng Sân bay Phú Quốc.

- Hoàn thiện cải tạo và nâng cấp tuyến du lịch đường sông nối liền với đồng bằng sông Cửu Long trong đó quan trọng nhất là 3 tuyến: tuyến thành phố Hồ Chí Minh - Cà Mau, thành phố Hồ Chí Minh - Cần Thơ, thành phố Hồ Chí Minh - Kiên Lương.

b) Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực:

Với vị trí trung tâm về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong toàn vùng. Do đó việc phát triển nguồn nhân lực của thành phố và chia sẻ những kinh nghiệm hợp tác đào tạo với các địa phương có vai trò đặc biệt quan trọng nhằm đảm bảo số lượng và chất lượng nguồn nhân lực để đảm bảo công tác phục vụ trong tình hình tăng trưởng chung trên địa bàn.

- Ở cấp vĩ mô, đề nghị Tổng cục Du lịch sớm phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo đổi mới chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho ngành du lịch. Xây dựng chương trình khung để hướng dẫn các trường xây dựng nội dung giáo trình và phương pháp đào tạo. Tiến tới việc tiêu chuẩn hóa chương trình giáo dục ở các cấp đào tạo từ: bậc dạy nghề, trung học chuyên nghiệp, cao đẳng, đại học và trên đại học.

- Định hướng việc gắn bó chặt chẽ giữa lý thuyết và thực hành, giữa đào tạo và nghiên cứu để nâng cao chất lượng giáo dục và trình độ giảng viên. Quan tâm đến việc đào tạo đội ngũ cán bộ quản lý, giám sát viên chuyên ngành du lịch, đội ngũ cán bộ giảng dạy du lịch bằng phương thức gửi đi đào tạo, bồi dưỡng ở nước ngoài.

- Do mạng lưới cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch của thành phố tuy nhiều về số lượng nhưng chủ yếu là các trường dân lập. Đồng thời cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ cho công tác đào tạo thực hành của hầu hết các trường đều thiếu thốn và lạc hậu. Cho đến nay, du lịch là ngành duy nhất chưa có trường đại học chuyên ngành, do đó về lâu dài Tổng cục Du lịch cần có kế hoạch xây dựng một trường đại học chuyên ngành du lịch có trình độ tiên tiến khu vực và thế giới, đảm bảo liên thông giữa các bậc học (đào tạo cho cả 3 cấp: đại học, cao đẳng và trung cấp) cho toàn vùng, Campuchia và Lào. Trước mắt, cần hỗ trợ để Trường Trung cấp Du lịch - Khách sạn thành phố nâng lên thành Trường Cao đẳng.

- Sở Du lịch duy trì và đẩy mạnh việc tập huấn, bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch hàng năm cho đội ngũ lao động trên địa bàn thành phố và mời các tỉnh tham dự. Chương trình do các chuyên gia trong nước, thỉnh giảng các chuyên gia quốc tế của các tổ chức và các trường du lịch danh tiếng thế giới.

- Tổ chức hội thi hướng dẫn viên du lịch và tổ chức các hội thi tay nghề mở rộng cho thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh 2 năm 1 lần, để có dịp trao đổi kinh nghiệm,

thúc đẩy cải tiến và nâng cao chất lượng dịch vụ, tạo khí thế thi đua trong khu vực, tăng sức cạnh tranh của du lịch thành phố và các địa phương.

- Cần chú trọng đến sự hợp tác quốc tế trong đào tạo, đặc biệt quan trọng trong những lĩnh vực có liên quan đến sự vận dụng công nghệ mới như du lịch điện tử, tham gia và điều hành hệ thống tiếp thị điện tử, kinh nghiệm bảo vệ môi trường mà hiện nay nguồn nhân lực tại chỗ chưa có kinh nghiệm và kiến thức sâu sắc.

c) Giải pháp về cơ chế chính sách đầu tư phát triển du lịch:

- Trong hoạt động đầu tư du lịch, Nhà nước cần giữ vai trò chủ đạo trong việc đầu tư vào cơ sở hạ tầng tạo điều kiện thuận lợi cho giao thông vận chuyển, đặc biệt là những dự án phát triển mạng lưới giao thông từ thành phố Hồ Chí Minh đến các điểm du lịch, khu du lịch trọng điểm của các địa phương nhằm thúc đẩy việc phát triển lâu dài và bền vững.

- Các địa phương cần tập trung đẩy mạnh việc đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch tại các khu du lịch tổng hợp, các khu du lịch chuyên đề sinh thái, văn hóa - lịch sử đã nêu trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2010. Trên cơ sở khai thác tiềm năng và thế mạnh của từng vùng, từng địa phương.

- Tránh tình trạng các doanh nghiệp mang tính chất nhỏ lẻ tự đầu tư dẫn đến tình trạng sản phẩm du lịch phát triển manh mún, không đồng bộ.

- Bên cạnh đó các địa phương cần tham mưu, đề xuất với lãnh đạo các cấp có cơ chế minh bạch rõ ràng và thông thoáng để hỗ trợ, khuyến khích đầu tư nhưng vẫn đảm bảo tính chặt chẽ, linh hoạt về mặt quản lý bằng các chính sách ưu đãi về vốn, thuế, quỹ đất...

- Kết hợp có hiệu quả việc sử dụng các nguồn lực nhà nước và các nguồn lực từ các thành phần kinh tế khác theo chủ trương xã hội hóa trong đầu tư phát triển du lịch.

- Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh và các Sở địa phương phối hợp tổ chức xúc tiến kêu gọi đầu tư các dự án du lịch trong các hội thảo, hội nghị, hội chợ quốc tế, lồng ghép các chương trình, các dự án trong đầu tư xây dựng, bảo vệ và khai thác tài nguyên du lịch.

d) Giải pháp về xúc tiến quảng bá:

Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh phối hợp với các Sở địa phương tăng cường tuyên truyền, quảng bá và xúc tiến du lịch ở trong và ngoài nước bằng nhiều biện pháp và những hình thức thiết thực.

- Tăng cường quảng bá các tour du lịch liên vùng có chất lượng cao theo lợi thế so sánh của các điểm du lịch độc đáo của mỗi địa phương nhằm tạo ra sự đa dạng phong phú, hấp dẫn khách du lịch.

- Thông qua việc tổ chức các sự kiện và lễ hội văn hóa du lịch hàng năm của thành phố Hồ Chí Minh và các địa phương nhằm thu hút thêm nhiều hơn nữa khách du lịch trong nước và quốc tế và qua đó nâng cao được hình ảnh, vẻ đẹp đất nước, con người Việt Nam, thành phố Hồ Chí Minh và các địa phương. Đặc biệt tập trung xây dựng thương hiệu hội chợ ITE của thành phố Hồ Chí Minh là hội chợ du lịch có quy mô và quan trọng nhất Đông Dương, nâng cao tính chuyên nghiệp và có sự tham gia đầy đủ các địa phương hợp tác phát triển với thành phố.

- Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh làm đầu mối phối hợp với các Sở địa phương trong việc tổ chức các roadshow, tham gia các hội chợ du lịch quốc tế bằng nguồn kinh phí của mỗi địa phương và sự đóng góp của các doanh nghiệp.

- Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh phối hợp với các địa phương và các doanh nghiệp tổ chức các famtrip cho các hãng lữ hành quốc tế, các đài truyền hình và tạp chí du lịch nổi tiếng thế giới với phương thức mỗi địa phương chịu trách nhiệm việc đón tiếp, đi lại, ăn ở và những dịch vụ khi đoàn đến các địa phương.

- Tổ chức các hội thảo xúc tiến, quảng bá du lịch có quy mô khu vực với sự tham gia của các ban - ngành, các địa phương, các trường nhằm tạo thêm sự nhận thức chính xác của ngành và xã hội với hình thức luân phiên tổ chức giữa các địa phương.

- Phối hợp với Đài Truyền hình Trung ương, thành phố và truyền hình các tỉnh tăng thời lượng phát sóng về du lịch, phối hợp với một số báo có lượng phát hành lớn tổ chức các cuộc thi tìm hiểu du lịch, các cuộc thi sáng tác những tác phẩm về đề tài du lịch, các bài hát về du lịch (cả tiếng Việt và tiếng Anh).

- Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh phối hợp với các Sở địa phương trong việc biên soạn và phát hành các ấn phẩm giới thiệu các sản phẩm du lịch và các tour tuyến liên vùng với nhiều ngoại ngữ khác nhau phù hợp với các thị trường đưa khách đến Việt Nam.

- Các Sở Du lịch tại các địa phương cần tổ chức bình chọn và trao giải cho các doanh nghiệp lữ hành quốc tế và nội địa của thành phố để khuyến khích các doanh nghiệp này đưa nhiều khách đến các địa phương.

- Phối hợp với các Lãnh sự quán tại thành phố trong việc tuyên truyền, quảng bá hình ảnh du lịch thành phố và du lịch Việt Nam.

- Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh phối hợp với các Sở địa phương xây dựng những phim quảng cáo du lịch để quảng bá trên những kênh truyền hình quốc tế (CNN, TV5, NHK...) và trên các chuyến bay.

- Kiến nghị tiếp tục việc miễn visa đối với 1 số thị trường du lịch trọng điểm.

2. Nội dung thực hiện theo từng năm:

Nội dung chương trình	Đơn vị phối hợp
Năm 2007	
Hợp tác phát triển Tam giác Du lịch thành phố Hồ Chí Minh - Lâm Đồng - Bình Thuận: xây dựng và khai thác các sản phẩm có chất lượng cao, có sức cạnh tranh về loại hình du lịch MICE, nghỉ dưỡng - chữa bệnh, du lịch biển cao cấp	Sở Du lịch Bình Thuận Sở DL-TM Lâm Đồng Các DN du lịch
Hợp tác phát triển cụm du lịch thành phố Hồ Chí Minh - Tây Nguyên: tư vấn việc xây dựng và khai thác sản phẩm du lịch núi - cao nguyên, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái (vườn quốc gia, thác, hồ), du lịch sinh thái nhân văn (văn hóa lễ hội dân tộc Tây Nguyên)	Sở TMDL Đắk Nông Sở TMDL Đắk Lắk Sở TMDL Gia Lai Sở TMDL Kon Tum Các doanh nghiệp DL
Năm 2008	
Liên kết hợp tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch: - Hỗ trợ cho các tỉnh trong việc tư vấn, xây dựng các chương trình bồi dưỡng về nghiệp vụ du lịch cho lực lượng lao động theo yêu cầu của địa phương. - Mời và hỗ trợ các địa phương tham gia các chương trình đào tạo nghiệp vụ du lịch ngắn hạn do Sở Du lịch tổ chức như khóa lớp Giám đốc lữ hành, Quản lý khách sạn vừa và nhỏ, bồi dưỡng Hướng dẫn viên... - Mời tham gia các hội thi, hội thảo về du lịch...	Các SDL, Sở TMDL Các tỉnh, thành phố Các trường Các doanh nghiệp DL
Hợp tác phát triển cụm du lịch thành phố Hồ Chí Minh - Duyên hải Nam Trung Bộ: tư vấn việc xây dựng và khai thác sản phẩm du lịch biển - đảo (nghỉ dưỡng, thể thao, lặn biển, du lịch tàu biển), du lịch MICE, du lịch văn hóa lễ hội: Việt, Chăm, Hoa	Sở DL-TM Khánh Hòa Sở TM-DL Phú Yên Sở TMDL Ninh Thuận
Tiếp tục thực hiện tổ chức việc xây dựng sản phẩm tour DL Xuyên Á: thành phố Hồ Chí Minh - Phnom Penh - Siem Riep - Bangkok - Mandalay - Rangoon	Sở DL BR-VT Sở TMDL Tây Ninh Các doanh nghiệp DL

Nội dung chương trình	Đơn vị phối hợp
Liên kết với các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long trong việc tư vấn xây dựng sản phẩm và hợp tác khai thác sản phẩm du lịch văn hóa tính ngưỡng - lễ hội đặc trưng của đồng bào dân tộc Việt, Khơ-me, Chăm, Hoa và loại hình du lịch các khu bảo tồn thiên nhiên, vườn quốc gia	Sở DL An Giang Sở TMDL Trà Vinh Sở TMDL Sóc Trăng Sở TMDL Hậu Giang Sở NVDL Cà Mau
Tư vấn khai thác sản phẩm du lịch tham quan, vui chơi, giải trí cuối tuần	Sở DL Bình Thuận Sở DL BR - VT Sở TMDL Tiền Giang Sở TMDL Bình Dương
Liên kết với các tỉnh Đông Nam Bộ trong việc tư vấn xây dựng sản phẩm và hợp tác khai thác các loại hình du lịch tham quan di tích lịch sử cách mạng, du lịch thăm chiến trường xưa, du lịch mạo hiểm	Sở TMDL Đồng Nai Sở TMDL Tây Ninh Sở TMDL Bình Phước
Năm 2009	
Nâng cao chất lượng sản phẩm tuyến du lịch đường sông thành phố Hồ Chí Minh - Campuchia: thành phố Hồ Chí Minh nối với kênh Nước Mặn - kênh Chợ Gạo, Mỹ Tho - sông Tiền - Vàm Nao, Long Xuyên - Hồng Ngự - Tân Châu - Vĩnh Xương - Phnom Penh - Biền Hồ - Siem Riep	Sở TMDL Long An Sở TMDL Tiền Giang Sở DL An Giang Sở TMDL Đồng Tháp
Hợp tác việc xây dựng xây dựng sản phẩm tuyến du lịch đường bộ qua Campuchia qua các cửa khẩu Hoa Lư, Xa Mát	Sở TMDL Bình Phước, Sở TMDL Tây Ninh
Xây dựng sản phẩm du lịch ven vịnh Thái Lan bằng đường bộ: thành phố Hồ Chí Minh - Rạch Giá - Quần đảo Bình Trị - Hà Tiên - Phú Quốc - Kép - Kompongso - KoKong - Chanburi - Pattaya	Sở TMDL Kiên Giang Các doanh nghiệp TLS Thái Lan TLS Campuchia
Tư vấn việc xây dựng sản phẩm du lịch sinh thái đất ngập nước Đồng Tháp Mười	Sở TMDL Long An
Năm 2010	
Xây dựng sản phẩm tuyến du lịch 4 quốc gia 1 điểm đến: Việt Nam - Lào - Campuchia - Thái Lan	TLS Lào, Campuchia, Thái Lan Các DN Việt Nam

Nội dung chương trình	Đơn vị phối hợp
Hợp tác liên kết xây dựng sản phẩm du lịch con đường di sản miền Trung và tuyến đường Trường Sơn (DL văn hóa, kiến trúc Chăm, du lịch nghỉ dưỡng, di tích lịch sử (các điểm di tích lịch sử quê Bác, đường Trường Sơn, nghỉ dưỡng, tắm biển, thể thao biển, tham quan danh thắng, tham quan di tích lịch sử Vương triều Nguyễn, Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng)	SDL Nghệ An, Sở TMDL Hà Tĩnh, Sở TMDL Quảng Bình, SDL Thừa Thiên - Huế Sở DL Đà Nẵng Sở DL Quảng Nam Sở TMDL Bình Định Sở TMDL Phú Yên

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

Nguyễn Thị Hồng