

CHIẾN LƯỢC NGÀNH DU LỊCH BẮC ÚC 2030

NT's Tourism
Industry Strategy 2030





GIỚI THIỆU

Du lịch là một trong những ngành quan trọng của nền kinh tế Bắc Úc, đóng góp tổng giá trị gia tăng là \$2.2 tỷ trong niên khóa 2017-18.

Khi nền kinh tế Bắc Úc chuyển đổi nhanh chóng trong những năm gần đây, thì ngành du lịch cũng vậy - với bối cảnh cạnh tranh ngày càng gia tăng, chịu ảnh hưởng của công nghệ mới và tác động từ những ngành kinh tế khác, như là ngành xây dựng và khai thác mỏ.

Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030 đề ra định hướng chiến lược để phát triển ngành cho thập niên tiếp theo. Trong khoảng thời gian này, bối cảnh du lịch sẽ tiếp tục thay đổi – vì thế *Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030* cũng sẽ được rà soát và điều chỉnh để đảm sự thích ứng phù hợp. Chiến lược cũng sẽ được hỗ trợ bởi các kế hoạch ngắn hạn và cụ thể hơn, được làm mới thường xuyên để đáp ứng với những thay đổi của khách hàng, thói quen đi du lịch và những công cụ marketing.

Chính quyền cùng các ngành đã cùng nhau xây dựng và thiết kế khuôn khổ này để thống nhất các nỗ lực của khu vực công và khu vực tư, với những ưu tiên và hành động hướng về mục tiêu chuyển đổi chất lượng và loại hình dịch vụ hiện nay của ngành du lịch Bắc Úc sang tăng trưởng bền vững. 06 mục tiêu ưu tiên sau đây đã được xác định là sẽ tạo nên tác động mạnh mẽ đến biểu đồ tăng trưởng của ngành du lịch Bắc Úc:

- Gia tăng đầu tư vào những tài sản, sản phẩm và những vùng có giá trị du lịch cao
- Tăng cường và trưng bày những trải nghiệm du lịch văn hóa thổ dân độc đáo của Bắc Úc
- Thông qua các hoạt động marketing chiến lược, nâng cao giá trị thị trường du lịch nghỉ lễ ở Bắc Úc
- Thiết kế các sự kiện để tạo đòn bẩy thu hút du khách
- Tạo điều kiện dễ dàng đến và đi du lịch thuận lợi trong Lãnh thổ Bắc Úc
- Gia tăng sự thừa nhận giá trị du lịch của Bắc Úc

Trong mỗi mục tiêu ưu tiên có những hành động cụ thể để đạt được kết quả trong ngắn hạn, trung và dài hạn. Thực hiện các hành động của chiến lược đến năm 2030 sẽ tạo nên đà thu hút nhiều hơn du khách nội địa và quốc tế, đồng thời chuẩn bị cho ngành du lịch Bắc Úc cung cấp những trải nghiệm chất lượng cao hơn và ngày càng đa dạng.

Bốn trụ cột: phát triển ngành, marketing, hợp tác liên ngành với chính quyền, và phát triển lực lượng lao động cũng sẽ tiếp sức cho những hành động đã xác định trong mỗi mục tiêu ưu tiên và góp phần vào sự thành công của chiến lược.



Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030 đề ra mục tiêu số lượng du khách và chi tiêu của du khách, với giả định rằng những hành động được hoàn thành với đầy đủ nguồn ngân sách và hỗ trợ từ Chính quyền Bắc Úc và Chính phủ Liên bang Úc, các tổ chức du lịch vùng, hội đồng đất đai và ngành du lịch quốc gia.

Đến năm 2030, tổng số lượng du khách qua đêm tại Bắc Úc được dự báo sẽ đạt khoảng 2.51 triệu đến 3.03 triệu lượt, tổng chi tiêu đạt khoảng \$3.01 tỷ đến \$3.67 tỷ. Con số chi tiêu này có thể tạo ra thêm khoảng 3900 việc làm trực tiếp cho ngành du lịch đến năm 2030.

Số lượng du khách nghỉ lễ dự kiến sẽ đạt khoảng 1.18 triệu - 1.45 triệu lượt người vào năm 2030, và khoảng chi tiêu sẽ đạt \$1.46 tỷ - \$1.79 tỷ.

Đây là một mệnh lệnh kinh tế mạnh mẽ để cùng nhau làm việc và thực hiện các hành động và mục tiêu ưu tiên trong *Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030*. Chúng ta mong đợi tiếp tục cùng nhau làm việc để trình diện Bắc Úc với thế giới.

Lauren Moss

Giám đốc Sở Du lịch, Thể thao và Văn hóa

Mr. Michael Bridge

Chủ tịch Hiệp hội du lịch Bắc Úc

Ms. Dale McIver

Chủ tịch Hội du lịch Central Australia

Ms. Simonne Shepherd

Chánh Văn phòng Sở Du lịch, Thể thao và Văn hóa

Mr. Michael Scott

Chủ tịch Hội du lịch Top End

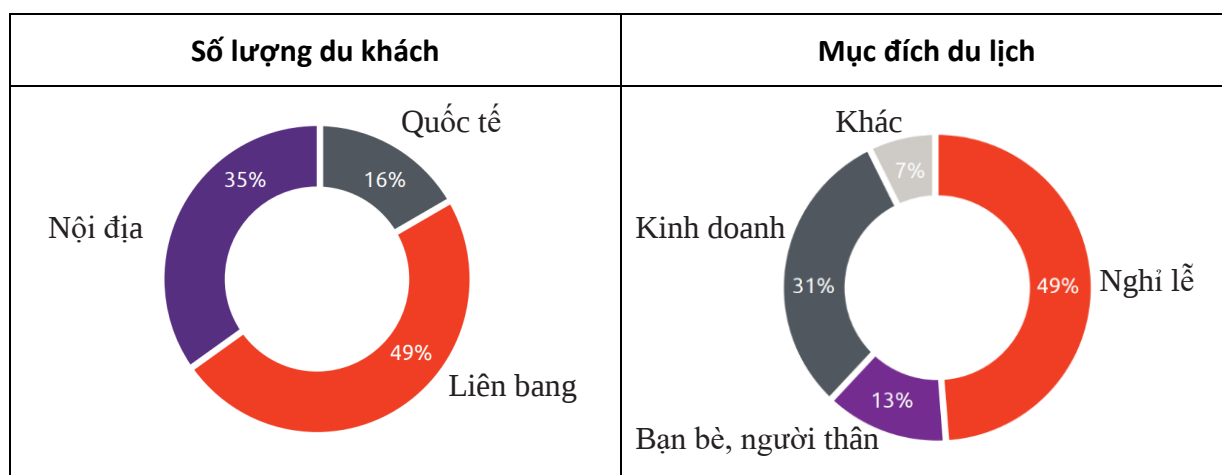
HỒ SƠ NGÀNH VÀ XU HƯỚNG HIỆN NAY

Hồ sơ ngành du lịch hiện nay

Bắc Úc đã tiếp đón 1,7 triệu du khách ở qua đêm trong niên khóa 2017-2018, với tổng chi tiêu \$2,1 tỷ. Trong đó khoảng 16% (283,000 người) đến từ hải ngoại – phần còn lại là đến từ các tiểu bang khác hoặc là du khách nội địa Lãnh thổ Bắc Úc.

Đa số du khách đến Bắc Úc là để nghỉ lễ (49%), cao hơn các tiểu bang khác ngoại trừ Tasmania. Du khách quốc tế nổi bật trong phân khúc nghỉ lễ, chiếm 28% du khách nghỉ lễ tại Bắc Úc.

Số lượng du khách và mục đích chuyến đi đến Bắc Úc 2017-18:



		Top End	Central Australia
		Số lượng du khách, bình quân từ 2015-16 đến 2017-18	Số lượng du khách, bình quân từ 2015-16 đến 2017-18
	Tổng số	> 1,475,000	1,005,000
	Nội địa	> 1,276,000	713,000
	Quốc tế	> 199,000	292,000
	Tổng số đêm	> 8,998,000	3,877,000
	Thời gian lưu trú bq	> 6 nights	4 nights
	Chi tiêu	> \$1.4 billion	\$869 million
		Top End bao gồm du lịch vùng: Darwin, Kakadu, Katherine Daly Arnhem	Central Australia gồm du lịch vùng: Alice Springs, Lasseter, Barkly, MacDonnell

TẦM QUAN TRỌNG CỦA DU LỊCH ĐỐI VỚI BẮC ÚC

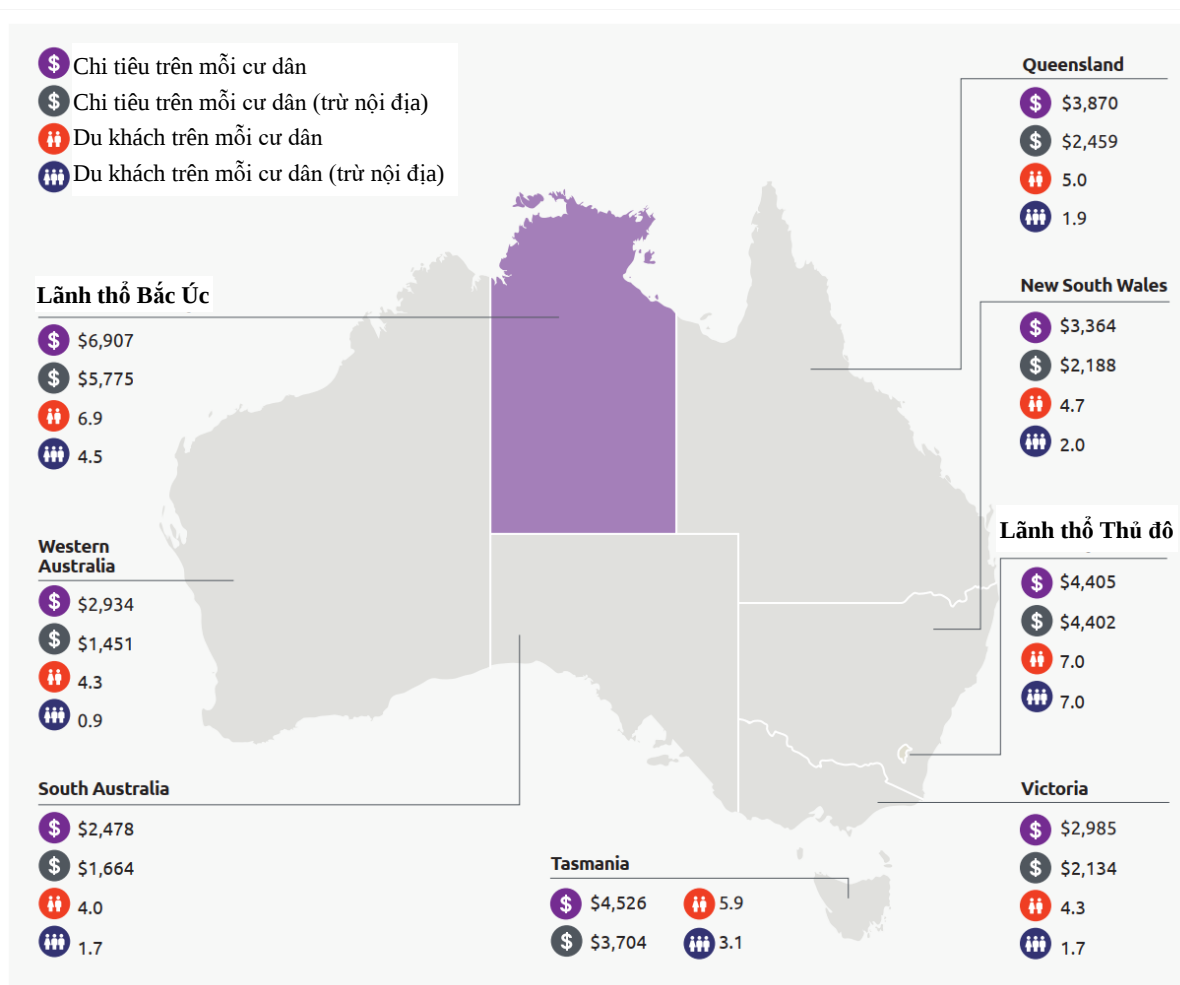
Đối với cư dân Bắc Úc

Một ngành du lịch cạnh tranh mạnh mẽ sẽ mang đến nhiều lợi ích cho vùng và cư dân địa phương. Du khách đến Bắc Úc và tiêu tiền vào những gì thu hút họ, các món ăn và chỗ lưu trú, mang đến lợi ích kinh tế. Ngoài ra, việc cải thiện cung ứng dịch vụ du lịch cũng nâng cao đời sống và hưởng thụ của cư dân địa phương. Du lịch nêu lên yêu cầu đầu tư hạ tầng và phát triển. Ví dụ: cải thiện hạ tầng về giao thông để phát triển du lịch cũng giúp nâng cấp đường xá (mà bình thường sẽ không thể đi lại được trong mùa mưa) để tiếp cận các cộng đồng địa phương, ngược lại cũng đồng thời giúp cư dân địa phương đi lại làm việc dễ dàng hơn.

Tỷ lệ du khách trên đầu người và chi tiêu của du khách tính trên mỗi cư dân địa phương tại Bắc Úc cũng cao hơn những tiểu bang và lãnh thổ khác. Điều này cho thấy cho dù bỏ bớt đi phần đi lại nội địa, thì vẫn nổi bật lên tầm quan trọng đối với chi tiêu của du khách quốc tế và liên bang.

Đối với nền kinh tế Bắc Úc

Ngành du lịch đóng vai trò quan trọng đối với nền kinh tế của Bắc Úc. Niên khóa 2017-18, du lịch đóng góp 9.5% của nền kinh tế, một tỷ lệ cao hơn bất kỳ tiểu bang và vùng lãnh thổ nào khác của Nước Úc ngoại trừ Tasmania. Ngành du lịch Bắc Úc có tổng trị giá gia tăng là \$2.2 tỷ, bao gồm \$1.0 tỷ đóng góp trực tiếp và \$1.2 tỷ gián tiếp. Ngành du lịch Bắc Úc tạo việc làm cho 17100 lao động trực tiếp và gián tiếp.

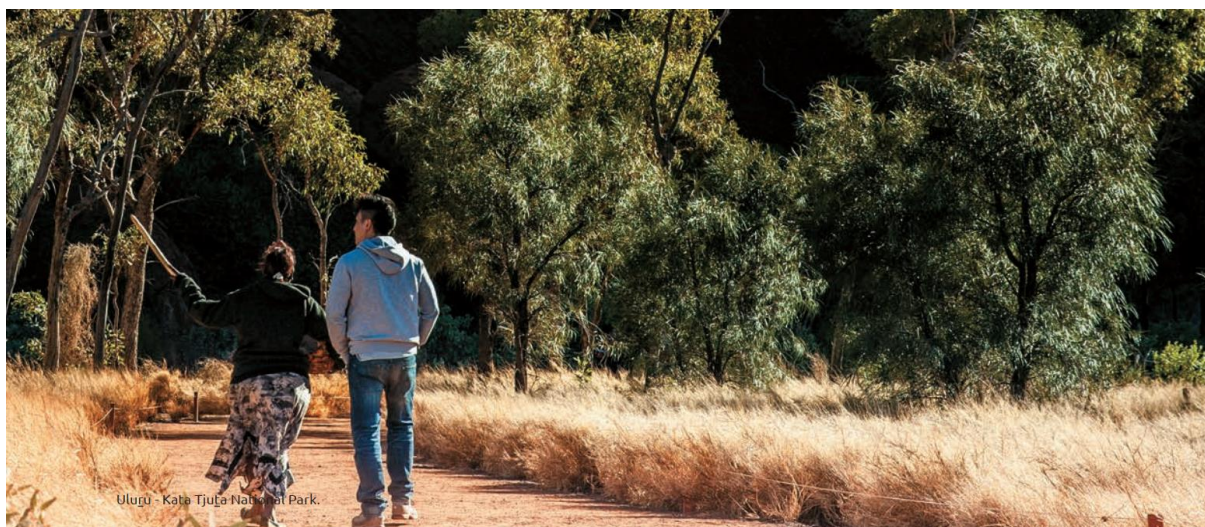
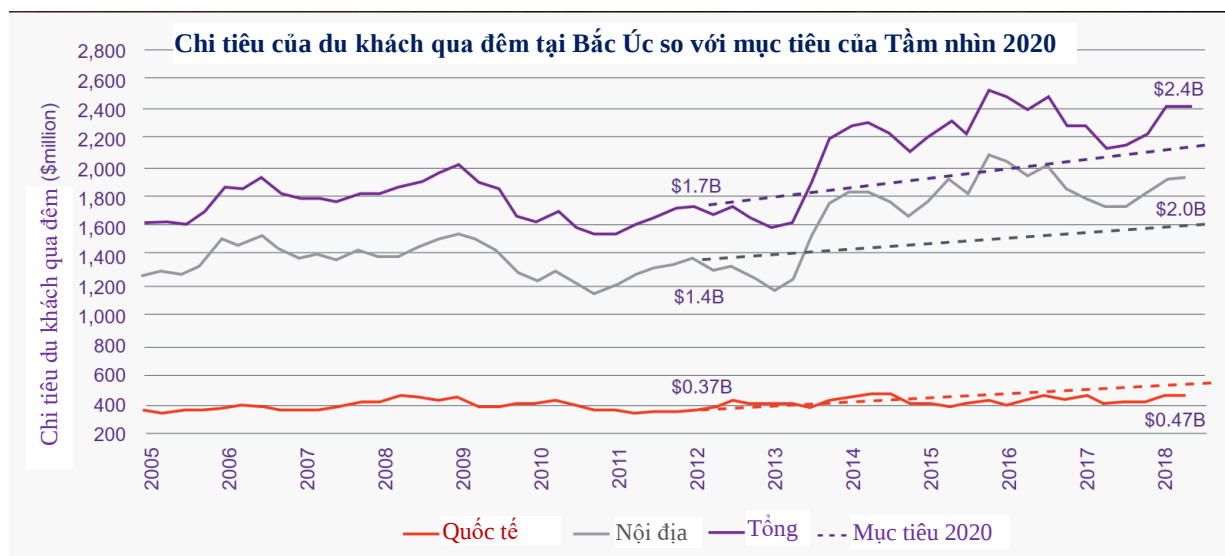


CON ĐƯỜNG TRƯỚC 2020

Tầm nhìn du lịch 2020, Kế hoạch ngành du lịch dài hạn của Bắc Úc trước đây đã đặt ra mục tiêu tăng trưởng là \$2.2 tỷ chi tiêu của du khách qua đêm, và thực tế con số này đã đạt được cao hơn dự báo đã đưa ra từ năm 2012 là \$325 triệu. Tầm nhìn du lịch 2020 cũng đã đặt mục tiêu về số lượng du khách là 1.7 triệu lượt người. Thực tế đến năm tài chính 2017-18 Bắc Úc đã đón nhận tổng cộng 1.7 triệu du khách qua đêm, với doanh số chi tiêu là \$2.1 tỷ.

Kết quả đó là nhờ vào tăng trưởng mạnh mẽ trong phân khúc du khách kinh doanh, cùng với một số dự án đầu tư lớn tại Bắc Úc. Trong thập niên vừa qua, mục tiêu về thị trường nội địa đạt vượt mong đợi, nhưng thị trường quốc tế lại sụt giảm cả phân khúc phía đông và phía tây.

Để giải quyết thách thức này và cân đối lại lượng du khách nghỉ lễ, vào đầu năm 2018 Chính quyền Bắc Úc đã ban hành một chương trình kích thích bùng nổ du lịch, trong đó có các chương trình phát triển hạ tầng, thiết kế các sự kiện, và đẩy mạnh marketing. Những kết quả sớm đáng khích lệ của các chương trình này là lượng du khách qua đêm tăng lên đến 1.95 triệu lượt và chi tiêu nâng lên đến \$2.4 tỷ.



CHIẾN LƯỢC NGÀNH DU LỊCH BẮC ÚC 2030

Sở Du lịch, Thể thao và Văn hóa đã mời Tập đoàn Kinh tế Deloitte đồng tham gia xây dựng *Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030* cùng với ngành và chính quyền.

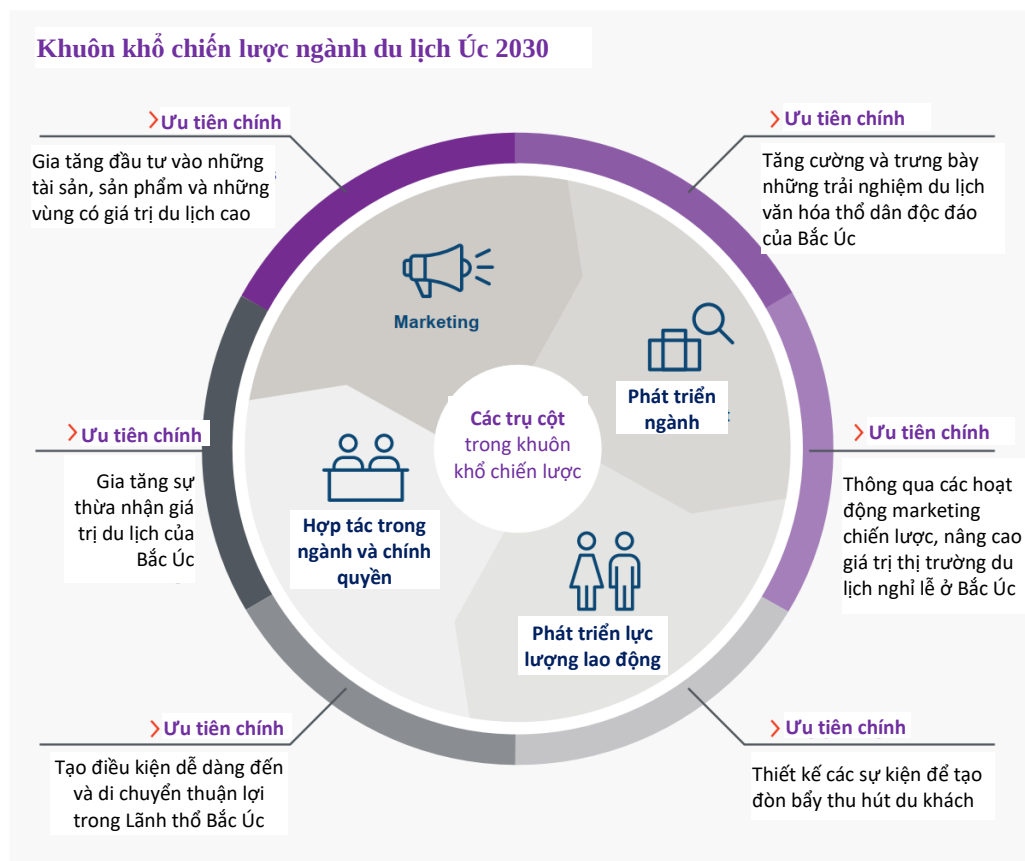
Bảy diễn đàn vùng đã được tổ chức trên khắp Bắc Úc tại các địa điểm: Darwin, Jabiru, Katherine, Nhulunbuy, Tennant Creek, Alice Springs và Yulara. Thêm vào đó là các hội thảo ngành và các buổi đối thoại song phương với các Hội đồng địa phương, các tổ chức ngành và các cơ quan chính quyền.

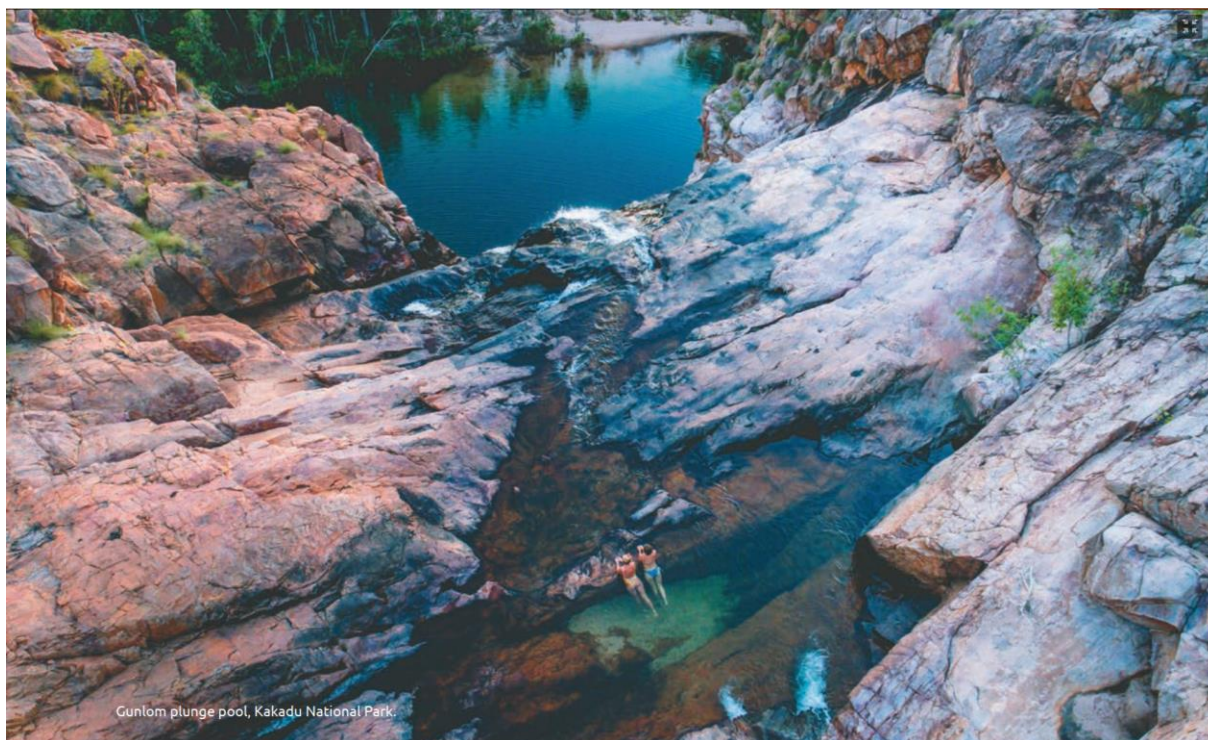
Các buổi tham vấn như vậy nhằm nắm bắt và thấu hiểu các doanh nghiệp, các tổ chức và các cơ quan trong phạm vi lãnh thổ Bắc Úc. Ngoài ra, cũng hoan nghênh thêm các góp ý đề xuất thông qua khảo sát *Have Your Say* trên website.

Tổng cộng đã có trên 200 người được tham vấn từ 90 doanh nghiệp và các tổ chức trong suốt quá trình 03 tháng xây dựng chiến lược.

Khuôn khổ chiến lược

Khuôn khổ chiến lược của *Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030* được thiết kế để hợp nhất các nỗ lực của khu vực công và khu vực tư, với những ưu tiên và hành động hướng đến mục tiêu chuyển đổi hiện trạng ngành du lịch Bắc Úc hiện nay, trở thành một ngành kinh tế tăng trưởng bền vững. Khuôn khổ chiến lược phản ánh quan điểm được chia sẻ thông qua quá trình tham vấn và được xác nhận bởi sự hợp tác của toàn ngành và chính quyền.





ƯU TIÊN: Gia tăng đầu tư vào những tài sản, sản phẩm và những vùng có giá trị du lịch cao

Đầu tư và những vùng và những điểm thu hút then chốt có thể làm tăng du khách nghỉ lễ đến Bắc Úc. Điểm cốt lõi của *Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030* là tăng cường đầu tư theo mục tiêu bởi chính quyền và khu vực tư vào các vùng và sản phẩm đáng lưu ý của Bắc Úc – có tiềm năng thúc đẩy gia tăng đáng kể lượng du khách – qua đó hỗ trợ đầu tư thêm vào các vùng lân cận và những trải nghiệm phụ trợ, nhờ đó lợi ích từ việc tăng trưởng ngành du lịch được phân phối lan rộng hơn.

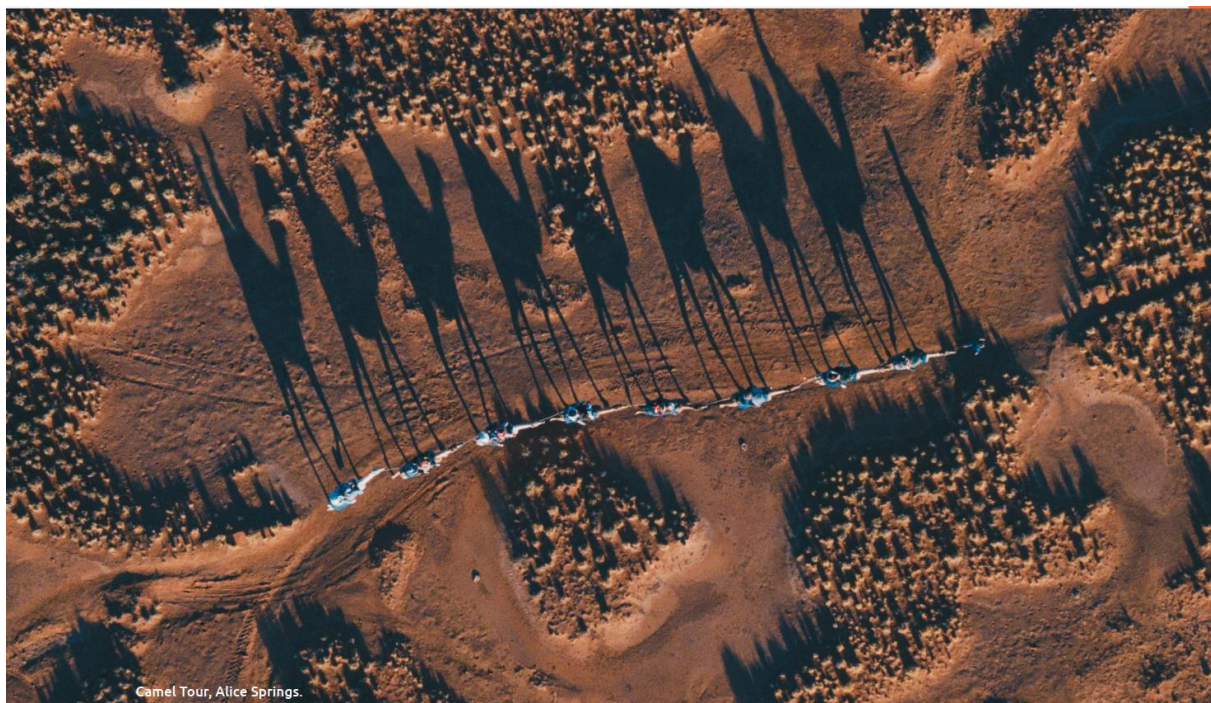
	2019-2020	2021-2025	2026-2030
Mục tiêu	Ngắn hạn Thiết lập nền tảng cho đầu tư	Trung hạn Đảm bảo đầu tư vào tài sản, sản phẩm, và vùng có giá trị	Dài hạn Cung cấp đầu tư vào tài sản, sản phẩm, và vùng có giá trị
Hành động	Định hướng và cải thiện lộ trình đầu tư thông qua hợp tác giữa các Hội đồng đất đai, Chủ sở hữu truyền thống, Chính quyền và nhà đầu tư		
	Xây dựng kế hoạch quản lý điểm đến	Xác định các phân khúc ưu tiên cho Bắc Úc	Làm mới các kế hoạch quản lý điểm đến theo yêu cầu
		Cung cấp sản phẩm và trải nghiệm mới như trong các kế hoạch quản lý điểm đến đã đề ra	
	Xây dựng danh mục dự án ưu tiên hàng năm	Thực hiện các dự án hạ tầng ưu tiên đã xác định	
	Xây dựng và thực hiện quy trình đầu tư cho các dự án ưu tiên (hợp tác công - tư)		
Đối tác	Sở thương mại, kinh doanh và sáng tạo; Hội đồng đất đai Bắc Úc; Hiệp hội du lịch Bắc Úc; Chính phủ Liên bang; Ngành du lịch và các tổ chức du lịch vùng;		
Đầu ra	Gia tăng lượng khách và chi tiêu trên tất cả các vùng du lịch Bắc Úc	Gia tăng đầu tư của khu vực tư vào tất cả các vùng du lịch Bắc Úc	Gia tăng sự hài lòng của du khách với những trải nghiệm du lịch tại Bắc Úc



ƯU TIÊN: Tăng cường và trưng bày những trải nghiệm du lịch văn hóa thổ dân độc đáo của Bắc Úc

Bắc Úc đã cung cấp một số trải nghiệm du lịch Thổ dân độc đáo, và có tiềm năng cung ứng nhiều hơn, do Bắc Úc có tỷ lệ Thổ dân cư trú nhiều hơn bất cứ tiểu bang hay vùng lãnh thổ nào khác.

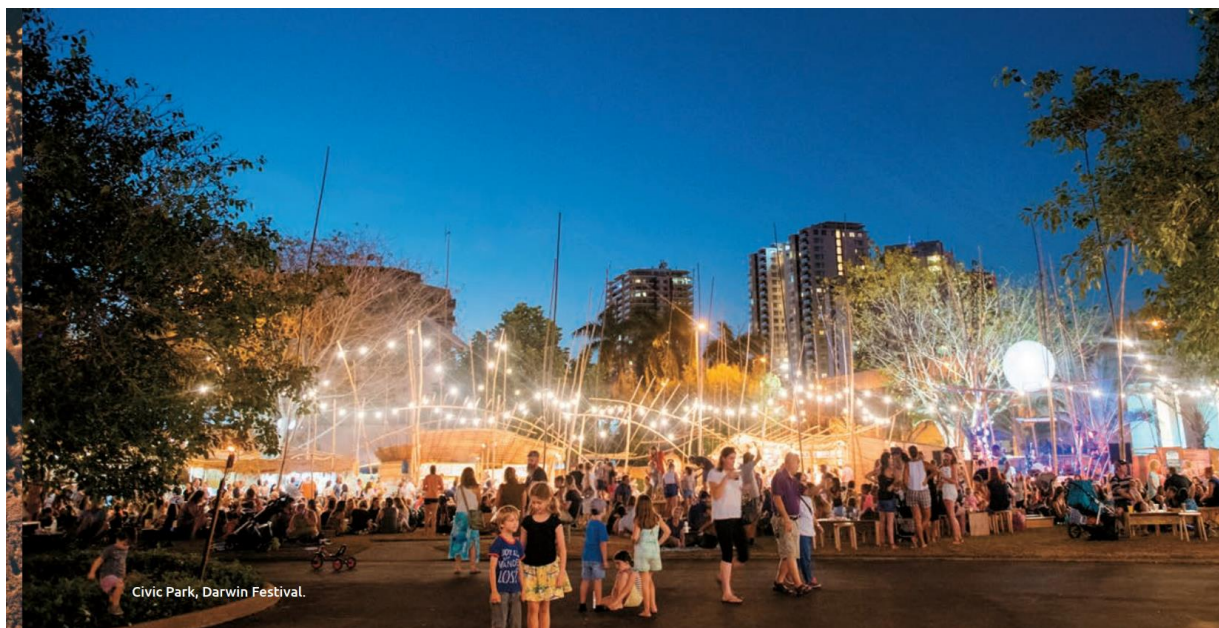
	2019-2020	2021-2025	2026-2030
Mục tiêu	Ngắn hạn Nắm bắt các nền văn hóa thổ dân độc đáo và xây dựng năng lực cung ứng	Trung hạn Xây dựng năng lực và tính đa dạng trong cung cấp dịch vụ du lịch thổ dân	Dài hạn Thiết lập Bắc Úc như là điểm đến du lịch thổ dân nổi tiếng và duy trì hỗ trợ thường xuyên cho các cty điều hành
Hành động	Làm rõ lợi ích của việc xây dựng và khắc họa nét đặc trưng của những trải nghiệm du lịch văn hóa thổ dân Bắc Úc Hỗ trợ duy trì tập quán văn hóa Xác định những khoảng trống trong sản phẩm du lịch Thổ dân Rà soát kỹ năng và nhu cầu hỗ trợ đào tạo Rà soát nhu cầu hỗ trợ kinh doanh Khuyến khích phát triển sản phẩm du lịch thổ dân để lấp các khoảng trống Cung cấp các khóa đào tạo cần thiết Cung cấp hỗ trợ kinh doanh hoặc các dịch vụ chung Thiết lập cơ cấu đại diện cho du lịch thổ dân Bắc Úc Hỗ trợ phát triển hợp tác giữa khu vực du lịch thổ dân và phi thổ dân đối với điều hành tour và nhân viên Trưng bày văn hóa thổ dân thông qua các sự kiện và trải nghiệm		
Đối tác	Hội đồng cố vấn du lịch Thổ dân; Hiệp hội du lịch Bắc Úc; Chính phủ Liên bang; Ngành du lịch và các tổ chức du lịch vùng		
Đầu ra	Bắc Úc là điểm đến dẫn đầu về trải nghiệm văn hóa thổ dân	Gia tăng tỷ lệ du khách quốc tế và liên bang đến trải nghiệm văn hóa thổ dân Bắc Úc	Gia tăng số lượng sản phẩm du lịch thổ dân trong chuỗi phân phối



ƯU TIÊN: Thông qua các hoạt động marketing chiến lược, nâng cao giá trị thị trường du lịch nghỉ lễ ở Bắc Úc

Gia tăng lượng du khách nghỉ lễ vào Bắc Úc sẽ tiếp tục đòi hỏi tách biệt giữa gia tăng khối lượng và gia tăng công suất, do điều kiện thị trường các vùng là khác nhau. Trọng tâm trong ngắn hạn là tăng cường điểm khác biệt trong suy nghĩ của khách hàng và làm cho toàn ngành du lịch Bắc Úc được quảng bá về chất lượng và sự khác biệt, hơn bao giờ hết, đến với thật nhiều khách hàng.

	2019-2020	2021-2025	2026-2030
Mục tiêu	Ngắn hạn Nâng cao doanh số bán thông qua marketing hiệu quả	Trung hạn Tăng cường dấu ấn Bắc Úc thông qua phân phối sản phẩm và thương mại	Dài hạn Nâng cao năng suất thông qua phân biệt sản phẩm và thị trường, cải thiện chất lượng và hệ thống marketing tự động
Hành động	Xây dựng hiểu biết về thay đổi của người tiêu dùng	Định hướng phân khúc khách hàng mục tiêu thông qua hệ thống marketing tự động	
	Tăng cường phân biệt thương hiệu	Gắn giá trị thương hiệu và sự khác biệt cho những sản phẩm mới của Bắc Úc	
	Đẩy mạnh chia sẻ tiếng nói		
	Xây dựng niềm tin	Kết nối, thúc đẩy sự tham gia chia sẻ thông điệp của Bắc Úc	
	Giải quyết vấn đề mùa vụ thông qua marketing và phát triển sản phẩm mới		
	Củng cố và phát triển mối quan hệ mới với các đối tác thương mại, hàng không và truyền thông		
Đối tác	Hiệp hội du lịch Bắc Úc; Các công ty sự kiện Bắc Úc; Ngành du lịch và các tổ chức du lịch vùng;		
Đầu ra	Nâng cao nhận thức về Bắc Úc như là một điểm đến du lịch	Nâng cao khả năng cân nhắc Bắc Úc như là một lựa chọn điểm đến du lịch	Gia tăng số lượng sản phẩm du lịch trong chuỗi phân phối



ƯU TIÊN: Thiết kế các sự kiện để tạo đòn bẩy thu hút du khách

Các sự kiện là những hoạt động nhạy cảm về thời gian – cung cấp lý do cho du khách đến ngay lập tức. Các sự kiện văn hóa và ngoài trời là thế mạnh của Bắc Úc, và có thể tạo nên nhận thức về những điểm đến còn ít được phổ biến. Du khách đến tham gia các sự kiện cũng sẽ là phương tiện quảng bá tốt thông qua lời kể tích cực khuyến khích gia tăng lượng du khách đến vùng.

	2019-2020	2021-2025	2026-2030
Mục tiêu	Ngắn hạn Rà soát các sự kiện hiện nay, xác định ưu tiên và xây dựng các sự kiện lừng lẫy	Trung hạn Thu hút các sự kiện kinh doanh và thu hút du khách đến với các sự kiện Bắc Úc	Dài hạn Thiết lập hệ thống sự kiện quanh năm để thu hút du khách quốc tế và nội địa
Hành động	Xác định chiến lược và xây dựng các sự kiện du lịch nhạy cảm về thời gian có ý nghĩa quốc tế và dựa vào thế mạnh của Bắc Úc Xây dựng lịch sự kiện Thiết lập và triển khai quỹ đấu thầu sự kiện kinh doanh Xác định những rào cản thu hút du khách đến với sự kiện k.doanh	Xác định và xây dựng mang tính chiến lược các sự kiện du lịch trọng điểm khác Tháo gỡ những rào cản thu hút du khách đến với sự kiện kinh doanh Xác định và giải quyết những hạn chế về cung ứng gây ảnh hưởng đến các sự kiện	Xác định và xây dựng mang tính chiến lược các sự kiện du lịch trọng điểm khác Tháo gỡ những rào cản thu hút du khách đến với sự kiện kinh doanh Xác định và giải quyết những hạn chế về cung ứng gây ảnh hưởng đến các sự kiện
Đối tác	Các công ty sự kiện Bắc Úc; Hiệp hội du lịch Bắc Úc; Ngành du lịch và các tổ chức du lịch vùng		
Đầu ra	Lượng du khách đến với các sự kiện du lịch nhạy cảm về thời gian có ý nghĩa quốc tế gia tăng với tốc độ nhanh hơn so với 5 năm trước	Gia tăng đầu tư của khu vực tư vào các sự kiện tập trung vào du lịch	

UÙ TIÊN: Tạo điều kiện dễ dàng đến và di chuyển thuận lợi trong Lãnh thổ Bắc Úc

Khả năng tiếp cận dễ dàng là yếu tố then chốt để đảm bảo du khách đến với Bắc Úc. Từ những chuyến bay đến các trung tâm chính cho đến du thuyền đi xuyên qua vùng Top End, và mạng lưới đường bộ trải rộng khắp Bắc Úc, sẽ tạo điều kiện cho du khách đến đây. Ngoài việc tạo điều kiện thuận lợi để mang du khách vào Bắc Úc, thì điều quan trọng kế tiếp là khả năng tiếp cận dễ dàng đến khắp vùng miền trên lãnh thổ.

	2019-2020	2021-2025	2026-2030	
Mục tiêu	Ngắn hạn Duy trì tình trạng tiếp cận hiện nay	Trung hạn Tăng cường năng lực hàng không và nâng cấp các tuyến đường tiếp cận.	Dài hạn Tăng tần suất các đường bay hiện tại, giới thiệu thêm máy bay mới và tuyến mới.	
Hành động	Làm việc với các hãng hàng không nội địa và quốc tế để duy trì năng lực bay hiện tại, bao gồm các tuyến bay vùng quan trọng			
	Rà soát năng lực hàng không đối với các mùa du lịch	Thúc đẩy nhu cầu đủ để gia tăng kết nối hàng không nội địa và quốc tế, và xây dựng các phương án kinh doanh để nâng cao năng lực.		
	Xây dựng chiến lược thúc đẩy thị trường	Xếp thứ tự ưu tiên và hỗ trợ đầu tư vào các tour du lịch then chốt mang tính thúc đẩy.		
	Kêu gọi đầu tư thêm vào hạ tầng viễn thông			
	Làm mới chiến lược kích hoạt du thuyền	Kêu gọi đầu tư vào hạ tầng du thuyền		
Đối tác	Cung cấp sản phẩm và trải nghiệm mới cho du khách sử dụng đường sắt			
	Sân bay Darwin; Cảng Darwin; Cty đường sắt Journey Beyond; Hiệp hội du lịch Bắc Úc; Ngành du lịch và các tổ chức du lịch vùng			
Đầu ra	 Các tuyến hàng không hiện tại được duy trì hoặc gia tăng, giới thiệu máy bay mới và đường bay mới, dẫn đến nâng cao năng lực chuyên chở hành khách	 Số lượng du khách sử dụng đường sắt gia tăng	 Số lượng du khách sử dụng đường bộ cho các kỳ nghỉ lễ gia tăng	 Số lượng khách đến bằng du thuyền gia tăng





ƯU TIÊN: Gia tăng sự thừa nhận giá trị du lịch của Bắc Úc

Ngành du lịch đã và đang là một thành phần quan trọng của nền kinh tế Bắc Úc. Du lịch tạo ra việc làm cho hàng ngàn lao động, cung cấp cơ hội cho cư dân sinh sống ở các vùng ngoại ô và vùng sâu, tạo lực hút cho dòng tiền lưu thông qua nhiều ngành khác nhau của nền kinh tế. Ngoài ra, còn nâng cao tính đa dạng của cuộc sống và hỗ trợ tăng trưởng dân số ở các vùng miền.

Mục tiêu	Chính quyền các cấp, các ngành và công chúng thừa nhận giá trị của du lịch đối với Bắc Úc	
Hành động	Tuyên truyền về tầm quan trọng của du lịch đối với Bắc Úc	
	Nâng cao hiểu biết của cộng đồng về tác động tích cực của du lịch đối với đời sống và thịnh vượng	
	Khuyến khích ngành tạo dựng người tham gia đại sứ du lịch và Bắc Úc	
Đối tác	Hiệp hội du lịch Bắc Úc; Ngành du lịch và các tổ chức du lịch vùng	

CHỈ TIÊU

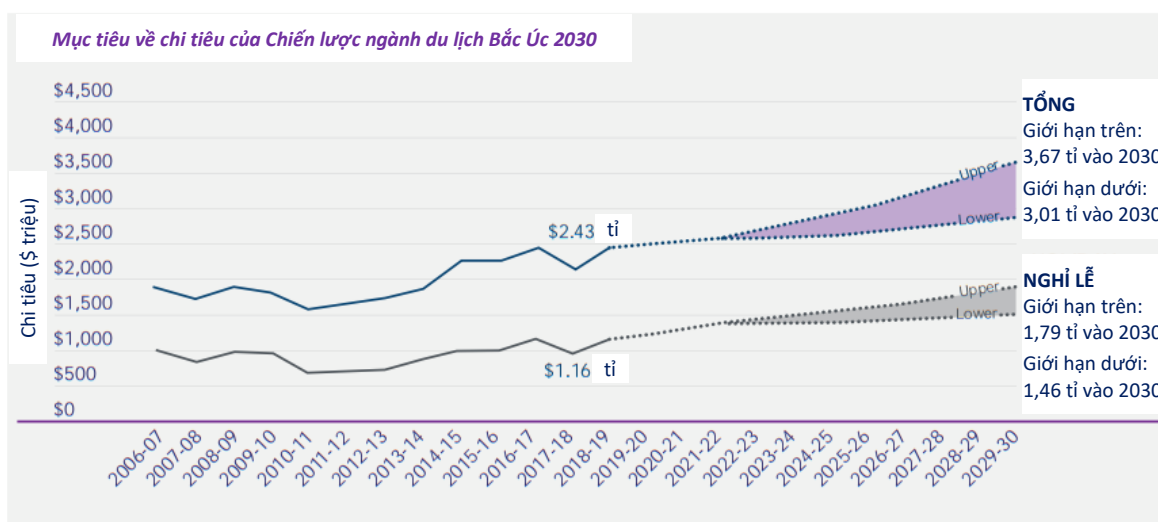
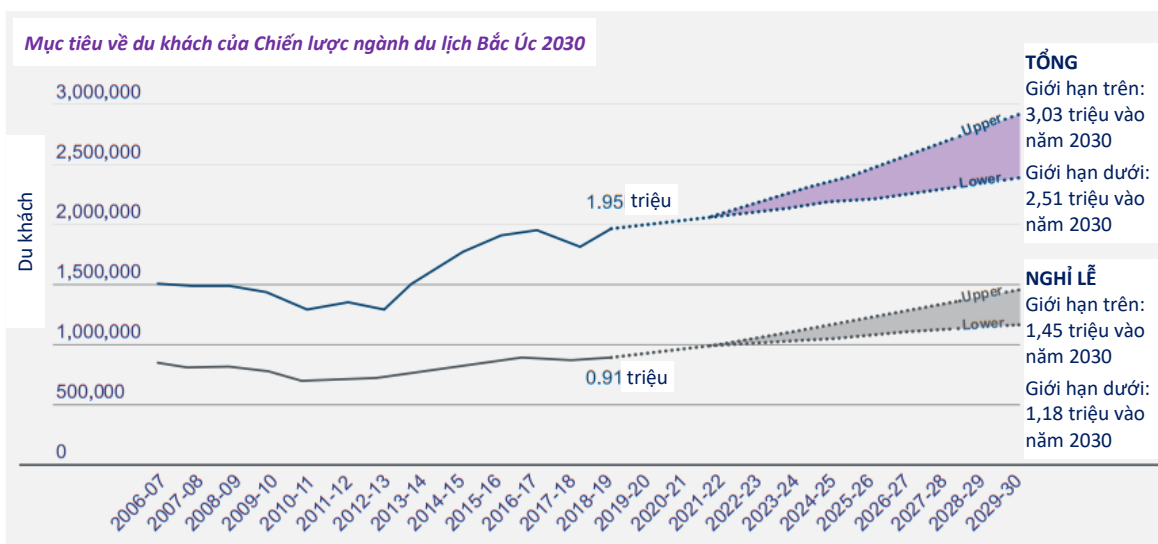
Tăng trưởng ngành du lịch có thể được đo lường bằng một số cách khác nhau. Ví dụ, số đêm du khách lưu trú, số lượng du khách, hay số tiền chi tiêu của du khách; Cơ bản mà nói, tăng trưởng được thúc đẩy bởi sự gia tăng trong chỉ tiêu du lịch. Du khách chi tiêu nhiều sẽ chuyển thành thu nhập cho doanh nghiệp và việc làm cho người lao động, cũng như mang lại nhiều lợi ích khác cho cộng đồng – bao gồm cả hỗ trợ đầu tư vào hạ tầng mới, và nâng cao đời sống thông qua những sự kiện và trải nghiệm mới.

Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030 có đặt ra chỉ tiêu về số lượng du khách và chi tiêu của du khách đến năm 2030. Thêm vào đó là chỉ tiêu cụ thể về lượng du khách nghỉ lễ, đây là sự thừa nhận về tầm quan trọng của phân khúc này đối với ngành du lịch của Bắc Úc hiện tại và trong tương lai. *Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030* phản ánh đà tăng trưởng nhanh chóng trong phân khúc du khách nghỉ lễ với hàng loạt hành động hướng về phân khúc này trong đó.

Đến 2030, tổng số du khách qua đêm tại Bắc Úc được dự báo sẽ đạt 2.51 triệu - 3.03 triệu lượt, và chi tiêu của họ sẽ vào khoảng \$3.01 tỷ - \$3.67 tỷ. Riêng phân khúc nghỉ lễ sẽ đạt khoảng 1.18 triệu - 1.45 triệu lượt vào năm 2030, với khoảng chi tiêu là \$1.46 tỷ - \$1.79 tỷ.

Trong biểu đồ cho thấy chỉ tiêu chiến lược phản ánh tốc độ tăng trưởng là 4.1% (tăng trưởng gộp hàng năm), trong khi đó đường dự báo cơ sở cho thấy tổng số du khách đến Bắc Úc tăng 2.0% hàng năm trong khoảng thời gian 2018-19 và 2029-30.





Mục tiêu của Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030

	Cuối tháng 03-2019 (thực tế)	2024/25		2029/30	
		Giới hạn trên	Giới hạn dưới	Giới hạn trên	Giới hạn dưới
Du khách nghỉ lễ	906,000	1,068,000	1,146,000	1,182,000	1,449,000
- Trong nước	650,000	780,000	828,000	879,000	1,053,000
- Quốc tế	257,000	288,000	318,000	303,000	396,000
Tổng du khách	1,948,000	2,245,000	2,391,000	2,505,000	3,028,000
- Trong nước	1,651,000	1,913,000	2,026,000	2,153,000	2,573,000
- Quốc tế	297,000	332,000	365,000	352,000	455,000
Chi tiêu nghỉ lễ	\$1.161B	\$1.349B	\$1.446B	\$1.461B	\$1.794B
- Trong nước	\$786M	\$923M	\$978M	\$1.009B	\$1.208B
- Quốc tế	\$375M	\$426M	\$468M	\$452M	\$586M
Tổng chi tiêu	\$2.425B	\$2.750B	\$2.941B	\$3.007B	\$3.666B
- Trong nước	\$1.952B	\$2.189B	\$2.321B	\$2.382B	\$2.851B
- Quốc tế	\$473M	\$561M	\$620M	\$625M	\$814M

Mục tiêu tăng trưởng du khách của Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030

Mục tiêu du khách	2019-2020	2021-2025	2026-2030	Chiến lược ngành du lịch 2030
Tổng trong nước	1.4%	3.9%	4.9%	4.1%
Nghỉ lễ trong nước	5.1%	3.9%	4.9%	4.4%
Tổng quốc tế	3.0%	3.6%	4.5%	4.0%
Nghỉ lễ quốc tế	3.5%	3.6%	4.5%	4.0%

Mục tiêu chi tiêu du khách của Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030

Mục tiêu chi tiêu	2019-2020	2021-2025	2026-2030	Chiến lược ngành du lịch 2030
Tổng trong nước	1.1%	3.3%	4.2%	3.5%
Nghỉ lễ trong nước	4.8%	3.5%	4.3%	4.0%
Tổng quốc tế	4.2%	4.7%	5.6%	5.1%
Nghỉ lễ quốc tế	4.1%	3.7%	4.6%	4.2%



BÁO CÁO TIẾN ĐỘ VÀ RÀ SOÁT ĐÁNH GIÁ

Sở Du lịch, Thể thao và Văn hóa sẽ chịu trách nhiệm về cơ chế rà soát và báo cáo đánh giá.

Cơ chế rà soát và báo cáo Chiến lược ngành du lịch Bắc Úc 2030

