

Số: 06 /KH-SDL

Hà Nội, ngày 23 tháng 01 năm 2017

KẾ HOẠCH

Hợp tác liên kết giữa doanh nghiệp, cơ sở dịch vụ, điểm đến và cơ quan quản lý xây dựng chuỗi sản phẩm, dịch vụ hoàn chỉnh phục vụ khách du lịch đến năm 2020 và những năm tiếp theo

Thực hiện Nghị Quyết 06/NQ-TU ngày 26/6/2016 về phát triển du lịch Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2016-2020 và những năm tiếp theo; Kế hoạch 207/KH-UBND, ngày 11/11/2016 của UBND Thành phố Hà Nội thực hiện Nghị Quyết 06-NQ/TU; Sở Du lịch Hà Nội xây dựng Kế hoạch Liên kết hợp tác giữa doanh nghiệp, cơ sở dịch vụ, điểm đến và cơ quan quản lý xây dựng chuỗi sản phẩm, dịch vụ hoàn chỉnh phục vụ khách du lịch đến năm 2020 và những năm tiếp theo, cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Xây dựng và quảng bá thương hiệu du lịch Hà Nội với các giá trị và sản phẩm du lịch khác biệt, độc đáo, có chất lượng, có sức cạnh tranh gắn với thị trường cụ thể. Xác định Hà Nội là điểm đến du lịch hấp dẫn, độc đáo của Đông Nam Á, dựa trên các giá trị thương hiệu và các sản phẩm, dịch vụ du lịch đặc trưng như du lịch di sản, văn hóa, nghệ thuật, lễ hội; du lịch MICE; du lịch làng nghề, ẩm thực; du lịch sinh thái và các loại hình khác.

- Phát huy tối đa vai trò chủ động, sáng tạo của các doanh nghiệp, cơ sở dịch vụ, các điểm đến, các cơ quan quản lý cùng liên kết hợp tác xây dựng chuỗi sản phẩm, dịch vụ hoàn chỉnh đồng bộ phục vụ khách du lịch.

- Tạo cơ hội hợp tác du lịch giữa nhiều thành phần, đặc biệt giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, tăng cường quan hệ đối tác công - tư trong việc nâng cao hiệu quả và chuyên nghiệp hóa hoạt động du lịch, đặc biệt là xây dựng chuỗi sản phẩm, dịch vụ hoàn chỉnh đồng bộ, hướng tới các phân đoạn thị trường đang tăng trưởng cao, cũng như các thị trường mới nổi.

2. Yêu cầu

- Các cơ quan, doanh nghiệp, cơ sở dịch vụ, điểm đến, chủ động xây dựng chuỗi các sản phẩm, dịch vụ hoàn chỉnh, đồng bộ phục vụ khách du lịch đến Hà Nội và từ Hà Nội đến các tỉnh, thành phố trong cả nước và quốc tế.

- Các cơ quan quản lý nhà nước, các hiệp hội, các doanh nghiệp, cơ sở dịch vụ, các điểm đến, xác định rõ nhiệm vụ hợp tác, liên kết, chủ động phối hợp thực hiện để phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế, cơ hội của mỗi cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp, tổ chức liên quan theo đúng quy định pháp luật.

II. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM

1. Xây dựng chuỗi sản phẩm, dịch vụ du lịch:

1.1. Thị trường khách quốc tế đến Hà Nội:

a) Thị trường ASEAN:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch di sản thế giới, trải nghiệm về văn hóa, đời sống địa phương, sản phẩm du lịch MICE, chơi gôn, sản phẩm đặc trưng cho khách đạo Hồi, du lịch nghỉ dưỡng, các sản phẩm du lịch gắn với các điểm du lịch khác trên tuyến hành lang Đông - Tây.

- Đối tượng khách du lịch (Singapore, Malaysia, Thái Lan, Indonesia): Thanh niên, trung niên và người cao tuổi; khách đi theo mục đích công vụ, đi theo nhóm bạn bè.

b) Thị trường Nhật Bản:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử; ẩm thực, mua sắm sản phẩm làng nghề, sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng cho người già, du lịch MICE.

- Đối tượng khách du lịch: Nhân viên văn phòng, khách trung niên, khách công vụ, người cao tuổi (đã nghỉ hưu), học sinh, sinh viên

c) Thị trường Hàn Quốc:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử; chơi gôn, vui chơi giải trí, mua sắm, chăm sóc sức khỏe.

- Đối tượng khách du lịch: Nhân viên văn phòng, khách trung niên, khách công vụ, người cao tuổi (đã nghỉ hưu).

d) Thị trường Trung Quốc:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, vui chơi giải trí, mua sắm.

- Đối tượng khách du lịch: Nhân viên văn phòng, khách trung niên, khách công vụ, người cao tuổi (đã nghỉ hưu).

e) Thị trường Đài Loan:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, vui chơi giải trí, chơi gôn, mua sắm.

- Đối tượng khách du lịch: Nhân viên văn phòng, khách trung niên, khách công vụ, khách thương gia, sinh viên, người cao tuổi (đã nghỉ hưu).

f) Thị trường Nga:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, vui chơi giải trí.
- Đối tượng khách du lịch: Nhân viên văn phòng, thanh niên, khách trung niên.

g) Thị trường Úc và Newzealand:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, vui chơi giải trí.
- Khách du lịch: Khách đi theo nhóm gia đình, khách độc thân, nhân viên văn phòng, khách trung niên.

h) Thị trường Tây Âu:

- Pháp:
 - + Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, làng nghề, ẩm thực, vui chơi giải trí.
 - + Đối tượng khách du lịch: Khách đi theo nhóm gia đình, khách độc thân, nhân viên văn phòng, khách trung niên, người cao tuổi.
- Anh:
 - + Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, làng nghề, ẩm thực, vui chơi giải trí.
 - + Đối tượng khách du lịch: Khách đi theo nhóm gia đình, khách đi đôi.
- Đức:
 - + Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, làng nghề, vui chơi giải trí.
 - + Đối tượng khách du lịch: Sinh viên, khách đi theo nhóm gia đình, khách đi đôi, người cao tuổi.
- Hà Lan:
 - + Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, làng nghề, vui chơi giải trí.
 - + Đối tượng khách du lịch: Khách thanh niên, khách trung niên.
- Ý:
 - + Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, làng nghề, vui chơi giải trí.
 - + Đối tượng khách du lịch: Khách thanh niên, khách trung niên.
- Tây Ban Nha:

+ Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, làng nghề, vui chơi giải trí.

+ Đối tượng khách du lịch: Khách thanh niên, khách theo nhóm gia đình, khách đi theo đôi.

i) Thị trường Bắc Âu (Thụy Điển, Na uy, Phần Lan, Đan Mạch)

+ Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, làng nghề, vui chơi giải trí.

+ Đối tượng khách du lịch: Sinh viên, khách đi đôi, khách trung niên, người cao tuổi.

k) Thị trường Bắc Mỹ (Mỹ và Canada)

+ Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, vui chơi giải trí.

+ Đối tượng khách du lịch: Khách đi theo nhóm gia đình, khách trung niên, công chức, người cao tuổi.

g) Thị trường Ấn Độ

+ Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa, lịch sử, ẩm thực, vui chơi giải trí.

+ Đối tượng khách du lịch: Khách đi theo nhóm gia đình, khách trung niên.

1.2. Thị trường khách trong nước đến Hà Nội:

a) Thị trường khách Thành phố Hồ Chí Minh và 6 tỉnh Miền Đông:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch nghỉ dưỡng, bao gồm các kỳ nghỉ hè, nghỉ lễ, nghỉ phép; du lịch văn hóa, lịch sử; du lịch lễ hội, tâm linh; du lịch MICE, du lịch kết hợp công vụ.

- Đối tượng khách du lịch: Thanh niên, khách theo nhóm gia đình, khách trung niên, người cao tuổi.

b) Thị trường khách 13 tỉnh thành phố Tây Nam Bộ, đồng bằng sông Cửu Long:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch nghỉ dưỡng, bao gồm các kỳ nghỉ hè, nghỉ lễ, nghỉ phép; du lịch văn hóa, lịch sử; du lịch lễ hội, tâm linh; du lịch MICE; du lịch kết hợp công vụ.

- Đối tượng khách du lịch: Thanh niên, khách theo nhóm gia đình, khách trung niên.

c) Thị trường khách Đà Nẵng và khu vực miền Trung:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch nghỉ dưỡng, bao gồm các kỳ nghỉ hè, nghỉ lễ, nghỉ phép; du lịch văn hóa, lịch sử; du lịch lễ hội, tâm linh; du lịch MICE; du lịch kết hợp công vụ.

- Khách du lịch: Thanh niên, khách theo nhóm gia đình, khách trung niên.

d) Thị trường các tỉnh, thành phố vùng đồng bằng sông Hồng mở rộng.

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch nghỉ dưỡng, bao gồm các kỳ nghỉ hè, nghỉ lễ, nghỉ phép; du lịch văn hóa, lịch sử; du lịch lễ hội, tâm linh; du lịch MICE; du lịch kết hợp công vụ; du lịch cuối tuần.

- Đối tượng khách du lịch: Thanh niên, khách theo nhóm gia đình, khách trung niên, người cao tuổi.

e) Thị trường các tỉnh, thành phố khu vực Bắc Trung Bộ.

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch nghỉ dưỡng, bao gồm các kỳ nghỉ hè, nghỉ lễ, nghỉ phép; du lịch văn hóa, lịch sử; du lịch lễ hội, tâm linh; du lịch MICE; du lịch kết hợp công vụ; du lịch cuối tuần.

- Khách du lịch: Thanh niên, khách theo nhóm gia đình, khách trung niên, người cao tuổi.

d) Thị trường các tỉnh miền núi phía Bắc.

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch nghỉ dưỡng, bao gồm các kỳ nghỉ hè, nghỉ lễ, nghỉ phép; du lịch văn hóa, lịch sử; du lịch lễ hội, tâm linh; du lịch MICE; du lịch kết hợp công vụ; du lịch cuối tuần

- Đối tượng khách du lịch: Thanh niên, khách theo nhóm gia đình, khách trung niên.

1.3. Thị trường khách tại Hà Nội:

a) Thị trường khách nội thành

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch nghỉ dưỡng, bao gồm các kỳ nghỉ hè, nghỉ lễ, nghỉ phép; du lịch vui chơi giải trí; du lịch văn hóa, lịch sử; du lịch lễ hội, tâm linh; du lịch cuối tuần; du lịch mua sắm, ẩm thực; du lịch khám phá, trau dồi kỹ năng sống.

- Đối tượng khách du lịch: Học sinh, sinh viên, giáo viên, công chức, doanh nghiệp, hưu trí, cựu chiến binh...

b) Thị trường khách ngoại thành:

- Sản phẩm dịch vụ du lịch: Du lịch nghỉ dưỡng, bao gồm các kỳ nghỉ hè, nghỉ lễ, nghỉ phép; du lịch vui chơi giải trí; du lịch văn hóa, lịch sử; du lịch lễ hội, tâm linh; du lịch mua sắm, ẩm thực; du lịch khám phá, trau dồi kỹ năng sống; du lịch cuối tuần.

- Đối tượng khách du lịch: Nông dân, học sinh, hưu trí, cựu chiến binh...

2. Sản phẩm, dịch vụ tiêu biểu cần tập trung triển khai chuỗi liên kết:

2.1. Du lịch văn hóa

Tập trung phát triển sản phẩm, dịch vụ gắn với các điểm di tích lịch sử, văn hóa tiêu biểu của Thủ đô phục vụ khách du lịch: Khu vực Chùa Hương; Hoàng Thành Thăng Long, Văn Miếu- Quốc Tử Giám; Không gian Phố Cổ Hà Nội - Hồ Hoàn Kiếm; Khu di tích Cổ Loa và các di tích lịch sử đã xếp hạng. Bảo tàng Hà Nội, Bảo tàng Lịch sử Quốc Gia, Bảo tàng Phụ Nữ, Bảo tàng Dân tộc học và hệ thống các bảo tàng trên địa bàn thành phố Hà Nội. Các loại hình nghệ thuật biểu diễn: Hát Châu Văn, hát Ca Trù, rối nước...; các điểm đến đạt chuẩn phục vụ khách du lịch.

2.2. Du lịch MICE (Hội nghị, khuyến thưởng, hội thảo, sự kiện).

Tập trung phát triển du lịch MICE gắn với phân khúc thị trường khách cao cấp, sử dụng dịch vụ của hệ thống khách sạn 4-5 sao trên địa bàn Hà Nội; Trung tâm Hội nghị Quốc gia, Trung tâm Hội nghị Quốc tế; Các điểm mua sắm đạt chuẩn phục vụ khách du lịch.

2.3. Du lịch làng nghề, làng cổ

Tập trung phát triển chuỗi sản phẩm gắn với các làng nghề truyền thống, Làng nghề dệt lụa Vạn Phúc, làng nghề gốm sứ Bát Tràng, Làng nghề sơn mài Hạ Thái, Mây tre đan Phú Vinh và một số làng nghề tiêu biểu khác.

2.4. Du lịch sinh thái, cộng đồng

Phát triển du lịch sinh thái, cộng đồng gắn với khu vực Ba Vì, Sơn Tây, Sóc Sơn, Mỹ Đức, Đông Anh, Thạch Thất, Chương Mỹ, Phú Xuyên, Thường Tín, Gia Lâm.

2.5. Du lịch gắn với thể thao, giải trí

Phát triển du lịch gắn với một số loại hình thể thao giải trí cao cấp, mang lại nguồn thu lớn: Chơi golf và một số loại hình khác.

2.6. Du lịch ẩm thực

Hướng tới mục tiêu Hà Nội trở thành bếp ăn của Thế giới với ẩm thực truyền thống đặc sắc và ẩm thực đa dạng của các nền ẩm thực trên thế giới tại khu vực nội thành và ngoại thành Hà Nội.

2.7 Du lịch học đường

Hướng tới đối tượng học sinh các cấp nhằm cung cấp các kiến thức thực tế và rèn luyện kỹ năng sống cho học sinh thông qua hoạt động tham quan, tìm hiểu tại các di tích lịch sử văn hóa, bảo tàng, trải nghiệm cuộc sống nông nghiệp ngoại thành và loại hình khác liên quan.

3. Phối hợp quảng bá, tiếp thị sản phẩm tới du khách:

- Quảng bá, tiếp thị thông qua các ấn phẩm du lịch, trang web, hệ thống thông tin của đơn vị, thông qua hợp tác với đối tác.

- Quảng bá, tiếp thị trên báo chí và các phương tiện thông tin đại chúng trong nước và quốc tế.
- Quảng bá, tiếp thị tại các hội nghị, hội thảo chuyên đề.
- Quảng bá, tiếp thị tại các hội chợ, sự kiện du lịch trong và ngoài nước.
- Quảng bá, tiếp thị thông qua việc đón các đoàn FAM doanh nghiệp gửi khách và báo chí du lịch đến Hà Nội.
- Quảng bá, tiếp thị: thông qua các hình thức khác có lợi thế theo từng thị trường.

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN:

1. Tiến độ thực hiện:

1.1 Công tác xây dựng chuỗi sản phẩm liên kết hàng năm

- Mời các đơn vị đăng ký tham gia chuỗi sản phẩm kết nối doanh nghiệp du lịch- điểm đến – cơ sở dịch vụ phục vụ du khách theo từng thị trường.
- Hợp các nhóm đơn vị tổ chức các chuỗi sản phẩm kết nối doanh nghiệp du lịch- điểm đến- cơ sở dịch vụ. Hình thành các sản phẩm kết nối.
- Sơ kết, đánh giá rút kinh nghiệm triển khai những năm tiếp theo.

1.2 Công tác tuyên truyền quảng bá chuỗi sản phẩm du lịch liên kết năm 2017:

1.2.1 Tuyên truyền quảng bá trong nước

- Tham gia Ngày hội du lịch TP. Hồ Chí Minh- giới thiệu sản phẩm du lịch đến Hà Nội cho khách nội địa tại TP. Hồ Chí Minh và khu vực phía Nam.
- Tham gia Festival Huế và khảo sát thị trường khu vực Miền Trung nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch.
- Tổ chức Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam tại Hà Nội, tổ chức FAM các doanh nghiệp và báo chí quốc tế đến khảo sát sản phẩm, dịch vụ du lịch của Hà Nội.
- Tham gia chương trình Năm du lịch quốc gia.
- Quảng bá, tiếp thị các sản phẩm du lịch hè.
- Tham gia Festival biển Nha Trang.
- Quảng bá, tiếp thị, giới thiệu các sản phẩm du lịch hè.
- Tham gia Hội chợ ITE Thành phố Hồ Chí Minh, giới thiệu sản phẩm du lịch Hà Nội trong mùa Thu- Đông.

Tổ chức đoàn FAM các doanh nghiệp lữ hành và báo chí trong nước đến khảo sát sản phẩm du lịch liên kết.

- Tổ chức Liên hoan du lịch làng nghề truyền thống Hà Nội và Hội nghị thường niên lần thứ 16 Hội đồng xúc tiến du lịch Châu Á tại Hà Nội, giới thiệu sản phẩm du lịch tại sự kiện.

1.2.2 Tuyên truyền quảng bá tại nước ngoài

- Tham gia ITB Berline giới thiệu chuỗi sản phẩm du lịch Hà Nội.
- Tham gia Hội chợ du lịch Bắc Kinh, giới thiệu sản phẩm du lịch Hà Nội cho khách quốc tế tham dự Hội chợ.

- Tham gia Hội chợ du lịch quốc tế - Korea World Travel Fair 2017 (KOTFA 2017) - Hàn Quốc (Phối hợp với Tổng cục du lịch) .

- Tổ chức Hội nghị Xúc tiến du lịch và roadshow tại 04 nước thị trường Bắc Âu (Phối hợp với Tổng cục Du lịch).

- Tham gia hội chợ JATA tại Nhật.

- Tham gia Hội chợ Top RESA tại Pháp.

- Tham gia Hội chợ IMEX America, giới thiệu sản phẩm tại khu vực Bắc Mỹ.

- Tổ chức đoàn quảng bá Xúc tiến du lịch tại Thổ Nhĩ Kỳ và Hy Lạp (Phối hợp cùng Tổng cục du lịch).

- Tham gia Hội chợ WTM London - Vương Quốc Anh, giới thiệu sản phẩm cho khách quốc tế tham dự Hội chợ.

2. Tổ chức thực hiện

2.1. Sở Du lịch Hà Nội

- Chủ trì tổ chức thực hiện kế hoạch.

- Tổng hợp các chương trình, sản phẩm do các doanh nghiệp hiện đang thực hiện.

- Chủ trì tổ chức các hoạt động liên kết các nhóm doanh nghiệp, điểm đến, cơ sở dịch vụ du lịch xây dựng các chuỗi sản phẩm phục vụ từng thị trường khách du lịch đến Hà Nội và từ Hà Nội đi các tỉnh.

- Chủ trì tổ chức các đoàn FAM các doanh nghiệp du lịch và báo chí, truyền hình đến khảo sát các sản phẩm để tuyên truyền quảng bá, bán sản phẩm tới khách du lịch.

- Chủ trì công tác quảng bá các sản phẩm du lịch thông qua các phương tiện thông tin, truyền thông, tại các sự kiện do Sở Du lịch tổ chức trong và ngoài nước.

- Hỗ trợ doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm tới đối tác và du khách trong và ngoài nước.

- Thực hiện các nhiệm vụ khác có liên quan.

2.2. Đề nghị Tổng cục Du lịch

- Hỗ trợ tuyên truyền quảng bá các chuỗi sản phẩm liên kết tới các thị trường du lịch trong nước và quốc tế do Tổng cục và các đơn vị khác tổ chức thực hiện các nhiệm vụ có liên quan đến thực hiện kế hoạch.

- Chỉ đạo đơn vị thuộc Tổng cục du lịch hưởng ứng, chủ động phối hợp, giúp đỡ thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm của Kế hoạch.

- Chỉ đạo các doanh nghiệp lữ hành, khách sạn hưởng ứng tham gia xây dựng chuỗi sản phẩm du lịch liên kết.

2.3. Đề nghị Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Hiệp hội Du lịch Hà Nội

- Phối hợp cử các doanh nghiệp thuộc Hiệp hội tham gia các nhóm liên kết xây dựng sản phẩm theo thị trường khách cụ thể, phối hợp chỉ đạo định hướng xây dựng các sản phẩm liên kết.

- Phối hợp mời các đoàn FAM doanh nghiệp du lịch và báo chí khảo sát sản phẩm, tuyên truyền quảng bá tới các thị trường khách nội địa và quốc tế.

- Phối hợp công tác quảng bá các sản phẩm du lịch thông qua các phương tiện thông tin, truyền thông, tại các sự kiện do Hiệp hội tổ chức trong và ngoài nước.

2.4 Đề nghị Tổng công ty Hàng không Việt Nam

- Phối hợp tổ chức trong 5 năm liên tục một số sự kiện văn hóa lớn thường niên, tầm cỡ quốc tế và quốc gia, nhằm quảng bá Hà Nội ngàn năm văn hiến, thủ đô giàu truyền thống văn hóa- lịch sử. Các sự kiện văn hóa lớn sẽ bao trùm trong các lĩnh vực âm nhạc, nghệ thuật cổ điển, thời trang di sản....Việc quảng bá đi kèm sẽ lồng ghép các nội dung để nêu bật vai trò vận chuyển cầu nối của Vietnam Airlines.

- Hợp tác thúc đẩy công tác quảng bá du lịch đến Hà Nội thông qua mạng đường bay của các hãng hàng không đối tác, các chi nhánh cùng mạng lưới các đại lý của Vietnam Airlines trên toàn cầu, cũng như trên các kênh truyền thông mà Vietnam Airlines đang sở hữu.

- Hợp tác trong quy hoạch các đường bay quốc tế và quốc nội của Vietnam Airlines để đưa sân bay Nội Bài thành sân bay tầm cỡ của khu vực, đáp ứng tốt nhất nhu cầu phát triển kinh tế- xã hội của Thủ đô.

- Hưởng ứng tham gia chuỗi sản phẩm du lịch liên kết.

- Phối hợp tổ chức FAM các doanh nghiệp lữ hành và báo chí quốc tế và trong nước từ các thị trường trọng điểm của du lịch Hà Nội đến khảo sát tuyến, điểm, sản phẩm, dịch vụ du lịch của Thủ đô.

- Có chính sách giá ưu đãi đối với các doanh nghiệp lữ hành tham gia chuỗi liên kết xây dựng sản phẩm du lịch do Sở Du lịch Hà Nội chủ trì.

- Phối hợp công tác tuyên truyền, quảng bá sản phẩm du lịch liên kết tại các thị trường trong nước và quốc tế có đường bay trực tiếp của Vietnamairlines từ Hà Nội.

2.4. Đề nghị các doanh nghiệp lữ hành, vận chuyển, khu, điểm du lịch, ban quản lý các di tích lịch sử văn hóa, bảo tàng, điểm mua sắm, ẩm thực, điểm biểu diễn nghệ thuật trên địa bàn Thành phố Hà Nội

- Căn cứ thị trường khách của đơn vị hưởng ứng tham gia các nhóm liên kết xây dựng sản phẩm, đóng góp ý tưởng xây dựng các chuỗi sản phẩm liên kết hướng tới các thị trường mục tiêu.

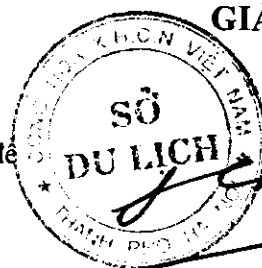
- Phối hợp công tác tuyên truyền quảng bá sản phẩm liên kết tới đối tác và khách hàng tiềm năng của đơn vị.

2.5. Đề nghị Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Hiệp hội du lịch Hà Nội, các tổ chức du lịch, doanh nghiệp lữ hành, điểm đến du lịch, bảo tàng, di tích lịch sử văn hóa, điểm mua sắm, điểm ăn uống và các nhà cung cấp dịch vụ có liên quan hưởng ứng tham gia và gửi đăng ký về Sở Du lịch Hà Nội để tổng hợp, tổ chức triển khai.

Sở Du lịch Hà Nội đề nghị Tổng cục Du lịch, Hiệp hội Du lịch Việt Nam các tổ chức du lịch, doanh nghiệp lữ hành, khách sạn, vận chuyển, điểm đến du lịch, bảo tàng, di tích lịch sử văn hóa, điểm mua sắm, điểm ăn uống và các nhà cung cấp dịch vụ có liên quan chủ động phối hợp với Sở Du lịch Hà Nội triển khai tốt các nhiệm vụ của Kế hoạch. Trong quá trình thực hiện Kế hoạch có khó khăn, vướng mắc, đề nghị các cơ quan, doanh nghiệp, tổ chức gửi thông tin về Sở Du lịch Hà Nội để chủ động giải quyết.

Nơi nhận:

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;
- UBND Thành phố Hà Nội (để báo cáo);
- Tổng cục Du lịch;
- Vụ Lữ hành, Vụ Khách sạn, Vụ Thị trường- TCĐL (để phối hợp);
- HHDL Việt Nam, HHDL Hà Nội;
- Các tập đoàn, doanh nghiệp hoạt động du lịch;
- Các di tích lịch sử văn hóa, bảo tàng trên địa bàn TPHN;
- Các doanh nghiệp lữ hành, vận chuyển, khách sạn, điểm đến du lịch, điểm mua sắm, ẩm thực, điểm biểu diễn nghệ thuật trên địa bàn TPHN;
- Đ/c Giám đốc Sở;
- Các đ/c PGĐ Sở;
- Các phòng thuộc Sở;
- Lưu VT; QLLH.



GIÁM ĐỐC

Đỗ Đình Hồng