

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 26 tháng 7 năm 2023

## BÁO CÁO

**Kết quả khóa bồi dưỡng về công tác xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch, quảng bá xúc tiến điểm đến du lịch, phát triển du lịch thông minh tại Australia**  
(Theo Quyết định số 2519/QĐ-UBND ngày 20 tháng 6 năm 2023  
của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh)

Được sự chấp thuận của Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố tại Quyết định số 2519/QĐ-UBND ngày 20 tháng 6 năm 2023 về cử đoàn cán bộ, công chức đi học tập ở nước ngoài, Đoàn cán bộ, công chức của Thành phố Hồ Chí Minh, do Đồng chí Bùi Thị Ngọc Hiếu, Phó Giám đốc Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh làm Trưởng Đoàn đã hoàn thành chương trình học tập và đi thực tế tại Australia, cụ thể như sau:

- Thời gian học tập tại Australia: từ ngày 15/7/2023 đến ngày 23/7/2023.

- Số lượng cán bộ, công chức của Thành phố Hồ Chí Minh tham gia: 25 đồng chí tham dự lớp bồi dưỡng về công tác xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch, quảng bá xúc tiến điểm đến du lịch, phát triển du lịch thông minh năm 2023 tại Australia.

- Kinh phí: Được đảm bảo từ nguồn kinh phí đào tạo, bồi dưỡng của Thành phố Hồ Chí Minh.

- Hộ chiếu sử dụng: Hộ chiếu công vụ.

Qua thời gian được bồi dưỡng học tập tại Học viện Chisholm của Australia, Đoàn công tác báo cáo kết quả như sau:

**I. TỔNG QUAN CHƯƠNG TRÌNH HỌC TẬP:** Chương trình học tập được chia làm 02 giai đoạn

### 1. Giai đoạn 1:

- Thời gian: 05 ngày, từ ngày 10/7/2023 – 14/7/2023

- Địa điểm: Trường Đại học Quốc tế, Thành phố Hồ Chí Minh (địa chỉ: 234 Pasteur, Phường 6, Quận 3)

### 2. Giai đoạn 2:

- Thời gian: 09 ngày, từ ngày 15/7/2023 – 23/7/2023 (đã bao gồm thời gian di chuyển)

- Địa điểm: Học viện Chisholm, Australia và nghiên cứu thực tế một số điểm tham quan tại Australia.

## II. CHƯƠNG TRÌNH HỌC TẬP TẠI AUSTRALIA

**a) Ngày 1 (16/7/2023):** Đoàn di thực tế tại một số điểm du lịch trong thành phố: Thư viện trung tâm, khu phố Bourke, hệ thống phương tiện công cộng trong Thành phố Melbourne, Australia.

**b) Ngày 2 (17/7/2023):** Dự khai mạc chương trình - Tổng quan về chương trình học tại Học viện Chisholm, Melbourne, với các nội dung:

- Đại diện Học viện Chisholm phát biểu khai mạc: ông Damien Van Eyk, Giám đốc Thương mại, Học viện Chisholm.

- Đại diện học viên phát biểu: Bà Bùi Thị Ngọc Hiếu, Phó Giám đốc Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, Trưởng Đoàn.

- Trưởng ban điều phối phát biểu khai mạc: Bà Jane Tran, Cố vấn phát triển giáo dục quốc tế, Giám đốc Điều hành tổ chức cố vấn Giáo dục và Đào tạo toàn cầu (TET), Australia.

- Tóm tắt những nội dung đã học tại Việt Nam - Tổng quan về chương trình học tại Australia: Ông Steven Cahill, Quản lý Giáo dục cấp cao, Học viện Chisholm; Bà Swan Taylor, Cán bộ điều phối trình bày.

- Nghiên cứu thực tế về chủ đề xây dựng thương hiệu và tiếp thị; Quản lý điểm đến du lịch, Chính sách và Quy hoạch du lịch tại:

\* Hội đồng Thành phố Melbourne do Đại diện Hội đồng Thành phố Melbourne, Bộ phận kinh tế du lịch và Tiếp thị điểm đến trình bày về các giải pháp phát triển du dịch Thành phố Melbourne: **(1)** Tăng cường tính kết nối giữa các cơ quan liên quan của Thành phố trong phát triển du lịch; **(2)** Tăng cường các trải nghiệm cho du khách thông qua các ứng dụng du lịch thông minh; **(3)** Ưu tiên cho doanh nghiệp địa phương trong phát triển các dịch vụ phục vụ khách du lịch như hỗ trợ, cho phép mở các quán ăn, quán cafe... trên đường phố; **(4)** Phát triển du lịch bền vững thông qua các biện pháp: **(a)** Chú trọng phát triển cả kinh tế - xã hội của Thành phố, lợi ích của cộng đồng dân cư; **(b)** Sử dụng mã QR cho tất cả các dịch vụ tại Melbourne để du khách tìm hiểu thông tin và để tất cả các dịch vụ có cơ hội tiếp cận khách hàng; **(c)** Quản lý chặt chẽ rác thải nhựa và thải cacbon; **(d)** Đào tạo nhân viên du lịch về phát triển du lịch bền vững; **(5)** Tăng cường khả năng tiếp cận của tất cả người dân thông qua bản đồ số tất cả dịch vụ của Melbourne; **(6)** Giải pháp marketing: phát triển website/Facebook/Instagram/Tiktok “What’s on”.

\* Trung tâm Thông tin Du lịch Melbourne do cán bộ phụ trách Trung tâm Thông tin Du lịch Melbourne thông tin về hoạt động của trung tâm: **(1)** Trung tâm hoạt động từ 7g sáng đến 5g chiều với 10 nhân viên và 50 tình nguyện viên; **(2)** Lượng khách trung bình là 300 người/ngày; **(3)** Tại trung tâm có giới thiệu sản phẩm dịch vụ của Mel và vùng phụ cận Melbourne; **(4)** Ấn phẩm tại trung tâm do doanh nghiệp cung cấp, trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp triển lãm; **(5)** Tại trung tâm có các dịch vụ: **(i)** Tổ chức tour đi bộ miễn phí (4 tiếng/tour) cho các du khách đặt trước, hướng dẫn viên là tình nguyện viên; **(ii)** Bán hàng lưu niệm là sản phẩm của các nghệ sĩ địa phương. Nghệ sĩ ký gửi hoặc trung tâm mua của nghệ sĩ và bán lại

cho khách. Lợi nhuận để duy trì hoạt động của trung tâm; **(iii)** Tình nguyện viên được tuyển chọn thông qua hồ sơ, được đào tạo trong 8 tuần và làm việc trung bình 4 tiếng/tuần; tình nguyện viên không có thù lao, chỉ có hỗ trợ vé di chuyển bằng phương tiện công cộng.

\* Tham quan thực tế các điểm đến du lịch trong Trung tâm Thành phố Melbourne: đường Collins, Tòa nhà Treasury, Tòa nhà viện Ga Filnder street do Bà Joy Vandoske, Giáo viên, Điều phối chương trình hướng dẫn

**c) Ngày 3 (18/7/2023):** Nghiên cứu thực tế với chủ đề Du lịch sinh thái và Du lịch bền vững, phát triển và Tiếp thị sản phẩm du lịch tại:

\* Hội đồng Quận Mornington Peninsula do Bà Jayde Hayes, Giám đốc Phát triển kinh tế, Du lịch và Đầu tư; Bà Anne – Marie Haluszka, trưởng bộ phận dịch vụ du lịch; Bà Joy Vandoske, Giáo viên, Điều phối chương trình thông tin chính sách phát triển du lịch và phục vụ khách du lịch tại Quận Mornington Peninsula thông tin: **(1)** Về hoạt động Trung tâm thông tin phục vụ khách du lịch (và tài nguyên biển) - Làm việc 7 ngày/tuần; **(2)** Dịch vụ thông tin du khách; **(3)** Sự kiện kinh doanh; **(4)** Tiếp thị và quảng cáo; **(5)** Hỗ trợ Doanh nghiệp và phát triển Công nghiệp; **(6)** Cung cấp thông tin bản đồ cho du khách; **(7)** Hỗ trợ Doanh nghiệp đến tổ chức sự kiện; **(8)** Có mối quan hệ gắn kết hỗ trợ cộng đồng Doanh nghiệp lữ hành phát triển: tổ chức các buổi giới thiệu thông tin,...

\* Nghiên cứu thực tế tại trang trại trồng nho và xưởng rượu do Bà Joy Vandoske, Giáo viên, Điều phối chương trình hướng dẫn.

\* Nghiên cứu thực tế tại Trụ sở Cơ quan xúc tiến Du lịch và Văn hóa Visit Victoria do Ông Nigel Aldons, Giám đốc thương mại và tiếp thị toàn cầu, Visit Victoria thông tin về xây dựng thương hiệu và tiếp thị; quản lý điểm đến du lịch, chính sách và quy hoạch du lịch: **(1)** Cơ quan chuyên trách thúc đẩy và phát triển du lịch của bang Victoria thu hút khách nội địa và quốc tế đến bang Victoria; **(2)** Quảng bá thu hút du khách và quảng bá tiếp thị điểm đến, kết nối các hoạt động thương mại để thu hút khách; **(3)** Khuyến khích du khách hướng đến những nơi ở vùng ngoại ô của Victoria; **(4)** Sản phẩm sự kiện để thu hút khách: Giải quần vợt Úc mở rộng; Giải đua xe công thức 1; Giải bóng đá nữ thế giới 2023; Tham quan động thực vật; **(5)** Doanh thu trước dịch là 32 tỉ đô la, đến tháng 3/2023 là 35 tỉ đô la; **(6)** Người dân ở các bang khác đến Victoria nhiều nhất; **(7)** Công cụ tìm kiếm thông tin của khách du lịch thông qua Internet là xu hướng của du khách; **(8)** Get service event Marketing: quảng cáo trên các tuyến tàu; **(9)** thông điệp quảng bá du lịch bang Victoria là “Stay close, go further” (ở đây để đi xa hơn)

\* Tham quan một số điểm đến du lịch ở Thành phố Melbourne: trung tâm mua sắm, chợ Victoria Queen, tìm hiểu quảng trường Federation và South Bank

**d) Ngày 4 (19/7/2023):** Nghiên cứu thực tế với chủ đề Du lịch sinh thái và Du lịch bền vững, phát triển và Tiếp thị sản phẩm du lịch về Một số kinh nghiệm bảo tồn thiên nhiên, động vật hoang dã song song với phát triển du lịch bền vững tại Phillip Island.

\* Trung tâm thông tin Du khách Phillip Island và Trung tâm bảo tồn thú có túi Koala: **(1)** Du lịch sinh thái: Có xây dựng Trung tâm thông tin du lịch cung cấp ấn phẩm và xây dựng các hành trình cho KDL. Luôn có các nhân viên hỗ trợ KDL và hướng dẫn KDL tự xây hành trình của mình. Trung tâm đã được thẩm định về chất lượng để đảm bảo hướng dẫn KDL 24/7 kể cả các kỳ nghỉ lễ. Trung bình đón khoảng 60 ngàn KDL đến tìm hiểu thông tin. Ngoài ra, còn tư vấn KDL xây dựng tour theo hệ thống CSVIC đã có và không tự phát ngoài khu vực đã quy định để bảo tồn thiên nhiên, động vật hoang dã, có bản đồ để hướng dẫn rõ ràng cho du khách đến các khu vực thiên nhiên mà không gây ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường. Trong khu bảo tồn không có hoạt động kinh doanh. Khách chỉ được quan sát tại khu vực quy định, không xâm lấn vào khu vực bảo tồn; **(2)** Du lịch bền vững: Hướng dẫn sản xuất/các quy định về sản xuất lưu niệm hoặc hàng thủ công tuân thủ giảm thải rác và nilon. Nhiệm vụ thúc đẩy và xây dựng kế hoạch, chiến lược bảo tồn và phát triển du lịch luôn được chính phủ bang, địa phương và các DNDL tại địa phương quan tâm hỗ trợ nguồn kinh phí; 6 tháng đầu năm 2023 có 2,3 tr KDL đến tham quan tăng 18% so với năm 2022 cùng thời điểm. 3,5 tr KDL đến nghỉ qua đêm tăng 46% so với năm 2022 cùng thời điểm. Doanh thu đạt 839 triệu đô la, tăng 56% cùng thời điểm 2022. Toàn bộ doanh thu từ các khu vực bảo tồn thiên nhiên đều được thu về và sử dụng hoàn toàn cho công tác bảo tồn và phát triển bền vững. Luôn thực hiện các kế hoạch theo chiến lược của bang và của địa phương. Chiến lược 2016-2035 có 5 điểm chính: **(a)** Xây dựng điểm đến lý tưởng, ai cũng muốn đến, **(b)** Thu hút KDL cả năm, kể cả mùa đông, **(c)** Xây dựng và kết nối cộng đồng, **(d)** Quản lý việc tăng trưởng, **(d)** Tiến tới có sự công nhận giá trị toàn cầu về bảo tồn tự nhiên; Hỗ trợ người dân bản địa sản xuất các sản phẩm của họ và hỗ trợ cộng đồng quảng bá các sản phẩm này. Bên cạnh đó còn có các công ty vận hành nhà hàng và rượu, chính quyền liên bang khuyến khích người nghỉ hưu để quay trở lại làm việc (do đa số cư dân trên đảo Phillip Island là người nghỉ hưu sinh sống); **(3)** Phát triển và tiếp thị sản phẩm: Xây dựng một hệ thống thông tin và quảng bá rõ ràng về các hoạt động du lịch và các sản phẩm du lịch của khu vực, nhằm thu hút sự quan tâm và tăng cường thị trường cho trung tâm du lịch. Trong chiến lược marketing đã thực hiện phân loại nhóm khách như: **(i)** Đi cho vui: gia đình hoặc bạn bè, **(ii)** Đi nghỉ dưỡng: cặp đôi, **(iii)** Đi vì sự kiện đặc biệt: thể thao, tiệc cưới, lễ hội để tổ chức các sự kiện hoặc hoạt động phù hợp nhằm mục tiêu tạo thu hút KDL vào mùa thấp và cao điểm, kể cả giao mùa; tăng lượng KDL qua đêm; tăng chi tiêu của KDL; Xem xét các kênh tìm thông tin qua báo giấy, báo online, mạng XH để có hình thức marketing phù hợp. Hội đồng bang và địa phương có hợp tác với DN địa phương với nguyên tắc đôi bên cùng có lợi như cung cấp nguồn lực để thúc đẩy phát triển nguồn lực địa phương; phối hợp với doanh nghiệp nhưng không đứng ra tổ chức sự kiện mà chỉ quảng bá và phối hợp với doanh nghiệp quảng bá sự kiện; Xây dựng chương trình đại sứ du lịch của đảo Phillip Island để cùng thay đổi ý thức và cùng bảo tồn thiên nhiên. Những người dân và đang làm trên đảo trên đảo sẽ tham gia khoá tập huấn online miễn phí 2 giờ, nội dung chủ yếu quảng bá du lịch, bảo vệ môi trường tự nhiên và bảo vệ đường ven biển. Đã có 175 người được công nhận danh hiệu đại sứ và sắp tới chương

trình tập huấn sẽ được làm mới sau covid; Nguồn tiền từ chính phủ cho doanh nghiệp phải được thông qua Ban giám sát và có hợp đồng với doanh nghiệp và phải công khai trên các phương tiện truyền thông.

\* Công viên du lịch sinh thái Phillip Island về Bảo tồn di sản: Tại khu bảo tồn động vật hoang dã Penguin (chim cánh cụt) đã triển khai cụ thể như sau: (1) Khu vực dành cho KDL được khoanh vùng hạn chế; (2) Khu vực quan sát Penguin chỉ được xem khoảng 10% tổng số lượng trên đảo (3) Khách du lịch phải tuân thủ tuyệt đối các yêu cầu để bảo vệ Penguin: không sử dụng máy ảnh hoặc điện thoại có flash, chỉ được quan sát trong 1 tiếng; (4) Toàn bộ doanh thu đều được đầu tư cho công tác bảo tồn Penguin và đảo; Kể từ khi có chính sách chính quyền mua đất khu vực tư nhân để trả lại khu vực tự nhiên làm bảo tồn, số lượng penguin tăng lên đáng kể. Công tác loại bỏ loài cáo là loài thiên địch từ năm 2010-2017 thì hoàn tất và số lượng Penguin cũng tăng gấp đôi đến 2020; Công tác bảo tồn đối với Penguin: Gắn chip Nghiên cứu phân để đo lường sức khỏe Kiểm tra khả năng sinh sản.

**e) Ngày 5 (20/7/2023):** Tham quan thực tế tại điểm đến du lịch theo mùa: núi Lake Muontain do Bà Joy Vandoske, Giáo viên, Điều phối chương trình hướng dẫn.

**f) Ngày 6 (21/7/20232):** Dự Bế mạc chương trình học tại Học viện Chisholm, Melbourne, Trao giấy chứng chỉ và chia tay, với các nội dung:

1. Tóm tắt các chuyển nghiên cứu thực tế.
2. Xác định các bài học kinh nghiệm từ thực tiễn và áp dụng vào Việt Nam
3. Đánh giá khóa học
4. Trao giấy chứng chỉ

Tham dự có đại diện Học viện Chisholm tham dự: Ông Stephen Varty, Giám đốc Điều hành; Ông Damien Van Eyk, Giám đốc Thương mại, Học viện Chisholm, Ông Steven Cahill Manager, Quản lý Giáo dục cấp cao, Học viện Chisholm; Bà Swan Taylor, Cán bộ điều phối; Bà Joy Vandoske, Giáo viên, Điều phối chương trình và Bà Jane Tran, Cố vấn phá triển giáo dục quốc tế, Giám đốc Điều hành tổ chức cố vấn Giáo dục và đào tạo toàn cầu (TET), Australia.

## II. NHẬN XÉT, ĐÁNH GIÁ

- Tình hình tham gia học tập của thành viên Đoàn công tác: Tất cả thành viên đều chấp hành nghiêm nội quy, quy chế, thời gian biểu trong thời gian học tập và đi thực tế tại Australia. Tuân thủ đúng pháp luật, các quy định của nước bạn và các quy định của Học viện Chisholm trong thời gian học tập, đảm bảo kỷ luật, an toàn, hiệu quả.

- Qua quá trình học tập, chia sẻ của các giảng viên của Học viện Chisholm và tại các điểm tham quan, Đoàn công tác đúc kết một số bài học kinh nghiệm như sau:

+ Xây dựng phát triển các mô hình du lịch sinh thái, du lịch biển, du lịch xanh, đầu tư cơ sở hạ tầng xanh phục vụ du lịch.

+ Tại các điểm tham quan thực tế, kinh nghiệm trong công tác quản lý, bảo tồn văn hóa bản địa, bảo tồn về thiên nhiên, sử dụng nguồn lực tại chỗ, khai thác, giữ gìn, phát huy các giá trị văn hóa, bền vững với môi trường.

+ Việc tổ chức đội ngũ tình nguyện viên, đặc biệt là tình nguyện viên lớn tuổi tại các điểm đến vừa tăng giá trị thuyết minh do những người này am hiểu sâu sắc vừa góp phần giải quyết việc làm, tạo sự gắn bó của cộng đồng dân cư với địa phương, phát triển du lịch bền vững.

+ Chú trọng đến bồi dưỡng kiến thức cho cộng đồng địa phương về các nội dung có liên quan, hướng đến sự phát triển bền vững.

+ Các điểm du lịch luôn sạch sẽ, đảm bảo chất lượng vệ sinh, môi trường, tạo thiện cảm cho du khách khi đến với điểm đến.

+ Ứng dụng công nghệ như AI, BigData sẽ giúp thu thập và phân tích nhanh, chính xác để có thể hoạch định chính sách và giải pháp phù hợp phát triển du lịch địa phương, cộng đồng, xác định đúng sản phẩm phát triển và bảo tồn hợp lý.

+ Công tác quảng bá du lịch trên nền tảng mạng xã hội, xây dựng các app du lịch thông minh để du khách dễ dàng tiếp cận.

+ Trong công tác quảng bá và tiếp thị điểm đến du lịch: du lịch Australia luôn kết hợp quảng bá giới thiệu du lịch với việc giữ gìn, bảo tồn văn hóa bản địa, bảo tồn về thiên nhiên, tập trung vào việc giới thiệu các trải nghiệm du lịch độc đáo, cảnh quan tuyệt đẹp, văn hóa phong phú và các hoạt động giải trí đa dạng thông qua các video, hình ảnh được chia sẻ trên các mạng xã hội và trang web du lịch.

+ Việc thông tin cho du khách được quan tâm với mạng lưới thông tin và các loại ấn phẩm rất phong phú, đa dạng. việc gia tăng ứng dụng công nghệ thông tin thì ấn phẩm được xem trọng với hình thức phù hợp, tạo thuận tiện khi sử dụng.

#### **\* Một số đề xuất:**

Để phát triển du lịch Thành phố theo chiều sâu, đảm bảo hiệu quả, hiện đại, môi trường thân thiện, gia tăng sức thu hút của điểm đến Thành phố Hồ Chí Minh, góp phần phát triển bền vững ngành du lịch Thành phố; Đoàn tham gia bồi dưỡng công tác xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch, quảng bá xúc tiến điểm đến du lịch, phát triển du lịch thông minh tại Australia, đề xuất một số nội dung sau:

- Phát triển du lịch ven sông: tập trung quy hoạch các lối đi ưu tiên cho người đi bộ, xe đạp và hệ thống dịch vụ ven sông; có cơ chế kêu gọi đầu tư các dịch vụ ven sông và các phương tiện thủy dùng động cơ điện

- Mỗi quận đều có một trung tâm thông tin du lịch; tập trung phát triển du lịch tại công viên.

- Xây dựng thương hiệu và tiếp thị: chú trọng trong khâu thiết kế, xây dựng các bảng tin mang tính chuyên nghiệp, đặc biệt và nổi bật, đoạn phim ngắn sử dụng ảnh hưởng của người nổi tiếng nhằm tận dụng lượng view của followers. Các ứng dụng và các công cụ kỹ thuật số sẽ nhanh chóng giúp du khách tương tác, tiếp cận, tận hưởng những trải nghiệm du lịch. Ảnh hưởng trực tiếp tạo ra giá trị gia tăng và thu hút khách du lịch quay lại nhiều lần nữa. Tận dụng các địa điểm và phương tiện công cộng như công sở, nhà hát, trạm xe buýt, thân xe buýt.... Để quảng bá các chương trình hoạt động, các sản phẩm du lịch của Thành phố

- Để phát triển mạnh mẽ du lịch thông minh cần phải liên kết giữa các cơ quan quản lý, công ty dịch vụ, công nghệ, cộng đồng địa phương và hạ tầng cơ sở đảm bảo phát triển, đáp ứng nhu cầu và an toàn môi trường, bảo tồn di sản văn hoá; kết hợp chặt chẽ và đồng bộ giữa các đơn vị, giáo dục văn hoá về du lịch, con người, môi trường thân thiện.

Trên đây là báo cáo của Đoàn công tác tham gia lớp bồi dưỡng về công tác xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch, quảng bá xúc tiến điểm đến du lịch, phát triển du lịch thông minh tại Australia từ ngày 15/7/2023 đến ngày 23/7/2023, kính chuyên Sở Nội vụ tổng hợp báo cáo Ủy ban nhân dân Thành phố./.

**TRƯỞNG ĐOÀN**



**PHÓ GIÁM ĐỐC SỞ DU LỊCH**

**Bùi Thị Ngọc Hiếu**