**Решения для создания бренда вьетнамского туристического направления**

Брендинг дестинации рассматривается как стратегия выбора и создания положительного имиджа с целью создания и уникальной идентификации дестинации, чтобы выделить ее среди конкурентов, а затем приступить к позиционированию имиджа. внимание большого количества туристов к туристической дестинации. Построение и развитие бренда туристической дестинации крайне важно в развитии туристической индустрии каждой страны в целом и каждого населенного пункта в частности.

С силой ресурсов гуманистического туризма - разнообразными природными ресурсами туризма и культурной глубиной земли, в целом Вьетнам определяет основные туристические продукты как: туризм для посещения памятников истории культуры, революции, культурно-духовный - фестивальные туристические продукты, продукты приграничного туризма, Пограничный шоппинг, продукты общественного культурного туризма, продукты экотуризма, выздоровление, продукты сельскохозяйственного и сельского туризма. Кроме того, в провинции также есть туристические продукты, такие как альпинизм, экстремальные виды спорта, гольф, парапланеризм в районах Мау Сон, Кхау Сао, Бак Сон, Йен Тхинь...

В целом туристическим продуктам Вьетнама по-прежнему не хватает профессионализма, эффективность привлечения инвестиций невысока, качественных человеческих ресурсов мало и т. д. Вышеуказанные проблемы являются причиной снижения стоимости туристических продуктов и услуг, снижения качества туризма. программы.

В целом туризм Вьетнама сформировал 5 туристических пространств с направлением развития продукта с конкретными характеристиками, соответствующими характеристикам туристических ресурсов, географическому положению и экономическим условиям - социальным, в том числе:

Центральное туристическое пространство: здесь формировались и развивались продукты культурного и духовного туризма; экскурсионный туризм; приграничный торговый туризм и конференционно-семинарный туризм (MICE туризм)…

Юго-западное туристическое пространство: культурно-исторический туризм; Экотуризм в сочетании с садовой фермой (Чи Ланг - Хуу Лунг), общественным туризмом (Хуу Лиен), духовным туризмом (Храм Бак Ле, Храм Мониторинга Цюань), остановкой на национальном туристическом маршруте Гиа (принадлежащем району Чи Ланг)…

Западное туристическое пространство: агроэкологический туризм, общественный туризм в Бакшоне; посетить культурно-исторические объекты; экотуризм озёрный курорт…

Туристическое пространство на Юго-Востоке: экотуризм, приграничный туризм (посещение вьетнамо-китайской границы, канаван-туризм), но пока не освоено.

Северное туристическое пространство: экологический туризм, культурно-исторический туризм, связанный с Дорожно-пограничной кампанией № 4. Однако указанные выше продуктовые направления не получили большого развития.

На основе ориентации провинции на развитие туристического продукта, которая также была четко определена в проекте развития туризма провинции Вьетнам до 2030 года, в котором основное внимание уделяется культурно-духовным туристическим продуктам, экотуризму, общественному туризму, курортному туризму, трансграничный туризм и сельскохозяйственный туризм.

В целом, оценивая современное состояние развития туризма Вьетнама с точки зрения территориального пространства, можно констатировать, что организация территориального пространства является действительно целесообразной, обеспечивающей эффективное использование потенциала и возможностей развития туризма. Сегодня, благодаря все более развитой системе инфраструктуры в целом и дорожного движения в частности, организация туристического пространства является лишь относительной, но формирование туристских пространств и маршрутов.Вышеизложенное является основной предпосылкой для организации пространства развития туризма во Вьетнаме для следующий этап развития.

Соответственно, следующие решения должны быть хорошо реализованы:

Решение для инвестиций в развитие туристических продуктов: управление туристическими направлениями во Вьетнаме должно разработать маркетинговую стратегию для туристических направлений, в том числе: выбор целевых рынков, разработка продуктов для конкретного туризма, продвижение имиджа туристического направления Вьетнама на туристическом рынке, инвестиции в модернизацию. инфраструктура туризма, создание специфических туристических продуктов, повышение качества кадровых ресурсов туризма. Создание бренда Вьетнамского туризма является необходимой задачей, требующей хорошего управления, синхронной разработки продуктов и стратегий продвижения для создания бренда на рынке.

Сосредоточиться на инвестировании в развитие конкретных туристических продуктов Вьетнама. Культурный туризм: определение культуры в качестве основного элемента в разработке туристических продуктов в местах назначения; инвестировать в развитие повышения качества посещения историко-культурных реликвий на национальном и городском уровнях (экскурсоводы на местах, рассказчики, система информационных гидов и т. д.); инвестировать в развитие туристических продуктов в деревнях с традиционными культурными ремеслами (программы посещения, местные гиды, мероприятия в деревнях...); инвестировать в создание уличных представлений традиционного и современного искусства...; инвестировать в сохранение системы культурно-исторических реликвий. Сосредоточиться на инвестировании и развитии строительства национальных туристических курортов и ключевых туристических мест в соответствии с поставленными задачами по созданию ярких продуктов для городского туризма.

Инвестировать в развитие системы туристической инфраструктуры: разработать систему средств размещения, подходящую для каждого вида туристического продукта, чтобы удовлетворить разнообразные потребности посетителей; разработать систему стандартных ресторанов для обслуживания туристов, обеспечить разнообразие кулинарных видов и акцентировать внимание на знакомстве с вьетнамской кухней; развивать синхронную систему технической и материальной инфраструктуры для обслуживания туристов (телекоммуникационная инфраструктура, электричество, вода, здравоохранение, банковское дело...); строительство развлекательных сооружений для удовлетворения потребностей туристов.

Инвестируйте в модернизацию транспортной системы, качественной, безопасной, экологически чистой и удобной туристической транспортной системы для инвалидов.

Инвестировать в сохранение и украшение исторических и культурных реликвий; защищать природную среду, обеспечивать гигиену окружающей среды, безопасность и гигиену пищевых продуктов; усилить охрану и безопасность туристов и жителей города, развернуть деятельность отрядов туристической полиции, усилить поддержку горячих линий для туристов.

*Решения по механизмам и политике развития туристических продуктов*

Провинция Вьетнама поставила одну из ключевых задач в провинциальной программе развития туризма, которая заключается в разработке специфических туристических продуктов провинции и эффективном использовании туристических маршрутов. Одно из усилий, которое реализует индустрия туризма, заключается в том, чтобы шаг за шагом диверсифицировать туристические продукты, строить больше новых и уникальных туров и маршрутов, несущих идентичность провинции Вьетнам. Чтобы более успешно создавать и развивать конкретные туристические продукты во Вьетнаме, необходимо усилить руководство, государственное управление и политику, чтобы служить стратегии развития конкретных туристических продуктов провинции; ориентация на построение каждого конкретного вида туристского продукта; ускорить планирование, инвестиции, улучшить качество инфраструктуры, туристических услуг; продвигать связи, поощрять инвестиции, продвигать конкретные туристические продукты; продвигать роль туристических ассоциаций и туристических компаний.

Промульгировать механизмы и политику для поощрения инвестиций и бизнеса в туристических продуктах, ориентированных на туристический бизнес, стратегических инвесторов провинции (механизм поддержки по налогам на электроэнергию, воду и землю; создать общественно-частный форум для получения и решения трудностей и барьеров в бизнесе предприятий ...)

Разработать механизм связи и развития туристических продуктов между индустрией туризма и смежными отраслями (транспорт, культура, сельское хозяйство, связь, торговля...); создать механизм тесной связи между подразделениями управления развитием туризма от области до районного уровня, правлением туристического объекта/объекта; создание механизма связи и развития туристических продуктов между провинцией и известными туристическими направлениями в регионе (Ханой - Куангнинь, Хайфон, Бакзянг, Бакнинь, провинции в блоке Вьетбак и Северо-Западные провинции. расширены, провинции в Северо-восточная группа с Хошимином...), на международном уровне (со странами региона АСЕАН, Китаем)

*Решения по улучшению качества туристических продуктов*

Внедрить и применять комплекс стандартов для оценки качества туристского продукта (положения для предприятий размещения, туристических достопримечательностей, предприятий общественного питания, предприятий сувенирного бизнеса, туроператоров и туристических транспортных компаний., Пит-стоп). Применение принудительных управленческих мер против демпинга, антимонопольного законодательства и антикопирования туристической продукции; меры по поощрению управления качеством туризма для учреждений туристического бизнеса, обеспечивая качество, приверженное строительному бренду. Укреплять коммуникацию, популяризировать и повышать осведомленность предприятий туристического бизнеса о внедрении и участии в отраслевых стандартах качества туристической продукции; усилить роль провинциальной туристической ассоциации в поддержке бизнеса, содействии применению системы управления качеством туристической продукции.

Усиление роли районных агентств по управлению туризмом и советов по управлению туристическими объектами/местами в поддержке туристов для обеспечения безопасности, охраны и туристической среды. Оценивать и контролировать проекты развития туризма в соответствии со стратегией развития туризма провинции, чтобы обеспечить разработку туристических продуктов в правильном направлении и избежать дублирования; регулярно пересматривать пригодность в соответствии с фактической ситуацией развития туризма в местности.

*Решения по укреплению рынка, продвижению туристических продуктов*

Распространение и продвижение туризма через публикации в СМИ и телевидение. Разрабатывать и организовывать программы по продвижению и продвижению туризма, уделяя особое внимание культурным мероприятиям, фестивалям, ярмаркам, конференциям и семинарам. Активно проводить работу по социализации и укреплять сотрудничество с провинциями и городами в области продвижения и продвижения туризма. Кроме того, существует тесное сотрудничество между государством и бизнесом, между населенными пунктами и центральным правительством в продвижении и продвижении туризма посредством множества различных мероприятий. Содействовать развитию международного туристического рынка и рынка иностранных туристов, проживающих во Вьетнаме: разработать поэтапный план продвижения и привлечения иностранных туристов, подходящий для каждого ключевого рынка; активно участвовать в мероприятиях по продвижению международного туризма всей страны; создание туристической информационной системы (веб-сайт, карты, направления, туристические информационные киоски, листовки...) с удобной и разнообразной информацией на основных международных языках; разработать программы по продвижению провинциального туризма на международном уровне (реклама в медиа-агентствах, участие в крупных международных туристических мероприятиях, продвижение вьетнамского туризма на международных мероприятиях...); упростить процедуры для иностранных туристов.

Цените внутренний туристический рынок: изучайте сегмент внутреннего рынка, чтобы проводить соответствующие и эффективные кампании по продвижению; совмещать продвижение на местах с развитием туризма для привлечения обмена туристами; развивать бренд Vietnam Tourism, создавая тем самым подходящие туристические продукты для привлечения внутренних туристов; меры по стимулированию спроса на внутреннем рынке.

Решения для развития человеческих ресурсов туризма: Инвестировать в развитие человеческих ресурсов туризма с высокой профессиональной квалификацией и хорошей профессиональной этикой; развивать систему туристических школ профессионального обучения в провинции, поощрять частные учебные заведения к управлению качеством; придать приоритетное значение развитию систем обучения без отрыва от производства на предприятиях; укреплять программы профессиональной подготовки, навыки управления туризмом, распространять политику развития туризма в провинции; принять политику поощрения и поддержки высококвалифицированных работников туризма, работающих в провинции. Повысить осведомленность сообщества о разработке туристического продукта: организовать программы обучения навыкам обслуживания туристов в областях развития общественного туризма; развивать силу местных спикеров для мест культурного туризма и ремесленных деревень посредством программ обучения и поддержки для местного населения; пропагандировать повышение осведомленности и этики туристического бизнеса среди индивидуальных домашних хозяйств, предоставляющих туристические услуги в провинции; распространять Кодекс поведения среди туристов.

Вышеуказанные решения для развития туристических продуктов, если они будут эффективно реализованы на практике, станут движущей силой развития туризма, стремясь к достижению цели, заключающейся в том, чтобы к 2025 году туризм Вьетнама стал отраслью, важной экономикой, профессионализмом, диверсифицированными туристическими продуктами, высоким качеством. , высокая конкурентоспособность, пропитанная национальной культурной самобытностью, экологичность для удовлетворения потребностей устойчивого развития туризма на следующем этапе.