

Báo cáo Kỹ thuật

Phát triển sản phẩm du lịch

Khu vực Duyên hải miền Trung Việt Nam

Tháng 8/2015

Chương trình số DCI-ASIE/2010/21662



KHƯƠC TỪ TRÁCH NHIỆM

Báo cáo kỹ thuật này được xây dựng với sự hỗ trợ của Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có Trách nhiệm với Môi trường và Xã hội (Dự án EU-ESRT) do Liên minh Châu Âu tài trợ.

Nội dung của báo cáo hoàn toàn thuộc trách nhiệm của Dự án EU-ESRT và không hề phản ánh quan điểm của Liên minh Châu Âu ở bất cứ góc độ nào. Dự án EU-ESRT không đảm bảo tính chính xác tuyệt đối của số liệu nêu trong báo cáo và không chịu trách nhiệm đối với bất kỳ hậu quả nào do sử dụng báo cáo. Chỉ nên sử dụng báo cáo như một nguồn tài liệu tham khảo.

MỤC LỤC

Phần 1: PHÂN TÍCH BỐI CẢNH	1
KHU VỰC DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG	2
Vị trí	2
Khả năng tiếp cận	2
Địa lý	2
Lịch sử	2
Kinh tế	3
Khí hậu	3
Các sản phẩm du lịch	3
PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG DU LỊCH	5
Số lượt khách đến	5
Thời gian lưu trú	7
Các điểm du lịch được tham quan	8
Các hoạt động thực hiện	8
Sở thích của khách	9
Phần 2: XÁC ĐỊNH VÀ ĐÁNH GIÁ CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH ƯU TIÊN	11
CÁC SẢN PHẨM ƯU TIÊN	12
ĐÁNH GIÁ CÁC SẢN PHẨM	13
Bán đảo Sơn Trà	15
Ngũ Hành Sơn	16
Di sản Kinh thành Huế	18
Rừng quốc gia Bạch Mã	19
Hội An	20
Bãi biển Mỹ Khê và bãi biển Phạm Văn Đồng	21
Bảo tàng Chăm	22
Bãi biển Cửa Đại & An Bàng	23
Làng Cầu Thanh Toàn	25
Cù lao Chàm	27
Bãi biển Lăng Cô	29
Các điện và lăng tẩm bên dòng sông Hương	30
Núi Bà Nà	33
PHẦN 3: KẾT NỐI SẢN PHẨM – PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM & ĐIỂM ĐẾN VÙNG	34
PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN PHÂN CỤM VÀ LIÊN KẾT SẢN PHẨM	35
Phân cụm sản phẩm	35
Kết nối các sản phẩm	36
DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG (TRUNG TÂM DU LỊCH)	38
Khái quát	38
Các thị trường mục tiêu	38
Các sản phẩm ưu tiên	39
Các hoạt động chính	39
Xây dựng thương hiệu và định vị	40
CON ĐƯỜNG DI SẢN	40
Khái quát	40
Các sản phẩm ưu tiên	41
Các hoạt động chính	42
Xây dựng thương hiệu và định vị	42
ĐƯỜNG MÔN SINH THÁI	43
Khái quát	43
Các sản phẩm ưu tiên	44
Các hoạt động chính	45
Xây dựng thương hiệu và định vị	45

PHẦN 4: THỰC TRẠNG SẢN PHẨM – CÁC THIẾU HỤT ĐÃ PHÁT HIỆN.....	46
CON ĐƯỜNG DI SẢN: CÁC THIẾU HỤT VỀ SẢN PHẨM VĂN HÓA.....	47
Các thành phố, thị trấn và làng mạc mang tính lịch sử	47
Các khu vực ven biển và các tuyến giao thông đường thủy nội địa	48
Các khu vực thiên nhiên và cảnh đẹp nông thôn	48
Cơ sở hạ tầng công cộng	48
Cơ sở lưu trú	49
Các điểm tham quan và hoạt động.....	49
ĐƯỜNG MÒN SINH THÁI: CÁC THIẾU HỤT CỦA SẢN PHẨM DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ DU LỊCH THIÊN NHIÊN	53
Các làng văn hóa, dân tộc và làng nghề	53
Các đường thủy nội địa.....	53
Cơ sở hạ tầng công cộng	55
Cơ sở lưu trú	55
Các điểm tham quan và hoạt động.....	56
DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG (TRUNG TÂM DU LỊCH): NHỮNG THIẾU HỤT VỀ SẢN PHẨM DU LỊCH VÙNG DUUYỀN HẢI	60
Khu vực Duyên hải và đường thủy nội địa	60
Cơ sở hạ tầng công cộng	62
Cơ sở lưu trú	62
Các điểm tham quan và hoạt động.....	63
PHẦN 5: ĐỀ XUẤT TĂNG CƯỜNG SẢN PHẨM.....	64
Cải thiện thuyết minh, chú thích tại các điểm di sản văn hóa	65
Cải thiện chất lượng và sự đa dạng của các dịch vụ và hoạt động tại các điểm di sản văn hóa	66
Cải thiện tiêu chuẩn dịch vụ khách hàng của hướng dẫn du lịch, nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển và những người bán hàng tại những điểm di sản văn hóa.....	68
Tạo điều kiện để bảo vệ các điểm di sản văn hóa một cách tốt hơn	69
Làm giảm sự ảnh hưởng và tác động của mùa du lịch thấp điểm	69
Cải thiện sự đa dạng và chất lượng của dịch vụ và các hoạt động trên bãi biển	70
Hạn chế sự đông đúc trên các bãi biển công cộng trong giai đoạn và mùa cao điểm	70
Mở rộng phạm vi dịch vụ lưu trú ven biển để đáp ứng nhu cầu thị trường.....	71
Tăng cường bảo vệ các điểm du lịch và làng truyền thống khỏi đô thị hóa và hiện đại hóa.....	71
Tăng cường cải thiện cơ sở vật chất và dịch vụ tại các điểm đến du lịch cộng đồng chính sâu trong đất liền	72
Cải thiện các cơ sở hạ tầng đường bộ dọc theo khu vực nội địa của Đường mòn sinh thái.....	73
Tăng cường phát triển, xúc tiến và điều phối tổ chức các lễ hội du lịch và sự kiện tại vùng Duyên hải miền Trung.....	74

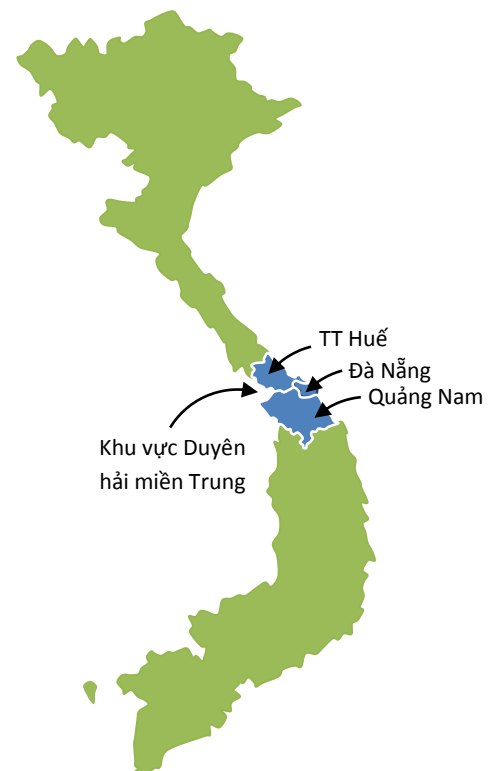
Phần 1: PHÂN TÍCH BỐI CẢNH

KHU VỰC DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG

Vị trí

Trong báo cáo này, khu vực Duyên hải miền Trung Việt Nam bao gồm ba tỉnh Thừa Thiên Huế (TT Huế), Đà Nẵng và Quảng Nam (xem Hình 1). Với việc sử dụng Đà Nẵng làm tâm điểm, khu vực này có vị trí nằm gần như chính giữa Hà Nội ở phía Bắc (cách 764 km) và thành phố Hồ Chí Minh ở phía Nam (cách 964 km).

Hình 1: Vị trí khu vực Duyên hải miền Trung



Khả năng tiếp cận

Trong khuôn khổ rộng lớn hơn của khu vực, vùng Duyên hải miền Trung cách thủ đô Lào (thành phố Viên-chăn), thủ đô Thái Lan (thành phố Băng-cốc), và thủ đô Cam-pu-chia (thành phố Phnôm-pênh) tối đa 1,5 giờ bay và cách thủ đô Trung Quốc (thành phố Bắc Kinh), thủ đô Phi-lip-pin (thành phố Ma-ni-la), thủ đô Mia-an-ma (thành phố Y-ăng-gun) trong vòng 3 giờ bay. Malaysia (thành phố Kua-la Lăm-pơ) và Sing-ga-po chỉ cách hơn 3 giờ bay một chút. Khu vực này gắn liền với mạng lưới tàu hỏa quốc gia kết nối với Hà Nội (13 giờ tàu tới Huế, 15,5 giờ tàu tới Đà Nẵng) và thành phố Hồ Chí Minh (17 giờ tàu tới Đà Nẵng, 20 giờ tàu tới Huế) (xem Hình 2)

Địa lý

Vùng Duyên hải miền Trung nói chung có thể được tách thành ba khu vực có tính chất địa lý khác biệt, khu vực miền núi trung tâm và phía Tây (Nam Trường Sơn), khu vực bình nguyên nhiều đồi và đất thấp trải dài đến giữa khu vực, và khu vực ven biển phía Đông đặc thù bởi các con sông, đầm phá và bãi biển. Phân chia phía Bắc và phía Nam khu vực Duyên hải miền Trung là dãy núi Bắc Trường Sơn gồm nhiều đỉnh núi cao hơn 1.000 mét.

Lịch sử

Ở phía Bắc, chúng ta biết rằng nền văn minh đã xuất hiện trong khu vực này khoảng 2.800 năm trước. Các sự kiện lịch sử chính hình thành nên khu vực này gồm có triều đại của vương quốc Chăm Pa chịu ảnh hưởng Ấn hóa đã từng huy hoàng một thời ở phía Nam (vùng Quảng Nam) từ khoảng năm 875 đến khoảng năm 1000 sau công nguyên, thời kỳ Bắc thuộc (chủ yếu ở phía Bắc) xen kẽ với các triều đại trị vì của người Việt từ khoảng thế kỷ thứ 2 đến thế kỷ thứ 15. Gần đây nhất, khu vực này cũng giống như mọi vùng đất nước chịu ảnh hưởng khoảng 100 năm Pháp thuộc từ giữa thế kỷ 19 đến giữa thế kỷ 20, và cuối cùng, bị tàn phá bởi cuộc chiến tranh chống Mỹ mà phần lớn cuộc chiến diễn ra ác liệt ở

khu vực Duyên hải miền Trung do vị trí chiến lược của khu vực này nằm giữa hai miền Nam Bắc.

Kinh tế

Khu vực Duyên hải miền Trung phát triển mạnh dựa vào xuất khẩu nông sản, lâm sản và thủy sản song song với sản xuất gia công (ví dụ gia công dệt may, chế biến gỗ, vải sợi, đồ gỗ nội thất, sản xuất giấy, sản xuất đồ gốm, thực phẩm). Các ngành dịch vụ và thương mại mặc dù đang tăng trưởng nhưng nói chung đóng góp tương đối ít vào tổng GDP của khu vực này.

Hình 2: Khả năng tiếp cận của khu vực Duyên hải miền Trung với các thủ đô và các thị trường trong khu vực theo đường hàng không

Khí hậu

Khu vực Duyên hải miền Trung có khí hậu đặc biệt phức tạp vì nơi đây tạo thành vùng chuyển tiếp giữa miền Bắc và miền Nam Việt Nam. Nói chung, khu vực này khô và nóng vào mùa hè, lạnh và ẩm ướt vào mùa đông. Mùa khô trải dài từ khoảng tháng 3 đến tháng 8, với nhiệt độ trung bình hàng tháng khoảng 30°C. Mùa mưa từ tháng 9 đến tháng 2, mặc dù hầu hết lưu lượng mưa rơi vào từ cuối tháng 9 đến tháng 12. Trong suốt thời gian này, các trận mưa bão và lụt lội cũng có thể hoành hành vùng ven biển trong khi vùng núi có thể chịu thời tiết lạnh giá.



Các sản phẩm du lịch

Khu vực Duyên hải miền Trung có một số điểm du lịch nổi tiếng nhất và có nhiều khách du lịch nhất của Việt Nam, những điểm du lịch này tạo thành phần cơ bản trong hành trình du lịch của khách du lịch mới đến cũng như khách du lịch quay trở lại. Các dòng sản phẩm chính của khu vực này được tóm tắt dưới đây.

Di sản văn hóa

Trên khắp khu vực Duyên hải miền Trung có hàng loạt di sản văn hóa vật thể và phi vật thể, mặc dù các di sản này tập trung chủ yếu ở Thừa Thiên Huế và Quảng Nam. Một số di sản văn hóa chủ yếu nổi bật của khu vực gồm có di sản thế giới quần thể các cung điện, đền đài và lăng tẩm của triều Nguyễn (Hoàng thành Huế), cửa ngõ giao thương Đông Nam Á được bảo tồn một cách hoàn hảo (Hội An), và di sản thế giới di tích khu đền tháp Chăm cổ (Mỹ Sơn).

Các bãi biển, đầm phá và cù lao

Khu vực này được ban tặng các sản phẩm du lịch là các bãi biển xinh đẹp từ Bắc đến Nam, và các bãi biển ở khu vực trung tâm là Nam Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng và Bắc Quảng Nam được cho rằng đẹp nhất và phát triển hơn cả. Các điểm nổi bật là đầm phá lớn nhất Đông Nam Á (Tam Giang - Cầu Hai), các dải bãi biển cát trắng trải dài được quốc tế khen ngợi (bãi biển Lăng Cô, bãi biển Đà Nẵng, bãi biển Cửa Đại), và các cù lao với các rạn san hô (cù lao Chàm).

Các khu vực thiên nhiên

Vùng Duyên hải miền Trung có một số khu vực tự nhiên quan trọng chứa đựng sự đa dạng sinh học và các quá trình sinh thái quan trọng (rừng quốc gia Bạch Mã, núi Bà Nà, bán đảo Sơn Trà). Nhiều nơi trong số này cũng mang lại cho khách du lịch các cơ hội vui chơi giải trí tốt như các chuyến đi bộ tới các thác nước có vũng sâu để bơi, các tour tham quan hang động kỳ bí, các chuyến đi để phát hiện các cơ hội hấp dẫn ngâm mình trong suối nước nóng tự nhiên, các tour về động vật hoang dã để khám phá các thảm thực vật và động vật quý hiếm hoặc hấp dẫn của địa phương, và các chuyến đi bộ tới nơi ngắm cảnh trong khu vực có tầm nhìn toàn cảnh.

Các làng nông thôn, các bản dân tộc thiểu số và các làng nghề

Khu vực Duyên hải miền Trung có sự hòa quyện thú vị các làng nông thôn, các bản dân tộc và/hoặc các làng nghề, với Thừa Thiên Huế và Quảng Nam đem đến cho khách du lịch nhiều lựa chọn nhất. Các làng bản có thể chuyên về một nghề cụ thể như nghề gốm hoặc khắc gỗ (làng Thanh Hà, làng Kim Bồng), đại diện một nhóm văn hóa dân tộc thiểu số thú vị (A Lưới), hoặc đơn giản chỉ mang lại không khí làng quê nông thôn hấp dẫn (Thanh Toàn, Thủy Biều, Triêm Tây).

Du lịch MICE

Với hỗn hợp sản phẩm mạnh của một thành phố lớn bên bờ sông bao gồm các nhà hàng, quán bar, các khu nghỉ dưỡng biển, sân golf quốc tế và sông bạc, Đà Nẵng đang nhanh chóng trở thành điểm đến du lịch MICE có sức cạnh tranh đối với các sự kiện liên quan đến kinh doanh trong nước và trong khu vực.

Các điểm tâm linh

Có thể thấy các đền chùa trong khắp khu vực này. Trong khi những nơi này thu hút khách nội địa hành hương tâm linh chủ yếu vào thời điểm lễ hội đền chùa thì một số đền chùa có kiến trúc thú vị hoặc nằm ở vị trí ngoạn mục hoặc khác thường, như chùa Quán Âm ở đỉnh ngọn núi cao Sơn Trà và các đền chùa trên Núi Khỉ cũng thu hút các khách không đi du lịch tâm linh.

Các sự kiện

Khu vực này có một số sự kiện nổi tiếng thu hút số lượng lớn khách du lịch nội địa cũng như khách du lịch quốc tế hiếu kỳ muốn xem người dân địa phương kỷ niệm văn hóa của địa

phương như thế nào. Sự kiện có tầm quan trọng nhất là Festival Huế được tổ chức 2 năm một lần vinh danh bản sắc văn hóa Huế và đất nước thông qua chương trình bao gồm các buổi biểu diễn nghệ thuật, các trò chơi truyền thống và mô tả các sự kiện lịch sử. Lễ hội pháo hoa Đà Nẵng cũng được tổ chức hai năm một lần thu hút mọi người từ tất cả các vùng xung quanh đến xem các màn trình diễn pháo hoa ngoạn mục trên nền nhạc.

Các dòng sông

Do dãy núi Trường Sơn dọc theo rìa Tây của khu vực này có một số con sông, đáng kể nhất là sông Hương ở Thừa Thiên Huế, sông Hàn ở Đà Nẵng và sông Thu Bồn ở Quảng Nam, nhiều sản phẩm du lịch chủ yếu của khu vực này như quần thể kinh thành Huế, thành phố Đà Nẵng, và thị trấn Hội An nằm bên các dòng sông, điều này bổ sung thêm một khía cạnh thú vị khác vào trải nghiệm của du khách và cho phép khám phá bằng thuyền.

Ẩm thực

Món ăn của miền Trung Việt Nam thường được mô tả giàu gia vị hơn miền Bắc dù vẫn giữ được một số mùi vị và kỹ thuật của Pháp phổ biến ở phía Nam. Đặc biệt đáng chú ý là món ăn Huế được trang trí và có nhiều màu sắc phản ánh ảnh hưởng của ẩm thực hoàng cung Việt Nam cổ xưa. Ở Đà Nẵng, hải sản tươi và rẻ đứng đầu danh sách những điều cần phải biết của hầu hết du khách, trong khi Hội An được lưu ý về một số món ăn ngon như Cao Lầu trắng (một loại mì) và bánh bao – bánh vạc (một loại bánh bao kiểu Trung Quốc) của nhà hàng Hoa Hồng Trắng.

PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG DU LỊCH

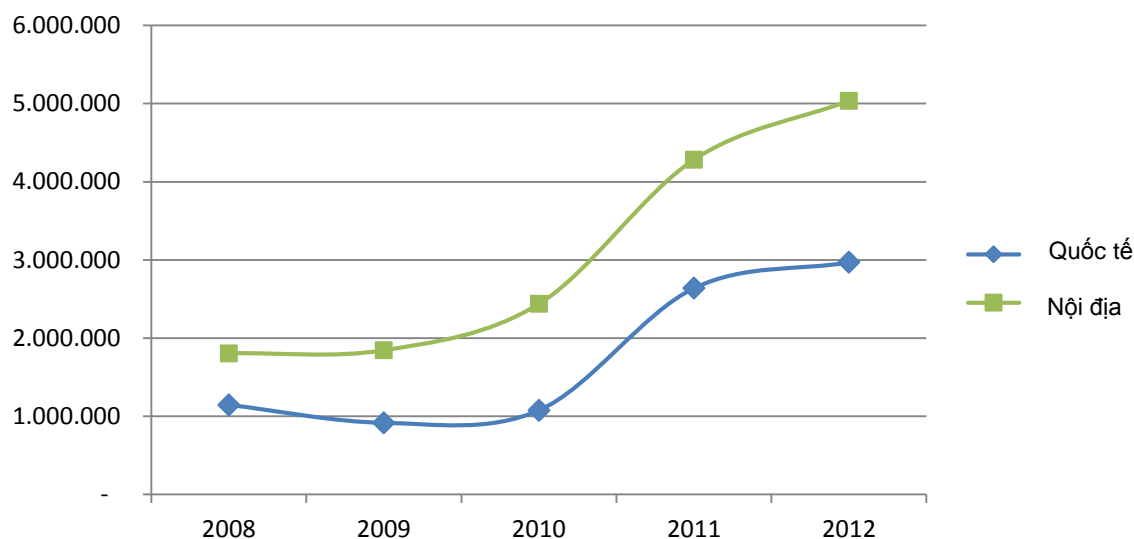
Số lượt khách đến

Khu vực Duyên hải miền Trung có sự tăng trưởng tốt về du lịch quốc tế trong những năm gần đây, tăng từ khoảng 1,1 triệu lượt khách du lịch quốc tế và 1,8 triệu lượt khách du lịch nội địa trong năm 2008 lên đến gần 3 triệu lượt khách du lịch quốc tế và hơn 5 triệu lượt khách du lịch nội địa trong năm 2012 (xem Hình 3).

Điều này thể hiện tổng mức tăng trưởng khoảng 160% và 180% lần lượt đối với lượng khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa trong giai đoạn 5 năm qua. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng chưa có số liệu thống kê đối với Quảng Nam từ 2008 – 2010, mà có khả năng làm gia tăng kết quả hơn nữa.

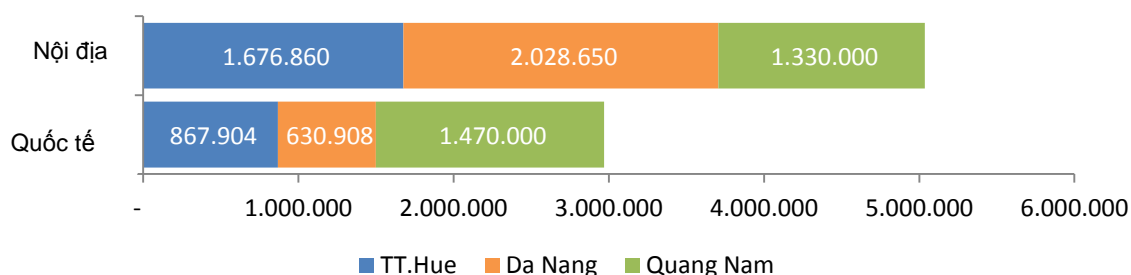
Trong những năm gần đây từ 2011 đến 2012, mức tăng trưởng bình quân hàng năm khá mạnh, khoảng 13% đối với lượng khách du lịch quốc tế và 18% đối với lượng khách du lịch nội địa.

Hình 3: Tổng số lượng khách du lịch tới khu vực (kết hợp ba tỉnh) từ 2008-2012



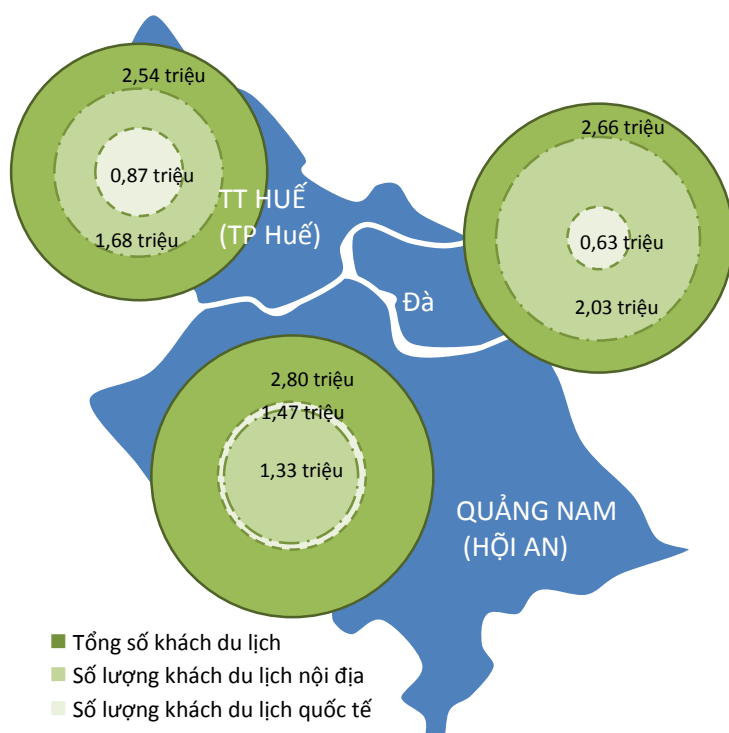
Bảng so sánh lượng khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa đến khu vực Duyên hải miền Trung năm 2012 được đưa ra trong hình 3 và hình 4. Giống như phần lớn các điểm du lịch ở Việt Nam, số lượng khách du lịch nội địa vượt xa số lượng khách du lịch quốc tế. Tổng số cả hai loại khách du lịch đến khu vực này chỉ hơn 8 triệu du khách trong năm 2012, trong đó gần 2/3 (63%, 5.0 triệu) là khách du lịch nội địa, và 1/3 (37%, 3 triệu) là khách du lịch quốc tế.

Hình 4: Lượng khách du lịch quốc tế so với khách du lịch nội địa đến khu vực (kết hợp 3 tỉnh) trong năm 2012



Về lượng khách du lịch đến từng tỉnh trong số ba tỉnh này, có sự phân chia tương đối đều với Thừa Thiên Huế đón khoảng 2,54 triệu khách du lịch, Đà Nẵng đón khoảng 2,66 triệu khách du lịch, và Quảng Nam đón khoảng 2,8 triệu khách du lịch trong năm 2012 (xem Hình 5). Sự phân chia về khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế được quan tâm hơn, với Quảng Nam rõ ràng thu hút được nhiều khách du lịch quốc tế hơn (khoảng 50% tổng lượng khách du lịch quốc tế của toàn khu vực), trong khi Thừa Thiên Huế và Đà Nẵng mạnh hơn về khách du lịch nội địa (khoảng 75% tổng khách du lịch nội địa của toàn khu vực)

Hình 5: Lượng khách du lịch theo từng tỉnh trong năm 2012



Thời gian lưu trú¹

Có sự khác biệt rõ rệt trong thời gian lưu trú của khách du lịch tới khu vực này, với Đà Nẵng và Hội An đều đón tỷ lệ khách du lịch trong ngày cao hơn đáng kể (16-18%), trong khi chỉ có khoảng 2% lượng khách du lịch đến Huế là đi du lịch trong ngày.

Nói chung, Đà Nẵng đạt được thời gian lưu trú cao nhất, với khách du lịch nội địa nghỉ qua đêm đạt trung bình 3,3 đêm và khách du lịch quốc tế nghỉ qua đêm đạt trung bình 6,0 đêm. Mặc dù khách du lịch nội địa nghỉ qua đêm tới Hội An có mức lưu trú trung bình chỉ 1,8 đêm, nhưng khách du lịch quốc tế nghỉ qua đêm bù đắp lại nhiều hơn, với thời gian lưu trú trung bình là 5,6 đêm. Huế vẫn còn có khả năng cải thiện, với thời gian lưu trú trung bình của khách du lịch nội địa và quốc tế nghỉ qua đêm chỉ là 2,4 đêm.

¹ Số liệu thống kê lấy từ điều tra toàn diện do Dự án EU tiến hành năm 2014 đối với khách du lịch ở các điểm du lịch trọng điểm tại thành phố Huế, thành phố Đà Nẵng và Hội An. Số lượng mẫu điều tra gồm hơn 600 người ở mỗi điểm đến (tối thiểu 300 khách du lịch nội địa và 300 khách du lịch quốc tế).

Bảng1: Thời gian lưu trú của khách du lịch theo từng tỉnh

	Nội địa			Quốc tế		
	Huế	Đà Nẵng	Hội An	Huế	Đà Nẵng	Hội An
Khách du lịch trong ngày	4.8%	6.3%	34.0%	2.2%	15.8%	18.0%
Thời gian lưu trú qua đêm trung bình	2.4 đêm	3.3 đêm	1.8 đêm	2.4 đêm	6.0 đêm	5.6 đêm

Các điểm du lịch được tham quan²

Nói chung, các điểm di sản văn hóa của khu vực này với các lăng tẩm, đền đài và các làng cổ thu hút mạnh mẽ nhất cả khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế là các điểm đến được nhiều khách tham quan nhất trong cả ba tỉnh. Các bãi biển và cù lao có lượng khách đến đông thứ hai trong khu vực. Ở Hội An, các điểm du lịch ven biển đặc trưng bởi các bãi biển và cù lao có khoảng một nửa trên tổng số du khách đến thăm, mặc dù cù lao Chàm được thị trường nội địa quan tâm nhiều hơn. Đà Nẵng có các loại hình điểm đến vô cùng phong phú ngoài các điểm di sản văn hóa và các điểm du lịch ven biển. Ở Đà Nẵng, khách du lịch cũng được thu hút đến xem cầu sông Hàn và tham quan điểm du lịch thiên nhiên/ngỉ dưỡng núi Bà Nà.

Bảng2: Các điểm tham quan có nhiều khách du lịch đến nhất trong khu vực xếp theo từng tỉnh

	Nội địa	Quốc tế
Huế	<ul style="list-style-type: none"> Lăng tẩm Mua sắm Bãi biển Lăng Cô Các điểm tôn giáo 	<ul style="list-style-type: none"> Lăng tẩm Điện Hòn Chén Làng cổ Phước Tích
Đà Nẵng	<ul style="list-style-type: none"> Cầu sông Hàn Bãi biển Mỹ Khê Núi Bà Nà và làng đá Non Nước 	<ul style="list-style-type: none"> Đền/chùa Các bãi biển Cầu sông Hàn
Hội An	<ul style="list-style-type: none"> Phố cổ Hội An Bãi biển Cửa Đại Cù lao Chàm Mỹ Sơn 	<ul style="list-style-type: none"> Phố cổ Hội An Bãi biển Cửa Đại Mỹ Sơn Cù lao Chàm

Các hoạt động thực hiện³

Không lấy làm ngạc nhiên, trong khi các điểm di sản văn hóa là điểm du lịch có nhiều khách tham quan nhất trong khu vực này, nên hầu hết các hoạt động của khách du lịch liên quan

² Xem phần trước

³ Xem phần trước

đến tham quan các điểm di sản văn hóa hoặc thưởng thức các chương trình biểu diễn văn hóa.

Thưởng thức ẩm thực địa phương cũng là nét nổi bật. Đặc biệt đối với Huế, việc thưởng thức ẩm thực địa phương hấp dẫn mạnh mẽ cả khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế, trong khi chỉ có khách du lịch nội địa mới tham gia mạnh mẽ vào việc thưởng thức ẩm thực địa phương ở Đà Nẵng và Hội An.

Vui chơi và giải trí dọc theo bờ biển cũng là hoạt động phổ biến (ví dụ bơi, lặn biển, lặn bằng ống thở), đặc biệt ở Đà Nẵng và sau đó là Hội An.

Ở Huế, du ngoạn bằng thuyền cũng là một hoạt động phổ biến đối với cả khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế. Vì thế, vẫn có cơ hội cho Đà Nẵng cải thiện hiệu quả hoạt động đối với du lịch bằng thuyền, do sông Hàn là điểm đến có đông khách du lịch nhưng du ngoạn bằng thuyền vẫn chưa phải là hoạt động phổ biến.

Bảng 3: Các hoạt động phổ biến nhất của khách du lịch theo từng tỉnh

	Nội địa	Quốc tế
Huế	<ul style="list-style-type: none"> Thưởng thức ẩm thực địa phương Du thuyền trên sông Hương Thưởng thức biểu diễn âm nhạc tại sân điện Thăm nhà truyền thống 	<ul style="list-style-type: none"> Thưởng thức ẩm thực địa phương Du thuyền trên sông Hương
Đà Nẵng	<ul style="list-style-type: none"> Bơi Tour thăm đền chùa trên núi Ngũ Hành Sơn Tour thăm bán đảo Sơn Trà Thưởng thức ẩm thực địa phương 	<ul style="list-style-type: none"> Tour thăm đền chùa trên núi Ngũ Hành Sơn Bơi
Hội An	<ul style="list-style-type: none"> Thưởng thức ẩm thực địa phương Tour tham quan các điểm di sản thế giới Lặn có bình dưỡng khí/ống thở 	<ul style="list-style-type: none"> Tour tham quan các điểm di sản thế giới May quần áo

Sở thích của khách⁴

Thiên nhiên/phong cảnh đẹp là yêu cầu quan trọng nhất đối với cả khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế đến khu vực này, tiếp theo là đảm bảo bầu không khí hấp dẫn. Với các hoạt động chính và các điểm đến đã thu hút khách du lịch tới khu vực này, có thể cho rằng điều này trước hết liên quan đến biển, các bãi biển, cù lao và sông nước của khu vực. Ăn uống tốt, đảm bảo hiệu quả chi tiêu và khí hậu đẹp cũng là các yêu cầu quan trọng đối

⁴ Xem phần trước

với cả khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế. Việc đáp ứng được những kỳ vọng này sẽ rất quan trọng để đảm bảo sự hài lòng thường xuyên của khách du lịch trong khu vực.

Bảng 4: 5 yêu cầu quan trọng nhất đối với du lịch trong khu vực theo từng tỉnh

		Nội địa	Quốc tế
Huế	1.	Thiên nhiên / phong cảnh	Bầu không khí
	2.	Ăn uống	Thiên nhiên / phong cảnh
	3.	Hiệu quả chi tiêu	Ăn uống
	4.	Bầu không khí	Lưu trú
	5.	Khí hậu/ thời tiết	Hiệu quả chi tiêu
Đà Nẵng	1.	Thiên nhiên / phong cảnh	Thiên nhiên / phong cảnh
	2.	Khí hậu/ thời tiết	Bầu không khí
	3.	Hiệu quả chi tiêu	Khí hậu/ thời tiết
	4.	Ăn uống	Ăn uống
	5.	Bầu không khí	Hiệu quả chi tiêu
Hội An	1.	Thiên nhiên / phong cảnh	Thiên nhiên / phong cảnh
	2.	Bầu không khí	Bầu không khí
	3.	Ăn uống	Ăn uống
	4.	Khí hậu/ thời tiết	Lưu trú
	5.	Hiệu quả chi tiêu	Khí hậu/ thời tiết

Phần 2: XÁC ĐỊNH VÀ ĐÁNH GIÁ CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH ƯU TIÊN

CÁC SẢN PHẨM ƯU TIÊN

Kết quả cuộc họp bàn tròn với các doanh nghiệp và các Sở VH TTDL Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng và Quảng Nam, một số dòng sản phẩm chính được lựa chọn là sản phẩm ưu tiên cho mỗi tỉnh ở cấp vùng, đó là:

Bảng 5: 5 dòng sản phẩm hàng đầu được các Sở VH TTDL Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng và Quảng Nam ưu tiên

TT	Thừa Thiên Huế	Đà Nẵng	Quảng Nam
1.	Di sản văn hóa	Bãi biển	Di sản văn hóa
2.	Các bãi biển và đầm phá	Di sản văn hóa	Các bãi biển và cù lao
3.	Các khu vực thiên nhiên	Các khu vực thiên nhiên	Các khu vực thiên nhiên
4.	Các làng nông thôn, làng dân tộc thiểu số và làng nghề	Sông nước	Các làng nông thôn, làng dân tộc thiểu số và làng nghề
5.	Các điểm và các sự kiện tâm linh	Du lịch MICE	Ẩm thực và lễ hội
6.	Sông nước		

Như chúng ta có thể thấy, tất cả ba tỉnh đã xác định di sản văn hóa, các bãi biển/đầm phá/cù lao và các khu vực thiên nhiên là ba dòng sản phẩm hàng đầu, và các làng nông thôn/làng dân tộc thiểu số/làng nghề, sông nước và lễ hội/sự kiện cũng là các dòng sản phẩm chính của hai tỉnh Quảng Nam và Thừa Thiên Huế.

Tiếp theo, trong năm dòng sản phẩm này, cả ba Tổ Công tác về Phát triển Sản phẩm của ba tỉnh đánh giá các sản phẩm mạnh nhất của mình để xác định các sản phẩm nên được coi là “chính” và “phụ trợ” ở cấp vùng. Các sản phẩm đã được xác định này sau đó được thử nghiệm để đánh giá tính khả thi về thương mại với các đối tác trong ngành Du lịch tại ba phiên họp bàn tròn khác nhau với các doanh nghiệp tổ chức tại ba tỉnh vào giữa tháng 7 năm 2015. Từ đây, các sản phẩm chính sau đây đã được xác định (xem Bảng 6)

Bảng 6: Các sản phẩm du lịch chính ở cấp vùng được xác định thông qua ba phiên họp bàn tròn giữa Sở VH TTDL mỗi tỉnh với các doanh nghiệp

	SẢN PHẨM	TỈNH
Biển đảo	Bãi biển Mỹ Khê và Phạm Văn Đồng	Đà Nẵng
	Bãi biển Cửa Đại và An Bàng	Quảng Nam
	Cù lao Chàm	Quảng Nam
Văn hóa	Quần thể di sản Huế (bao gồm nhạc cung đình)	Thừa Thiên Huế
	Lăng tẩm và đền điện bên sông Hương	Thừa Thiên Huế
	Núi Ngũ Hành Sơn	Đà Nẵng
	Bảo tàng Chăm	Đà Nẵng
	Phố cổ Hội An	Quảng Nam
	Thánh địa Mỹ Sơn	Quảng Nam
	Ẩm thực Huế	Thừa Thiên Huế
	Suối nước nóng Thanh Tân	Thừa Thiên Huế
Thiên nhiên và du lịch cộng đồng	Bán đảo Sơn Trà	Đà Nẵng
	Núi Bà Nà	Đà Nẵng
	Các làng nghề sông Thu Bồn*	Quảng Nam
	Làng Thanh Toàn	Thừa Thiên Huế

**Bao gồm: Thanh Hà, Kim Bồng, Trà Quế, Triêm Tây*

Các sản phẩm còn lại không được xác định là sản phẩm chính thì được coi là sản phẩm phụ trợ ở cấp vùng. Các sản phẩm phụ trợ gồm:

- **Biển đảo:** bãi biển Lăng Cô (Thừa Thiên Huế)
- **Văn hóa:** chùa Thánh Duyên (Thừa Thiên Huế), Nhà vườn cổ Huế (Thừa Thiên Huế), các lễ hội văn hóa và tâm linh (Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam), đền Huế (Thừa Thiên Huế), làng văn hóa Phước Tích (Thừa Thiên Huế), bảo tàng Đà Nẵng (Đà Nẵng), ẩm thực Hội An (Quảng Nam), di tích chiến tranh Chu Lai (Quảng Nam)⁵
- **Du lịch thiên nhiên và du lịch cộng đồng:** đèo Hải Vân (Đà Nẵng), suối khoáng nóng núi Thần Tài (Đà Nẵng),⁶ khu vực thiên nhiên phía Tây Quảng Nam (Quảng Nam), làng văn hóa Bờ Hông (Quảng Nam),⁷ hồ Phú Ninh (Quảng Nam),⁸ vườn quốc gia Bạch Mã & làng văn hóa Nam Đông (TT Huế)⁹
- **Sông nước:** sông Hàn (Đà Nẵng)
- **MICE:** các sản phẩm và dịch vụ phục vụ khách du lịch doanh nhân (Đà Nẵng)

ĐÁNH GIÁ CÁC SẢN PHẨM

Các sản phẩm du lịch được lựa chọn để đánh giá trước hết dựa trên kết quả thảo luận bàn tròn với các Sở VH-TT-DL và các cuộc thảo luận bàn tròn với các doanh nghiệp (ví dụ các sản phẩm chính của vùng). Do phương pháp đánh giá dựa trên đánh giá các sản phẩm du lịch là “điểm đến” nên ẩm thực và lễ hội không được đưa vào. Các đánh giá dựa trên tham quan thực tế của chuyên gia trong tháng 5-6/2015, các chuyến tham quan trước đó của chuyên gia vào các dịp khác, các đánh giá sản phẩm trước đó do các đối tác khác thực hiện, và tự nghiên cứu tại văn phòng của chuyên gia.

Đánh giá về các sản phẩm du lịch được tiến hành theo các tiêu chí đánh giá sản phẩm du lịch có trách nhiệm của Dự án EU. Phương pháp tiếp cận này cân nhắc các tiêu chí sau đây:

- **Đặc điểm chính của sản phẩm:** khả năng tiếp cận, các điểm tham quan, các hoạt động, các tiện nghi, các dịch vụ hỗ trợ
- **Đặc điểm:** tính chân thực, tính khác biệt, tính đa dạng, tính mùa vụ, chức năng sản phẩm, giai đoạn vòng đời

⁵ Được các chuyên gia bổ sung vào danh sách sau khi xem xét ý kiến phản hồi của các doanh nghiệp tại phiên họp bàn tròn

⁶ Xem phần trước

⁷ Xem phần trước

⁸ Xem phần trước

⁹ Xem phần trước

- **Đánh giá về thị trường:** các thị trường mục tiêu chính, quy mô thị trường, các xu hướng thị trường và ảnh hưởng
- **Khả năng thương mại:** quy hoạch dựa trên thị trường, sự tham gia của khu vực tư nhân, hỗ trợ pháp lý, các nguồn lực hỗ trợ cần thiết
- **Tính bền vững:** kinh tế, môi trường, văn hóa-xã hội, thể chế hóa, phân định chức năng
- **Các lợi ích của địa phương:** chia sẻ công bằng chi phí, lợi ích và tiếp cận, sự tham gia/làm chủ của địa phương, giảm nghèo
- **Nguồn nhân lực/năng lực:** khu vực công, các doanh nghiệp, các cộng đồng địa phương

Bán đảo Sơn Trà

Tóm tắt

Là nơi nghỉ ngơi hoàn hảo nằm ngoài thành phố Đà Nẵng. Ở Sơn Trà, khách du lịch có thể khám phá các con đường rừng nhỏ hẹp bằng xe máy, đi bộ xuyên rừng để tìm các chú chà và chân đỗ, thư giãn ở những bãi biển đẹp như tranh, hoặc tham quan chùa Linh Ứng ở trên cao và ngắm nhìn khung cảnh 180 độ ngoạn mục.



Vị trí

Thành phố Đà Nẵng

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Khả năng tiếp cận cao bằng đường bộ trong điều kiện tốt (10 km từ thành phố Đà Nẵng). Tuy nhiên, một số đoạn đường ở bán đảo có thể khó/nguy hiểm khi lái xe (ví dụ hẹp, không có rào chắn an toàn/vạch kẻ đường, dốc đứng, rừng cây mọc phủ kín).
- Điểm tham quan chính về môi trường thiên nhiên có chất lượng rất cao kết hợp với khung cảnh/vị trí rất đẹp (toàn cảnh bãi biển, biển, thành phố Đà Nẵng, rừng nhiệt đới trên núi trong đất liền). Đi theo con đường dọc bờ biển có khung cảnh cơ bản, và một con đường mòn đi bộ trong rừng khoảng 4-5 tiếng.
- Nhiều điểm tham quan và nhiều hoạt động hỗ trợ hợp lý, đáng chú ý nhất là các bãi biển để bơi, lặn bằng ống thở, dã ngoại và câu cá (Bãi But, Bãi Rạng, Bãi Nam, Bãi Con, Bãi Bắc, bãi biển Tiên Sa), hệ động vật và thực vật (kể cả các loài chà và chân đỗ quý hiếm nhưng tương đối dễ phát hiện), và chùa Linh Ứng trên đỉnh núi cao. Có một số điểm di tích lịch sử chiến tranh nhưng chỉ còn lại một số lượng hạn chế.
- Một loạt dịch vụ phục vụ cơ bản bao gồm hai khu nghỉ dưỡng tiêu chuẩn quốc tế, một số nhà hàng hải sản và quán cà phê địa phương, một số quán bán thức ăn nhẹ (snack) và quà lưu niệm rất cơ bản. Không có trung tâm tiếp đón/thuyết minh, không có nhà hàng chất lượng cao.

Đặc điểm

- Sản phẩm mang tính biểu tượng, tiên phong (hàng đầu) của Đà Nẵng. Làm nền trời Đà Nẵng. Thiên nhiên trong điều kiện tốt. Điểm du lịch thiên nhiên khá độc đáo rời xa bờ biển ngày càng đô thị hóa.
- Nhiều điểm tham quan và hoạt động phong phú (đi bộ trên núi, đi xe máy, bơi, dã ngoại, câu cá, vv...) tăng thêm chiều sâu của trải nghiệm, nhưng vẫn cần phải cải thiện và nâng cao một cách đáng kể.
- Mùa mưa hạn chế nhiều hoạt động ngoài trời và cũng có thể khiến hoạt động lặn biển trở nên nguy hiểm.

Thị trường

- Hấp dẫn thị trường nghỉ cuối tuần/du lịch trong ngày của du lịch nội địa đáng kể và ngày càng phát triển (thành phố Đà Nẵng, Quảng Nam, và Thừa Thiên Huế), cũng như thị trường nghỉ dưỡng gia đình từ Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Hấp dẫn mạnh mẽ đối với các thị trường quốc tế (khách du lịch trọn gói "cổ điển"), cũng như khách du lịch thiên nhiên và mạo hiểm từ Bắc Mỹ và Châu Âu).

Khả năng thương mại

- Đã có tầm nhìn chiến lược toàn diện hoạch định sự phát triển cho Sơn Trà (các hoạt động dựa vào đất và nước, cơ sở hạ tầng, vv...) tuy nhiên hiện nay nguồn ngân quỹ/đầu tư vẫn còn hạn chế đáng kể để đưa kế hoạch này vào thực tiễn.
- Biểu hiện có sự quan tâm tích cực của khu vực tư nhân với hai khu nghỉ dưỡng tiêu chuẩn quốc tế đã đi vào hoạt động. Với việc chính thức bảo tồn thiên nhiên, các nhà đầu tư thể hiện sự quan tâm tích cực vào phát triển các dự án du lịch khác dựa vào thiên nhiên.
- Mặc dù Sơn Trà được hỗ trợ tích cực như một sản phẩm ưu tiên trong quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của tỉnh, nhưng căn cứ quân sự và cơ sở hạ tầng viễn thông ở đây hạn chế sự tự do đi lại của khách du lịch và tiềm năng phát triển đầy đủ của Sơn Trà.

Tính bền vững

- Số lượng dân cư địa phương trong khu vực này còn hạn chế nên không có các vấn đề tiêu cực đáng kể về văn hóa xã hội. Khu bảo tồn đã được quy định giúp kiểm soát sự phát triển và tác động của khách du lịch. Các bãi biển với nhà hàng, khu nghỉ dưỡng và bãi biển công cộng dễ bị vứt rác bừa bãi và ô nhiễm (chất thải rắn và nước thải). Chỗ ngồi và mái che ở các nơi ngắm cảnh và tại cây đa đã bị hư hỏng. Điều quan trọng là phải tiến hành đánh giá tác động và có các quy định về hoạt động bền vững cho tất cả các dự án đầu tư sau này, cũng như xây dựng và thực hiện một kế hoạch giám sát và đánh giá có các chỉ số và ngưỡng thay đổi có thể chấp nhận được.

Các lợi ích của địa phương

- Không có kế hoạch chính thức hỗ trợ sự tham gia và lợi ích của cộng đồng địa phương trong hoạt động của khu bảo tồn thiên nhiên. Các lợi ích hạn chế trong tạo việc làm ở 2 khu nghỉ dưỡng, hoạt động của một vài nhà hàng hải sản địa phương và một số doanh nghiệp tổng hợp, và hoạt động của một số cửa hàng bán đồ ăn nhẹ và hàng lưu niệm.

Phát triển nguồn nhân lực

- Các doanh nghiệp và thành viên cộng đồng địa phương có thể tham dự các khóa đào tạo về phát triển sản phẩm, phục vụ khách hàng, nói tiếng Anh và dịch vụ ăn uống. Các cơ quan địa phương có thể tham dự các khóa đào tạo về quy hoạch khu bảo tồn, giám sát và đánh giá, xây dựng kế hoạch về đồng quản lý của cộng đồng.

Ngũ Hành Sơn

Tóm tắt

Nằm ở quận ngoại ô thành phố Đà Nẵng, tập hợp các ngọn núi thấp đã tạo nên Ngũ Hành Sơn, nơi đây bao gồm một số thánh địa của đạo Phật và đạo Hin-đu được xây dựng từ thế kỷ thứ 7 đến thế kỷ thứ 19. Khách du lịch có thể khám phá các ngọn núi thông qua mạng lưới các hang động và đường hầm, và cũng có thể ngắm toàn cảnh thành phố Đà Nẵng và bờ biển.



Vị trí

Quận Ngũ Hành Sơn, thành phố Đà Nẵng

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Có khả năng tiếp cận cao bằng đường bộ trong điều kiện tốt (cách 9km về phía nam thành phố Đà Nẵng). Một thang máy bằng tường kính giúp khách du lịch có thể tiếp cận tốt, mặc dù từ thang máy vẫn còn phải trèo nhiều bậc thang. Các bậc thang rộng nhưng trơn trong thời tiết ướt. Đủ diện tích đỗ xe.
- Điểm tham quan chính gồm tập hợp các ngọn núi thấp có các hang động cũng như các đền chùa cổ và mới được xây dựng gần đây.
- Do tương đối hạn chế các điểm tham quan và hoạt động hỗ trợ nên chỉ có thể khiến khách thích thú trong vài giờ, đáng chú ý nhất là thăm các xưởng điêu khắc đá cẩm thạch, thưởng thức cảnh quan vùng nông thôn và bờ biển (phần nào do cảnh ngồn ngộn của thành phố làm hỏng) và tham dự các lễ hội tâm linh. Có một số lịch sử chiến tranh nhưng không còn di tích.
- Một loạt các dịch vụ hỗ trợ phụ trợ cơ bản tại chỗ và gần đó bao gồm các nhà hàng địa phương và các quán cà phê chất lượng thấp, và một số quầy bán thức ăn nhẹ và quà lưu niệm rất cơ bản. Không có trung tâm tiếp đón / thuyết minh.

Đặc điểm

- Mặc dù được xúc tiến nhiều và nói chung bảo tồn tốt, Ngũ Hành Sơn không độc đáo và cũng không mang tính biểu tượng, các nơi khác có những hang động, núi non và đền chùa lớn hơn và lộng lẫy hơn.
- Sự ngồn ngộn của đô thị xung quanh chân núi và những người bán hàng rong địa phương chèo kéo khách bán các sản phẩm đá cẩm thạch chung chung, đôi khi giá quá cao (với tính chân thực địa phương đáng ngờ) gây ra rủi ro làm xấu đi các trải nghiệm của khách du lịch quốc tế. Khu vực đỗ xe và bán lẻ xập xệ xung quanh lối vào chính làm giảm giá trị những ấn tượng đầu tiên.
- Trong mùa cao điểm, tình trạng đông đúc là một vấn đề và trong mùa thấp điểm, trời mưa làm mất đi các trải nghiệm và có thể có rủi ro về an toàn của khách du lịch.

Thị trường

- Có sức hấp dẫn đối với thị trường du lịch nội địa đáng kể về nghỉ dưỡng theo nhóm gia đình tự tổ chức từ Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, cũng như các tour trọn gói theo nhóm của các câu lạc bộ/hiệp hội/công ty (MICE). Sự quan tâm hạn chế hơn của thị trường quốc tế (khách du lịch trọn gói "cổ điển", khách du lịch di sản văn hóa, khách du lịch trong ngày (nửa ngày) từ Đà Nẵng và Hội An.

Khả năng thương mại

- Việc Ngũ Hành Sơn được Ban Quản lý Núi Ngũ Hành Sơn quản lý và được hỗ trợ trong quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của tỉnh khuyến khích đầu tư của khu vực tư nhân.
- Sự hỗ trợ hợp lý của khu vực tư nhân được thấy rõ nhất thông qua xúc tiến các tour trọn gói đến núi Ngũ Hành Sơn, hoạt động của các xưởng điêu khắc đá cẩm thạch/cửa hàng bán hàng lưu niệm xung quanh núi và bán hàng rong các thức ăn nhanh tại chỗ và bên ngoài. Một số công ty điều hành tour du lịch mạo hiểm cũng đưa ra các trải nghiệm leo đá trên núi.

Tính bền vững

- Trong mùa cao điểm có các vấn đề về đông đúc quá mức, ồn ào và vứt rác bừa bãi. Những vấn đề này cũng có thể gây ra các vấn đề về an toàn. Quản lý công suất sẽ là vấn đề ngày càng lớn khi lượng khách du lịch tăng lên. Không có các vấn đề rõ ràng về văn hóa xã hội, mặc dù những người bán hàng rong địa phương sử dụng kỹ thuật bán hàng chèo kéo có thể ảnh hưởng đến việc thưởng thức của một số du khách.
- Một số sáng kiến đã được thực hiện để kiểm soát tác động tiêu cực của khách du lịch như cung cấp tài liệu để truyền đạt thông điệp cấm các hoạt động như khắc và làm hư hỏng vách hang, xả rác bừa bãi, và khai thác hệ động thực vật. Tuy nhiên, trong thời gian khảo sát thực địa không thấy những sáng kiến này.
- Điều quan trọng đối với Ban Quản lý là xây dựng và thực hiện một kế hoạch giám sát và đánh giá với các chỉ số và ngưỡng thay đổi có thể chấp nhận được.

Các lợi ích của địa phương

- Không có kế hoạch chính thức để hỗ trợ sự tham gia và lợi ích của cộng đồng địa phương. Tạo ra một số việc làm cho người dân địa phương như thuyết minh du lịch. Hầu hết các cơ hội liên quan đến bán các sản phẩm đá cẩm thạch/quà lưu niệm và thức ăn nhẹ tại chỗ hoặc ở bên ngoài.

Phát triển nguồn nhân lực

- Các doanh nghiệp và thành viên cộng đồng địa phương có thể tham dự các khóa đào tạo về phát triển sản phẩm và phục vụ khách hàng. Các cơ quan địa phương và nhân viên có thể tham dự các khóa đào tạo về thuyết minh du lịch tại điểm, đào tạo kỹ năng nói tiếng Anh, giám sát và đánh giá điểm di sản và thuyết minh tại điểm di sản.

Mỹ Sơn

Tóm tắt

Mỹ Sơn là một tập hợp các ngôi đền Hin-đô bị bỏ hoang và đổ nát một phần, được các vị vua Chăm Pa xây dựng trong khoảng từ thế kỷ thứ 4 đến thế kỷ thứ 13 sau công nguyên để thờ thần Shiva. Mỹ Sơn đã được UNESCO xếp hạng là di sản thế giới, đây là thủ đô tôn giáo và chính trị của vương quốc Chăm Pa vì phần lớn những gì tồn tại và cũng vì thế là điểm khảo cổ quan trọng nhất ở Việt Nam.



Vi trí

Bên cạnh làng Duy Phú, huyện Duy Xuyên, tỉnh Quảng Nam

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Dễ dàng tiếp cận bằng đường bộ (cách Đà Nẵng 69 km, cách Hội An 38 km). Khu vực đỗ xe rất tốt có công suất cao. Đường đi bộ tốt, rộng rãi, trải nhựa từ chỗ đỗ xe ô tô vào điểm khảo cổ. Việc tiếp cận xung quanh điểm du lịch này là hợp lý, đi theo những con đường đất và đường trải nhựa.
- Sức hấp dẫn cơ bản là những di tích khảo cổ đền Chăm Pa, mặc dù bị hư hỏng vẫn đang được bảo tồn một cách thận trọng. Hỗ trợ cho điểm tham quan này là một trung tâm thông tin khách du lịch rất tốt, một con đường mòn tự nhiên và một trung tâm biểu diễn văn hóa. Ở đây cũng có một nhà hàng địa phương và quán cà phê/cửa hàng bán đồ lưu niệm tại chỗ. Một số tour du lịch từ Hội An bao gồm cả đi thuyền đến điểm du lịch này để bổ sung thêm các trải nghiệm cho khách.

Đặc điểm

- Là điểm di sản thế giới UNESCO có độ chân thực cao, trung tâm vương quốc Chăm Pa được xác định có “giá trị toàn cầu nổi bật” (“Outstanding Universal Value”). Một tuyệt tác xây dựng bằng gạch trong thời kỳ này (kỹ thuật xây dựng, độ phức tạp/thiết kế)
- Mặc dù các di tích bị hư hỏng theo thời gian, việc phục hồi vẫn được thực hiện, và các di tích vẫn ở trong điều kiện tự nhiên ban đầu. Thách thức trong việc cạnh tranh với di tích đền nổi tiếng hơn và lớn hơn trong khu vực, đáng lưu ý nhất là Angkor-vát
- Không được hỗ trợ bởi số lượng đáng kể các điểm tham quan khác gần đó để có thể tạo nên một trải nghiệm tổng thể đầy đủ hơn/sâu sắc hơn.

Thị trường

- Có sức hấp dẫn cao với tất cả khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, kể cả thị trường tour trọn gói “cổ điển” cũng như thị trường nghỉ dưỡng biển ngắn ngày ở bãi biển Cửa Đại và Đà Nẵng.
- Cũng có sức hấp dẫn cao đối với thị trường du lịch nội địa rộng lớn (Hà Nội, thành phố HCM) nghỉ dưỡng ở Đà Nẵng và khách du lịch trong ngày ở Hội An.

Khả năng thương mại

- Các đại lý lữ hành và các khách sạn xúc tiến tour trọn gói từ Hội An và Đà Nẵng đến Mỹ Sơn rất tốt, hoặc là một phần của tour “cổ điển” thăm toàn bộ Việt Nam.

- Nhà đầu tư được đảm bảo chắc chắn về khả năng thương mại lâu dài của sản phẩm bằng hệ thống quản lý toàn diện có sự tham gia điều phối giữa Sở VH-TDL và Ủy ban Nhân dân huyện Duy Xuyên (thông qua Ban Quản lý Di tích và Du lịch Mỹ Sơn). Hướng dẫn quản lý và phát triển thận trọng Mỹ Sơn được đưa ra trong Quy hoạch Phát triển Du lịch quốc gia, Quy hoạch tổng thể về Phát triển Kinh tế - Xã hội của huyện Duy Xuyên và quy hoạch tổng thể về bảo tồn điểm du lịch cụ thể.
- Khu vực tư nhân phát triển hạn chế các dịch vụ hỗ trợ xung quanh điểm du lịch này (ví dụ các nhà hàng cấp quốc tế, chợ bán hàng thủ công, làng văn hóa, vv...)

Tính bền vững

- Các đe dọa chính gồm có nạn trộm cướp phi pháp, xuống cấp do dài lâu mưa nắng, sự đổ nát chung, cây cỏ mọc phủ kín và ngập nước hàng năm. Vùng đệm nông thôn cần được bảo vệ để tránh sự phát triển không phù hợp. Gia tăng sự đông đúc, âm ỷ và xả rác bừa bãi vào mùa cao điểm và các buổi sáng. Kế hoạch bảo tồn và quản lý tốt nhưng có thể cải thiện tình hình quản lý khách du lịch (sử dụng rào chắn, các con đường mòn được đánh dấu rõ ràng, đủ nhân viên an ninh). Các chương trình xây dựng năng lực và nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của việc bảo tồn di sản đã được triển khai.

Các lợi ích của địa phương

- Các chiến lược nâng cao sự tham gia và lợi ích của cộng đồng địa phương đã được xây dựng mặc dù các lợi ích hiện nay còn hạn chế trong tạo việc làm ở các chương trình biểu diễn văn hóa tại chỗ, hướng dẫn du lịch tại chỗ, và thông qua cấp giấy phép hoạt động cho các cửa hàng bán thức ăn nhẹ/quà lưu niệm tại chỗ và nhà hàng.

Phát triển nguồn nhân lực

- Nhân viên của các cơ quan quản lý tại điểm du lịch có thể tham dự khóa đào tạo giám sát và đánh giá di sản và hướng dẫn/thuyết minh du lịch tại chỗ. Các doanh nghiệp địa phương có thể tham dự khóa đào tạo các kỹ năng doanh nghiệp nhỏ/ phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng. Các cộng đồng địa phương có thể tham dự các khóa đào tạo về phát triển nghề thủ công.

Di sản Kinh thành Huế

Tóm tắt

Huế là kinh đô của triều Nguyễn trong 140 năm (1805 – 1945). Kinh thành Huế gồm 3 vòng tường thành: vòng tường thành ngoài cùng là Kinh thành, vòng thứ hai là Đại Nội (hay Hoàng Thành), và vòng thứ ba, ở chính giữa là Tử Cấm thành, nơi ở của vua. Kinh thành Huế được bao quanh bằng bức tường dài 2km, cao 7m, dày 20m, gồm có 10 cổng.



Vị trí

Thành phố Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Khả năng tiếp cận tốt, nằm trong thành phố Huế có kết nối hàng không quốc tế và tuyến xe lửa quốc gia đến Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Khoảng 100 km (2,5 giờ) bằng đường trải nhựa từ Đà Nẵng. Do trung tâm của thành phố Huế nằm trong các bức tường của thành Huế nên có nhiều phương tiện tốt để đến đây.
- Điểm tham quan chính tuyệt vời gồm các phần khác biệt, đáng chú ý nhất là Hoàng Thành, Kỳ Đài cao 37 m (cao nhất Việt Nam) và 9 khẩu Thần Công.
- Cũng có cả một vài điểm nghỉ lễ quan trọng ở khu vực bên ngoài kinh thành (Văn Miếu, Đàn Nam Giao, Hồ Quyền, Đền Voi Ré, chùa Thiên Mụ)
- Trong khu vực này cũng có một số điểm tham quan hỗ trợ như bảo tàng, trung tâm bảo tồn và các công trình khác có tầm quan trọng quốc gia.
- Do trung tâm thành phố Huế nằm trong phạm vi các bức tường của Hoàng Thành nên có nhiều dịch vụ phụ trợ bao gồm các cửa hàng bán đồ lưu niệm, các khách sạn, nhà hàng, các cửa hàng tạp hóa, vv... đáp ứng mọi mức tiêu chuẩn và ngân sách.

Đặc điểm

- Điểm di sản thế giới UNESCO có độ chân thực cao về kinh đô của Việt Nam trong các thế kỷ 19 và 20. Bài trí và thiết kế độc đáo với các nét kiến trúc và phong cảnh cơ bản vẫn còn nguyên vẹn kể từ khi được xây dựng ban đầu. Việc bài trí các lăng tẩm và điện theo nguyên tắc phong thủy có vẻ đẹp thẩm mỹ và ý nghĩa tượng trưng.
- Trong khi một số công trình hiện nay bị đổ nát, hầu hết các di tích quan trọng hiện tại đã được phục hồi một phần. Có khung cảnh đẹp bên dòng sông Hương.

Thị trường

- Có sức hấp dẫn cao đối với khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, là một trong các điểm di sản thế giới của Việt Nam, đặc biệt các thị trường châu Âu, Úc và Mỹ. Hấp dẫn vừa phải với thị trường nội địa do thành phố Huế là kinh đô của Việt Nam trong giai đoạn từ 1802 - 1945 dưới triều đại nhà Nguyễn.

Khả năng thương mại

- Các đại lý lữ hành thu hút được lượng khách vượt trội đến Hoàng thành Huế mà có trong hầu như tất cả các tour Việt Nam “cổ điển”.
- Các nhà đầu tư được đảm bảo về khả năng thương mại lâu dài với điểm du lịch được Trung tâm Bảo tồn Di sản Huế bảo vệ và quản lý tốt theo định hướng của Khung Quy hoạch Điều chỉnh đối với quần thể di tích Huế (2010 - 2020). Tiếp tục bảo vệ theo các quy ước quốc tế và quốc gia, và các quy định của tỉnh.
- Khả năng thương mại được thể hiện thông qua sự tham gia tích cực của khu vực tư nhân trong việc đưa ra các dịch vụ hỗ trợ (ví dụ các khách sạn, nhà hàng, cửa hàng bán quà lưu niệm vv...)

Tính bền vững

- Mỗi đe dọa chính có thể ảnh hưởng đến tính chân thực của điểm tham quan là sự gia tăng đô thị hóa và phát triển cơ sở hạ tầng. Biến đổi khí hậu và ngập lụt là các vấn đề tiềm tàng khác cần quản lý dài hạn, mặc dù vấn đề này đang được giải quyết thông qua xây dựng các đập nước đầu nguồn và hệ thống thoát nước trong và xung quanh Hoàng Thành. Việc vứt rác bừa bãi và quản lý rác thải là vấn đề ngày càng gia tăng trong mùa cao điểm.

Các lợi ích của địa phương

- Các lĩnh vực tham gia của cộng đồng quan trọng nhất và lợi ích của họ nằm trong hoạt động của các doanh nghiệp nhỏ tại các khu vực du lịch chính của Hoàng Thành (ví dụ các cửa hàng bán đồ lưu niệm, các quán cà phê, khách sạn giá rẻ vv...). Tạo việc làm đáng kể cho nhân viên địa phương trong các vị trí hành chính, phục vụ khách hàng/hướng dẫn du lịch và cá vị trí khác trong cơ quan quản lý (ví dụ bán vé, bảo dưỡng sân vv...)

Phát triển nguồn nhân lực

- Nhân viên của cơ quan quản lý điểm du lịch có thể tham dự các khóa đào tạo về thuyết minh viên du lịch tại điểm/thuyết minh về di sản, các kỹ năng nói tiếng Anh, giám sát và đánh giá di sản. Các doanh nghiệp địa phương và cộng đồng địa phương sẽ được tham dự các khóa đào tạo về biểu diễn nghệ thuật nhạc cung đình, sân khấu, múa và các nghi lễ thông qua hệ thống trường học, phát triển sản phẩm thủ công.

Rừng quốc gia Bạch Mã

Tóm tắt

Rừng quốc gia Bạch Mã là khu bảo tồn có vị trí tốt với tổng hợp tuyệt vời các hệ động vật và thực vật độc đáo và/hoặc quý hiếm, có tầm nhìn toàn cảnh, một loạt tuyến đường mòn đi bộ đến các thác nước và vũng bơi, và các tòa nhà thú vị từ thời Pháp thuộc được bảo quản tốt được sử dụng làm cơ sở lưu trú và nhà hàng tiêu chuẩn quốc tế.



Vị trí

Nằm trên ba huyện Phú Lộc, Nam Đông và Đông Giang, tỉnh Thừa Thiên Huế

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Khả năng tiếp cận cao đến các thị trường du lịch ở Huế (45 km lái xe) và Đà Nẵng (60km lái xe) trên đường cao tốc chính. Đường dốc và quanh co lên đỉnh núi Bạch Mã (21 km) có thể nguy hiểm trong mùa mưa. Xe máy bị cấm đi lên đỉnh núi có thể làm giảm tiềm năng phát triển đầy đủ lượng khách du lịch nội địa.
- Khu bảo tồn chất lượng cao trong điều kiện tốt và có hệ thực vật quan trọng (được gọi là “Trung tâm đa dạng thực vật ở Việt Nam”) và hệ động vật quan trọng (hơn một phần ba các loài chim của Việt Nam).
- Có nhiều điểm tham quan phụ trợ có tầm nhìn toàn cảnh, các tuyến đường mòn dẫn tới thác nước và vũng bơi, lịch sử chiến tranh, và các tòa nhà di sản từ thời Pháp thuộc. Làng văn hóa Nam Đông cần sự hỗ trợ để xây dựng và cải thiện các sản phẩm du lịch cộng đồng. Các dịch vụ phụ trợ ở mức độ rất tốt gồm có khách sạn đẳng cấp quốc tế, bãi cắm trại, các nhà hàng địa phương và lều. Trung tâm du lịch sinh thái cần được nâng cấp khẩn cấp.

Đặc điểm

- Khu bảo tồn chất lượng cao gồm các giá trị bảo tồn đáng kể cũng như các giá trị vui chơi giải trí. Việc nâng cấp đường xá và cơ sở lưu trú gần đây đã tạo ra vị thế tốt trong tương lai cho khu bảo tồn này.
- Được coi là một trong các điểm du lịch ngắm chim tốt nhất ở Việt Nam vì ở đây có nhiều chim cũng như tiếp cận được với các loài chim độc đáo và quý hiếm.
- Tuy nhiên, mùa mưa kéo dài đã ảnh hưởng đáng kể đến nhiều hoạt động ngoài trời. Không được hỗ trợ bởi nhiều điểm tham quan khác gần đó.

Thị trường

- Thị trường nội địa rất mạnh, đặc biệt từ các vùng lân cận (thành phố Huế, Đà Nẵng). Thị trường cựu chiến binh và thị trường di sản văn hóa Pháp quan tâm đến cuộc kháng chiến chống Mỹ thông qua lịch sử về chiến tranh và thuộc địa. Thị trường khách du lịch nội địa và quốc tế thích ngắm chim có sự quan tâm mạnh mẽ. Làng Katu (Nam Đông) được thị trường khách du lịch quốc tế quan tâm và khách du lịch nội địa cũng quan tâm ở một mức độ nào đó.

Khả năng thương mại

- Được các công ty điều hành tour địa phương ở Huế cũng như các công ty điều hành tour quốc tế biết rõ và quảng bá, đặc biệt là các công ty chú trọng vào các tour thiên nhiên và ngắm chim. Điểm đến phổ biến cho khách du lịch trong khu vực đi trong ngày vào mùa hè do có các thác nước với khu vực dã ngoại và vũng bơi.
- Khu vực tư nhân thể hiện sự quan tâm, với việc các cơ sở lưu trú được ký kết hợp đồng. Các doanh nghiệp nhỏ địa phương có các hoạt động tại các khu vực bơi của địa phương.
- Mặc dù công tác quản lý và quy hoạch vườn quốc gia được định hướng theo kế hoạch quản lý khu bảo tồn 5 năm, việc quản lý dường như vẫn dựa trên kế hoạch hoạt động hàng năm nhiều hơn. Đặc biệt, các hoạt động du lịch phụ thuộc nhiều vào động cơ của các nhà đầu tư tư nhân vận hành các cơ sở lưu trú, nhà hàng ở khu vực vườn quốc gia Bạch Mã.

Tính bền vững

- Mối đe dọa chủ yếu bao gồm nạn săn bắn động vật hoang dã, khai thác các sản phẩm gỗ phi lâm nghiệp, phát triển dân số, thâm canh và tình trạng đói nghèo trong vùng đệm. Không có nghiên cứu cơ sở chính thức về động vật hoang dã và các hệ sinh thái, kế hoạch/chương trình giám sát và đánh giá, hoặc xác định giới hạn của những thay đổi có thể chấp nhận được.

Các lợi ích của địa phương

- Sự tham gia và lợi ích của cộng đồng địa phương bị giới hạn trong hoạt động của các cơ sở lưu trú tại nhà dân (homestay) ở làng văn hóa Nam Đông, hoạt động và sử dụng lao động trong các quán ăn uống nhỏ tại các điểm bơi của địa phương, và sử dụng lao động làm thuyết minh viên và các vị trí làm việc trong cơ quan quản lý vườn quốc gia.

Phát triển nguồn nhân lực

- Thuyết minh viên tại vườn quốc gia và thuyết minh viên của địa phương có thể tham dự các khóa đào tạo về kỹ năng hướng dẫn du lịch. Trong vùng đệm, nên thực hiện một chương trình nâng cao nhận thức về bảo tồn để giảm thiểu các thách thức về tính bền vững. Tại làng văn hóa Nam Đông, nên cung cấp các khóa đào tạo về thuyết minh du lịch địa phương và phát triển các sản phẩm văn hóa (các chương trình biểu diễn, nghề thủ công, thức ăn và đồ uống vv...)

Hội An

Tóm tắt

Đô thị cổ Hội An là một điển hình về thương cảng Đông Nam Châu Á từ thế kỷ 15 -19 được bảo tồn đặc biệt tốt. Quần thể các ngôi nhà khung gỗ của đô thị này được xếp san sát bên nhau một cách hấp dẫn thành từng dãy hẹp kéo dài dọc theo các phố đi bộ nhỏ. Ngày nay, đô thị này có sự pha trộn phong phú của nhiều quán bar nhỏ, nhà hàng ăn uống ngon và các cửa hàng bán lụa nhiều màu sắc và các sản phẩm mỹ nghệ.



Vị trí

Hội An, tỉnh Quảng Nam

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Có thể tiếp cận Đà Nẵng một cách rất thuận lợi với sân bay quốc tế và đường xe lửa quốc gia bằng đường trải nhựa (30km lái xe). Đô thị này hay bị ngập trong mùa mưa, gây nên một số vấn đề về khả năng tiếp cận tới điểm du lịch này.
- Thương cảng lịch sử có chất lượng cao trong điều kiện rất tốt. Điểm hấp dẫn chính là tập hợp những ngôi nhà cổ của đô thị và các ngách nhỏ tuyệt vời cho việc dạo bộ. Các địa điểm cụ thể cần chú ý gồm có Cầu Nhật Bản (Chùa Cầu), Hội quán Phúc Kiến và một số ngôi nhà cổ và đền chùa.
- Đô thị này là một địa điểm mua sắm nổi tiếng và có các chợ nhộn nhịp và các cửa hàng may quần áo chuyên về lụa. Ẩm thực nổi tiếng của địa phương được trải nghiệm nhờ một loạt nhà hàng và lớp nấu ăn.
- Các dịch vụ phụ trợ ở mức độ tuyệt vời gồm có các khách sạn đẳng cấp quốc tế, các khu nghỉ dưỡng, nhà hàng, quán bar, trung tâm thông tin khách du lịch, vv...

Đặc điểm

- Thương cảng Đông Nam châu Á được bảo tồn tốt với độ chân thực cao, giữ được các kiến trúc gỗ truyền thống, khung cảnh đô thị, và phong cảnh xung quanh mang tính lịch sử còn nguyên vẹn.
- Một điểm đến chín muồi được đưa vào trong tất cả các tour Việt Nam cổ điển. Bắt đầu đối đầu với các vấn đề về công suất vào mùa cao điểm. Mùa mưa có thể bị ngập.
- Được hỗ trợ bởi nhiều điểm tham quan gần đó gồm điểm du lịch đã được UNESCO xếp hạng Mỹ Sơn, các làng nghề, các bãi biển và các cù lao (An Bang, Cửa Đại, cù lao Chàm),

Thị trường

- Thị trường nội địa rất mạnh, đặc biệt là những kỳ nghỉ gia đình từ Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, cũng như các nhóm tự tổ chức có mối quan tâm chính là thưởng thức thiên nhiên địa phương, không khí của đô thị, và giao tiếp với người dân địa phương. Mặc dù nhỏ hơn về quy mô nhưng đô thị cổ Hội An rất thu hút khách du lịch quốc tế (tất cả các phân khúc) ở lại lâu hơn và tiêu dùng nhiều hơn, những người thích thưởng thức các điểm du lịch và bầu không khí của địa phương này, thích giao tiếp với người dân địa phương và thưởng thức ẩm thực của địa phương.

Khả năng thương mại

- Điểm du lịch cấp quốc gia được quảng bá đến tất cả khách du lịch inbound và cũng nổi tiếng với thị trường nội địa.
- Sự tham gia mức độ cao của khu vực tư nhân gồm các công ty điều hành tour, các khách sạn, nhà hàng vv... thể hiện sản phẩm có khả năng thương mại rất cao.
- Được định hướng bởi khung kế hoạch toàn diện, các quy định và chiến lược ở các cấp quản lý khác nhau, với Trung tâm Quản lý Bảo tồn Di sản văn hóa Hội An thuộc Ủy ban Nhân dân TP Hội An chịu trách nhiệm trực tiếp thi hành các quy định.
- Doanh thu từ vé vào cửa được đầu tư trực tiếp vào quản lý, bảo tồn và quảng bá cho Hội An. Có một số khó khăn về hệ thống lệ phí tham quan khu phố cổ mới. Các chương trình bảo tồn thường xuyên.

Tính bền vững

- Một số vấn đề về giá cả trong chi phí sinh hoạt tăng (ví dụ thức ăn, vận chuyển), và sự thương mại hóa ảnh hưởng xấu đến tầm quan trọng của di sản. Du lịch đang giúp quảng bá các làng nghề truyền thống và các truyền thống. Các vấn đề về sự đông đúc, xả rác bừa bãi, tiếng ồn trong mùa cao điểm. Kế hoạch quản lý bảo tồn tốt để bảo tồn di sản.

Các lợi ích của địa phương

- Sự tham gia và lợi ích của cộng đồng địa phương chủ yếu thông qua việc làm và thu nhập phát sinh từ làm việc trong các khách sạn, nhà hàng, quán cà phê, cửa hàng bán lẻ (quần áo, quà lưu niệm, hàng thủ công) và các công ty du lịch. Chủ các ngôi nhà cổ tiếp cận với nguồn tài chính thu được từ phí vào cửa để duy trì cơ sở của mình.

Phát triển nguồn nhân lực

- Nói chung người dân địa phương có năng lực tốt để quản lý và vận hành các dịch vụ du lịch. Có thể được tăng cường thông qua nâng cao nhận thức của người bán lẻ hàng hóa/dịch vụ khách hàng, và kế hoạch giám sát và đánh giá đối với các nhà lập kế hoạch cho điểm di sản.

Bãi biển Mỹ Khê và bãi biển Phạm Văn Đồng

Tóm tắt

Bãi biển phủ cát trắng Mỹ Khê và bãi biển Phạm Văn Đồng kề bên là những bãi biển đẹp nhất của Việt Nam. Là nơi có ngày càng nhiều khu nghỉ dưỡng 5 sao, những bãi biển này vẫn duy trì phần dành cho người dân sử dụng công cộng, ở đây hiện giờ đã có thể thấy một số nhà hàng, khách sạn và spa. Với thành phố Đà Nẵng ở ngay đường vào bãi biển, điểm đến này đang trở thành một bãi biển đô thị với nhiều điểm tham quan “cuộc sống đô thị” thú vị.



Vị trí

Thành phố Đà Nẵng

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Các bãi biển lân cận có khả năng tiếp cận nằm trên cùng dải bờ cát khoảng 6km từ trung tâm thành phố Đà Nẵng trên đường trải nhựa. Nơi đỗ xe tốt.
- Là điểm du lịch chính có chất lượng cao với các bãi biển cát trắng, tạo cơ hội cho khách du lịch thư giãn, dã ngoại và bơi.
- Các điểm du lịch hỗ trợ và dịch vụ phụ trợ bao gồm các nhà hàng đang mở rộng nhanh chóng (thường chuyên về hải sản), các khách sạn/khu nghỉ dưỡng và khu vực quán bar sau bãi biển. Các khu nghỉ dưỡng 5 sao tiếp ở phía Nam hạn chế sự tiếp cận công cộng. Phía Bắc là bãi đánh cá không hấp dẫn để bơi. Ở đây cung cấp tốt các khu vực thay đồ, nhà vệ sinh và nhà tắm.

Đặc điểm

- Các bãi biển nhìn chung trong điều kiện tốt. Sản phẩm này đang nhanh chóng nổi lên, trở thành điểm đến du lịch nghỉ dưỡng ngày càng phổ biến, đặc biệt cho thị trường nội địa.
- Mặc dù các bãi biển không đặc trưng lắm trong bối cảnh toàn bộ đường bờ biển của khu vực nhưng khả năng tiếp cận, cơ sở hạ tầng và dịch vụ đã khiến cho bãi biển trở thành một điểm hấp dẫn hơn nhiều. Do sự quan tâm tiếp tục bùng nổ, các vấn đề về công suất sẽ trở thành vấn đề ngày càng quan trọng.
- Được hỗ trợ bởi nhiều điểm tham quan tốt gần đó. Đáng chú ý nhất là thành phố Đà Nẵng và khung cảnh ăn uống và mua sắm bên sông, núi Ngũ Hành Sơn, bán đảo Sơn Trà, các sân golf 5 sao, và phố cổ Hội An. Có những điểm xây dựng bỏ hoang không hấp dẫn.

Thị trường

- Thị trường nội địa rất mạnh, đặc biệt là kỳ nghỉ gia đình từ Hà Nội và thành phố HCM, cũng như các nhóm tự tổ chức, đặc biệt là các nhóm công ty (du lịch khuyến thưởng). Thị trường đáng kể khách du lịch quốc tế cao cấp nghỉ trong các khu nghỉ dưỡng 5 sao ở phía Nam của bãi biển. Đặc biệt, điểm đến này được các thị trường Úc, Nga, Đông Bắc Á, Bắc Mỹ quan tâm nhiều nhất.

Khả năng thương mại

- Khu vực tư nhân tham gia mức độ cao thể hiện rõ nhất qua số lượng tăng lên nhanh chóng các khách sạn và nhà hàng bên cạnh bãi biển.
- Khu vực bãi biển được ưu tiên theo quy hoạch tổng thể thành phố Đà Nẵng đến 2030, tầm nhìn 2050, với việc chú trọng vào thúc đẩy tăng trưởng, đặt trọng tâm vào các khu nghỉ dưỡng, khách sạn, villa, công viên, nhà hàng và khu vực vui chơi giải trí. Điều này đã tích cực dẫn đến sự đầu tư của khu vực tư nhân.
- Các bãi biển có cơ sở hạ tầng tốt hỗ trợ và đang không ngừng cải thiện như đường xá, không gian xanh, diện tích đỗ xe, nhà vệ sinh, dịch vụ quản lý rác thải, vv... Thiếu sót trong việc cung cấp các dịch vụ đơn giản/cơ bản như các cửa hàng bán đồ ăn nhẹ để phục vụ những người đi ra bãi biển (hầu hết các nhà hàng, quán bar, khách sạn). Các dòng nước mạnh có thể khiến việc bơi đôi khi nguy hiểm.

Tính bền vững

- Một số vấn đề về đông đúc, giao thông, tiếng ồn và xả rác bừa bãi, đặc biệt vào sáng sớm và chiều muộn. Các khu nghỉ dưỡng hạn chế khách du lịch giải trí cũng như những ngư dân tiếp cận công cộng tới các bãi biển, tạo ra số lượng đông người hơn ở các khu vực bãi biển công cộng. Các rào chắn tự nhiên ở bờ biển (các đụn cát, cây đước/cây cối/bụi rậm) đã được giải tỏa để phát triển nhưng lại gia tăng ảnh hưởng của thiên nhiên như bão lụt.

Các lợi ích của địa phương

- Sự tham gia và lợi ích của cộng đồng địa phương chủ yếu thông qua việc làm và thu nhập phát sinh từ công việc trong các khách sạn, nhà hàng và quán cà phê dọc bãi biển.

Phát triển nguồn nhân lực

- Cần có các khóa đào tạo về nhân viên tiếp đón trong các nhà hàng, khách sạn vv... dọc bãi biển, đặc biệt trong lĩnh vực dịch vụ khách hàng, phục vụ ăn uống và kỹ năng nói tiếng Anh.

Bảo tàng Chăm

Tóm tắt

Nằm ở thành phố Đà Nẵng, bảo tàng Chăm có bộ sưu tập lớn nhất các bức tượng và tác phẩm nghệ thuật Chăm trên thế giới. Nằm trong một tòa nhà thú vị từ thời Pháp thuộc, bảo tàng này chứa hơn 300 hiện vật thờ cúng, linga, garuda, apsara, Ganesha và các hình ảnh văn hóa Chăm.



Vị trí

Thành phố Đà Nẵng

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Có khả năng tiếp cận cao đối với tất cả mọi loại phương tiện, cách sân bay/trung tâm Đà Nẵng khoảng 4 km (5 phút) và cách Hội An 30 km. Nơi đỗ xe tốt.
- Bảo tàng là điểm du lịch chính có đến 500 hiện vật từ các đền Chăm và các điểm thờ cúng từ khoảng thế kỷ 4-15 bao gồm các bực, tường chứa, các động vật linh thiêng và các biểu tượng, các kiến trúc trang trí. Sử dụng hạn chế các phương tiện truyền thông điện tử hoặc các trình chiếu có tính tương tác.
- Tour thăm bảo tàng tiêu chuẩn chỉ cung cấp cho tối thiểu 5 khách. Các tour nghe bằng nhiều ngoại ngữ nhưng bộ tài nghe có số lượng hạn chế vào những lúc cao điểm. Hạn chế các tài liệu in/bảng giải thích. Trình diễn các điệu múa Chăm/Apsara theo yêu cầu.
- Có các quán bán đồ uống đơn giản tại chỗ (do Sở VH-TTDL điều hành). Không có đồ ăn/thức ăn nhẹ. Không khiến khách ở lại lâu hơn. Cửa hàng bán quà lưu niệm giá rẻ bán các sản phẩm gắn liền với văn hóa Chăm. Có nhà vệ sinh tại chỗ.

Đặc điểm

- Bảo tàng có độ chân thực cao. Các bộ sưu tập có giá trị và quý hiếm. Được cho là bộ sưu tập các hiện vật Chăm lớn nhất trên thế giới. Sản phẩm chín muồi (hoạt động 100 năm). Được đưa vào chương trình tour của hầu hết các khách du lịch đến Đà Nẵng lần đầu. Sẽ cần đầu tư để hiện đại hóa các dịch vụ và phương tiện vật chất để đảm bảo số lượng khách tham quan liên tục và/hoặc đảm bảo sự tăng trưởng liên tục.
- Tòa nhà thú vị thời Pháp thuộc nhưng cần được sửa chữa/bảo dưỡng để giữ tiêu chuẩn quốc tế. Một số hiện vật bị hư hỏng từ lớp xi măng cho đến các bức tường. Sử dụng tốt các phòng để trưng bày các hiện vật đến từ các vùng khác nhau và trong các giai đoạn khác nhau.
- Có sự liên kết văn hóa với Mỹ Sơn, nhưng không liên kết hệ thống bán vé. Các hoạt động và tham quan tại chỗ rất hạn chế (ví dụ thuyết trình, trình bày, biểu diễn theo lịch trình vv...), nhưng có nhiều điểm tham quan khác xung quanh Đà Nẵng và Hội An.

Thị trường

- Thị trường quốc tế chủ yếu tốt, đặc biệt các thị trường Úc, Châu Âu và Bắc Mỹ. Các thị trường đang lớn mạnh là Nhật, Hàn Quốc và Singapore

- Thị trường nội địa tương đối nhỏ hơn (khoảng 30%) hầu hết từ Hà Nội và thành phố HCM, nhưng có sức hấp dẫn đối với khách du lịch lần đầu tiên đến khu vực.

Khả năng thương mại

- Ban Quản lý Bảo tàng Chăm (thuộc Sở VH-TTDL Đà Nẵng) quản lý về mặt chiến lược. Có kế hoạch chiến lược dài hạn.
- Sự tham gia hạn chế của khu vực tư nhân. Phần lớn là các đại lý lữ hành đưa vào trong các tour trọn gói (tour tham quan thành phố Đà Nẵng, tour di sản cổ điển). Một nhóm biểu diễn văn hóa được thuê để biểu diễn theo yêu cầu. Một vài người bán dạo trên phố bán bản đồ và quà lưu niệm ở bên ngoài.
- Cơ quan chính quyền đã thành lập một hệ thống tốt để hỗ trợ các nhóm du lịch (không dùng tiền mặt, đỗ xe miễn phí, miễn phí cho trường nhóm tour) tuy nhiên không có mức giá đặc biệt cho đặt chỗ theo nhóm.

Tính bền vững

- Không có mối lo ngại lớn đến sự bền vững do điểm du lịch này nằm trong thành phố mặc dù các nguồn kinh phí từ Chính Phủ chỉ có thể giới hạn trong việc cải tạo và phát triển. Một số trường hợp (hạn chế) khách du lịch sờ vào hiện vật sẽ gây ra sự hỏng hóc về lâu dài.

Các lợi ích của địa phương

- Sự tham gia của cộng đồng địa phương rất ít hoặc không có và lợi ích - chỉ thông qua sử dụng nhân viên trong các vị trí hành chính, bán hàng hoặc thuyết minh du lịch. Một số lợi ích của các doanh nghiệp từ việc bán bản đồ bên ngoài. Không có các chương trình chính thức hỗ trợ người dân địa phương như cư dân địa phương, người nghèo, các dân tộc thiểu số, trẻ em vv...

Phát triển nguồn nhân lực

- Cơ quan chính quyền cung cấp đủ nguồn nhân lực để quản lý điểm du lịch này. Các thuyết minh viên du lịch tại điểm có tính chuyên nghiệp và có kiến thức và kỹ năng thuyết minh tốt, tuy nhiên có nhu cầu cao đối với những thuyết minh viên nói các ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Nga, tiếng Hàn, tiếng Nhật và tiếng Đức.
- Nhóm biểu diễn có tính chuyên nghiệp cao, không cần đào tạo.

Bãi biển Cửa Đại & An Bàng

Tóm tắt

Bãi biển Cửa Đại là một trong những điểm có khu nghỉ dưỡng/khách sạn trên bờ biển đầu tiên của khu vực. Tuy nhiên, sự xói mòn bờ biển là mối đe dọa thường xuyên và đòi hỏi sự quản lý liên tục. Ở phía Bắc là bãi biển mới, bãi biển Cửa Đại. Với các môn thể thao lướt ván buồm, chèo thuyền kayak và mô tô nước, các nhà hàng và quán bar trên bãi biển ở phía Nam, các khu nghỉ dưỡng 5 sao ở phía Bắc, bãi biển này có thể đáp ứng tất cả mọi người.



Vị trí

Xã Cẩm An và Cửa Đại, thành phố Hội An, tỉnh Quảng Nam

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Có khả năng tiếp cận cao đối với mọi loại phương tiện, cách sân bay Đà Nẵng/trung tâm Đà Nẵng khoảng 30 km (khoảng 35 phút) và cách trung tâm Hội An 8 km. Nơi đỗ xe vào Cửa Đại nằm trong khu nghỉ dưỡng (cho khách). Chỉ có diện tích đỗ xe nhỏ cho bãi biển An Bàng.
- Sức hấp dẫn chính là những bãi biển cát trắng nằm dọc theo bờ biển. An Bàng là bãi biển công cộng và Cửa Đại chỉ giới hạn cho khách ở trong các khu nghỉ dưỡng liền kề. Các rêu đất tự nhiên nhỏ nằm sau bãi biển gồm cỏ và cây.
- Khách du lịch hầu hết tham gia các hoạt động như thư giãn trên bãi biển, bơi, câu cá, thưởng thức hải sản trên bãi biển. Các môn thể thao mô tô nước, dù lượn cũng sẵn sàng phục vụ công chúng. Khách du lịch đến các bãi biển cũng có thể thưởng thức mát xa và spa gần bãi biển.
- Cả hai bãi biển nói chung đều chỉ phục vụ các khu nghỉ dưỡng 4-5 sao dọc bãi biển và các khách sạn 1-2 sao nằm sâu trong đất liền. Có nhiều nhà hàng địa phương (hầu hết là hải sản). Phòng tắm, phòng thay đồ, nhà vệ sinh vv... đều có trong các nhà hàng, khu nghỉ dưỡng và cả ở các cơ sở công cộng. Hạn chế cung cấp các dịch vụ cứu hộ bên ngoài các khu nghỉ dưỡng.

Đặc điểm

- Các bãi biển có tính thiên nhiên nhiều hơn so với nhiều bãi biển gần các khu đô thị. Tuy nhiên, hơn một nửa bãi biển Cửa Đại chịu ảnh hưởng nặng nề của xói mòn, làm giảm diện tích bãi biển. Các hàng rào ngăn chặn xói mòn cũng làm giảm đi sức hấp dẫn.
- Cửa Đại là bãi biển đã chín muồi có thời gian khoảng 15 năm. An Bàng chỉ hoạt động du lịch khoảng 10 năm. Đối với hầu hết khách du lịch quốc tế, các bãi biển này là sản phẩm hỗ trợ cho Hội An (ngoại trừ một số khách du lịch nghỉ dưỡng biển cao cấp). Đối với người dân địa phương ở Hội An, các bãi biển này là sản phẩm hàng đầu.
- Các hoạt động và dịch vụ ở mức độ trung bình. Tập trung chủ yếu vào phân khúc trên và phân khúc dưới của thị trường. Các nhà hàng và quán cà phê còn hạn chế vì mức thu nhập trung bình.

Các nhà hàng bên bãi biển An Bàng còn đơn giản và cần cải thiện. Các cơ hội mua sắm hạn chế hoặc không có.

Thị trường

Khoảng 50% khách du lịch đến các bãi biển này là khách du lịch nội địa. Ngoài những người dân địa phương sử dụng các bãi biển này để vui chơi vào các buổi sáng và buổi chiều, các bãi biển này còn đón nhận khách du lịch nghỉ dưỡng từ Hà Nội và thành phố HCM (mùa cao điểm từ tháng 5-9). Thị trường này đang tăng trưởng, nhưng không mạnh mẽ.

- Khoảng 50% khách du lịch còn lại là khách du lịch nghỉ dưỡng quốc tế thường ở lại một đêm hay nhiều hơn và thường từ các thị trường Mỹ, Châu Âu và Úc (mùa cao điểm từ tháng 10 đến tháng 4). Thị trường này không tăng trưởng mạnh mẽ. Thị trường tăng trưởng mạnh mẽ hơn là các thị trường khách du lịch Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, Singapore, Malaysia và Hồng Kông (du lịch quanh năm)

Khả năng thương mại

- Các bãi biển này được ưu tiên trong Quy hoạch Tổng thể Phát triển Du lịch tỉnh Quảng Nam để tạo niềm tin cho các nhà đầu tư.
- Khu vực tư nhân đầu tư rất tốt cho đến nay, thể hiện cụ thể bằng sự phát triển của nhiều khu nghỉ dưỡng và khách sạn cao cấp. Hàng chục nhà hàng và quán cà phê của địa phương cũng có hoạt động kinh doanh khá tốt dọc theo bãi biển.
- Chính quyền đang trong quá trình xây dựng giải pháp dài hạn để giải quyết vấn đề xói mòn bãi biển – vấn đề lớn nhất đối với khu vực tư nhân. Tuy nhiên, cần phải hành động nhanh chóng, dứt khoát và phù hợp để tạo niềm tin.
- Các kế hoạch mở cửa các bãi biển phía Nam Hội An để phát triển có thể thu hút đầu tư khỏi Cửa Đại và An Bàng và tạo ra các thách thức dài hạn cho các bãi biển này, đặc biệt nếu vấn đề xói mòn không được giải quyết.

Tính bền vững

- Ngoài vấn đề đáng kể về xói mòn bãi biển, các thách thức khác là quản lý chất thải – cả chất

	<p>thải rắn (rác thải) trước hết là xung quanh khu vực công cộng, cũng như duy trì chất lượng nước của vùng biển tiếp giáp với bãi biển tránh việc xả nước thải (cống) ra biển. Khu vực bãi biển công cộng cũng đông đúc vào lúc cao điểm trong ngày/mùa, thường có số lượng nhân viên cứu hộ hạn chế.</p> <p><u>Các lợi ích của địa phương</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Cộng đồng tham gia du lịch tại điểm đến này ở mức độ cao, đặc biệt thông qua hoạt động và/hoặc sử dụng lao động trong các khu nghỉ dưỡng, khách sạn, nhà hàng, quán cà phê và bán hàng lưu niệm. <p><u>Phát triển nguồn nhân lực</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Cần có nhiều nhân viên cứu hộ hơn, và số nhân viên cứu hộ hiện nay có thể tham dự các khóa đào tạo chuyên sâu để tăng cường các kỹ năng cứu hộ và sơ cứu. Các nhà hàng dọc theo bãi biển An Bàng có thể được tham dự các khóa đào tạo kỹ năng phục vụ ăn uống, quản lý doanh nghiệp nhỏ và phục vụ khách hàng.
--	--

Làng Cầu Thanh Toàn

Tóm tắt

Cách thành phố Huế 8 km là làng Thanh Toàn yên bình, một trong hai nơi có cây cầu có mái che còn lại ở Việt Nam. Với xe đạp là hình thức đi lại phổ biến để tới ngôi làng này, khách du lịch cũng có thể thưởng thức khung cảnh những cánh đồng xanh hấp dẫn, chợ quê và đền chùa địa phương. Các hoạt động hấp dẫn khác gồm thăm Bảo tàng Nông nghiệp và giao tiếp với người dân địa phương.



Vị trí

Xã Thụy Thanh, huyện Hương Thủy, Thừa Thiên Huế

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Khả năng tiếp cận dễ dàng đối với mọi loại phương tiện (taxi, xe đạp, xe máy vv...), cách trung tâm Huế khoảng 7km. Tuy nhiên, con đường nối từ đường chính vào làng trong điều kiện xấu (không phù hợp cho xe ô tô cỡ lớn), vì thế có thể cần đi bộ một đoạn ngắn từ đường chính. Nơi đỗ xe không ở các phố ngang còn hạn chế.
- Điểm tham quan chính là cây cầu lịch sử được xây dựng vào thế kỷ 18 dưới triều vua Lê Hiển Tông. Cây cầu này đã duy trì từ đó và hiện nay còn khá tốt.
- Các hoạt động chính là đi bộ trên cầu và thăm Bảo tàng nông nghiệp gần đó. Nhiều công ty điều hành tour đã quảng bá việc tham quan làng bằng xe đạp từ Huế do tuyến đường này đi qua các vùng quê đẹp. Điều này bổ sung đáng kể vào trải nghiệm chung nếu không sẽ tương đối hạn chế. Một số tour cũng bao gồm đi thuyền trên kênh, tham quan đền Tôn Thất Thuyết gần đây, tham quan nông trại để tìm hiểu về việc trồng lúa, tham quan nhà sản xuất rượu gạo và ăn trưa với một gia đình ở địa phương.
- Các dịch vụ rất hạn chế trong làng. Có một chợ nhỏ họp theo phiên, bán các sản phẩm đặc thù và thức ăn nhẹ. Không có cơ sở lưu trú nào và chỉ có các quán cà phê cơ bản của địa phương.

Đặc điểm

- Điểm đến vẫn còn rất chưa phát triển. Cây cầu có mái che rất chân thực (di sản quốc gia) và là một trong hai cây cầu như vậy ở khu vực Duyên hải miền Trung. Điều kiện hợp lý nhưng có thể cần được sửa chữa/bảo dưỡng. Không có các khoản lệ phí để giúp tạo ra ngân quỹ cho công tác bảo dưỡng. Không có bảng giải thích hoặc dịch vụ thuyết minh tại chỗ có tổ chức. Bảo tàng nông nghiệp mang tính cơ bản và cần có bảng giải thích tốt hơn. Thị trường không hấp dẫn và không đặc biệt. Các hoạt động trong làng rất hạn chế đòi hỏi các công ty điều hành tour xây dựng trọn gói các hoạt động trên đường/khi trở về. Thị trấn/làng trong khung cảnh đồng quê tươi đẹp nhưng không độc đáo.

Thị trường

- Hấp dẫn nhất đối với thị trường quốc tế, đặc biệt

khách du lịch ba lô và những người yêu văn hóa. Số lượng tương đối thấp so với tổng lượng khách du lịch quốc tế đến Thừa Thiên Huế. Thị trường đến Cầu Thanh Toàn không tăng trưởng một cách đáng kể.

- Cũng có một lượng khách du lịch nào đó từ thị trường nội địa, đặc biệt là khách du lịch từ Hà Nội và TP HCM.

Khả năng thương mại

- Cầu Thanh Toàn được Sở VH-TTDL Thừa Thiên Huế xác định là một trong các điểm du lịch cộng đồng ưu tiên của tỉnh, điều này tạo ra môi trường thuận lợi cho các nhà đầu tư tiềm năng. Ở cấp địa phương, cũng có một số tổ chức cộng đồng vì sự phát triển của du lịch và một số tổ chức phi chính phủ cung cấp các khóa đào tạo về du lịch cho các thành viên cộng đồng.
- Cho đến nay khu vực tư nhân quan tâm rất hạn chế đối với việc đầu tư vào điểm đến, điều này thể hiện khả năng thương mại hạn chế của điểm đến trong điều kiện hiện nay.
- Sự tham gia phần lớn giới hạn trong các công ty điều hành tour nằm ở Huế. Một lượng nhỏ thành viên cộng đồng bán quà lưu niệm, thức ăn nhẹ và các sản phẩm khác cho du khách tại một chợ nhỏ.

Tính bền vững

- Do số lượng hạn chế của du khách nên không có mối quan tâm đáng kể trong phát triển bền vững các điểm liên quan đến du lịch. Nói chung, cộng đồng đã làm được một công việc tốt là duy trì cây cầu theo thời gian mặc dù vẫn còn cần cải tiến hơn nữa. Lợi ích kinh tế chưa được nắm bắt thông qua việc tính phí vào làng hoặc cầu.

Các lợi ích của địa phương

- Hiện nay có rất ít hoặc chưa có sự tham gia của cộng đồng địa phương và lợi ích từ du lịch trong làng. Một vài gia đình được hưởng lợi từ các chuyến thăm trang trại và cung cấp các bữa ăn trưa cho các nhóm tour. Người bán hàng ở chợ địa phương có thu nhập rất khiêm tốn từ việc bán sản phẩm cho khách. Có một vài người dân địa phương làm việc trong Bảo tàng nông nghiệp.

Phát triển nguồn nhân lực

	<ul style="list-style-type: none"> • Hiện nay điểm đến có lượng du khách không cao khiến du lịch trở thành ngành không được ưu tiên, và những người lao động trong ngành Du lịch thường thiếu văn bằng chính quy. • Người dân cộng đồng địa phương có thể tham dự các khóa đào tạo kỹ năng doanh nghiệp nhỏ, phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng, kỹ năng tiếp đón khách, các dịch vụ địa phương, vv...
--	---

Cù lao Chàm

Tóm tắt

Nằm ngoài khơi cách Hội An 18 km, cù lao Chàm bao gồm 8 hòn đảo, với hòn đảo lớn nhất có dân số khoảng 3.000 dân; phần lớn sống bằng nghề đánh cá. Cù lao Chàm là tour đi du lịch trong ngày phổ biến từ Hội An, và được chú ý vì các cơ hội lặn biển/lặn bằng ống thở tốt. Du khách tới cù lao Chàm cũng có thể thưởng thức những bữa trưa hải sản ngon, đi đánh cá, xem các sản phẩm thủ công truyền thống và tham quan các ngôi làng và chợ địa phương.



Vị trí

Xã Tân Hiệp, thành phố Hội An, tỉnh Quảng Nam

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Cù lao ven biển có khả năng tiếp cận cao. Đi khoảng 25 phút bằng tàu cao tốc từ Cửa Đại hoặc 1,5 tiếng bằng tàu địa phương. Có thể khó tiếp cận trong mùa mưa (từ tháng 10 đến tháng 1/2) do sóng lớn.
- Gồm 8 hòn đảo nhỏ, hình thành nên một phần của Khu dự trữ sinh quyển biển Cù Lao Chàm của UNESCO.
- Điểm du lịch chính là hòn đảo chính (có dân cư sinh sống). Các hoạt động chính đối với hầu hết khách du lịch là thư giãn trên bờ biển, đi bơi, lặn bằng ống thở hoặc lặn biển ở các rạn san hô gần đây. Các hoạt động phổ biến khác bao gồm trải nghiệm cuộc sống địa phương (tham quan đền chùa, chợ địa phương, làng đánh cá), câu cá và thưởng thức hải sản địa phương.
- Các dịch vụ mức cơ bản tại các nhà hàng địa phương và các quán cà phê, các cửa hàng tạp hóa, một số cơ sở lưu trú homestay cơ bản, một vài nhà khách/khách sạn mini, cửa hàng bán quà lưu niệm, các cửa hàng đặc sản, một số dịch vụ xe ôm, vv...

Đặc điểm

- Là một điểm đến du lịch, cù lao Chàm được mở cửa hơn 15 năm. Được phát triển hợp lý để hỗ trợ dân cư địa phương. Tuy nhiên, do mùa mưa kéo dài, mức độ dịch vụ du lịch còn tương đối trì trệ.
- Mặc dù không có mạng lưới đường mòn đi bộ tốt, các dịch vụ du lịch vẫn phát triển tốt trên cù lao và du khách dễ dàng tổ chức các hoạt động như câu cá, đi đến các bãi biển khác, xem tổ yến, tham quan chùa chiền, vv...
- Hòn đảo chính tương đối độc đáo ở Việt Nam do đây là một trong số ít đảo có người dân sinh sống, có lịch sử đánh bắt cá và văn hóa thú vị có thể kể được.
- Hòn đảo chính có 2 làng đánh cá (hầu hết là nhà bê tông hiện đại). Diện tích còn lại của đảo (khoảng 90%) vẫn là rừng nguyên sinh. Có khoảng 10 bãi biển mặc dù hầu hết hiện nay được sở hữu tư nhân và chỉ tiếp cận được thông qua tour du lịch.

Thị trường

- Thị trường chính (khoảng 80%) là khách du lịch nội địa từ Hà Nội và thành phố HCM lưu trú tại Đà Nẵng và Hội An và tham quan cù lao theo hành trình đi trong ngày. Thị trường này vẫn đang phát triển nhưng không mạnh như mấy năm qua.
- Mặc dù khá nhỏ nhưng cù lao này vẫn có sức hấp dẫn đối với khách du lịch quốc tế, đặc biệt từ Trung Quốc và Hàn Quốc, cũng như khách du lịch quốc tế ba lô. Thị trường quốc tế đang tăng trưởng mạnh mẽ.
- Thị trường ngách nhỏ khách lặn biển quốc tế chủ yếu đến từ Mỹ, Châu Âu và Úc. Thị trường này không phát triển mạnh mẽ (và có tiềm năng suy giảm với sự đi lên của các điểm du lịch lặn biển khác mạnh hơn).

Khả năng thương mại

- Du lịch được quy hoạch và quản lý tốt dưới sự lãnh đạo của Ban Quản lý Khu bảo tồn biển Cù Lao Chàm và Phòng Văn hóa Du lịch Hội An.
- Chính phủ đưa ra các ưu đãi và các chính sách nhằm khuyến khích đầu tư của khu vực tư nhân nhưng khu vực tư nhân chưa đầu tư nhiều vào lĩnh vực du lịch, chủ yếu là do mùa mưa kéo dài và các thách thức trong việc phát triển các cơ sở hạ tầng cần thiết như đường xá.
- Sự tham gia của khu vực tư nhân chủ yếu là điều hành các tour du lịch từ Hội An. Khu vực tư nhân cũng tham gia nhiều vào hoạt động nhà hàng do hầu hết khách du lịch tham gia các chuyến đi du lịch trong ngày.

Tính bền vững

- Cù lao chính đang chịu áp lực về công suất do dân số trên đảo lớn và số lượng lớn khách du lịch trong mùa cao điểm. Các tác động chính bao gồm làm hỏng các rạn san hô, tình trạng đông đúc trên bãi biển, các thách thức về quản lý chất thải.

Các lợi ích của địa phương

- Được tham gia và hưởng lợi về việc làm và thu nhập từ hoạt động/tuyển dụng của các doanh nghiệp (nhà hàng/quán cà phê, nhà khách, cửa

	<p>hàng bán đồ lưu niệm, cửa hàng bán các sản phẩm của địa phương, làm trang trại, cho thuê xe đạp/xe máy và các chuyến du lịch bằng tàu ở địa phương vv...). Đảm bảo sự cân bằng có hiệu quả giữa các nhà đầu tư bên ngoài và giữ lại các cơ hội cho cộng đồng địa phương đang là thách thức.</p> <p><u>Phát triển nguồn nhân lực</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nguồn nhân lực tương đối hạn chế để quản lý quy hoạch và phát triển chiến lược cù lao Chàm. Có thể tổ chức các khóa đào tạo như quản lý du lịch, bảo vệ môi trường, phát triển bền vững và quản lý sức chứa. • Các doanh nghiệp: đào tạo nhân viên làm việc trên tàu lặn biển chuyên nghiệp/an toàn, đào tạo các thuyết minh viên du lịch tại điểm địa phương, đào tạo nhân viên phục vụ bàn về kỹ năng phục vụ khách hàng và vệ sinh, đào tạo các kỹ năng lễ tân và phục vụ buồng. • Cộng đồng: người dân địa phương nói chung không có khả năng đạt được trình độ giáo dục cao vì không có các trường trung cấp hoặc cao đẳng/đại học trên cù lao và chi phí gửi họ ra Hội An rất cao.
--	---

Bãi biển Lăng Cô

Tóm tắt

Là điểm nghỉ chân ban ngày tốt trên quốc lộ số 1, nằm giữa Huế và Đà Nẵng/Hội An, bãi biển Lăng Cô là một dải cát trải rộng thú vị để bạn vui những ngón chân vào cát và nghỉ ngơi. Nằm ở điểm cuối phía Bắc đèo Hải Vân, bãi biển Lăng Cô bắt đầu từ phía cuối những ngọn núi. Đằng sau dải bãi biển trải dài là một đầm phá lớn.



Vị trí

Huyện Phú Lộc, tỉnh Thừa Thiên Huế

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Có khả năng tiếp cận cao bằng đường bộ (cách thành phố Đà Nẵng khoảng 30 km, cách thành phố Huế khoảng 70 km). Có 2 cách đi đến Lăng Cô từ Đà Nẵng: đi qua đèo Hải Vân với phong cảnh tráng lệ nhưng đường hơi dốc hoặc đi qua đường hầm Hải Vân.
- Điểm du lịch chính có chất lượng rất cao về môi trường thiên nhiên kết hợp với khung cảnh/vị trí tuyệt đẹp (ngắm cảnh các bãi biển, đại dương, đầm phá, các khu rừng nhiệt đới trên núi trong đất liền, làng địa phương). Đi vào theo tuyến đường ô tô ven biển có khung cảnh cơ bản.
- Một loạt các điểm du lịch và hoạt động hỗ trợ một cách hợp lý, đáng chú ý nhất là những bãi biển để bơi, lặn bằng ống thở, dã ngoại và câu cá (Lăng Cô, Cảnh Dương, Chân Mây), các đụn cát đẹp, và cảnh quan rất đẹp với đèo Hải Vân và đầm Phú Lộc. Khu vực này cũng nổi tiếng về hải sản tươi sống.
- Hàng loạt các dịch vụ phục vụ cơ bản bao gồm các cơ sở nổi tiếng của Bayan Tree (khu nghỉ dưỡng Laguna, khu nghỉ dưỡng Angsana) và nhiều khách sạn địa phương từ 1-4 sao. Số lượng hợp lý các nhà hàng hải sản và quán cà phê địa phương. Có một số quán bán đồ ăn nhẹ và quà lưu niệm cơ bản. Không có trung tâm tiếp đón/thuyết minh.

Đặc điểm

- Sản phẩm khu vực Lăng Cô - Bạch Mã - Cảnh Dương mang tính biểu tượng, tiên phong (hàng đầu). Rất độc đáo với việc kết hợp các bãi biển, đụn cát, núi, đèo và đầm phá. Khu vực thiên nhiên trong điều kiện tốt (lợi ích từ việc bảo tồn).
- Nhiều điểm tham quan và các hoạt động (bơi, lặn bằng ống thở, trượt cát, dã ngoại, câu cá vv...) gia tăng thêm mức độ sâu sắc của các trải nghiệm, nhưng vẫn còn khả năng để cải thiện và nâng cao đáng kể.
- Mang tính mùa vụ cao với mùa mưa từ tháng 10 đến tháng 2. Khu vực này yên tĩnh mặc dù trong mùa cao điểm. Thời gian đông khách nhất từ tháng 5 đến cuối tháng 8 với số lượng khách du lịch nội địa kín hết công suất.

Thị trường

- Hấp dẫn đối với du khách vì là điểm nghỉ chân giữa Huế và Đà Nẵng/Hội An (và ngược lại), thị trường nghỉ cuối tuần (thành phố Đà Nẵng, Quảng Nam và Thừa Thiên Huế) và thị trường nghỉ dưỡng cùng gia đình từ Hà Nội và thành phố HCM.

Khả năng thương mại

- Một tầm nhìn chiến lược toàn diện được xây dựng hoặc định sự phát triển cho Lăng Cô (các hoạt động dựa vào đất và nước, cơ sở hạ tầng vv...), tuy nhiên hiện nay chỉ có một vài dự án được triển khai (các khu nghỉ dưỡng Laguna và Angsana), một số dự án còn lại vẫn còn là đất trống.
- Khu vực tư nhân biểu hiện quan tâm tích cực với các khu nghỉ dưỡng tiêu chuẩn quốc tế của Bayan Tree đã đi vào hoạt động. Với thiên nhiên xung quanh được bảo tồn, sự quan tâm của các nhà đầu tư đối với phát triển các dự án du lịch khác dựa vào thiên nhiên có dấu hiệu tốt.
- Là điểm nghỉ chân nổi tiếng trên đường quốc lộ số 1 (đặc biệt từ Huế đến Đà Nẵng/ Hội An và ngược lại), người dân địa phương và các doanh nghiệp có thể có được lợi nhuận từ các nhà hàng hải sản, quán cà phê, cửa hàng đồ lưu niệm vv...

Tính bền vững

- Kinh tế: tốt cho cộng đồng vì họ có thể kiếm sống bằng việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ cho ngành du lịch (khách sạn, khu nghỉ dưỡng, nhà hàng, quán cà phê, hàng lưu niệm vv...)
- Văn hóa-xã hội: tương đối không bị tác động tiêu cực của du lịch với cộng đồng chủ yếu là những người theo đạo thiên chúa giáo chuyển từ miền Bắc Việt Nam vào ở trong làng này từ năm 1954.
- Môi trường: môi trường thiên nhiên được bảo tồn tốt một cách hợp lý, có một vài sự ô nhiễm trong đầm phá do các trang trại cá.

Các lợi ích của địa phương

- Các lợi ích tốt cho cộng đồng địa phương về việc làm trong các khách sạn và khu nghỉ dưỡng cũng như nhờ hoạt động của nhiều nhà hàng hải sản địa phương và các doanh nghiệp tổng hợp, các quán bán đồ ăn nhẹ và quán bán quà lưu niệm.

Phát triển nguồn nhân lực

- Các doanh nghiệp và thành viên cộng đồng địa phương có thể tham dự các khóa đào tạo về phát triển sản phẩm, phục vụ khách hàng, kỹ năng tiếng Anh và phục vụ ăn uống.
- Các cơ quan địa phương có thể tham dự các khóa đào tạo về quản lý khu bảo tồn, giám sát và đánh giá, xây dựng kế hoạch đồng quản lý cộng đồng

Các điện và lăng tẩm bên dòng sông Hương

Tóm tắt

Là trung tâm địa lý và tinh thần của triều đại nhà Nguyễn, không có gì đáng ngạc nhiên khi biết rằng các khu vực xung quanh là nơi có rất nhiều chùa chiền và lăng tẩm, rất nhiều trong số đó nằm gần sông Hương. Đáng chú ý nhất bao gồm Chùa Thiên Mụ, lăng Minh Mạng, lăng Khải Định, lăng Tự Đức và lăng Gia Long.



Vị trí

Thành phố Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Khả năng tiếp cận tốt từ thành phố Huế, khoảng 6 km bằng đường bộ tới các điện và lăng tẩm gần nhất, chùa Thiên Mụ, và 13 km đến nơi xa nhất, lăng Minh Mạng. Nhiều du thuyền sẵn sàng để đi tới các điểm tham quan từ thành phố Huế.
- Điểm tham quan chính và phổ biến nhất được cho là chùa Thiên Mụ, khoảng cách từ chùa Thiên Mụ tới Huế rất gần có thể hỗ trợ cho điều này. Các lăng tẩm được giữ gìn tốt và đã được khôi phục trong thời gian qua.
- Hoạt động chính là đi bộ xung quanh lăng tẩm và điện để thưởng thức công trình được trang trí lộng lẫy và tỷ mỉ và tìm hiểu về lịch sử và đời sống tinh thần của Việt Nam. Phần chính của trải nghiệm là đến các điểm du lịch có thể bằng ô tô hoặc xe đạp xuyên qua những vùng thôn quê đẹp, hoặc bằng thuyền trên sông Hương. Các tour đi thuyền thường bao gồm ăn trưa.
- Các dịch vụ hỗ trợ bao gồm các cửa hàng đồ lưu niệm, cửa hàng bán sản phẩm thờ cúng và các quầy bán đồ ăn nhẹ cơ bản xung quanh lối vào điểm du lịch. Do khu vực này gần với Huế nên có ít hoặc không có các cơ sở lưu trú hoặc nhà hàng tại các điểm du lịch khác nhau.

Đặc điểm

- Tất cả các điểm du lịch đều có tính chân thực và độc đáo cao ở Việt Nam, là những ví dụ tuyệt vời về các giai đoạn triều đại trong lịch sử Việt Nam. Các điểm du lịch đã được khôi phục một cách thận trọng và hiện trong điều kiện tốt. Mỗi lăng/điện phản ánh phong cách cá nhân và tính cách của mỗi vị vua mà lăng/điện được xây cho họ.
- Quần thể điện và lăng tẩm là điểm đến du lịch lâu đời và hầu như tất cả khách du lịch đến Huế đều tham quan điểm du lịch này ít nhất một lần.
- Có ít hoạt động và điểm du lịch hỗ trợ đã được xây dựng tại các điểm này về các vị vua trước đây và tầm quan trọng lịch sử và tinh thần của các điểm du lịch này (chỉ có một chùa giới thiệu các chương trình biểu diễn văn hóa theo lịch trình). Tuy nhiên, các hoạt động và các điểm tham quan phụ trợ bên ngoài các đền chùa cũng ở mức tối thiểu, làm hạn chế các trải nghiệm chung của du khách (ví dụ các tour du thuyền nói chung đơn giản, thuyết minh hạn chế, không có các nhà hàng/quán cà phê tốt dọc đường vv...)

Thị trường

- Có sức hấp dẫn cao đối với tất cả khách du lịch quốc tế tới Huế, và nói chung được đưa vào tất cả các chương trình tour cổ điển.
- Có sức hấp dẫn cao đối với thị trường nội địa, đặc biệt là khách du lịch từ Hà Nội và thành phố HCM do tầm quan trọng lịch sử và tinh thần to lớn của các điểm này.

Khả năng thương mại

- Việc bảo vệ và quảng bá quần thể lăng tẩm và điện được ưu tiên ở cấp quốc gia và cấp tỉnh, với cơ chế quy hoạch và quản lý tốt mang tính chiến lược (các kế hoạch, chiến lược vv...), điều này mang lại các cơ sở tốt cho sự tham gia của khu vực tư nhân.
- Có sự tham gia tích cực của khu vực tư nhân vào hoạt động của các tour bằng xe buýt, bằng thuyền và bằng xe đạp đến các quần thể di tích, mặc dù cần phải tăng cường các quy định/kiểm soát để đảm bảo chất lượng các tour và các trải nghiệm hài lòng du khách hơn nữa vì nó có thể tác động tiêu cực đến uy tín của toàn bộ điểm đến và trải nghiệm đối với tất cả các đối tác.

Tính bền vững

- Một số vấn đề về tình trạng đông đúc trong mùa cao điểm. Mùa mưa có thể gây ngập sông Hương khiến các tour du thuyền kém an toàn hơn. Một số điểm du lịch cũng có thể bị ngập. Nói chung, quản lý rác thải tốt và khách du lịch thể hiện thái độ tôn trọng đúng đắn tại các điểm du lịch. Du lịch đang giúp bảo tồn đời sống văn hóa và tinh thần phong phú của Việt Nam. Tất cả các điểm đều được định hướng bởi các kế hoạch quản lý tốt. Các thách thức hiện nay về xây dựng ngân quỹ cho công tác bảo tồn và bảo dưỡng.


Các lợi ích của địa phương

- Cộng đồng địa phương hầu hết được hưởng lợi về việc làm và thu nhập trong việc cung cấp các tour du thuyền. Một số thành viên cộng đồng cũng tham dự việc bán các quà lưu niệm và các sản phẩm thờ cúng xung quanh các điểm du lịch. Nói chung, mức độ hưởng lợi kinh tế thực tế phát sinh từ hai hoạt động này còn khá hạn chế, đặc biệt từ khi các tour du thuyền nói chung hoạt động hợp tác với các công ty du lịch lớn, những công ty này chiếm phần lợi nhuận lớn nhất trong chuỗi giá trị.

Phát triển nguồn nhân lực

- Nhu cầu lớn nhất về đào tạo nhân viên điều hành tour du thuyền và thủy thủ đoàn về thuyết minh, phục vụ khách hàng, vệ sinh, phục vụ ăn uống...

Các làng nghề bên sông Thu Bồn

<p>Tóm tắt Sông Thu Bồn chảy từ Hội An đến cửa biển Cửa Đại, tại đây sông Thu Bồn chảy ra biển. Dọc theo bờ sông và không xa trong đất liền là một số làng truyền thống, đáng chú ý nhất là làng gốm Thanh Hà, làng mộc Kim Bồng, làng dừa Cẩm Thanh, làng rau Trà Quế và làng sinh thái Triêm Tây.</p>	
<p>Vị trí Thành phố Hội An, tỉnh Quảng Nam</p>	
<p>Đặc điểm chính của sản phẩm</p> <ul style="list-style-type: none"> Có khả năng tiếp cận cao, tất cả 5 làng đều nằm trong bán kính 4km từ phố cổ Hội An. Khách du lịch có thể dễ dàng bắt taxi hoặc tham gia tour xe buýt đến các làng Thanh Hà, Cẩm Thanh và Trà Quế. Làng Kim Bồng và Triêm Tây có thể dễ dàng tiếp cận bằng thuyền từ Hội An. Vào mùa mưa việc tiếp cận Kim Bồng và Triêm Tây có thể gặp khó khăn nếu sông Thu Bồn bị ngập. Sức thu hút lớn nhất đối với du khách là xem sản xuất các sản phẩm truyền thống một cách điều luyện (đồ gốm, đồ mộc), và có cái nhìn sâu sắc về cuộc sống nông nghiệp (cây dừa, các loại rau) và giao tiếp với người dân nông thôn Việt Nam. Hoạt động chính là thực hiện các tour có hướng dẫn viên đến một hay nhiều làng, thường bao gồm xem trình bày quá trình sản xuất sản phẩm thủ công/nông nghiệp, trải nghiệm cầm tay chỉ việc để sản xuất một sản phẩm thủ công hoặc làm việc với sản phẩm nông nghiệp và một tour tham quan làng. Tour du thuyền thường mở rộng đến cửa biển Cửa Đại. Nói chung sẽ có cơ hội mua các sản phẩm thủ công hoặc nông sản. Đi đến làng bằng xe đạp hay bằng thuyền sẽ nâng cao trải nghiệm của khách du lịch. Nói chung các dịch vụ phụ trợ hỗ trợ cho sản phẩm tại các làng rất hạn chế (các cửa hàng cơ bản/cửa hàng bán quà lưu niệm, chỉ có những nơi ăn uống đơn giản trong làng, cơ sở lưu trú hạn chế hoặc không có, không có nhà vệ sinh công cộng có chất lượng vv...) Không có trung tâm tiếp đón/thuyết minh. <p>Đặc điểm</p> <ul style="list-style-type: none"> Các làng nghề là những điểm đến đã hình thành và đóng vai trò hỗ trợ hiệu quả cho các tour tham quan Hội An, kết nối chặt chẽ với chủ đề văn hóa. Tuy nhiên, các ngôi làng này cũng không độc đáo lắm, hầu hết bị bán đồ thị hóa, và các ngành nghề địa phương đã trở nên đa dạng hóa. Ví dụ: các cộng đồng địa phương không còn chuyên về nghề thủ công đã được quảng bá nữa (không giống nhiều làng nghề khác ở Việt Nam). Hơn nữa, các sản phẩm thủ công không có xu hướng khác nhiều so với những sản phẩm ở các cửa 	<p>hàng bán đồ lưu niệm tại Hội An</p> <ul style="list-style-type: none"> Không có các hoạt động hỗ trợ đáng kể ngoài những hoạt động giới thiệu trong các tour tham quan làng, mặc dù ở làng gốm Thanh Hà đã xây dựng một phòng trưng bày nghệ thuật với vườn có chủ đề những ngôi nhà biểu tượng thu nhỏ và một quán cà phê. <p>Thị trường</p> <ul style="list-style-type: none"> Khách du lịch quốc tế quan tâm nhất đến tham quan Hội An, đặc biệt khách du lịch từ Mỹ, Châu Âu và Úc. Nói chung sự quan tâm có ở hầu hết các phân đoạn thị trường như khách du lịch ba lô, khách du lịch cổ điển, vv... Các thị trường này đến Hội An vẫn mạnh mẽ và đang tăng trưởng, mang lại các cơ hội tốt thường xuyên cho các làng. Thị trường nội địa kém hơn vì họ thường đã quen với các kỹ thuật sản xuất hàng thủ công hoặc sản xuất nông nghiệp và do đó ít quan tâm hơn. <p>Khả năng thương mại</p> <ul style="list-style-type: none"> Sở VHTTDL Quảng Nam xác định tầm quan trọng của các làng nghề ở cấp tỉnh, điều này bảo đảm cho khu vực tư nhân đang đầu tư vào du thuyền, đội ngũ nhân viên và marketing để thực hiện các tour tới điểm du lịch này. Nói chung, sự tham gia của khu vực tư nhân vẫn còn hạn chế trong điều hành tour và không đầu tư trực tiếp vào cải thiện cơ sở vật chất trong các làng, vì các nhà sản xuất/trưng bày và các phương tiện cho khách du lịch như chỗ ngồi, nhà vệ sinh... còn rất cơ bản. Các cộng đồng địa phương đôi khi không được tổ chức tốt để lập kế hoạch và phát triển du lịch, đồng thời có thể tham dự việc xây dựng năng lực (suy giảm sự phát triển của các điểm đến du lịch mạnh hơn). Không có sự kiểm soát mạnh mẽ đối với việc phát triển đô thị trong các làng, điều này làm giảm sức hấp dẫn như một làng quê nông thôn "truyền thống". <p>Tính bền vững</p> <ul style="list-style-type: none"> Một số vấn đề về quản lý rác thải từ dân cư địa phương. Mùa mưa có thể gây ngập sông Thu Bồn và khiến các tour du thuyền kém an toàn

	<p>hơn. Du lịch đang giúp bảo tồn các kỹ năng nghề thủ công truyền thống và tạo ra niềm tự hào văn hóa.</p> <p><u>Các lợi ích của địa phương</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Một số lợi ích kinh tế nhưng nói chung chỉ giới hạn người dân địa phương liên quan trực tiếp đến tiếp đón các tour. Lợi nhuận lớn hơn đáng kể từ các tour và ở mức độ nào đó từ các công ty vận chuyển (ví dụ các chủ thuyền) trong chuỗi giá trị sản phẩm. Một số thu nhập từ việc bán các sản phẩm thủ công và nông sản. <p><u>Phát triển nguồn nhân lực</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nhu cầu lớn nhất về đào tạo cộng đồng địa phương đa dạng hóa sản phẩm thủ công, marketing, thuyết minh du lịch tại điểm (kể cả kỹ năng tiếng Anh) cũng như phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng để khuyến khích phát triển các dịch vụ hỗ trợ như các địa điểm ăn trưa tại địa phương, các chương trình biểu diễn văn hóa vv...
--	--

Núi Bà Nà

Tóm tắt

Là khu du lịch trên núi từ thời Pháp, Bà Nà tươi tốt có thời tiết mát mẻ dễ chịu và cảnh quan làng quê, thiên nhiên và thành phố Đà Nẵng tuyệt vời. Được xây dựng năm 1919, khu du lịch này đã từng có hơn 200 biệt thự, nhưng hiện nay chỉ còn lại một số tàn tích, các biệt thự đã được thay thế bằng tổ hợp hiện đại gồm công viên Fantasy, làng Pháp. Vườn hoa, chùa chiền... với hệ thống cáp treo đạt kỷ lục Guinness. Bà Nà là nơi phải đến tham quan ở thành phố Đà Nẵng, do tập đoàn Sun Group đầu tư.



Vị trí

Xã Hòa Ninh, huyện Hòa Vang, thành phố Đà Nẵng

Đặc điểm chính của sản phẩm

- Có khả năng tiếp cận cao từ Đà Nẵng (khoảng 25 km lái xe) và Hội An (55 km lái xe) bằng đường bộ và đường cao tốc có điều kiện tốt. Tiếp đón rất tốt và bãi đỗ xe rộng. Đường lên đỉnh núi ngoằn ngoèo rất dốc trong điều kiện xấu (khoảng 16 km), có thể nguy hiểm đối với một số loại xe. Cách phổ biến nhất để lên đỉnh núi là đi cáp treo khoảng 15 phút.
- Toàn bộ đường đi là cảnh quan bờ biển, Đà Nẵng và khu vực xung quanh. Mặc dù sương mù có thể làm không rõ toàn cảnh, nhưng không khí mát mẻ thú vị của vùng núi gần với vị trí ven biển ẩm áp đã bù đắp cho Bà Nà (ví dụ nhiệt độ trên núi Bà Nà là 20-25 C so với nhiệt độ 35-40 C ở Đà Nẵng).
- Có nhiều điểm tham quan hỗ trợ tốt bao gồm ngắm nhìn toàn cảnh, đường đi bộ trên núi tới các thác nước, các biệt thự Pháp cổ, các nhà hàng tiệc đứng/quán cà phê, quảng trường châu Âu, làng Pháp, khách sạn Morin, công viên Fantasy, chùa Linh Ứng, vườn hoa, cáp treo, hầm rượu, sân gôn, suối Mơ vv...

Đặc điểm

- Khu bảo tồn có chất lượng cao gồm có các giá trị bảo tồn quan trọng cũng như vui chơi giải trí. Việc nâng cấp hệ thống cáp treo và các cơ sở lưu trú đã tạo cho khu bảo tồn này một vị thế tốt cho tương lai, ngoại trừ vị trí hàng đầu với rất nhiều cơ sở được hiện đại hóa.
- Liên kết rất tốt với các điểm đến Đà Nẵng - Hội An - Huế, khu vực Duyên hải miền Trung và khu vực di sản thế giới. Khiến cho khu vực này trở nên rất hấp dẫn với du lịch biển, du lịch văn hóa và du lịch sinh thái
- Tuy nhiên, mùa mưa kéo dài ảnh hưởng đáng kể đến nhiều hoạt động ngoài trời.

Thị trường

- Thị trường nội địa rất mạnh, đặc biệt từ Hà Nội (và khu vực phía Bắc), thành phố HCM (và khu vực phía Nam) và khu vực miền Trung (Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Thừa Thiên Huế). Thời tiết mát mẻ thu hút nhiều khách du lịch quay trở lại vào mùa hè.

- Có thị trường tốt từ các nước Đông Nam Châu Á có chuyến bay thẳng và các tuyến đường bộ thẳng đến Đà Nẵng như Thái Lan, Singapore, Malaysia và Lào. Thị trường khách du lịch ngày càng tăng từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Hồng Kông với rất nhiều chuyến bay theo lịch trình và chuyến bay thuê riêng.

Khả năng thương mại

- Rất nổi tiếng và được các công ty du lịch địa phương tại Đà Nẵng, Huế và Hội An cũng như các công ty du lịch quốc tế quảng bá mức độ cao.
- Do tập đoàn Sun Group làm chủ, núi Bà Nà được quản lý một cách chiến lược trong Quy hoạch tổng thể. Tập đoàn Sun Group cũng có các nỗ lực đáng kể về marketing nhằm giới thiệu các sản phẩm của mình ra các thị trường tiềm năng, đặc biệt là thị trường nội địa, vì thế hầu hết khách du lịch đến Đà Nẵng biết và muốn đến thăm núi Bà Nà.
- Liên tục xây dựng các sản phẩm mới.

Tính bền vững

- Mặc dù Bà Nà có sự đóng góp rất tốt vào sự phát triển kinh tế của thành phố Đà Nẵng nhưng Bà Nà vẫn gây ra các ảnh hưởng lớn đến môi trường và lịch sử như phát quang diện tích rừng đáng kể để phát triển, các thách thức về nước và xử lý/tiêu hủy rác thải vv...

Các lợi ích của địa phương

- Sự tham gia của cộng đồng địa phương và lợi ích của họ khá tốt với các nhà hàng, quán cà phê, hoạt động mua sắm, công viên sinh thái, tạo ra số lượng việc làm đáng kể mặc dù hình như không có chính sách cụ thể về ưu tiên sử dụng lao động của các cộng đồng địa phương.

Phát triển nguồn nhân lực

- Hàng trăm sinh viên từ Trường Cao đẳng Du lịch Huế và một số trường đại học ở Đà Nẵng được ký hợp đồng học việc hàng năm. Hầu hết các chương trình đào tạo liên quan đến các hoạt động vui chơi giải trí, phục vụ buồng, lễ tân, và phục vụ bàn. Các học viên được cấp một khoản lương nhỏ và nơi ăn ở.
- Các thuyết minh viên địa phương có thể được tham dự các khóa đào tạo về kỹ năng hướng dẫn du lịch.

PHẦN 3: KẾT NỐI SẢN PHẨM – PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM & ĐIỂM ĐẾN VÙNG

PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN PHÂN CỤM VÀ LIÊN KẾT SẢN PHẨM

Phân cụm sản phẩm

Dự án EU tiến hành nghiên cứu thị trường cho thấy khách du lịch coi 3 điểm đến Huế, Đà Nẵng và Hội An là một vùng. Phản hồi của các doanh nghiệp cũng khẳng định rằng khách du lịch nghỉ dưỡng trong khu vực này ít khi dành toàn bộ thời gian chỉ ở một tỉnh, mà thay vào đó, họ cũng tham quan các điểm du lịch khác ở một hoặc nhiều tỉnh lân cận. Việc phát triển và marketing các sản phẩm du lịch riêng lẻ không có sự điều phối và hợp tác với các tỉnh khác vì thế sẽ có nguy cơ không hiệu suất và hiệu quả về mặt năng động thị trường.

Các cuộc thảo luận đã diễn ra trong phiên họp bàn tròn của Tổ Công tác Phát triển Sản phẩm cũng như phiên họp bàn tròn với các doanh nghiệp về khả năng liên kết một cách chiến lược các sản phẩm du lịch của vùng và tập trung vào các hoạt động phát triển sản phẩm và điểm đến.

Về mặt địa lý, các sản phẩm du lịch của vùng này có thể nhóm thành 3 tiểu vùng: vùng Bắc Duyên hải miền Trung (bao gồm thành phố Huế và các vùng lân cận), vùng Nam Duyên hải miền Trung (bao gồm phía Nam Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng và phía Bắc Quảng Nam) và Duyên hải miền Trung nằm sâu trong đất liền (gồm khu vực sâu trong đất liền về phía Tây của Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng và Quảng Nam).

Các sản phẩm chính trong mỗi tiểu vùng này là:

Bắc Duyên hải miền Trung

Quần thể di tích Hoàng thành Huế	Văn hóa	Hàng đầu	Thừa Thiên Huế
Lăng mộ và điện bên sông Hương	Văn hóa	Hàng đầu	Thừa Thiên Huế
Suối khoáng nóng Thanh Tân	Thiên nhiên & Cộng đồng	Hàng đầu	Thừa Thiên Huế
Làng văn hóa Thanh Toàn	Văn hóa	Hàng đầu	Thừa Thiên Huế
Nhà vườn cổ Huế	Văn hóa	Thứ yếu	Thừa Thiên Huế
Đền Huế	Văn hóa	Thứ yếu	Thừa Thiên Huế
Làng văn hóa Phước Tích	Văn hóa	Thứ yếu	Thừa Thiên Huế
Đền Thánh Duyên	Văn hóa	Thứ yếu	Thừa Thiên Huế

Nam Duyên hải miền Trung

Cù lao Chàm	Biển đảo	Hàng đầu	Quảng Nam
Bảo tàng Chăm	Văn hóa	Hàng đầu	Đà Nẵng
Bãi biển Cửa Đại & An Bàng	Biển đảo	Hàng đầu	Quảng Nam
Phố cổ Hội An	Văn hóa	Hàng đầu	Quảng Nam
Núi Ngũ Hành Sơn	Văn hóa	Hàng đầu	Đà Nẵng
Bãi biển Mỹ Khê & Phạm Văn Đồng	Biển đảo	Hàng đầu	Đà Nẵng
Thánh địa Mỹ Sơn	Văn hóa	Hàng đầu	Quảng Nam
Bán đảo Sơn Trà	Thiên nhiên & Cộng đồng	Hàng đầu	Đà Nẵng
Các làng nghề bên sông Thu Bồn	Thiên nhiên & Cộng đồng	Hàng đầu	Quảng Nam
Bảo tàng Đà Nẵng	Văn hóa	Thứ yếu	Đà Nẵng
Đèo Hải Vân	Thiên nhiên & Cộng đồng	Thứ yếu	Đà Nẵng
Sông Hàn	Sông	Thứ yếu	Đà Nẵng
Bãi biển Lăng Cô	Biển đảo	Thứ yếu	Thừa Thiên Huế
MICE/các sản phẩm kinh doanh	MICE	Thứ yếu	Đà Nẵng

Khu vực Duyên hải miền Trung sâu trong đất liền

Núi Bà Nà	Thiên nhiên & Cộng đồng	Hàng đầu	Đà Nẵng
Làng văn hóa Bờ HồỒNG	Thiên nhiên & Cộng đồng	Thứ yếu	Quảng Nam
Khu vực thiên nhiên Tây Quảng Nam	Thiên nhiên & Cộng đồng	Thứ yếu	Quảng Nam
Vườn quốc gia Bạch Mã & làng văn hóa Nam Đông	Thiên nhiên & Cộng đồng	Thứ yếu	Thừa Thiên Huế

Kết nối các sản phẩm

Từ các cuộc thảo luận trên, ba thông điệp chính đã trở nên rõ ràng: điểm đến vùng và các sản phẩm trong vùng nên phản ánh thương hiệu và vị thế của vùng; các sản phẩm trong vùng nên được liên kết và phát triển phù hợp với nhu cầu thị trường hiện nay các xu hướng đang lên, và các sản phẩm nên được kết nối theo chủ đề (ví dụ thiên nhiên, văn hóa, biển, cộng đồng vv...)

Để kết nối các sản phẩm trong ba tiểu vùng này và giúp chú trọng và ưu tiên các nỗ lực phát triển và marketing ở cấp vùng, ba chiến lược đã được xác định:

1. Kết nối các sản phẩm chính ven biển thành một trung tâm du lịch biển liên tỉnh

- Phản ánh mức độ cao tình hình thị trường hiện nay và thị trường đang lên. Một phần đáng kể khách du lịch đến khu vực nghỉ tại các bãi biển của Đà Nẵng, Cửa Đại và Lăng Cô trong các chương trình du lịch biển nhiều ngày và tham gia các hoạt động vui chơi và giải trí ven biển như các chuyến tham quan từ khách sạn/khu nghỉ dưỡng của họ.
- Các khách du lịch coi khu vực này như một điểm đến và có ý định sử dụng Đà Nẵng làm cửa ngõ
- Gợi ý thương hiệu: **“Duyên hải miền Trung Việt Nam”** (phù hợp với thương hiệu hiện nay do Nhóm Marketing Du lịch Duyên hải miền Trung Việt Nam (CCV) xây dựng)

2. Liên kết các sản phẩm di sản văn hóa chính bằng việc củng cố tuyến du lịch Con đường Di sản

- Mặc dù còn nhiều thứ phải cải thiện, Con đường Di sản là tuyến du lịch đã được các doanh nghiệp áp dụng rộng rãi và đã được phần lớn khách du lịch sử dụng một phần hoặc toàn bộ tuyến đường này đến khu vực, đặc biệt là khách du lịch quốc tế theo tour cổ điển.
- Những khách du lịch này đi theo con đường mòn đã quá cũ xuyên qua ba tỉnh, bao gồm tham quan các điểm di sản thế giới Hoàng thành Huế, Hội An và Mỹ Sơn. Thường khách du lịch cũng tham quan luôn các điểm du lịch hỗ trợ dọc đường đi như núi Ngũ Hành Sơn, đèo Hải Vân vv....
- Con đường Di sản cũng bao gồm lựa chọn mở rộng đến điểm di sản thế giới hang động Phong Nha - Kẻ Bàng.
- Thương hiệu gợi ý: **“Con đường Di sản Duyên hải miền Trung”** (duy trì thương hiệu hiện nay đã được các doanh nghiệp áp dụng)

3. Liên kết các sản phẩm du lịch thiên nhiên và du lịch cộng đồng chính bằng việc phát triển tuyến du lịch Đường mòn sinh thái khép kín

- Các sản phẩm du lịch thiên nhiên và du lịch cộng đồng được các đối tác xếp hạng cao trong việc sắp xếp sản phẩm ưu tiên. Phản hồi của các công ty du lịch cũng cho thấy nhu cầu thị trường đáng kể và ngày càng tăng về các trải nghiệm du lịch cộng đồng và du lịch thiên nhiên trong khu vực đối với các phân đoạn thị trường cụ thể.
- Chính phủ và các đối tác cũng xác định sự cần thiết để các doanh nghiệp du lịch đóng góp vào giảm nghèo trong các cộng đồng ở sâu trong đất liền.
- Chiến lược này dẫn đến phát triển tour Đường mòn sinh thái khép kín bắt đầu ở Đà Nẵng hoặc ở Huế, đi vòng theo bờ biển và đi sâu vào khu vực đất liền, qua nhiều điểm du lịch thiên nhiên và du lịch cộng đồng chính của ba tỉnh.
- Việc lựa chọn một tuyến khép kín bao gồm các vùng ven biển và sâu trong đất liền được cân nhắc như một sự dung hòa vì tuyến nội địa đơn độc từ Hội An đến Huế có

thể bỏ qua các sản phẩm du lịch thiên nhiên và cộng đồng của Đà Nẵng, trong khi tuyến du lịch thiên nhiên dựa vào bờ biển có thể không kết nối một số sản phẩm du lịch thiên nhiên và cộng đồng quan trọng trong đất liền của Quảng Nam và Thừa Thiên Huế.

- Thương hiệu gợi ý: **“Đường mòn sinh thái Duyên hải miền Trung”** (“Duyên hải miền Trung” giúp khách du lịch “định vị” được tuyến du lịch trong bối cảnh rộng lớn của Việt Nam, và “sinh thái” xác định rõ chủ đề của tuyến du lịch).

Tiếp theo là một phân tích chi tiết về ba chiến lược phát triển sản phẩm.

DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG (TRUNG TÂM DU LỊCH)

Khái quát

- Trung tâm du lịch của các sản phẩm du lịch biển đảo tập trung để gộp các điểm đến chính của 3 tỉnh thành một điểm đến duy nhất
- Bao gồm các sản phẩm nằm dọc theo bờ biển giữa bãi biển Lăng Cô của Thừa Thiên Huế ở phía Bắc, qua Đà Nẵng ở trung tâm và kết thúc ở bãi biển Cửa Đại của tỉnh Quảng Nam ở phía Nam.
- Cũng bao gồm các điểm tham quan thứ yếu và hỗ trợ dọc theo bờ biển và sâu trong đất liền khoảng 5 km
- Việc tham quan các sản phẩm chính được tiến hành như một chuyến đi chơi/đi du lịch trong ngày và khách du lịch ở một khách sạn/khu nghỉ dưỡng ven biển tại Đà Nẵng, Lăng Cô hay Cửa Đại.
- Phương tiện vận chuyển xung quanh khu vực này là xe cộ (xe con, xe buýt, xe máy).

Các thị trường mục tiêu

Thị trường quốc tế:

- **Khách du lịch đi nghỉ cùng gia đình.** Các khách du lịch quốc tế đi nghỉ cùng gia đình từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Nga và Nhật Bản trong các tour trọn gói và được tổ chức độc lập. Phần lớn từ tháng 12 đến tháng 8.
- **Du lịch khuyến thưởng của các công ty.** Các nhóm khách quốc tế được công ty khuyến thưởng cho đi du lịch trọn gói từ các nước Đông Nam Châu Á cũng như từ Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản. Phần lớn từ tháng 11 đến tháng 12.
- **Khách du lịch “cổ điển”.** Khách du lịch cổ điển quốc tế từ Châu Âu, Bắc Mỹ, Úc đi thành gia đình, cặp đôi từ trung tuổi đến cao tuổi. Phần lớn từ tháng 10 đến tháng 4.
- **Vui chơi và giải trí cao cấp ven biển.** Muốn thăm sông bạc hoặc chơi gôn tại điểm đến ven biển/bãi biển. Trung tuổi hoặc cao tuổi. Các doanh nhân giàu có thường đi du lịch với gia đình. Khách du lịch tham gia sông bạc quanh năm nhưng khách du lịch chơi gôn từ tháng 12 đến tháng 5.

Thị trường nội địa:

- **Khách du lịch nghỉ gia đình.** Các nhóm khách du lịch nội địa đi theo gia đình trong các dịp nghỉ lễ. Có thể là tour trọn gói hoặc tổ chức độc lập. Phần lớn trong dịp Tết và kỳ nghỉ hè.
- **MICE.** Các nhóm du lịch nội địa trọn gói MICE. Có thể quanh năm.

Các sản phẩm ưu tiên

Các sản phẩm ưu tiên được chọn lựa cho cụm Duyên hải miền Trung và nên được ưu tiên trong phát triển và marketing là:

Sản phẩm	Tỉnh
Cù lao Chàm	Quảng Nam
Bãi biển Cửa Đại & An Bàng	Quảng Nam
Bãi biển Mỹ Khê & Phạm Văn Đồng	Đà Nẵng

Các sản phẩm thứ cấp cho các cụm này là:

Sản phẩm	Tỉnh
Sông Hàn	Đà Nẵng
Bãi biển Lăng Cô	Thừa Thiên Huế
MICE/Các sản phẩm kinh doanh	Đà Nẵng

Trong thời gian nghỉ dưỡng tại điểm đến, khách du lịch cũng có thể thưởng thức các điểm tham quan khác. Những điểm tham quan hỗ trợ chính gồm có:

Sản phẩm	Tỉnh
Công viên Châu Á và Trung tâm Vòng quay Mặt trời	Đà Nẵng
Núi Bà Nà	Đà Nẵng
Vườn quốc gia Bạch Mã	Thừa Thiên Huế
Du thuyền đi thăm các làng truyền thống bên sông Thu Bồn	Quảng Nam
Bảo tàng Chăm	Đà Nẵng
Các sản phẩm du lịch thành phố và sông nước ở Đà Nẵng	Đà Nẵng
Đèo Hải Vân	Đà Nẵng
Hội An	Quảng Nam
Hoàng thành Huế và các lăng tẩm và điện bên dòng sông Hương	Thừa Thiên Huế
Chùa Linh Ứng/bán đảo Sơn Trà	Đà Nẵng
Các món ăn đặc sản địa phương	Quảng Nam
Ngũ Hành Sơn	Đà Nẵng
Mỹ Sơn	Quảng Nam
Sông bạc Silver Shore	Đà Nẵng

Các hoạt động chính

Các hoạt động chính thường được thực hiện trong khu vực liên quan đến các sản phẩm ưu tiên gồm có:

- Nghỉ ngơi, tắm nắng, dã ngoại, bơi ở bãi biển

- Thường thức hải sản và/hoặc ẩm thực địa phương bên bờ biển
- Tham gia các môn thể thao dưới nước gồm mô tô nước, chèo thuyền kayak trên biển, các sản phẩm đồ chơi bơm hơi của trẻ em, dù lượn
- Du thuyền đến cù lao Chàm
- Lặn bằng ống thở và/hoặc lặn biển ở cù lao Chàm
- Vui chơi và giải trí bên bờ biển, đặc biệt chơi gôn và thăm sông bạc
- Thường thức spa, mát xa trị liệu
- Thường thức hệ thống đèn chiếu sáng của thành phố, các quán cà phê, nhà hàng và quán bar trên sông Đà Nẵng
- Thực hiện tour một/nửa ngày đến các điểm di sản văn hóa và thiên nhiên gần đó (ví dụ núi Bà Nà, Hội An, kinh thành Huế và các lăng tẩm, núi Ngũ Hành Sơn, bảo tàng Chăm, Mỹ Sơn, bán đảo Sơn Trà vv...)

Xây dựng thương hiệu và định vị

Các trải nghiệm của điểm đến Duyên hải miền Trung có thể được sắp xếp thành 5 chủ đề biển chính:

- **Nắng và cát** – Các hoạt động và những nơi bên bờ biển (ví dụ bãi biển, spa, mát xa, ăn tối bên bờ biển, sân gôn ven biển, sông bạc vv...)
- **Biển** – Những nơi và những trải nghiệm về nước (ví dụ đảo, lặn biển, lặn bằng ống thở, bơi, câu cá, các môn thể thao nước khác)
- **Cuộc sống đô thị** – các trải nghiệm đa dạng về thành phố ven biển (ví dụ nhà hàng, quán bar, quán cà phê, mua sắm, đi dạo bên bờ sông và vùng ngoại ô)
- **Nền văn minh** – các điểm di sản văn hóa và các hoạt động (ví dụ các tour về lăng tẩm lịch sử và đền điện, chùa chiền, các thị trấn và thành phố cổ vv...)
- **Phong cảnh** – những nơi và những trải nghiệm dựa vào thiên nhiên (ví dụ vườn quốc gia, nơi ngắm cảnh biển vv...)

CON ĐƯỜNG DI SẢN

Khái quát

- Một tuyến du lịch liên kết các sản phẩm di sản văn hóa chính trong 3 tỉnh, trong đó một phần đáng kể các di sản văn hóa đã được xếp hạng di sản thế giới của UNESCO.
- Con đường di sản được giới thiệu từ nhiều năm trước và số lượng lớn khách du lịch đến vùng này đã đi theo con đường di sản này một cách chính thức hoặc không chính thức. Vì thế, đề xuất đưa ra là tiếp tục củng cố tuyến du lịch này.
- Tuyến du lịch này theo truyền thống bắt đầu tại Huế, đi về phía Nam đến Hội An xuyên qua Đà Nẵng, mất khoảng 3-4 ngày. Một số lượng đáng kể khách du lịch cũng sử dụng Đà Nẵng như cửa ngõ, đi về phía Nam tới Hội An và sau đó ngược lên phía Bắc đến Huế, nơi họ có thể ra khỏi khu vực, hoặc quay trở lại và ra khỏi khu vực tại Đà Nẵng.
- Phương tiện vận chuyển chủ yếu là xe cộ (xe con, xe buýt, xe máy)

- Một lựa chọn truyền thống phổ biến với một số phân đoạn thị trường là mở rộng tuyến du lịch bằng việc bổ sung thêm hang động di sản thế giới Phong Nha – Kẻ Bàng (tỉnh Quảng Bình)

Các thị trường mục tiêu

Thị trường quốc tế:

- **Khách du lịch cổ điển.** Hầu hết từ Châu Âu, Bắc Mỹ, Úc và Nhật Bản trong toàn bộ các tour trọn gói Việt Nam. Thường khoảng 2 tuần. Thông thường các gia đình hoặc những những người trung đến cao tuổi. Từ tháng 10 đến tháng 4.
- **Khách du lịch độc lập và khách du lịch ba lô.** Thường du lịch đến một số nước ở Đông Nam Á. Trẻ hơn, dưới 25 tuổi. Độc thân, cặp đôi hoặc các nhóm nhỏ bạn bè. Quanh năm.
- **Khách du lịch đi nghỉ cùng gia đình ở Đông Nam Á.** Các nhóm gia đình trong khu vực đi nghỉ ở Việt Nam. Hầu hết từ Thái Lan, Singapore và Malaysia. Quanh năm.

Thị trường nội địa:

- **Khách du lịch đi nghỉ cùng gia đình.** Các nhóm khách du lịch nội địa đi nghỉ cùng gia đình hầu hết từ Hà Nội và thành phố HCM. Có thể là tour trọn gói hoặc tổ chức độc lập. Hầu hết có xu hướng bổ sung thêm đến Phong Nha – Kẻ Bàng. Phần lớn trong thời gian Tết và các kỳ nghỉ hè.
- **Người làm việc ở nước ngoài trở về nước.** Khách du lịch Việt Nam làm việc ở nước ngoài nhưng trở về Việt Nam để đi nghỉ nhằm hòa nhập với gia đình và bạn bè. Thường đi nghỉ trọn gói. Quanh năm.

Các sản phẩm ưu tiên

Các sản phẩm ưu tiên được lựa chọn cho Con đường Di sản Duyên hải miền Trung và nên được ưu tiên trong phát triển và marketing là:

Sản phẩm	Tỉnh
Bảo tàng Chăm	Đà Nẵng
Hội An	Quảng Nam
Di sản Hoàng thành Huế và nhã nhạc cung đình	Thừa Thiên Huế
Ngũ Hành Sơn	Đà Nẵng
Mỹ Sơn	Quảng Nam
Sông Hương và các lăng tẩm	Thừa Thiên Huế

Các sản phẩm thứ cấp cho tuyến du lịch này là:

Sản phẩm	Tỉnh
Bảo tàng Đà Nẵng	Đà Nẵng
Nhà vườn cổ Huế	Thừa Thiên Huế
Đền điện Huế	Thừa Thiên Huế
Đền Thánh Dục	Thừa Thiên Huế

Khách du lịch đi theo tuyến du lịch này cũng có thể thưởng thức các điểm tham quan khác dọc đường đi. Các điểm tham quan hỗ trợ chính bao gồm:

Sản phẩm	Tỉnh
Núi Bà Nà	Đà Nẵng
Du thuyền đến các làng nghề Thanh Hà và Kim Bồng	Quảng Nam
Nhà thờ Con Gà	Đà Nẵng
Bãi biển Cửa Đại và cù lao Chàm	Quảng Nam
Bảo tàng quân đội Đà Nẵng	Đà Nẵng
Đầm Sam-Chuồn	Thừa Thiên Huế
Bảo tàng dân tộc thiểu số Đồng Đình	Đà Nẵng
Đèo Hải Vân	Đà Nẵng
Phong cách sống Huế	Thừa Thiên Huế
Bãi biển Lăng Cô	Thừa Thiên Huế
Chùa Linh Ứng/bán đảo Sơn Trà	Đà Nẵng
Bãi biển Mỹ Khê và bãi biển Phạm Văn Đồng	Đà Nẵng
Phong Nha-Kẻ Bàng	Quảng Bình
Chùa Quan Thế Âm	Đà Nẵng
Trải nghiệm bữa ăn cung đình	Thừa Thiên Huế
Các sản phẩm tâm linh	Thừa Thiên Huế
Phá Tam Giang	Thừa Thiên Huế
Nhà thờ Trà Kiệu	Quảng Nam
Làng rau Trà Quế	Quảng Nam

Các hoạt động chính

Các hoạt động chính có thể thực hiện dọc tuyến du lịch này liên quan đến các sản phẩm ưu tiên bao gồm:

- Tour đi bộ thăm hang động, đền điện và chùa chiền trên đỉnh núi Ngũ Hành Sơn, ngắm phong cảnh ven biển và khu vực
- Tour thăm bảo tàng Chăm để tìm hiểu về nền văn minh Chăm cổ ở Việt Nam
- Tour đi bộ đến phố cổ Hội An để thưởng thức không khí và mua sắm
- Tour đi bộ đến di tích Mỹ Sơn để tìm hiểu về nền văn minh Chăm cổ ở Việt Nam và đánh giá các tác phẩm điêu khắc đá, thưởng thức biểu diễn văn hóa truyền thống
- Các món ăn đặc sản địa phương ở Huế và Hội An
- Thưởng thức phong cảnh ven biển từ nơi vọng cảnh trên đèo Hải Vân
- Tour đi bộ tham quan Hoàng thành Huế để tìm hiểu về cuộc đời của triều đại vua Nguyễn cuối cùng
- Du thuyền trên sông Hương ở Huế và tour đi bộ tham quan các lăng tẩm và đền điện di sản thế giới
- Thưởng thức biểu diễn nhã nhạc cung đình tại sân điện ở Hoàng thành Huế

Xây dựng thương hiệu và định vị

Trải nghiệm về Con đường Di sản Duyên hải miền Trung có thể được xếp vào 4 chủ đề văn hóa chính:

- **Các triều đại vua:** Đời sống trong thời gian trị vì của các triều đại vua Việt Nam từ khoảng thế kỷ thứ 2 đến thế kỷ thứ 15. Các sản phẩm chính: Hoàng thành Huế, các lăng tẩm và điện bên sông Hương.
- **Đế chế Chăm Pa:** các điểm di sản văn hóa và các câu chuyện về đời sống trong thời gian đế chế Chăm Pa từ khoảng năm 875 đến khoảng năm 1000 sau công nguyên.
- **Tâm linh của người Việt Nam:** các địa điểm, nghi lễ, sự kiện liên quan đến đời sống tâm linh của người Việt Nam, từ quá khứ đến hiện tại.
- **Đời sống giao thương ven biển:** các thương cảng lịch sử và các câu chuyện về thời hoàng kim trong cuộc đời đi biển và giao thương ở Đông Nam Á.

ĐƯỜNG MÒN SINH THÁI

Khái quát

- Tuyến du lịch khép kín liên kết các sản phẩm du lịch thiên nhiên và du lịch cộng đồng chính trong 3 tỉnh
- Dựa vào và vận dụng khái niệm “Đường mòn sâu trong đất liền” do ILO xây dựng kết hợp với các đối tác địa phương
- Cửa ngõ là Đà Nẵng hoặc Huế. Tuyến du lịch này đi men theo bờ biển giữa Huế, Đà Nẵng và Hội An trước khi vòng về phía Tây để kết nối các điểm du lịch thiên nhiên và cộng đồng nằm sâu trong đất liền.
- Tích hợp một loạt hình thức vận chuyển khác nhau và các trải nghiệm liên kết các vùng theo hướng có thể tiếp cận một cách tốt nhất bằng xe cộ (xe con, xe buýt, xe máy), bằng thuyền hoặc đi bộ (hiking).
- Phần đường vòng ven biển của Con đường Di sản khiến cho khu vực nằm sâu trong đất liền trở thành điểm du lịch thiên nhiên kéo dài.

Các thị trường mục tiêu

Thị trường quốc tế:

- **Khách du lịch ba lô và khách du lịch mạo hiểm.** Chủ yếu từ Châu Âu, Bắc Mỹ, Úc và Nhật Bản. Thường đi du lịch độc lập nhưng hay gia nhập các tour du lịch địa phương. Bao gồm cả các nhóm tour “du lịch phượt” bằng xe máy đi theo đường mòn Hồ Chí Minh. Có thể là những người độc thân, các cặp đôi hoặc các nhóm nhỏ bạn bè. Quanh năm.
- **Khách du lịch đam mê thiên nhiên.** Chủ yếu từ Châu Âu, Bắc Mỹ, Úc và Nhật Bản. Chi tiêu cao hơn. Già hơn, thường đã nghỉ hưu. Đi du lịch trong các tour trọn gói. Thường đi du lịch thành cặp đôi. Từ tháng 10 đến tháng 4.

Thị trường nội địa:

- **Các nhóm phượt và các nhóm sinh viên.** Chủ yếu từ Hà Nội và thành phố HCM. Chi tiêu ít. Trẻ tuổi, thông thường từ 20-30 tuổi. Tự tổ chức. Sử dụng phương tiện vận chuyển là xe máy cá nhân. Lưu trú tại các cơ sở du lịch homestay và nhà khách. Thường vào dịp cuối tuần và các kỳ nghỉ lễ.

- **Khách du lịch đam mê thiên nhiên.** Chủ yếu từ Hà Nội và thành phố HCM. Tiêu dùng cao hơn. Khách trung tuổi và cao tuổi. Đi du lịch thành các tour trọn gói hoặc độc lập. Thường đi du lịch thành cặp đôi, với gia đình và với bạn bè. Thường vào cuối tuần và các kỳ nghỉ lễ.
- **Khách du lịch trong khu vực.** Từ Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng và Quảng Nam. Chi tiêu cao hơn. Khách trung tuổi và cao tuổi. Đi du lịch trong các tour trọn gói hoặc độc lập. Thường đi du lịch thành cặp đôi, với gia đình và với bạn bè. Thường vào cuối tuần và các kỳ nghỉ lễ.

Các sản phẩm ưu tiên

Các sản phẩm ưu tiên đã được lựa chọn cho Đường mòn sinh thái Duyên hải miền Trung và nên được ưu tiên trong phát triển và marketing là:

Sản phẩm	Tỉnh
Núi Bà Nà	Đà Nẵng
Bán đảo Sơn Trà	Đà Nẵng
Làng văn hóa Thanh Toàn	Thừa Thiên Huế
Các làng nghề bên sông Thu Bồn	Quảng Nam

Các sản phẩm thứ cấp cho tuyến du lịch này là:

Sản phẩm	Tỉnh
Vườn quốc gia Bạch Mã & làng văn hóa Nam Đông	Thừa Thiên Huế
Làng văn hóa Bờ Hồ Đồng	Quảng Nam
Đèo Hải Vân	Đà Nẵng
Hồ Phú Ninh	Quảng Nam
Làng văn hóa Phước Tích	Thừa Thiên Huế
Suối khoáng nóng Thanh Tân	Thừa Thiên Huế
Khu thiên nhiên phía Tây Quảng Nam	Quảng Nam

Khách du lịch đi theo tuyến du lịch này cũng có thể thưởng thức các điểm tham quan khác dọc đường đi. Các điểm tham quan hỗ trợ chính bao gồm:

Sản phẩm	Tỉnh
Làng văn hóa A Lưới	Thừa Thiên Huế
Cù lao Chàm	Quảng Nam
Bảo tàng Chăm	Đà Nẵng
Bãi biển Cửa Đại	Quảng Nam
Làng văn hóa Hòa Bắc & sông Cu Đê	Đà Nẵng
Hội An	Quảng Nam
Hoàng thành Huế và các lăng tẩm và đền điện bên sông Hương	Thừa Thiên Huế
Bãi biển Lăng Cô	Thừa Thiên Huế
Các món ăn đặc sản địa phương	Thừa Thiên Huế & Quảng Nam
Ngũ Hành Sơn	Đà Nẵng
Bãi biển Mỹ Khê	Đà Nẵng
Mỹ Sơn	Quảng Nam
Các lăng tẩm bên sông Hương	Thừa Thiên Huế

Các hoạt động chính

Các hoạt động chính có thể thực hiện dọc tuyến du lịch này liên quan đến các sản phẩm ưu tiên bao gồm:

- Đi bộ trong vườn quốc gia Bạch Mã, xung quanh A Lưới và bán đảo Sơn Trà
- Tour du thuyền trên sông Hương (đến các điện và lăng tẩm), phá Tam Giang (đến các làng homestay), sông Thu Bồn (đến Mỹ Sơn và các làng nghề), sông Cu Đê (đến làng du lịch cộng đồng Hòa Bắc) và đến cù lao Chàm
- Đạp xe đến cầu Thanh Toàn
- Nghỉ ngơi, tắm nắng, dã ngoại và bơi tại bãi biển
- Thưởng thức ẩm thực địa phương của Thừa Thiên Huế và Quảng Nam
- Lặn bằng ống thở/lặn biển tại cù lao Chàm
- Tour hỗ trợ các điểm di sản văn hóa (ví dụ Mỹ Sơn, Ngũ Hành Sơn, Hoàng thành Huế và các lăng tẩm, bảo tàng Chăm vv...)
- Thưởng thức phong cảnh ven biển và khu vực tại các điểm ngắm cảnh

Xây dựng thương hiệu và định vị

Trải nghiệm về Đường mòn sinh thái Duyên hải miền Trung có thể được xếp vào ba chủ đề chính:

- **Đời sống nông thôn và dân tộc thiểu số:** Văn hóa và truyền thống của các vùng nông thôn và dân tộc thiểu số, cuộc sống gia đình, sản xuất các hàng thủ công địa phương
- **Núi và đồng bằng:** Các ngọn núi, các cánh rừng, động vật hoang dã, và phong cảnh nông thôn tươi đẹp
- **Vẻ đẹp ven biển:** Các bãi biển, bán đảo, cù lao, sông, hồ và đầm phá

PHẦN 4: THỰC TRẠNG SẢN PHẨM – CÁC THIẾU HỤT ĐÃ PHÁT HIỆN

Để giúp xác định và ưu tiên các yêu cầu phát triển sản phẩm chính nhằm củng cố và cải thiện sản phẩm và trải nghiệm của khách du lịch, các chuyên gia đã tiến hành phân tích các thiếu hụt. Phân tích này dựa trên thông tin phản hồi có được qua các cuộc thảo luận bàn tròn với các Tổ Công tác Phát triển Sản phẩm, các cuộc thảo luận bàn tròn với các doanh nghiệp du lịch cũng như trải nghiệm của các chuyên gia viết báo cáo này qua các chuyến đi thực tế và kinh nghiệm về ngành du lịch. Phân tích thiếu hụt này trước hết tập trung vào các sản phẩm chính đứng hàng đầu ở cấp vùng.

CON ĐƯỜNG DI SẢN: CÁC THIẾU HỤT VỀ SẢN PHẨM VĂN HÓA

Các thành phố, thị trấn và làng mạc mang tính lịch sử

Thành phố Huế lịch sử và đô thị cổ Hội An đã được UNESCO xếp hạng đều là những sản phẩm văn hóa/lịch sử chính, mạnh và mang tính biểu tượng trên Con đường Di sản. Hai sản phẩm này nói chung đều hết sức quan trọng trong việc đảm bảo lượng khách tham quan khu vực mạnh mẽ và liên tục. Các thách thức chính trong việc quản lý thành phố Huế lịch sử và đô thị cổ Hội An để phục vụ du lịch bao gồm:

Thành phố Huế lịch sử

- Sự đô thị hóa, hiện đại hóa và/hoặc phát triển không phù hợp đe dọa tính chân thực của điểm lịch sử Hoàng thành Huế
- Sự đe dọa thường xuyên do ngập lụt, bão và côn trùng (đặc biệt là mối) gây ra những hư hỏng về cấu trúc, xuống cấp các yếu tố trang trí, và hạn chế khả năng tiếp cận (ví dụ các con đường đi lầy lội, ngập lụt)
- Thách thức không ngừng về ô nhiễm và quản lý rác thải hiệu quả đối với những người dân thành phố
- Việc bảo dưỡng các sân và vườn rộng lớn cây mọc tràn lan là khó và tốn kém.
- Các vấn đề đáng kể về kiểm soát nấm mốc ở khu vực phía trong Hoàng thành.

Đô thị cổ Hội An

- Áp lực lâu dài, sự hư hỏng và /hoặc xuống cấp của các điểm di sản cũ và dễ hỏng như cầu Nhật Bản và các nhà cổ do số lượng lớn khách du lịch
- Sự thương mại hóa di sản lịch sử ảnh hưởng đến tính chân thực của di sản (ví dụ hầu hết các ngôi nhà đã được chuyển thành nhà hàng, quán bar, cửa hàng bán quà lưu niệm vv...)
- Sự đông đúc của các con phố hẹp trong mùa cao điểm, khi có tàu du lịch cập cảng và vào các dịp cuối tuần. Lượng giao thông đáng kể xung quanh (ngay phía ngoài) khu phố cổ Hội An.
- Ngập lụt hàng năm ở khu phố cổ và sự hư hỏng cấu trúc một cách lâu dài của các công trình có tính lịch sử trong mùa mưa
- Không đủ các phương án xử lý rác thải đôi khi gây ra việc đốt các đồng rác gần các tuyến giao thông đường thủy.

Các khu vực ven biển và các tuyến giao thông đường thủy nội địa

Dọc Con đường Di sản có hai tuyến đường thủy quan trọng hỗ trợ các sản phẩm di sản của tuyến du lịch này - sông Hương chảy ngang qua Huế và là tuyến du thuyền quan trọng được phần lớn khách du lịch sử dụng để tiếp cận quần thể các đền điện và lăng tẩm di sản thế giới, và sông Thu Bồn chảy ngang thị trấn Hội An, và là nét đặc biệt của khu phố cổ. Hai thách thức chính đối với hai dòng sông này là:

- Sự ngập lụt vào mùa mưa khiến các dòng sông kém hấp dẫn hơn đối với việc du thuyền, nguy hiểm hơn và khó định hướng, gây ra các vấn đề về an toàn cho khách du lịch.
- Ô nhiễm do khách du lịch và người dân địa phương không chỉ gây ra các vấn đề cho ngư dân địa phương, mà còn ảnh hưởng đến sức hấp dẫn đối với người dân và du khách.

Các khu vực thiên nhiên và cảnh đẹp nông thôn

Môi trường thiên nhiên đóng vai trò quan trọng trong việc mang lại sự hài lòng và trong một số trường hợp như Mỹ Sơn, môi trường thiên nhiên mang lại bối cảnh lịch sử chân thực đối với các điểm văn hóa/lịch sử dọc theo Con đường Di sản. Các thách thức chính trong việc quản lý các khu thiên nhiên và cảnh đẹp dọc theo Con đường Di sản là:

- Sự đô thị hóa, hiện đại hóa và phát triển không ngừng của các vùng nông thôn xung quanh khu phố cổ Hội An (ví dụ sự phát triển của các đồng lúa, các bờ sông và các hòn đảo)
- Sự mở rộng đô thị của vùng ngoại ô thành phố Đà Nẵng diễn ra xung quanh Ngũ Hành Sơn làm giảm sức hấp dẫn của các đền thờ như một nơi bình yên để thiền tâm và suy ngẫm cũng như sự gắn kết lịch sử của nơi này
- Sự bảo vệ chính thức còn hạn chế đối với các cảnh đẹp nông thôn và các cánh rừng xung quanh Mỹ Sơn, những nơi này vẫn còn giữ được các điều kiện ban đầu như một điểm lịch sử và vì thế sự chân thực của điểm đến là rất quan trọng.
- Sự bảo vệ còn hạn chế đối với các khu vực quan trọng dọc theo sông Hoài tránh sự phát triển quá mức hoặc thiếu nhạy cảm giữa Hội An và Mỹ Sơn (một tuyến du thuyền phổ biến giữa các điểm di sản này)

Cơ sở hạ tầng công cộng

Con đường Di sản xuyên qua khu vực bờ biển nhìn chung rất phát triển của Việt Nam, vì thế tất cả các khách du lịch đều mong đợi mức độ cơ sở hạ tầng tốt dọc theo tuyến này, với điều kiện tiếp cận tốt tới các tuyến đường, các lựa chọn phương tiện vận chuyển, điện, nước và viễn thông. Tuy nhiên, vẫn còn có một số thiếu hụt quan trọng về cơ sở hạ tầng ảnh hưởng đến sự vận hành hiệu quả của tuyến du lịch Con đường Di sản:

- Không có hoặc hạn chế sử dụng các biển thu hút sự chú ý của khách du lịch dọc theo các tuyến đường chính và đường cao tốc
- Không sử dụng các biển chỉ đường dọc theo tuyến du lịch để thúc đẩy và củng cố các trải nghiệm ở điểm đến

- Các đoạn đường không trải nhựa giữa Đà Nẵng và Huế (mặc dù hiện nay đang được nâng cấp)
- Sự ngập lụt hàng năm gây xói lở đường và các vấn đề đối với xe du lịch lớn.
- Các đoạn đường nguy hiểm xung quanh đèo Hải Vân (ví dụ một “khúc cua bất ngờ” giữa các chợ/khu vực đỗ xe và điểm ngắm cảnh, cần cải thiện các rào chắn an toàn, biển báo đường nguy hiểm vv...)
- Số lượng hạn chế các điểm ngắm cảnh có chỗ đỗ xe và cơ sở hạ tầng dọc con đường trên đèo Hải Vân (ví dụ mái che, chỗ ngồi, thuyết minh vv...)
- Các đoạn đường có giới hạn tốc độ rất thấp ở các đoạn đi qua thị trấn, làng mạc và thành phố (ví dụ đường quốc lộ số 1, đường Võ Nguyên Giáp và Trường Sa), điều này đôi khi khiến đường dài một cách không cần thiết và mất thời gian đi nhiều hơn mức cần thiết.
- Một số “điểm đen” viễn thông nhỏ dọc tuyến đường (ví dụ ở bán đảo Sơn Trà và xung quanh Mỹ Sơn)
- Một số vùng của Quảng Nam bị thiếu nước vào mùa hè do hiệu ứng nóng lên toàn cầu và đặc biệt là trong thời gian diễn ra hiện tượng El Nino
- Các tuyến đường xung quanh Hoàng thành Huế hẹp và đôi khi đầy kín xe cộ. Không có đủ cầu bắc qua sông Hương phục vụ giao thông địa phương.

Cơ sở lưu trú

Trung tâm lưu trú chính cho khách đi du lịch theo Con đường Di sản là Huế, Đà Nẵng và Hội An. Một điểm dừng phụ trợ nữa là bãi biển Lăng Cô. Mặc dù các điểm du lịch này nhìn chung có một loạt cơ sở lưu trú tốt từ 1 - 5 sao, vẫn có một số thiếu hụt về sản phẩm chính:

- Tính mùa vụ trong lượng khách du lịch đặc trưng bởi lượng khách du lịch tăng mạnh trong mùa khô và giảm đáng kể trong mùa mưa tạo ra các thách thức trong quản lý hoạt động (ví dụ thu nhập thất thường, các thách thức về quản lý nguồn nhân lực vv...)
- Số lượng các chuỗi khách sạn quốc tế ở Huế còn hạn chế và vẫn cần phải cải thiện các tiêu chuẩn của các cơ sở và dịch vụ khách sạn địa phương
- Về tổng thể, thiếu hụt các kỹ năng nói chung trong một số lĩnh vực, đáng kể nhất là quản lý khách sạn cao cấp, phục vụ bàn và quản lý sự kiện trong nhà.
- Cung cấp dư thừa phòng khách sạn 3-4 sao tại Huế và khu vực trung tâm Đà Nẵng, và cung cấp thiếu các khu nghỉ dưỡng 3-4 sao dọc theo các bãi biển Đà Nẵng.
- Số lượng sinh viên tốt nghiệp có kỹ năng không đủ để lấp đầy các vị trí công việc hiện nay và dự kiến trong tương lai ở các cơ sở lưu trú.

Các điểm tham quan và hoạt động

Về tổng thể, có hàng loạt điểm du lịch mạnh có chất lượng cao, các hoạt động và các sự kiện mà khách du lịch có thể trải nghiệm dọc theo Con đường Di sản bao gồm ba điểm di sản văn hóa thế giới, một bảo tàng lịch sử, các đền đài và lăng tẩm, ẩm thực độc đáo, và các chương trình biểu diễn văn hóa truyền thống. Tuy nhiên, vẫn cần phải cải thiện nhiều điểm du lịch trong số này và các hoạt động gắn liền. Các thiếu hụt chính về sản phẩm bao gồm:

Bảo tàng Chăm

- Mặc dù không có bộ nghe, các giải thích viết về các hiện vật Chăm ngắn và không đủ để có thể đánh giá đúng về các hiện vật chất lượng này
- Bảo tàng có ý nghĩa nhưng các dịch vụ hỗ trợ tại chỗ hạn chế (ví dụ các quán cà phê tại chỗ có chất lượng, các cửa hàng bán quà lưu niệm có tiêu chuẩn cao) và các hoạt động thu hút khách du lịch và tạo ra trải nghiệm học tập sâu sắc hơn (ví dụ các tour có thuyết minh viên tại chỗ theo chương trình, các thuyết trình của nhân viên tại chỗ, các chương trình biểu diễn văn hóa vv...)
- Bảo tàng không phục vụ trọn gói/xúc tiến kết hợp với Mỹ Sơn để có thể giúp tăng cường các trải nghiệm về cả hai sản phẩm.
- Tòa nhà và sân của bảo tàng cần được cải thiện (ví dụ không có điều hòa nhiệt độ, một số di tích được trưng bày bên ngoài tiếp xúc trực tiếp với các yếu tố thời tiết, một số hiện vật bị hư hỏng do bị gắn bằng xi măng lên tường vv...)
- Sự hạn chế kiểm soát hành vi của khách du lịch gây ra các hư hỏng lâu dài các hiện vật do khách du lịch sờ vào hiện vật (ví dụ sờ vào các hiện vật tâm tình để lấy may).

Ngũ Hành Sơn

- Điểm đến này đang có nguy cơ bị “thổi phồng”, đặc biệt đối với khách du lịch quốc tế vì họ có thể không có sự gắn kết tâm linh như thị trường nội địa, và họ đi nhiều và đã từng xem những đền chùa, hang động vv... ấn tượng hơn ở nơi khác.
- Nhiều bậc thang và các bậc thang rộng có thể trở nên trơn trượt trong thời tiết ẩm ướt
- Các sản phẩm đá cẩm thạch giá quá cao được những người bán dạo rao bán lớn tiếng và đeo bám rất dai dẳng ở chân núi đã ảnh hưởng xấu đến trải nghiệm chung của khách du lịch. Các sản phẩm cũng có xu hướng chung chung, và đáng ngờ về tính chân thực của địa phương.
- Bãi đỗ xe với các lều quán khiến lối đi vào núi tạm bợ và không hấp dẫn.
- Hạn chế các dịch vụ/điểm tham quan/hoạt động hỗ trợ (ví dụ các quán cà phê và ki-ốt bán thức ăn nhẹ chỉ mang tính cơ bản, không có trung tâm tiếp đón/thuyết minh đa chức năng, không có các tour tại chỗ theo chương trình, không có thuyết minh vv...)
- Hạn chế bản viết giải thích (hạn chế phân phát các tài liệu giới thiệu/thông tin, bản đồ, hạn chế bảng giải thích tại các hang động và chùa chiền vv...)
- Đông đúc, ẩm ỉ, rác thải bừa bãi trong mùa cao điểm

Mỹ Sơn

- Thuyết minh về các di tích còn hạn chế và có thể cải thiện để nâng cao ý nghĩa của điểm di sản thế giới.
- Không có thuyết minh viên tại chỗ theo chương trình. Nói chung cần có thuyết minh viên hoặc sách hướng dẫn du lịch.
- Sự hạn chế bóng mát chung quanh các di tích khiến việc đi bộ rất bất tiện vào mùa hè, đặc biệt từ giữa buổi sáng đến chiều muộn gây ra sự đông đúc trong các giờ sáng sớm mát mẻ hơn.

- Nhà hàng ở khu vực đỗ xe chỉ là cơ bản và quá xa để đi từ khu vực điểm di sản, và chỉ có các quán cà phê/cửa hàng bán đồ lưu niệm cơ bản tại chỗ không hấp dẫn để khách dành nhiều thời gian hơn.
- Các ngôi đền cổ mặc dù rất quan trọng nhưng không có sức cạnh tranh trong suy nghĩ của khách du lịch quốc tế vì họ đã tham quan các điểm du lịch khác tương tự trong khu vực, đáng chú ý nhất là Ăng-co-vat.
- Hạn chế phát triển mạng lưới đường mòn đi bộ với cơ sở hạ tầng hỗ trợ ở khu vực đệm để nâng cao lượng khách du lịch
- Không có cơ sở lưu trú ở Mỹ Sơn. Mặc dù Tổ chức Lao động Thế giới (ILO) đang hỗ trợ phát triển các cơ sở homestay, nhưng các cơ sở homestay cần sự hỗ trợ hơn nữa để phát triển các sản phẩm của mình. Cũng cần phát triển các cấp độ lưu trú khác nhau cho các thị trường khác nhau.

Các lăng tẩm và đền điện bên sông Hương

- Các tour du thuyền đến lăng tẩm và đền điện có chất lượng thấp (ví dụ đồ đạc cơ bản, sơn bị bong tróc, đồ đạc của đội thủy thủ thừa thớt, thông gió nóng/hạn chế, ồn ào, khói trên tàu lọt vào ca bin, nội thất không phản ánh ngoại thất nhìn “truyền thống”).
- Tiêu chuẩn của những người điều hành thuyền và nhóm thủy thủ kém (ví dụ áp dụng kỹ thuật bán hàng cứng nhắc để bán hàng lưu niệm, dừng ở các điểm chỉ để lấy hoa hồng, hình thức và vệ sinh cá nhân kém, làm các công việc vặt cá nhân/gia đình, ít hoặc không có thuyết minh vv...)
- Hạn chế giải thích (tài liệu giới thiệu, bản đồ, bảng giải thích vv...) tại nhiều lăng tẩm và đền đòi hỏi khách du lịch phải mang theo hướng dẫn viên hoặc sách hướng dẫn du lịch. Không có hoặc cung cấp hạn chế thuyết minh viên tại chỗ nói tiếng Anh cho thị trường quốc tế.
- Hoạt động hạn chế của các quán cà phê/nhà hàng có chất lượng gần các lăng tẩm và đền để chia nhỏ hành trình và nghỉ lấy sức vì nóng.
- Ít hoặc không cung cấp thuyền cho thuê (ví dụ thuyền kayak, ca-nô) cho khách du lịch độc lập hoặc khách du lịch mạo hiểm thăm lăng tẩm.
- Cung cấp hạn chế các dịch vụ hỗ trợ khác ở các lăng tẩm và đền ngoài việc thực hiện tour đi bộ đến từng điểm (ví dụ các chương trình biểu diễn văn hóa, tour du lịch ban đêm thăm các đền chùa, tour có thuyết minh tại chỗ theo chương trình, các trình bày/thảo luận...)

Hội An

- Có sự khó hiểu về hệ thống bán vé vào khu phố cổ dẫn đến sự thất vọng và đôi khi bức mình, do đó làm mất đi trải nghiệm chung.
- Các trải nghiệm mua sắm bị tác động tiêu cực của những người bán hàng rong sử dụng kỹ thuật bán hàng chèo kéo, gây nghi ngại về tính chân thực của các sản phẩm sản xuất tại địa phương và thiếu sự đa dạng sản phẩm trong các cửa hàng.
- Khu phố cổ có nguy cơ trở nên “thương mại hóa quá mức” ảnh hưởng đến bầu không khí bối cảnh lịch sử.

- Kỹ năng hướng dẫn và thuyết minh hạn chế của các chủ sở hữu nhà cổ, họ có xu hướng chỉ giới thiệu rất ngắn gọn và sau đó để cho khách du lịch tự khám phá. Cung cấp hạn chế các thông tin in ấn (sổ tay, tài liệu giới thiệu) tại các nhà cổ. Việc bán hàng lưu niệm đeo bám khách dai dẳng của người dân.
- Trung tâm thông tin tốt nhưng thành phố có thể có một trung tâm tiếp đón/thuyết minh đa năng lớn hơn như điểm khởi đầu cho việc tìm hiểu thành phố.
- Đôi khi những người đáp xích lô không chuyên nghiệp (tính phí quá cao, hạn chế/không có thuyết minh vv...)

Hoàng thành Huế

- Hạn chế giải thích xung quanh Hoàng thành (tài liệu giới thiệu, bản đồ, bảng giải thích vv...) đòi hỏi khách du lịch phải sử dụng hướng dẫn viên du lịch hoặc sách hướng dẫn du lịch. Nhiều hiện vật trưng bày trong Hoàng thành (ví dụ mô hình Hoàng thành) đã cũ và không tạo cảm hứng, và khu vực chiếu phim/tài liệu về Hoàng thành mang tính cơ bản và cần được cải thiện đáng kể. Cung cấp hạn chế dịch vụ thuyết minh viên tại chỗ nói tiếng Anh cho thị trường quốc tế hoặc các tour có hướng dẫn theo chương trình.
- Thuyết minh viên tại chỗ trong quần thể Hoàng thành thường được tính vào giá vé nhưng các công ty du lịch thường vẫn phải trả thêm lần nữa (hai lần) để có thuyết minh viên tại chỗ.
- Không có trung tâm tiếp đón/thuyết minh tập trung để cung cấp thông tin và hướng dẫn
- Biển chỉ đường đôi khi chỉ có bằng tiếng Việt, và việc định hướng trong quần thể Hoàng thành đôi khi nhầm lẫn vì không có tuyến đi bộ được xác định rõ ràng để hỗ trợ du khách.
- Bảo tàng cung đình Huế đã có các hiện vật trưng bày cơ bản, nhưng chưa đủ hấp dẫn để giữ chân du khách lâu.
- Các hoạt động hạn chế về đêm và chương trình biểu diễn văn hóa ban đêm chỉ được cung cấp theo yêu cầu. Cần quảng bá tốt hơn và xem xét lại giá cả để thu hút du khách hơn nữa.
- Các nhà hàng và quán cà phê nằm trong khu vực bán vé của Hoàng thành có chất lượng hạn chế làm giới hạn trải nghiệm chung của khách du lịch.
- Lệ phí vào cửa thường thay đổi và giá có thể tăng mà không thông báo gây ra các vấn đề cho các đại lý lữ hành, các đại lý lữ hành thường cần thông báo trước khoảng 6 tháng để họ có thể thông báo cho các đối tác của mình.
- Thị trường ban đêm hấp dẫn và bình yên nhưng nhỏ và vẫn còn khả năng mở rộng đáng kể.
- Cung cấp hạn chế các hoạt động hỗ trợ khác tại các lăng mộ và điện ngoài tour đi bộ tới từng điểm du lịch (ví dụ các chương trình biểu diễn văn hóa, các tour du lịch ban đêm, các tour có hướng dẫn theo chương trình, các buổi trình bày/thảo luận vv...)
- Các sản phẩm lưu niệm rất chung chung và có thể phản ánh mạnh mẽ hơn lịch sử và văn hóa địa phương trong các sản phẩm lưu niệm.
- Đôi khi những người đáp xích lô không chuyên nghiệp (tính giá quá cao, đưa khách du lịch đến những nơi họ có thể lấy hoa hồng, hạn chế/không có thuyết minh vv...)

- Biểu diễn nhã nhạc cung đình tuy rất chân thực và thú vị, nhưng chưa đủ linh hoạt để đưa vào nhiều tour du lịch (ví dụ không cần giới thiệu toàn bộ chương trình, chỉ cần một phần là đủ)

ĐƯỜNG MÒN SINH THÁI: CÁC THIẾU HỤT CỦA SẢN PHẨM DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ DU LỊCH THIÊN NHIÊN

Các làng văn hóa, dân tộc và làng nghề

Các làng văn hóa, dân tộc và làng nghề dọc theo đường mòn sinh thái đã được lựa chọn là sản phẩm hàng đầu là các làng nghề bên sông Thu Bồn, xung quanh Hội An và làng văn hóa Cầu Thanh Toàn gần Hoàng thành Huế. Mặc dù thu hút ít khách du lịch hơn, ở đây cũng có các làng dân tộc Katu thú vị ở A Lưới và Nam Đông tại Thừa Thiên Huế, và làng Bờ Hồ ở Quảng Nam đã tiếp nhận đầu tư của tổ chức phi chính phủ và khu vực tư nhân vào phát triển du lịch cộng đồng. Tất cả các điểm đến này sẽ cần được quản lý cẩn thận để thu hút du khách ra khỏi khu vực ven biển và khiến cho đường mòn sinh thái thành công lâu dài. Đối với hai sản phẩm hàng đầu này, các thách thức chính đối với du lịch là:

Các làng nghề bên sông Thu Bồn

- Hiện đại hóa và đô thị hóa làm giảm sức hấp dẫn của một “làng truyền thống” (mong đợi không được đáp ứng). Hơn nữa, ở Kim Bồng chỉ còn một vài gia đình tiếp tục nghề khắc gỗ, vì thế không còn là “làng nghề” đặc trưng.
- Đô thị hóa/phát triển ở các khu vực đồng ruộng xung quanh làng rau Trà Quế
- Các thách thức về quản lý rác và chất thải ở làng Thanh Hà

Cầu Thanh Toàn (làng văn hóa Thanh Thủy Chánh)

- Điểm đến đang lên mạnh mẽ, các cơ sở vật chất/hoạt động/các điểm tham quan hỗ trợ được phát triển một cách hạn chế cho du khách (chỉ có cái cầu và một Bảo tàng nông nghiệp cơ bản)
- Khu vực chợ tạm bợ, luộm thuộm và ô nhiễm

Các đường thủy nội địa

Dọc theo đường mòn sinh thái có ba tuyến đường thủy quan trọng hỗ trợ các sản phẩm du lịch thiên nhiên của tuyến này - sông Thu Bồn, phá Tam Giang và sông Cu Đê. Các dòng sông này đóng vai trò quan trọng trong việc thực hiện các trải nghiệm đi thuyền đến các làng du lịch cộng đồng, và cũng là bộ phận quan trọng trong toàn bộ “gói du lịch thiên nhiên”, vì thế đảm bảo bảo vệ và phát triển thận trọng các sản phẩm này là điều bắt buộc. Các thách thức chính đối với ba dòng sông này về du lịch bao gồm:

- Ngập lụt trên tất cả các dòng sông trong mùa mưa làm giảm sức hấp dẫn của các tour đi thuyền và đặt sự an toàn của khách du lịch ở mức độ rủi ro cao. Ngập lụt trên sông Thu Bồn cũng trở nên trầm trọng hơn vì sự cần thiết phải xả nước định kỳ đập đầu nguồn.

- Hạn chế hoặc không có sự bảo vệ chính thức đối với diện tích đất xung quanh nhiều dòng sông/đầm phá để kiểm soát sự phát triển quá mức hoặc phát triển không phù hợp có thể giảm sự hấp dẫn và tính bền vững của các khu vực du lịch thiên nhiên.
- Các du thuyền chất lượng thấp hoạt động trên đầm phá và các dòng sông do các quy định, giám sát và kiểm tra tiêu chuẩn lỏng lẻo
- Tương tự như vậy, có sự thiếu hụt lớn về kỹ năng của những người điều hành thuyền và thủy thủ đoàn, nhiều người trong số họ không có bằng cấp chính quy về du lịch, kỹ năng phục vụ khách hàng hạn chế, kỹ năng nói tiếng Anh cơ bản vv...
- Các vấn đề nêu trên càng được nhấn mạnh đối với sông Cu Đê do làng du lịch cộng đồng Hòa Bắc chưa được chính thức mở cửa cho du lịch
- Chỉ có các bến tàu cơ bản trên phá Tam Giang

Các khu vực thiên nhiên và cảnh đẹp nông thôn

Bên cạnh việc cần phải đảm bảo sự phát triển thận trọng các sản phẩm du lịch cộng đồng trong khu vực là sự cần thiết đảm bảo công tác bảo tồn và khai thác một cách thận trọng các khu bảo tồn như núi Bà Nà, bán đảo Sơn Trà và rừng quốc gia Bạch Mã, cũng như cung cấp một “hành lang xanh” hấp dẫn dọc tuyến chính của đường mòn sinh thái và các làng du lịch cộng đồng chính. Các thiếu hụt chính trong sản phẩm du lịch thiên nhiên hàng đầu của khu vực này là:

- Công viên vui chơi/giải trí Bà Nà có xu hướng làm lu mờ các điểm du lịch thiên nhiên khác trong khu bảo tồn này. Các quảng bá cho điểm đến này cần hướng đến một cách rõ ràng các “khách du lịch sinh thái mềm” chứ không phải là khách du lịch mạo hiểm và thị trường những khách du lịch tìm kiếm thiên nhiên mà có thể có những mong đợi khác.
- Núi Bà Nà lạnh và mưa từ tháng 10 đến tháng 2, lượng khách rất thất thường gây ra những thách thức về quản lý (doanh thu, nguồn nhân lực)
- Sự kiểm soát hạn chế đối với du lịch đại trà ở thác Trượt trong rừng quốc gia Bạch Mã gây ra tình trạng đông đúc, ồn ào, ô nhiễm và phát triển quá mức của các quán hàng ăn cạnh thác nước.
- Đường lên đỉnh núi Bà Nà xấu, buộc khách du lịch phải đi cáp treo, đây có thể là vấn đề đối với các nhóm phượt và các nhóm sinh viên
- Rừng quốc gia Bạch Mã gặp phải các thách thức bền vững về săn trộm động vật hoang dã, khai thác các sản phẩm gỗ phi lâm nghiệp, tăng trưởng dân số, thâm canh và tình trạng nghèo, những vấn đề này đang tạo ra các thách thức về sự bền vững trong vùng đệm và phương hại đến các giá trị của hệ sinh thái trong khu bảo tồn.
- Ở bán đảo Sơn Trà có một số đoạn đường khó/nguy hiểm khi lái xe (ví dụ đường hẹp, không có thanh chắn an toàn/vạch vẽ đường, dốc đứng, sự phát triển tràn lan của rừng).
- Các vịnh của bán đảo Sơn Trà có các nhà hàng, khu nghỉ dưỡng, các bãi biển công cộng cũng như khu vực cảng đánh cá dễ bị ảnh hưởng của rác thải bờ bãi và ô nhiễm (chất thải rắn và nước thải).

Cơ sở hạ tầng công cộng

Đường mòn sinh thái vòng qua khu vực ven biển có mức độ phát triển cao và cơ sở hạ tầng tương đối tốt, cũng như khu vực nội địa kém phát triển hơn một cách đáng kể. Sự chênh lệch về cơ sở hạ tầng dọc theo khu vực ven biển đã được xác định trong các phân báo cáo về cơ sở hạ tầng công cộng của khu vực Duyên hải miền Trung và Con đường Di sản. Về khu vực nội địa của đường mòn sinh thái Duyên hải miền Trung, các thiếu hụt chính về cơ sở hạ tầng đã được phát hiện như sau:

- Không có hoặc sử dụng rất hạn chế các biển thu hút sự chú ý của khách du lịch dọc theo các tuyến đường bộ chính và đường quốc lộ
- Không có biển chỉ đường tạo thương hiệu dọc theo tuyến du lịch để nâng cao và củng cố các trải nghiệm tại điểm đến
- Đường xấu (do lũ lụt), hẹp và/hoặc dốc, hạn chế sự tiếp cận của các xe cỡ lớn như xe buýt, đặc biệt giữa Hội An/Đà Nẵng và Bờ Hồồng.
- Cung cấp hạn chế các điểm dừng chân nghỉ ngơi đa năng và/hoặc các điểm ngắm cảnh dọc tuyến du lịch (đây cũng là vấn đề với khu vực ven biển) có bãi đỗ xe và cơ sở hạ tầng (ví dụ mái che, chỗ ngồi, thuyết minh, nhà vệ sinh vv...)
- Các “điểm đen” viễn thông đáng kể dọc tuyến du lịch, đặc biệt dọc đường mòn Hồ Chí Minh
- Nói chung, hầu hết các làng nằm trong khu vực nội địa đều đối mặt với các vấn đề quản lý rác thải kém hiệu quả
- Tuyến đường từ đường chính đến cầu Thanh Toàn hẹp và không phù hợp cho xe buýt cỡ lớn

Cơ sở lưu trú

Một lần nữa, việc cung cấp lưu trú và các tiêu chuẩn lưu trú rất khác nhau trên tuyến du lịch đường mòn sinh thái giữa khu vực ven biển (tương đối tốt) và khu vực sâu trong đất liền (tương đối kém). Sự thiếu hụt chính về cơ sở lưu trú dọc theo bờ biển được mô tả chi tiết trong các phân tích về sự thiếu hụt của khu vực Duyên hải miền Trung và Con đường Di sản. Về khu vực nội địa, các thiếu hụt chính đối với cơ sở lưu trú là:

- Không có cơ sở lưu trú ở làng văn hóa Cầu Thanh Toàn. Mặc dù ngôi làng này gần nhiều lựa chọn lưu trú ở Huế nhưng cũng có thể cung cấp cho khách du lịch ở ngắn ngày tại Huế một đêm trải nghiệm ở khu vực nông thôn.
- Nói chung việc củng cố thường xuyên các tiêu chuẩn homestay là cần thiết tại A Lưới và Nam Đông, và một mức độ nào đó tại làng Bờ Hồồng (làng này được tham dự nhiều khóa đào tạo gần đây về homestay của các tổ chức phi chính phủ cũng như sự hỗ trợ tương đối tích cực hơn và thường xuyên hơn của khu vực tư nhân)
- Tương tự như khu vực ven biển, các cơ sở cung cấp lưu trú đối mặt với các thách thức tính mùa vụ thất thường cao giữa mùa mưa và mùa khô
- Không có các lựa chọn lưu trú được xây dựng một cách chính thức giữa Hội An và Bờ Hồồng và giữa Bờ Hồồng và A Lưới để có thể kéo dài thời gian du lịch, thúc đẩy các hình thức du lịch khác nhau trên tuyến Đường mòn sinh thái (ví dụ đạp xe,

đi bộ xuyên rừng), thúc đẩy việc khám phá hơn nữa khu vực này, và giúp phân bổ các lợi ích kinh tế về du lịch.

- Ngoài khu vực du lịch công viên vui chơi Bà Nà không có các cơ sở lưu trú nào khác cho khách du lịch đam mê thiên nhiên, những người muốn khám phá khu sinh quyển này.
- Hơn nữa, ở khu vực ven biển nên lưu ý rằng trong khi phá Tam Giang có một số cơ sở homestay cơ bản thì khu vực nội địa không có các cơ sở lưu trú từ trung bình đến cao cấp để có thể phù hợp hơn với thị trường khách du lịch quốc tế (cao cấp) và thị trường khách du lịch nội địa đam mê thiên nhiên.

Các điểm tham quan và hoạt động

Mặc dù khu vực tuyến Đường mòn sinh thái là một sản phẩm thiên nhiên và du lịch cộng đồng đặc trưng, nhưng vẫn còn những thiếu hụt trong việc phát triển những sản phẩm này trở thành những sản phẩm có sức thu hút mạnh mẽ cùng với sự đa dạng hóa các dịch vụ và hoạt động gắn kết hơn và mang lại sự hài lòng cho du khách. Những thiếu hụt chính liên quan đến địa điểm du lịch, các hoạt động và sự kiện dọc theo tuyến Đường mòn sinh thái bao gồm:

Làng truyền thống sông Thu Bồn

- Chỉ có một trung tâm tiếp đón khách du lịch đơn sơ nằm ở Thanh Hà (không có các tiện nghi đa chức năng và các dịch vụ như nhà vệ sinh, quầy thông tin, quán cà phê, các đồ dùng hữu dụng như mũ, nón và kem chống nắng) và không có trung tâm tiếp đón/thông tin ở khu vực làng nghề thủ công sông Thu Bồn, nơi là điểm đặt chân đầu tiên cho các tour du lịch và có thể cung cấp tiện nghi và các dịch vụ bổ sung.
- Ít hoặc không có các ấn phẩm cung cấp thông tin về lịch sử, văn hóa, con người, sản phẩm du lịch, điểm tham quan, hoạt động vv....
- Các tour tại chỗ quanh làng là những “hội thảo” đơn sơ không toàn diện (giao thoa văn hóa hạn chế, các trao đổi ngắn, không thể nhiều người tham gia cùng một lúc - nên hoạt động giống như một “lớp giới thiệu” về làm gỗ/sản xuất gỗ và đưa khách tham quan toàn bộ quá trình chuẩn bị nguồn nguyên liệu và xây dựng một sản phẩm vv...)
- Cộng đồng bị giới hạn phối hợp việc cung cấp các tour du lịch trọn gói một cách toàn diện và phát triển hơn từ đầu tới cuối (tiếp đón theo cách truyền thống, giải khát, trưng bày giới thiệu, chợ thủ công...)
- Nhiều sản phẩm thủ công tại làng có thể tìm thấy dễ dàng ở Hội An – sản phẩm cần có sự khác biệt, độc đáo hơn.
- Không có quán cà phê, nhà hàng nào có chất lượng tốt trong làng thủ công hay dọc tuyến đường sông để du khách có thể dừng chân, kéo dài thời gian tham quan, tăng mức tiêu dùng vv...

Làng văn hóa Cầu Thanh Toàn

- Điểm tham quan chính là cây cầu có mái che cần được sửa chữa và bảo dưỡng
- Điểm du lịch thứ cấp là Bảo tàng nông nghiệp còn rất cơ bản (không có nhiều vật trưng bày, cần được sửa chữa và nâng cấp), có rất ít biển chú thích, thuyết minh, ít hoặc không có các chỉ dẫn tiếng Anh cho khách quốc tế,...
- Như làng thủ công sông Thu Bồn, cộng đồng Cầu Thanh Toàn không được tổ chức phối hợp tốt từ đầu đến cuối để có một trải nghiệm du lịch toàn diện hơn
- Việc không thu phí vào làng hay đi bộ trên cầu đã làm mất đi cơ hội để tăng doanh thu, có thể được sử dụng cho việc bảo trì và cung cấp các dịch vụ du lịch.
- Ít hoặc không có các tài liệu in ấn và/hoặc phân phát hạn chế tài liệu cung cấp thông tin về con người, văn hóa, lịch sử, sản phẩm, các điểm tham quan, hoạt động vv... Không có bảng giải thích. Hạn chế hoặc không có thuyết minh viên địa phương/tại chỗ hoặc các tour theo chương trình.
- Các phương tiện vệ sinh hạn chế hoặc chỉ ở mức cơ bản
- Không có nhà hàng/quán cà phê hoặc nhà địa phương được chuẩn bị làm “điểm dừng chân ăn trưa” (chỉ có các cửa hàng bán đồ ăn nhẹ cơ bản)
- Cần có thêm các hoạt động ở khu vực xung quanh (ví dụ đi bộ trong các ruộng lúa, tour tham quan làng, đường đi bộ đến đình làng, đi ca nô trên sông vv...)
- Không có đường/tuyến đi bộ hoặc đạp xe được xây dựng chính thức chạy xung quanh làng có phương tiện và cơ sở hạ tầng hỗ trợ (sơ đồ đường đi, biển chỉ đường và giải thích, khu vực nghỉ ngơi vv...) để mở rộng trải nghiệm của khách
- Bảo tàng nông nghiệp không liên kết trực tiếp với các tour đến các nông trại xung quanh để gặp gỡ nông dân địa phương, xem và trải nghiệm cách làm trang trại sử dụng các công cụ hiện nay và truyền thống vv...
- Có khả năng liên kết Bảo tàng nông nghiệp với việc bán các thực phẩm sản xuất tại địa phương và có khả năng bán thông qua các quán cà phê

Phá Tam Giang

- Mặc dù đã có một quy hoạch tổng thể phát triển đầm phá, tuy nhiên chỉ có rất ít biện pháp bảo vệ khu vực đường thủy như một khu bảo tồn nhằm đảm bảo cho công tác bảo tồn và phát triển bền vững lâu dài nguồn tài nguyên thiên nhiên của người dân địa phương cũng như một địa điểm phục vụ nghỉ ngơi và giải trí. Đặc biệt, một nhu cầu cấp bách đang được đặt ra nhằm bảo vệ, phân vùng và thiết lập các quy định đối với sự phát triển và khai thác những khu vực đẹp nhất của phá Tam Giang, là Đầm Sam và Đầm Chuồn.
- Không có khu vực công cộng dành riêng cho việc cắm trại được trang bị cơ sở vật chất tốt (Ví dụ như: các khu vườn được chăm sóc thường xuyên, ghế ngồi, các nơi có ô hoặc chòi, nhà vệ sinh, nơi thay đồ, tắm, các quán cà phê...)
- Không có khu vực công cộng được trang bị tiện nghi về cơ sở vật chất và dịch vụ cung cấp các hoạt động thể thao trên nước như xe máy nước (motor boats) và chèo thuyền kayaks (tóm lại chỉ có sự sắp xếp các hoạt động này khi thông qua các công ty điều hành tour, làng có các hộ lưu trú, hoặc khách sạn tại khu vực phá).

- Khu vực khởi hành của du thuyền phát triển chưa tốt (không có bãi đỗ xe riêng mà vẫn phải đỗ xe trên đường, không có sự bố trí gọn gàng, không có nhà vệ sinh, các điểm nghỉ chân, chỗ ngồi...)
- Áo phao cứu sinh không thường xuyên được cung cấp trên các thuyền du lịch địa phương. Tuy phá khá nông, nhưng điều này vẫn có thể gây nguy hiểm và không an toàn đối với trẻ em.
- Nhà hàng nổi còn rất đơn sơ (không có điều hòa không khí, bàn và ghế cơ bản, và tồn tại vấn đề về quản lý chất thải...)
- Không có đường được thiết kế riêng có trang bị cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng cho hoạt động đi dạo và đạp xe quanh khu vực phá (như bản đồ đường đi, bảng/biển thuyết minh, khu vực nghỉ ngơi...) nhằm mục đích mở ra nhiều hoạt động hơn cho khách du lịch có thể trải nghiệm.

Núi Bà Nà

- Không có trung tâm thông tin đa chức năng và tiếp đón khách.
- Do bên ngoài khu vực công viên/trong phạm vi khu bảo tồn thiên nhiên có ít nơi lưu trú dành cho du khách (ví dụ như nhà nghỉ sinh thái và các khu vực để cắm trại) nên việc chiêm ngưỡng các loài động vật hoang dã vào lúc sáng sớm hoặc tối muộn còn bị hạn chế.
- Không có lịch tổ chức các tour du lịch thiên nhiên.
- Để đi vào những lối đường mòn tự nhiên và các đền chùa, khách du lịch vẫn phải đi thông qua cửa công viên vui chơi giải trí và phải nộp lệ phí vào cửa với giá không rẻ.
- Giá vé cũng không có sự linh động, không giảm giá cho những du khách chỉ có nhu cầu tham quan thiên nhiên và các điểm du lịch tâm linh, hoặc là vào giai đoạn thấp điểm (như là thời điểm ở giữa tuần, mùa mưa)
- Các đường mòn đi bộ quanh khu bảo tồn thiên nhiên vẫn còn bị hạn chế, các biển chú thích, giải thích về môi trường thiên nhiên còn bị hạn chế.
- Các du khách chủ yếu đến Bà Nà để chiêm ngưỡng và trải nghiệm những thắng cảnh thiên nhiên có thể bị ảnh hưởng bởi những đám đông vào dịp nghỉ lễ và cuối tuần.

Vườn Quốc gia Bạch Mã

- Ở mùa cao điểm du lịch, Vườn bị ảnh hưởng lớn bởi thời tiết ẩm ướt, làm cho các hoạt động như hoạt động leo núi, ngắm các loài chim, bơi lội, cắm trại bị hạn chế cũng như tầm nhìn từ điểm quan sát bị giảm, đây cũng là điểm thu hút du khách chủ yếu.
- Cơ hội tốt nhất để ngắm nhìn các loài chim là lúc rạng đông, nhưng điều này lại gây khó khăn đối với những khách đi du lịch trong ngày xuất phát từ Huế và Đà Nẵng.
- Đường mòn lên đỉnh núi Bạch Mã là đường giao thông chính, nên không thích hợp cho việc leo núi (vì có ít bóng mát, là đường giao thông gây nên sự ồn ào...)
- Xe buýt tới điểm quan sát cũng đôi khi gặp phải vấn đề do số lượng du khách quá lớn trong suốt mùa cao điểm.

- Đu dây mạo hiểm (Zip-line) chưa được quảng bá tốt tới du khách nên có thể vẫn chưa được chú ý tới.
- Các bảng thông báo, bảng thuyết minh và chỉ hướng, các vật trưng bày và các ấn phẩm về điểm tham quan và các cơ sở vật chất, tiện nghi khác vẫn còn bị hạn chế và những nơi đặt các biển bảng thông báo cần đường bảo trì thường xuyên.
- Một số cơ sở như đài quan sát, các nhà hàng chính và Trung tâm Du lịch sinh thái vẫn còn ở trong tình trạng nghèo nàn và điều này làm giảm đi những trải nghiệm chung.
- Các loài động vật có vú thường hoạt động về đêm nên rất khó để chiêm ngưỡng chúng.
- Vườn hoa lan còn nhiều hạn chế.

Bán đảo Sơn Trà

- Mặc dù có một số yếu tố lịch sử chiến tranh trong khu vực nhưng còn lại rất ít di tích cũng như có rất ít các thuyết minh bằng chữ trong khu vực bán đảo.
- Nơi đây cũng chỉ có một vài cửa hàng bán đồ ăn vặt và đồ lưu niệm xung quanh khu vực ngắm cảnh và điểm tham quan, điều này không đáp ứng được nhu cầu cho những du khách muốn ở lại đây lâu hơn.
- Không có trung tâm chào đón/thuyết minh về các điểm du lịch, thông tin lịch sử hay các hoạt động du lịch trong khu vực.
- Ở đây cũng không có các nhà hàng chất lượng cao bên ngoài các khu nghỉ dưỡng cao cấp, và khách du lịch cũng không thể vào trong những khu nghỉ dưỡng đó chỉ để nghỉ ngơi và thư giãn.
- Các con đường đi bộ xung quanh bán đảo Sơn Trà chỉ xây dựng những cơ sở hạ tầng cơ bản (chỉ có một vài biển chỉ đường, có rất ít hoặc không có những biển thuyết minh, các trạm quan sát, các chòi có ghế ngồi, các khu vực cắm trại và nhà vệ sinh...)
- Thường thức và chiêm ngưỡng cảnh đẹp từ nhiều điểm khác nhau trên bán đảo là hoạt động du lịch chính, tuy nhiên các điểm quan sát còn đơn sơ và bị xuống cấp (các bậc thang và lối đi bộ chưa được cải thiện, chỗ ngồi và các chòi để nghỉ ngơi rất ít hoặc đã bị hư hỏng, nhà vệ sinh tại các điểm quan sát còn bị hạn chế, các nơi đứng ngắm cảnh chưa được nâng cấp, và khu vực để đỗ xe còn ít,...)
- Cơ sở quân sự hiện nay làm hạn chế sự phát triển cơ sở hạ tầng và dịch vụ trên bán đảo Sơn Trà.
- Vào mùa ẩm ướt, rất nhiều hoạt động ngoài trời bị hạn chế và mùa này cũng có thể làm cho việc lái xe trở nên khá nguy hiểm.

Làng văn hóa Bờ Hông và A Lưới

- Mặc dù Bờ Hông và A Lưới đã được đào tạo các kỹ năng về du lịch cộng đồng gần đây, nhưng vẫn cần phải tăng cường về cơ cấu tổ chức và phối hợp để đạt được kết quả về trải nghiệm du lịch một cách toàn diện hơn từ đầu đến cuối.
- Trong khi nơi đây có rất nhiều điểm danh lam thắng cảnh thiên nhiên và những nét đặc trưng văn hóa để thu hút du khách, thì cơ sở hạ tầng xung quanh vẫn còn hạn

chế (ví dụ như: không có biển hiệu chỉ lối ở đường mòn, không có các khu vực để cắm trại, không có đài quan sát, không có chòi câu cá, không có khu vực dành cho bơi lội...)

- Bên cạnh đó, cộng đồng nơi đây cũng không cung cấp đủ những trang thiết bị và phương tiện du lịch cần thiết nên buộc các công ty du lịch phải tự mang theo những trang bị này (ví dụ như: không có xe đạp leo núi, thuyền kayaks và áo phao...). Trong một số trường hợp điều này cũng làm hạn chế những cơ hội để làm tăng thêm thu nhập cho cộng đồng nơi đây (ví dụ như cho thuê xe đạp/tour du lịch).
- Mặc dù đã có những nhóm biểu diễn của cộng đồng địa phương nhưng vẫn còn khá đơn giản, họ có thể được hưởng lợi nhiều hơn nếu trở nên chuyên nghiệp hơn. Nhìn chung, nhiều buổi biểu diễn vẫn chưa thực sự được thuyết minh tốt khiến du khách cảm thấy chưa thực sự hiểu được ý nghĩa và nét đặc trưng của nó. Các công ty du lịch và các cơ quan quản lý nhà nước cấp tỉnh nên phối hợp với nhau để cải thiện tình hình này.

DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG (TRUNG TÂM DU LỊCH): NHỮNG THIẾU HỤT VỀ SẢN PHẨM DU LỊCH VÙNG DUYÊN HẢI

Khu vực Duyên hải và đường thủy nội địa

Những bãi biển, khu vực đường thủy ven biển và đường thủy nội địa ở trung tâm du lịch Duyên hải miền Trung là những trải nghiệm du lịch quan trọng và cũng là điểm tham quan chính đối với phần lớn du khách. Do vậy, vấn đề quản lý một cách thận trọng các sản phẩm du lịch này đóng vai trò then chốt để có thể đưa nơi đây trở thành một điểm đến du lịch được mong đợi. Các khu vực ven biển và đường thủy nội địa được ưu tiên phải kể đến các bãi biển như Lăng Cô, Mỹ Khê & Phạm Văn Đồng, Cửa Đại và An Bàng, Cù Lao Chàm, và sông Hàn ở Đà Nẵng.

Cù Lao Chàm

- Mùa mưa từ tháng 9 cho tới tháng 3 gây nên những con sóng lớn và mạnh làm cho tàu thuyền gặp khó khăn và nguy hiểm khi di chuyển từ Hội An tới Cù Lao Chàm; nó cũng gây ảnh hưởng đến các hoạt động bơi lội và lặn trong khu vực quanh đảo cho du khách.
- Hiện khu vực tư nhân vẫn rất ít quan tâm đầu tư tới khu vực Cù Lao Chàm, do đó các nhà hàng, cơ sở lưu trú... nơi đây vẫn còn khiêm tốn. Vấn đề cốt lõi là chi phí cần cho việc phát triển cơ sở hạ tầng nhằm tạo ra một điểm đến khả thi hấp dẫn các khách sạn và khu nghỉ dưỡng (như việc làm đường, những dịch vụ về quản lý chất thải...)
- Nguồn cung cấp nước sạch bị hạn chế, tuy nhiên nguồn nước hiện tại có sẵn vẫn có thể uống được.
- Các bãi biển quá đông trong suốt mùa cao điểm.
- Thời gian nghỉ tại đây bị hạn chế vì sau 2 giờ chiều thường có những đợt sóng lớn.
- Nguy cơ bùng nổ dân số ở Cù Lao Chàm làm gia tăng tình trạng đông đúc tại các bãi biển cũng như thị trường, gây ra tình trạng ô nhiễm và rác thải, đồng thời làm giảm

sức hấp dẫn của điểm đến du lịch có tên gọi “hòn đảo bình dị”, tăng nguy cơ phá hủy các rặng san hô và sinh vật biển.

- San hô của khu bảo tồn biển Cù Lao Chàm đang là khu vực có lượng khách ghé thăm rất lớn khiến nó thường xuyên bị các người lặn chạm vào hoặc va giẫm lên gây nên những thiệt hại không thể khắc phục được, làm giảm sự hấp dẫn của một điểm lặn biển
- Loài cua biển sống xung quanh Cù Lao Chàm đang dần bị tuyệt chủng do nhu cầu tiêu thụ quá mức của thương mại du lịch.
- Đang có sự đánh bắt cá quá mức/hay đánh bắt cá trái phép trong khu bảo tồn biển Cù Lao Chàm.

Các bãi biển ven bờ

- Mùa mưa từ tháng 10 đến tháng 12 làm cho các sản phẩm/hoạt động tại bãi biển và vùng sông nước kém hấp dẫn, trong một số trường hợp gây nguy hiểm, gây ảnh hưởng đáng kể cho du khách.
- Vấn đề xói mòn nghiêm trọng tại bờ biển Cửa Đại và An Bàng do mưa, bão, mực nước biển tăng gây ra. Không chỉ toàn bộ các phần bờ biển đang dần biến mất, mà toàn bộ các khách sạn và khu nghỉ dưỡng đều có nguy cơ bị thiệt hại và phá hủy. Sự xói mòn này đang dịch chuyển dần lên phía bắc. Những nỗ lực khắc phục của các khu nghỉ dưỡng không đủ và không theo hướng dẫn, tư vấn về mặt khoa học của các chuyên gia, thậm chí có thể làm xấu đi tình trạng của những vùng đất lân cận.
- Những người bán hàng lưu niệm dọc theo bãi biển đôi khi làm phiền du khách đang muốn thư giãn, đặc biệt tại các bãi biển Cửa Đại, Mỹ Khê & Phạm Văn Đồng.
- Các nhà hàng và quán cà phê chất lượng tốt dọc theo bãi biển Lăng Cô và Cửa Đại còn ít. Các nhà hàng và quán cà phê hiện có có xu hướng nhắm vào các đối tượng khách cao cấp hoặc khách bình dân.
- Sự đa dạng và số lượng các cửa hàng bán lẻ và dịch vụ dọc theo bãi biển Lăng Cô và Cửa Đại còn bị giới hạn do đó cũng chưa thực sự làm hài lòng khách du lịch (ví dụ: ít các siêu thị mini, các cửa hàng thời trang...)
- Những khu vực công cộng ở bãi biển Cửa Đại, An Bàng, Mỹ Khê và Phạm Văn Đồng tương đối hạn chế nên gây ra tình trạng đông đúc vào buổi sáng và buổi chiều, làm giảm sức hấp dẫn của các bãi biển, nơi du khách muốn dành để nghỉ ngơi và thư giãn.
- Nhìn chung, nước thải (từ hệ thống cống rãnh) đang được xả ra khu vực gần bãi biển, làm giảm chất lượng nước và tăng các nguy cơ ảnh hưởng tới sức khỏe cho những người bơi lội.
- Các dịch vụ xử lý chất thải tốt thường có xu hướng được quản lý một cách tốt nhất trước cửa các khách sạn và các khu nghỉ dưỡng hoặc tại các khu vực phổ biến của bãi biển, trong khi tình trạng vứt rác bừa bãi lại tăng lên ở các khu vực khác.

Sông Hàn

- Tình trạng ô nhiễm dòng sông thể hiện qua việc dễ dàng bắt gặp rác thải ở những đoạn lầy lội bên bờ sông.

- Có rất ít bóng râm cho hoạt động đi bộ dọc theo sông Hàn, khiến cho hoạt động này trở nên rất bất tiện vào ban ngày.
- Các dịch vụ và hoạt động trên sông và xung quanh sông Hàn vẫn còn bị hạn chế (ví dụ như các loại hình tàu thuyền còn hạn chế, không có dịch vụ đi phà cập bến-rời bến theo lịch cố định, không có các khu vườn hay khu công viên rộng rãi, không có các tiện nghi để cắm trại và tổ chức tiệc nướng barbecue ngoài trời, rất ít khu vực và bến đỗ để câu cá...)
- Các nhà hàng nổi có lượng cung không đủ.
- Thường có những đám đông đi bộ qua Cầu Rồng trước và sau khi “phun lửa” và chụp ảnh, khiến những người đi bộ phải đi xuống lòng đường trong khi đường xá rất đông đúc, gây ra những vấn đề về an toàn.
- Dọc phía đông của sông Hàn, nơi vẫn thường có những du khách đi bộ tới, vẫn chưa có nhiều cơ sở vật chất (như các cửa hàng, quán cà phê, nhà hàng...).

Cơ sở hạ tầng công cộng

- Đường trên đảo Cù Lao Chàm vẫn còn rất hẹp gây khó khăn cho xe buýt và xe hơi khi lưu chuyển và khiến du khách phải đi bộ nhiều hơn (có thể là một tín hiệu tốt)
- Tín hiệu viễn thông điện thoại trên đảo Cù Lao Chàm còn yếu.
- Không có hoặc chỉ có rất ít các biển, bảng dành cho khách du lịch để thông báo về các điểm du lịch và dịch vụ du lịch trong khu vực trung tâm du lịch Duyên hải miền Trung.
- Hiện tại chỉ có một bệnh viện quốc tế quy mô nhỏ tại Đà Nẵng, và có rất ít các dịch vụ chăm sóc sức khỏe tại Cù Lao Chàm.
- Lũ lụt hàng năm có thể gây nên các vấn đề về xói mòn cho các con đường nằm ngay sát bãi biển và đòi hỏi phải tốn nhiều kinh phí để tiếp tục bảo trì.
- Trạm quan sát ven biển cùng với các điểm đỗ xe và cơ sở hạ tầng (các nhà chòi, chỗ ngồi, thuyết minh,...) còn hạn chế
- Không có đủ bãi đỗ xe và các cơ sở vật chất ở các bãi biển công cộng.
- Việc bố trí các nhân viên cứu hộ tại bãi biển còn nhiều hạn chế, đặc biệt ở bãi biển Cửa Đại và Lăng Cô, không cung cấp đủ các trang thiết bị như xuồng cao tốc, dụng cụ y tế,...
- Xung quanh các bãi biển công cộng thường gặp một số vấn đề về giao thông vào buổi sáng và buổi chiều, đặc biệt tại hai bãi biển Mỹ Khê và Phạm Văn Đồng.

Cơ sở lưu trú

- Do có rất ít sự lựa chọn các cơ sở lưu trú trên đảo Cù Lao Chàm nên đa phần khách du lịch thường không thể/không thích nghỉ qua đêm trên đảo. Điều này gây ra sự hạn chế về thời gian lưu trú, chi tiêu của khách, cũng như cơ hội gia tăng thu nhập của người dân địa phương.
- Về khách sạn, hiện tại ở Cửa Đại không có một chuỗi khách sạn quốc tế nào còn những khách sạn khác ở đây thì tiêu chuẩn chất lượng cũng không cao. Dọc theo bãi biển Mỹ Khê và Phạm Văn Đồng, xuất hiện một cách quá mức nguồn cung từ các khách sạn 3-4 sao, làm gia tăng tính cạnh tranh, giá cả bị giảm xuống, các tiêu

chuẩn cũng giảm theo khiến làm giảm tính hấp dẫn của các trải nghiệm đối với du khách.

- Về các khu nghỉ dưỡng, chỉ có một vài khu nghỉ dưỡng 3 - 4 sao tại các bãi biển Mỹ Khê, Phạm Văn Đồng và Lăng Cô.
- Đối với các vấn đề về xói mòn, vẫn chưa có biện pháp đầy đủ về kiểm soát quy hoạch nhằm đảm bảo cho các khách sạn/khu nghỉ dưỡng không được xây dựng quá gần với biển; hoặc việc xây dựng làm biến mất các hàng rào thiên nhiên như cồn cát, rừng ngập mặn, hoặc các vùng cây rậm, vốn là các rào chắn giúp giảm thiểu xói mòn do thời tiết.

Các điểm tham quan và hoạt động

- Các điểm tham quan, các hoạt động vui chơi/giải trí vào buổi tối nhằm thu hút sự quan tâm của du khách đối với thành phố Đà Nẵng bị hạn chế (không có các buổi biểu diễn nghệ thuật truyền thống thường xuyên, hiện nay không có chợ đêm, chỉ có một vài cửa hàng bán lẻ cho khách quốc tế...)
- Chưa có nhiều các hoạt động và điểm du lịch trên đảo Cù Lao Chàm (hầu hết các hoạt động là bơi lội, lặn bằng ống thở/lặn, cắm trại, hay ăn thử các món ăn địa phương). Các làng du lịch cộng đồng vẫn chưa được khai thác triệt để đưa vào các tour du lịch nên người dân địa phương nơi đây vẫn bị bỏ quên.
- Bảo tàng và đền chùa ở Cù Lao Chàm vẫn còn đơn sơ và chưa đủ để hấp dẫn các khách du lịch quốc tế.
- Trên đảo chỉ cho thuê những dụng cụ câu cá đơn giản (những dụng cụ câu cá chuyên nghiệp thì vẫn phải mang từ đất liền ra đảo). Không có những cầu cảng đặc biệt dành cho hoạt động câu cá (thường chỉ sử dụng thuyền để phục vụ cho hoạt động này)
- Những quy định về tiêu chuẩn đối với các hoạt động lặn biển hay lặn bằng ống thở của các tour du lịch trên thuyền ở Cù Lao Chàm vẫn còn hạn chế (ví dụ mặt nạ bị nứt vỡ hoặc bẩn, không có chân nhái...)
- Ở bãi biển Cửa Đại và Lăng Cô, có rất ít các hoạt động thể thao trên nước (hầu hết chỉ giới hạn ở hoạt động mô-tô nước)
- Mặc dù có một rặng san hô lớn tuyệt đẹp nằm gần bán đảo Sơn Trà, nhưng không thể tiếp cận được do nằm ở gần căn cứ quân sự.
- Nhiều thuyền câu cá được sửa chữa thành du thuyền trên sông Hàn và điều này không đáp ứng đủ tiêu chuẩn quốc tế về những tiêu chuẩn an toàn, tiện nghi, vệ sinh... Năng lực của nhân viên và các thuyền viên cũng có thể tăng cường (kỹ năng nói tiếng Anh, các đoạn thuyết minh thu âm được phát thường gây ồn và hầu hết đều bằng tiếng Việt).
- Hiện tại không có những điểm đỗ cố định cho các du thuyền trên sông Hàn. Lối cầu thang dẫn đến du thuyền không an toàn, đặc biệt vào buổi tối. Tuy nhiên đã có những kế hoạch phát triển một bến đỗ cho du thuyền sẽ được triển khai vào năm 2016.

PHẦN 5: ĐỀ XUẤT TĂNG CƯỜNG SẢN PHẨM

Dựa vào các cuộc thảo luận với các nhà điều hành tour và khảo sát thực địa cũng như các kết quả phân tích những thiếu hụt, một loạt hành động nhằm tăng cường sản phẩm du lịch đã được xác định. Để tập trung nỗ lực, những vấn đề quan trọng nhất đã được xác định theo các nhóm và các tuyến giúp cho việc tiếp cận điểm đến và phát triển sản phẩm với 3 đến 4 đề xuất chính cho mỗi nhóm. Tổng số 12 đề xuất tăng cường sản phẩm đã được xác định:

Nhóm / Tuyến	Đề xuất chính
Con đường di sản	• Cải thiện thuyết minh, chú thích tại các điểm di sản văn hóa
	• Cải thiện chất lượng và sự đa dạng của các dịch vụ và hoạt động tại các điểm di sản văn hóa
	• Cải thiện tiêu chuẩn dịch vụ khách hàng của hướng dẫn viên du lịch, nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển và những người bán hàng tại những điểm di sản văn hóa
	• Tạo điều kiện để bảo vệ các điểm di sản văn hóa tốt hơn
Trung tâm du lịch vùng Duyên hải miền trung	• Làm giảm sự ảnh hưởng và tác động của mùa du lịch thấp điểm
	• Cải thiện sự đa dạng và chất lượng của dịch vụ và các hoạt động trên bãi biển
	• Hạn chế sự đông đúc trên các bãi biển công cộng trong các giai đoạn và mùa cao điểm
	• Mở rộng phạm vi dịch vụ lưu trú ven biển để đáp ứng nhu cầu thị trường
Đường mòn sinh thái	• Tăng cường bảo vệ các điểm du lịch và làng truyền thống khỏi đô thị hóa và hiện đại hóa
	• Tăng cường cải thiện cơ sở vật chất và dịch vụ dọc theo khu vực nội địa của Đường mòn sinh thái
	• Cải thiện các cơ sở hạ tầng đường bộ dọc theo khu vực nội địa của Đường mòn sinh thái
Tất cả	• Tăng cường phát triển, xúc tiến và điều phối các lễ hội du lịch và sự kiện tại vùng Duyên hải miền Trung

Thêm một thiếu hụt đã được xác định; là bảo vệ biển Cửa Đại và An Bàng khỏi sự xói mòn. Tuy nhiên, các khuyến nghị để giải quyết vấn đề này đã không được đưa ra trong báo cáo, vì vấn đề này cần được tư vấn từ các nhà kỹ thuật khoa học có chuyên môn cao và điều này vượt quá phạm vi những gì có thể được đề xuất trong báo cáo này.

Cải thiện thuyết minh, chú thích tại các điểm di sản văn hóa

- Đảm bảo các điểm di sản được xây dựng, triển khai và được hướng dẫn thực hiện bằng những kế hoạch và chiến lược thuyết minh chính thức. Các kế hoạch cần xác định chủ đề chính và các khuôn khổ hợp lý để trình bày thông điệp mà du khách có thể quan tâm.
- Cải thiện xây dựng và phổ biến những bản thông tin tin cậy cho du khách tại điểm di sản. Đảm bảo các tài liệu/tờ rơi thông tin và bản đồ được đưa đến tay du khách khi họ mua vé vào cửa hoặc đi qua cửa chính. Cân nhắc việc hoàn thiện một phiên bản miễn phí đơn giản (bao gồm trong giá vé), cùng với bản phiên bản trả tiền mà đầy đủ

thông tin hơn, như món quà lưu niệm và có thể sinh ra lợi nhuận để tiến hành các đợt sản xuất tiếp theo.

- Đặt các bảng thuyết minh, chú thích với nhiều thông tin thú vị cạnh những khu trưng bày hoặc di tích. Thuyết minh cần gây được sự quan tâm chú ý của du khách, dựa trên mục đích tăng cường khả năng tiếp cận, nâng cao nhận thức, dựa trên nền tảng của quá trình nghiên cứu toàn diện, liên quan đến bối cảnh và sự thiết lập, đồng thời phải có tính nguyên gốc và xúc tiến phát triển một cách bền vững. Việc trình bày cần hấp dẫn, thú vị và dễ hiểu (bao gồm việc sử dụng hiệu quả các hình ảnh/biểu đồ...)
- Kết hợp tất cả các giác quan để nâng cao sự quan tâm và học hỏi của du khách. Cải thiện việc sử dụng các đoạn phim video và âm thanh (ví dụ như tại phòng chiếu phim), kết hợp sử dụng công nghệ màn hình cảm ứng, tạo ra những vật trưng bày cho phép du khách có thể chạm hay ngửi trực tiếp...
- Tăng cường khả năng tiếp cận với các kĩ năng ngoại ngữ cho đội ngũ thuyết minh du lịch. Cung cấp nhiều lịch trình tour có thuyết minh du lịch sử dụng nhiều ngoại ngữ khác nhau. Cung cấp lịch trình các cuộc thảo luận và diễn thuyết của các nhà nghiên cứu hoặc những vị khách đặc biệt tại điểm tham quan.

Các địa điểm được ưu tiên: Quần thể di tích Hoàng thành Huế, các điện và lăng tẩm bên sông Hương, núi Ngũ Hành Sơn, các nhà cổ ở Hội An.

Cải thiện chất lượng và sự đa dạng của các dịch vụ và hoạt động tại các điểm di sản văn hóa

Hoàng thành Huế:

- Nâng cấp và chuyển đổi các cửa hàng tạp hóa, lưu niệm thành các quán cà phê cung cấp những loại đồ ăn vặt cùng đồ uống đa dạng và các bữa ăn nhẹ.
- Nghiên cứu các cơ hội để có thể đưa vào hoạt động các cửa hàng lưu niệm chất lượng cao hơn tại các cửa ra và cạnh các khu đỗ xe chính, đồng thời xóa bỏ các quầy bán đồ lưu niệm tiêu chuẩn thấp bên trong Đại Nội. Nên xem xét việc khoán lại cho khu vực tư nhân.
- Cải thiện biển báo xung quanh khu vực Hoàng thành và cung cấp bản đồ tại gian hàng bán vé để giúp du khách tra cứu các địa điểm theo một trật tự logic. Có thể cân nhắc chia bản đồ các tuyến đường theo chủ đề và các tuyến đường theo những giai đoạn thời gian khác nhau. Mặt khác, hỗ trợ du khách tìm các tuyến đường bằng cách thiết lập hệ thống bảng chỉ dẫn hợp lý.
- Xây dựng một trung tâm tiếp đón đa chức năng chất lượng cao ngay cạnh Cổng chính. Trung tâm có thể trở thành một hoạt động du lịch và là điểm dừng chân đầu tiên của du khách. Trung tâm này sẽ cung cấp thông tin, các tiện ích như quán cà phê, nhà vệ sinh, đồ lưu niệm...

Núi Ngũ Hành Sơn:

- Xác định 1 - 2 quán bán đồ ăn vặt, có vị trí đẹp nhìn ra biển hoặc thành phố, nâng cấp các quán này trở thành quán cà phê hay nhà hàng nhỏ, phục vụ các bữa ăn nhẹ cho du khách.

- Xây dựng một trung tâm tiếp đón du khách đa chức năng với chất lượng cao đặt cạnh bãi đỗ xe và thang máy; biến nơi này trở thành điểm dừng chân đầu tiên của du khách. Trung tâm này sẽ cung cấp thông tin, các tiện ích như quán cà phê, nhà vệ sinh, đồ lưu niệm...
- Tăng cường sự đa dạng của các sản phẩm đá cẩm thạch do các xưởng sản xuất bán ra quanh khu vực Ngũ Hành Sơn. Đồng thời khuyến khích phát triển sự đa dạng của các cửa hàng bán lẻ tại đây.
- Cần nhắc để tăng cường khả năng tiếp cận với núi Kim Sơn để tăng lượng khách du lịch tới đây. Kết nối núi Kim Sơn với chùa Quan Thế Âm. Cần khảo các cơ hội kết nối bảo tàng Chăm với chùa Quan Thế Âm và núi Kim Sơn bằng thuyền.

Các điện và lăng tẩm bên sông Hương:

- Cần xây dựng nhà hàng hoặc quán cà phê nổi trên sông/hoặc ven sông gần khu vực lăng Minh Mạng do các bữa trưa hiện đang được phục vụ trên thuyền chất lượng chưa cao và cũng không có lựa chọn nào khác tốt hơn cho du khách xung quanh khu vực này.
- Xây dựng một Trung tâm tiếp đón khách du lịch tại khu vực điện và lăng tẩm bên sông Hương và cạnh chùa Thiên Mụ. Nên tạo thuận tiện để du khách có thể dễ dàng tiếp cận trung tâm này bằng tàu thuyền, xe buýt hoặc xe đạp. Đây sẽ là điểm dừng chân đầu tiên của du khách. Bố trí các hoạt động trong Trung tâm. Trung tâm này cần cung cấp các thông tin cần thiết cho du khách, có nhà hàng hoặc quán cà phê, có chỗ trưng bày và bán đồ lưu niệm, có nhà vệ sinh công cộng,...
- Tăng cường các quy định và thực thi các tiêu chuẩn về du lịch trên tàu/thuyền với việc kiểm tra định kỳ hàng năm, xử phạt nếu phát hiện lỗi. Cần mở các lớp đào tạo tổ chức các tour du lịch trên thuyền và tiêu chuẩn dịch vụ khách hàng.

Mỹ Sơn:

- Cần xây dựng các nhà hàng mới và nơi lưu trú cho các nhóm khách du lịch ở khu vực lân cận. Các nhà hàng nên có điều hòa và có thiết kế thân thiện để phù hợp với không gian di sản và môi trường xung quanh.
- Thực hiện các kế hoạch đã đề ra về việc phát triển mạng lưới đường mòn đi bộ được trang bị các cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng thiết yếu quanh các khu đền Mỹ Sơn và trở thành vùng đệm.
- Mở rộng các hoạt động xung quanh khu đền và làng có các hộ lưu trú để khuyến khích du khách nghỉ lại qua đêm khi đến tham quan Mỹ Sơn, ví dụ như đi bộ trekking hay đạp xe đến hồ Vĩnh Trinh, xây dựng các tour du lịch trên hồ, hay những trải nghiệm tại trang trại...
- Cải thiện con đường từ Mỹ Sơn đến suối nước nóng Quế Lộc để tăng thêm sự đa dạng sản phẩm du lịch trong khu vực, giữ du khách ở lại lâu hơn và tăng các khoản chi tiêu của họ tại đây...

Bảo tàng Chăm:

- Các quán cà phê, cửa hàng bán đồ lưu niệm đang kinh doanh tại đây cần được nâng cấp để thu hút nhiều khách du lịch hơn, kéo dài thời gian du khách viếng thăm và mang lại sự hài lòng cho họ.
- Kết nối tuyến đường đến chùa Quan Thế Âm ở núi Ngũ Hành Sơn bằng các tour du lịch bằng thuyền (xem ở phần trên)
- Khảo sát để tìm ra cơ hội xúc tiến và bán vé trọn gói cho du khách với mức giá rẻ hơn, bao gồm cả vé vào cửa Bảo tàng và thánh địa Mỹ Sơn để mang lại một trải nghiệm trọn vẹn hơn cho du khách, đồng thời tạo thêm thu nhập cho địa phương.

Hội An:

- Cần cải thiện hệ thống bán vé bằng việc khảo sát tìm các cơ hội để đảm bảo đón tiếp được nhiều du khách hơn, ví dụ các nơi bán vé cần được tập trung hóa và sử dụng các hình ảnh kỹ thuật số để in trên mặt vé. Khảo sát các cơ hội để tăng cường nhân viên an ninh hỗ trợ hệ thống bán vé.
- Xây dựng một trung tâm tiếp đón đa chức năng chất lượng cao đặt cạnh bãi đỗ xe ngoài khu Phố Cổ (cần nhắc việc sử dụng một phần cơ sở vật chất của Trung tâm Văn hóa). Đây sẽ là điểm ghé thăm đầu tiên của du khách. Cần cung cấp thông tin, quán cà phê, quầy bán đồ lưu niệm và nhà vệ sinh công cộng,...
- Cần triển khai một quy hoạch tổng thể nhằm khuyến khích phát triển du lịch các khu vực vệ tinh xung quanh Phố Cổ (ví dụ như trong khoảng bán kính 10 km). Cũng cần đưa ra các chính sách ưu đãi, khuyến khích thu hút đầu tư từ khu vực tư nhân (ví dụ mở rộng diện tích đất cho thuê, giảm thuế cho những địa điểm vệ tinh được nhắm đến, hỗ trợ các chiến lược marketing và quảng cáo).

Các địa điểm được ưu tiên: quần thể di tích Hoàng thành Huế, các điện và lăng tẩm bên sông Hương, núi Ngũ Hành Sơn, Mỹ Sơn, Bảo tàng Chăm, Hội An.

Cải thiện tiêu chuẩn dịch vụ khách hàng của hướng dẫn du lịch, nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển và những người bán hàng tại những điểm di sản văn hóa

- Mở các khóa đào tạo hoặc các chiến dịch nâng cao nhận thức cho người bán hàng, tài xế xích-lô và các nhà tổ chức tour du lịch trên thuyền về những kỹ năng bán hàng thích hợp (mang lại hiệu quả) bao gồm cả việc giải quyết vấn đề khi gặp sự cố, những tác động từ hành vi không đúng đắn, nhằm đảm bảo trải nghiệm du lịch và sự hài lòng của du khách khi đi mua sắm.
- Kiểm tra việc thực hiện các quy định về yêu cầu bán lẻ trong việc áp giá cố định cho từng sản phẩm và dịch vụ hoặc niêm yết giá rõ ràng trên từng sản phẩm để bảo vệ quyền lợi cho du khách.
- Xem xét việc thử nghiệm đưa vào sử dụng một đường dây nóng để hỗ trợ du khách phản ánh/phàn nàn về thái độ phục vụ của các tài xế xích lô hoặc nhà điều hành tour du lịch trên thuyền (ví dụ như dán số điện thoại đường dây nóng trên các du thuyền và xe xích lô).

Các địa điểm được ưu tiên: Hoàng thành Huế & tour du thuyền trên sông Hương, các xưởng chế biến và cửa hàng trên núi Ngũ Hành Sơn, Hội An (mức độ thấp hơn).

Tạo điều kiện để bảo vệ các điểm di sản văn hóa một cách tốt hơn

- Giảm thiểu những thiệt hại mà du khách gây ra (ví dụ như lập kế hoạch phòng ngừa). Tiến hành kiểm tra, rà soát để đánh giá tình trạng của các di sản và lập kế hoạch để xác định và ưu tiên các yêu cầu/hoạt động sửa chữa và bảo trì. Thực hiện chiến lược để kiểm soát hành vi của khách du lịch ví dụ như thông báo về hành vi đúng/sai. Bảo vệ hiện vật bằng cách tách biệt hoặc quây xung quanh khu vực đặc biệt cần được bảo vệ bằng hàng rào, dây thừng,... (ví dụ như tách biệt các đồ dễ vỡ trong triển lãm), kiểm soát lưu lượng du khách (đặc biệt là trong giai đoạn mùa cao điểm). Triển khai chương trình giám sát và đánh giá đơn giản và chi phí thấp bao gồm việc xác định các chỉ số, thiết lập giới hạn của sự thay đổi có thể chấp nhận được, giám sát, kiểm soát, thông tin phản hồi liên tục,...
- Thực hiện chương trình nâng cao nhận thức để đạt được sự ủng hộ của người dân sống trong các khu di sản (ví dụ như nhà cổ Hội An), giúp các hộ dân có nhận thức và sự hiểu biết về tầm quan trọng của việc duy trì các di sản văn hóa, những lợi ích của di sản văn hóa mang lại, và những hành động đơn giản nên làm và không nên làm,...
- Khảo sát để tìm ra cơ hội phát triển chiến lược đổi mới, nhằm tăng nguồn cho quỹ duy trì và bảo tồn di sản (ví dụ như nguồn tài trợ của các tổ chức, phí bảo tồn được khách du lịch đóng góp, tổ chức các sự kiện cộng đồng giúp dọn vệ sinh các di sản văn hóa,...)
- Tăng cường hệ thống quản lý và sử dụng quỹ bảo tồn di sản nhằm bảo đảm kinh phí được sử dụng đúng mục đích và được sử dụng cho các hoạt động ưu tiên và không vì lý do khác tại Hoàng thành Huế và các lăng tẩm bên sông Hương.

Các địa điểm được ưu tiên: Hoàng thành Huế, các điện và lăng tẩm bên sông Hương, Hội An, Bảo tàng Chăm

Làm giảm sự ảnh hưởng và tác động của mùa du lịch thấp điểm

- Khuyến khích các điều hành tour và nhà cung cấp dịch vụ (khách sạn, hãng hàng không, điểm tham quan...) áp dụng các chiến lược định giá linh hoạt như áp dụng mức giá theo mùa để thu hút nhiều du khách hơn và kéo dài thời gian lưu trú trong mùa thấp điểm, hay khuyến khích đặt chỗ theo nhóm (ví dụ đối với nhóm người về hưu) để tăng lưu lượng khách. Đồng thời hỗ trợ (ví dụ như tư vấn đào tạo) xây dựng kế hoạch tài chính và ngân sách để quản lý các biến động.
- Khuyến khích thúc đẩy đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, ví dụ như tổ chức, giới thiệu các lễ hội và sự kiện vào giai đoạn thấp điểm du lịch (như tổ chức cuộc thi lướt sóng), phát triển cơ sở hạ tầng, tiện ích tại thành phố Đà Nẵng như quán bar, nhà hàng, câu lạc bộ, quán cà phê, rạp chiếu phim, khu mua sắm,...thêm vào đó cung cấp các dịch vụ miễn phí đi kèm hoặc các gói dịch vụ theo chủ đề (như kết hợp lưu trú khách sạn với dịch vụ ăn uống tại các quán cà phê hay các địa điểm mua sắm),

hoặc cũng có thể đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ để thu hút người dân địa phương.

- Đa dạng hóa thị trường bằng cách như thu hút các đối tượng khách đi công tác vào những giai đoạn thấp điểm hoặc những nhóm đối tượng đã về hưu, những người có thể đi du lịch quanh năm (phát triển và thực hiện các chiến dịch nhắm vào nguồn thị trường khách đi công tác trong khu vực, bắt đầu khai thác nguồn thị trường từ các chuyến bay Đông Nam Á và Bắc Á)
- Đưa ra các sáng kiến và sự khích lệ từ phía chính phủ để tăng cường thực hiện các công tác hỗ trợ doanh nghiệp như cho vay hoặc tài trợ để phát triển các sản phẩm và dịch vụ địa phương, giảm thuế (ví dụ như về giá nhiên liệu), hỗ trợ đưa ra các sáng kiến khích lệ du lịch trong mùa thấp điểm (như tổ chức các lễ hội nghệ thuật địa phương), thực hiện các công tác hỗ trợ doanh nghiệp như chiến lược marketing, chiến lược về tài chính),...

Các địa điểm được ưu tiên: Tất cả

Cải thiện sự đa dạng và chất lượng của dịch vụ và các hoạt động trên bãi biển

- Phát triển khu mua sắm dọc theo bãi biển ở Đà Nẵng bằng cách tăng cường sự phân bổ các khu vực bán lẻ và khích lệ phát triển các khu phức hợp (ví dụ như sử dụng tầng trệt của khách sạn là nơi công cộng, các tầng thấp có thể sử dụng làm nhà hàng, siêu thị, cửa hàng thời trang,...). Kết hợp đưa ra các ưu đãi khuyến khích phát triển kinh doanh (như phân bổ mặt bằng, miễn thuế, cho vay,...). Tập trung vào các sản phẩm phù hợp với vùng ven biển, ví dụ mở các cửa hàng bán kem, cửa hàng bán đồ tắm, tiệm làm tóc, các quán bán đồ ăn đặc sản địa phương, tiệm đồ trang sức (bãi biển là điểm đến lãng mạn), chợ đêm trên bãi biển,...
- Đa dạng hóa các loại hình giải trí trên bãi biển Đà Nẵng (như dịch vụ mát-xa, spa, quán bar, câu lạc bộ, hát karaoke, sàn nhảy, rạp chiếu phim ngoài trời, bến phức hợp giải trí gần Sơn Trà, cùng các quán ăn, cà phê, khu vui chơi giải trí, du thuyền hay câu cá,...)
- Khuyến khích khu vực tư nhân tổ chức các hoạt động thể thao trên biển như chèo thuyền, lướt ván, lướt sóng, lướt ván, thả diều,...
- Cải thiện tiêu chuẩn của các nhà hàng dọc theo bãi biển Cửa Đại và An Bàng.
- Khảo sát các cơ hội để phát triển trên nền tảng cộng đồng, phát triển các doanh nghiệp giải trí vừa và nhỏ trên Cù Lao Chàm như tuyến đường đi dạo và đạp xe, các tour du lịch, hợp tác với các trường đại học phát triển một trung tâm nghiên cứu có thể thu hút các nhóm sinh viên, các nhà khoa học/nghiên cứu,...

Các địa điểm được ưu tiên: bãi biển ở Đà Nẵng, biển Cửa Đại & An Bàng, Cù Lao Chàm

Hạn chế sự đông đúc trên các bãi biển công cộng trong giai đoạn và mùa cao điểm

- Kiên quyết thực thi các quy định của chính phủ để lấy lại đất ven biển và những bãi biển mà chưa được phát triển trong vòng 5 năm (đặc biệt xung quanh Đà Nẵng và sau đó là Cửa Đại và An Bàng), kiểm tra các cơ hội để mở ra khu vực bãi biển mới cho mọi người.

- Khuyến khích việc tư nhân đầu tư vào bãi biển Xuân Thiều để giảm sự quá tải cho bãi biển ở Đà Nẵng.
- Xem xét việc đưa ra giới hạn số lượng du thuyền đến đảo Cù Lao Chàm và các giấy phép kinh doanh.
- Khảo sát các cơ hội (về nhu cầu, tình huống kinh doanh) phát triển khu vực bãi tắm riêng có thu phí, và cung cấp đầy đủ các dịch vụ tiện ích với chất lượng tốt hơn (như cung cấp ô và ghế nằm, quán cà phê bán cả đồ ăn vặt, các trò chơi trên nước, phòng thay đồ với buồng tắm,...) để giảm bớt sự đông đúc.

Các địa điểm được ưu tiên: Bãi biển Đà Nẵng, biển Cửa Đại và An Bàng, Cù Lao Chàm

Mở rộng phạm vi dịch vụ lưu trú ven biển để đáp ứng nhu cầu thị trường

- Rà soát quy hoạch tổng thể về việc phân bổ đất cho các khu nghỉ dưỡng 5-sao tại Đà Nẵng và Cửa Đại/An Bàng (do đã vấp phải nhiều thất bại trong việc huy động vốn để xây dựng) và cân nhắc việc cho phép xây dựng thêm các khu nghỉ dưỡng 3-4 sao do đang có nguồn cầu khá mạnh của du khách.
- Khuyến khích các sáng kiến để xây dựng và đưa vào hoạt động các khách sạn nhỏ 3-4 sao trên đảo Cù Lao Chàm.
- Cân nhắc triển khai chiến dịch nâng cao nhận thức nhằm nâng cao tiêu chuẩn các khách sạn và các khu nghỉ dưỡng nội địa tại Cửa Đại/An Bàng (bao gồm tầm quan trọng của các tiêu chuẩn và các cách thức nâng cao tiêu chuẩn với chi phí thấp)
- Thực hiện một chiến dịch xúc tiến tích cực hơn đặc biệt cho bãi biển Lăng Cô nhằm thu hút nhiều hơn nữa các khu nghỉ dưỡng 3-4 sao và tận dụng các cơ hội tuy còn hạn chế, cho các khu nghỉ dưỡng 3-4 sao ở Đà Nẵng, Cửa Đại và An Bàng.
- Kiểm tra và cân nhắc để giảm cấp phép kinh doanh cho các khách sạn 3-4 sao tại Đà Nẵng.
- Thiết lập các cơ hội đối thoại Công-Tư (PPD) thường xuyên ở cấp khu vực để thảo luận về các kế hoạch, chiến lược, nhu cầu ngành du lịch,...để phát triển du lịch trong khu vực.
- Cải thiện và tận dụng các báo cáo nghiên cứu thị trường, phổ biến các kết quả trong ngành kinh doanh khách sạn để cập nhật các xu hướng mới, các cơ hội trong hoạt động cung cấp cơ sở lưu trú. Đồng thời xem xét việc hợp tác với khu vực tư nhân (ví dụ như báo cáo mở rộng của Thornton Grant), hoặc hợp tác với các trường đại học địa phương/khu vực và trường cao đẳng du lịch.

Các địa điểm được ưu tiên: Bãi biển Đà Nẵng, biển Cửa Đại và An Bàng, Cù Lao Chàm, bãi biển Lăng Cô

Tăng cường bảo vệ các điểm du lịch hoặc các làng truyền thống khỏi đô thị hóa và hiện đại hóa

- Thực hiện kiểm tra các tài sản văn hóa vật thể và phi vật thể tại các điểm du lịch được ưu tiên (ví dụ như nhà cửa/công trình đặc biệt, các con phố, hoặc các nơi gắn liền với lịch sử hoặc có nét đặc trưng), xác định giá trị du lịch và địa phương, các nguồn sử dụng, các chiến lược bền vững và các địa điểm đặc biệt được ưu tiên.

- Xây dựng và thực hiện hệ thống phân vùng dựa trên việc kiểm tra, đánh giá di sản tại các điểm không có sự bảo tồn hợp lý để đảm bảo việc sử dụng bền vững thông qua đối thoại liên ngành/nhiều bên.
- Xây dựng và thực hiện các hướng dẫn để thông báo các quy tắc và quy định sử dụng cho những người sử dụng tài nguyên, và để hướng dẫn những nhà đầu tư thực hiện theo những thiết kế, xây dựng và vận hành phù hợp đối với các công trình mới.
- Xây dựng và thực hiện một hệ thống thu phí đối với việc tham quan các di sản văn hóa quan trọng nhằm tạo ra một nguồn thu cho hoạt động bảo trì các điểm du lịch đặc biệt.
- Tiến hành đào tạo và xây dựng năng lực cho các bên liên quan chủ chốt, đặc biệt là nâng cao nhận thức cho cộng đồng địa phương về giá trị của di sản văn hóa và lịch sử của họ để tạo ra niềm tự hào cộng đồng cũng như động lực gìn giữ và bảo vệ các di sản này.

Các địa điểm được ưu tiên: Làng nghề sông Thu Bồn, A Lưới, Nam Đông, làng Thanh Toàn

Tăng cường cải thiện cơ sở vật chất và dịch vụ tại các điểm đến du lịch cộng đồng chính sâu trong đất liền

- Làm việc với các công ty điều hành tour để xác định nhu cầu và địa điểm tiềm năng để bổ sung thêm cho các điểm homestay, các nhà nghỉ hoặc khách sạn để phục vụ các thị trường mục tiêu chính dọc theo tuyến Đường mòn sinh thái nội địa nhằm kéo dài thời gian của chuyến đi, kích thích việc tìm tòi khám phá, tham gia nhiều hoạt động (đạp xe, đi bộ trekking) và tăng cường chi tiêu của khách. Địa điểm cần phải được lựa chọn kỹ lưỡng dựa trên các thế mạnh của điểm đến cũng như mối liên kết giữa điểm đến với các thị trường mục tiêu tiềm năng.
- Đặc biệt, hai địa điểm dưới đây cần được khai thác tiềm năng phát triển để trở thành điểm đến lưu trú tại nhà dân phục vụ khách du lịch:
 - Thị trấn A Tiêng (huyện Tây Giang, tỉnh Quảng Nam) – Là điểm dừng chân nằm ở giữa đoạn đường từ Bờ Hồ đến A Lưới. Thị trấn này là nơi cư trú của người Ka Tu, giàu truyền thống và văn hóa, với những nếp nhà truyền thống được bao quanh bởi phong cảnh núi non hùng vĩ... Cần tăng cường và củng cố hệ thống các cơ sở lưu trú tại nhà dân hiện có và xây dựng thêm các sản phẩm du lịch cộng đồng.
 - Làng Thanh Toàn (Huế) – Phát triển như một trải nghiệm về một vùng nông thôn/du lịch cộng đồng đơn giản do có thể dễ dàng tiếp cận từ Huế. Khách du lịch cũng đã từng tới đây tham quan cây cầu cổ có mái che. Nơi này cần được định vị để trở thành một điểm thay thế các trải nghiệm về du lịch lưu trú tại nhà dân tại Phá Tam Giang, đặc trưng bởi cuộc sống thuyền chài, đánh bắt cá. Chính vì vậy, cần xây dựng các cơ sở lưu trú tại nhà dân các sản phẩm du lịch cộng đồng phụ trợ.
- Phối hợp với các công ty lữ hành, cộng đồng địa phương và các bên liên quan khác để xác định nhu cầu và địa điểm các điểm dừng ăn trưa (có thể là điểm dừng đa chức năng) dọc theo Đường mòn sinh thái nội địa. Điểm này cũng nên được kết nối với một số điểm tham quan du lịch hấp dẫn (như suối nước nóng, thác nước, trạm

quan sát, sông...). Đặc biệt, địa điểm dừng chân đa chức năng này cũng có thể được bố trí ở giữa chặng Hội An và Bờ Hồồng. Mặt khác, xác định và ưu tiên những điểm tham quan trọng điểm dọc tuyến như thác nước hay những nơi dành cho đài quan sát. Thiết lập các tổ công tác để xác định nhu cầu phát triển và thực hiện các hoạt động (ví dụ như điểm đỗ xe, trạm quan sát, nhà vệ sinh,...)

- Làm việc với tỉnh Quảng Trị để phát triển mở rộng từ A Lưới đến đồi Hamburger, đây là địa điểm của một trong những trận đánh ác liệt nhất của cuộc chiến tranh chống Mỹ, và điểm đến phổ biến với những người đi phượt và các cựu chiến binh.
- Xây dựng và thực hiện các chính sách hỗ trợ để khuyến khích khu vực tư nhân phát triển dọc theo khu vực của Đường mòn sinh thái, ví dụ như thông qua sắc lệnh miễn thuế của chính phủ, quyền sử dụng đất, loại bỏ những rào cản khách du lịch nước ngoài du lịch đến địa điểm đặc biệt (nếu liên quan), hỗ trợ cải thiện các tuyến đường bộ, hệ thống viễn thông,...
- Xây dựng và thực hiện việc đào tạo và nâng cao nhận thức cộng đồng do Chính phủ tài trợ tại những điểm du lịch được ưu tiên, dọc theo khu vực nội địa Đường mòn sinh thái, cũng như việc phát triển các sản phẩm du lịch cộng đồng và các kỹ năng cho các doanh nghiệp du lịch quy mô nhỏ. Đồng thời, phát triển và kết nối các đồ án về tiếp cận tài chính nhằm phát triển sản phẩm / doanh nghiệp cho cộng đồng, giúp kết nối cộng đồng với khu vực tư nhân (quan hệ đối tác) để đầu tư và phát triển sản phẩm.

Các địa điểm được ưu tiên: khu vực nội địa Đường mòn sinh thái, đặc biệt giữa Bờ Hồồng – A Lưới – Huế

Cải thiện các cơ sở hạ tầng đường bộ dọc theo khu vực nội địa của Đường mòn sinh thái

- Cải thiện các tuyến đường nội địa:
 - A Lưới – Quốc lộ 1, Quốc lộ 1 - đường Hồ Chí Minh: Mở rộng, cải thiện bề mặt (những chỗ ổ gà, một số đoạn đường núi cần hàng rào an toàn, cải thiện việc nâng cấp các tuyến đường, xem xét việc lấp đền đường gần khu du lịch / nút trọng điểm)
 - Hòa Bắc - Túy Loan: Cần nâng cấp và mở rộng đường bộ để kết nối các sản phẩm du lịch cộng đồng tại Hòa Bắc (Đà Nẵng) và Bờ Hồồng (Quảng Nam)
- Bảng chỉ dẫn tuyến:
 - Làm việc với các công ty lữ hành và các bên liên quan trong ngành Du lịch để xác định nhu cầu đặt biển chỉ dẫn, biển chú thích (chúng loại và vị trí?)
 - Xác định các tuyến du lịch trọng điểm dọc theo đường HCM và đường HCM đến các điểm tham quan cũng như trong khu vực điểm tham quan (ví dụ như dọc đường mòn đi bộ đến các thác nước, hang động, ...) và xây dựng, thực hiện một kế hoạch chiến lược cho việc đặt các biển báo phục vụ cho du lịch.
 - Các biển được đưa vào sử dụng phải có thiết kế được quốc tế công nhận, bằng tiếng Việt và tiếng Anh, bao gồm cả tên của điểm đến và khoảng cách, được phản chiếu cho tầm nhìn ban đêm, và được đặt tại nút giao thông trọng điểm, nút giao thông cũng như tại các điểm du lịch.

- Nên tạo ra một nhãn hiệu (với logo và khẩu hiệu) cho các tuyến đường mòn sinh thái (và con đường di sản) có thể được kết hợp thành các biển báo.

Các địa điểm được ưu tiên: khu vực Đường mòn sinh thái nội địa, đặc biệt giữa Hội An - Bờ Hồ - A Lưới - Huế

Tăng cường phát triển, xúc tiến và điều phối tổ chức các lễ hội du lịch và sự kiện tại vùng Duyên hải miền Trung

- Cải thiện mối quan hệ hợp tác và phối hợp giữa các xã, nhà chức trách du lịch tỉnh và đơn vị tổ chức du lịch về việc lên kế hoạch và xúc tiến các sự kiện – lễ hội địa phương.
- Phát triển một Lễ hội Ẩm thực miền Trung thường niên (sự kiện kéo dài 2 tuần) có thể luân phiên giữa ba tỉnh. Bao gồm nhà sản xuất, các cơ sở bán lẻ, bán buôn các sản phẩm ăn uống, đan xen các tiết mục giải trí (âm nhạc), biểu diễn nấu ăn, các cuộc thi,...
- Phát triển chiến lược xúc tiến tổ chức buổi biểu diễn đường phố (tăng cường hỗ trợ cấp phép, tìm ra các cách thức cho các nhóm biểu diễn để thu hút du khách tham gia các trò chơi dân gian, giúp các nghệ sĩ có thêm thu nhập, biểu diễn âm nhạc truyền thống trên đường phố)
- Tăng các buổi biểu diễn văn hóa theo lịch vào buổi tối tại các điểm tham quan (ví dụ như diễn xướng bài chòi hay ca kịch nội dung gắn với lịch sử, hoặc về cuộc sống của các vua chúa ở Hoàng thành Huế)
- Chuyển giao cho các đơn vị tư nhân tổ chức sự kiện lớn (hoặc hoạt động dưới hình thức hợp tác) để giảm bớt gánh nặng cho nguồn nhân lực, ngân sách nhà nước và đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, và đạt được hiệu quả tài chính,...
- Mặc dù, hiện tại cả ba tỉnh đều tổ chức lễ hội biển nhưng vẫn có tiềm năng để tạo ra một sự tác động lớn hơn mà vẫn có thể tiết kiệm được chi phí tổ chức, bằng cách chỉ tổ chức một lễ hội biển khu vực Duyên hải miền Trung, lễ hội này sẽ được các tỉnh lần lượt thay nhau tổ chức vào mỗi năm.
- Xây dựng lịch sự kiện và lễ hội vào mùa thấp điểm.
- Tổ chức cuộc thi điêu khắc bên cạnh lễ hội Festival Biển (có chủ đề, tổ chức hàng năm, hai giải thưởng, có thể kết hợp với đường mòn sinh thái,...) và có thể luân phiên tổ chức giữa ba tỉnh.
- Thu hút các cuộc thi lướt sóng quốc tế tổ chức tại Đà Nẵng/hoặc biển Cửa Đại/An Bàng
- Thiết lập một quỹ sự kiện để xúc tiến quảng bá cho các lễ hội, sự kiện chung. Hỗ trợ phát triển một kế hoạch marketing cho toàn khu vực.

Các địa điểm được ưu tiên: Tất cả