



1 – Các điểm thu hút tự nhiên

Hướng dẫn: mô tả những gì là thu hút tự nhiên độc đáo của KBTB của Bạn. Cố gắng mô tả chi tiết và tránh chung chung như “vùng cảnh đẹp biển nhiệt đới”. Ghi chú: cột cuối cùng hỏi rằng Bạn chọn thị trường tiềm năng nào “thu hút”. Điều này có nghĩa là loại hình tham quan nào (ở bao lâu) mà điểm thu hút có thể thu hút và có thể được điều chỉnh dựa trên những thị trường chính của điểm đến.

Điểm thu hút tự nhiên Tên Mô tả và những thu hút hiện có	Mô tả vùng (khoảng cách từ điểm trung tâm hoặc sử dụng GPS)	Khả năng tiếp cận (từ đường vào chính)	Mô tả các sử dụng tiềm năng	Nhạy cảm môi trường (các vùng bãi đẻ của các loài nguy cơ, thực vật hiếm ...)	Mối quan tâm về văn hóa xã hội (niềm tin và những sử dụng truyền thống, điều cấm...)	Chọn thu hút thị trường tiềm năng
# _		Dễ (cao nhất là 1 giờ đi bộ) Trung bình (đôi, 1-2 h) Khó (leo dốc, hơn 2h)				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# _		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# _		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# _		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài



2 – Các điểm thu hút văn hoá

Hướng dẫn: Khi miêu tả các điểm thu hút về văn hoá, nói rõ các điểm độc nhất về những điểm thu hút đó và tránh miêu tả chung chung các điểm thu hút như “ Câu chuyện miệng”

Các thu hút văn hoá Tên Mô tả và thu hút hiện có	Địa điểm và Thời gian (khi nào và thường xuyên như thế nào)	Mô tả các hoạt động tiềm năng	Nhạy cảm môi trường (vùng làm tổ của những loài nguy cơ, thực vật hiếm, nguồn nước)	Quan tâm văn hoá-xã hội (sử dụng & niềm tin t. thông, phá vỡ tiềm năng, quyền sử dụng đất)	Chọn điểm thu hút thị trường tiềm năng
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài



3 - Điểm thu hút lịch sử và di sản

Hướng dẫn: khi mô tả các điểm thu hút lịch sử và di sản, trình bày những gì được xem là độc đáo về chúng và cố gắng tránh mô tả thu hút chung chung như “tượng đài”.

Thu hút lịch sử và di sản Tên, mô tả, và các thu hút hiện có	Mô tả địa điểm và tiếp cận (khoảng cách từ trung tâm hoặc sử dụng GPS)	Mô tả điều kiện hoặc công việc nâng cấp đòi hỏi để đáp ứng du khách	Nhạy cảm môi trường (vùng làm tổ của những loài nguy cơ, thực vật hiếm, nguồn nước)	Quan tâm văn hoá-xã hội (sử dụng & niềm tin t. thống, phá vỡ tiềm năng, quyền sử dụng đất)	Chọn điểm thu hút thị trường tiềm năng
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài



4 – Các hoạt động giải trí

Hướng dẫn: mô tả những gì được xem là độc đáo về các hoạt động tiềm năng. Tránh mô tả hoạt động chung chung như “đi bộ”.

Hoạt động giải trí Tên Mô tả và những thu hút hiện có	Mô tả điểm tốt nhất để thực hiện hoạt động (khi nào và thường xuyên bao lâu)	Mức độ khó	Nhu cầu phát triển sản phẩm	Nhạy cảm môi trường (các vùng bãi đẻ của các loài nguy cơ, thực vật hiếm ...)	Mối quan tâm về văn hóa xã hội (niềm tin và những sử dụng truyền thống, điều cấm...)	Chọn thu hút thị trường tiềm năng
# __		Dễ (cao nhất là 1 giờ đi bộ) Trung bình (đôi, 1-2 h) Khó (leo dốc, hơn 2h)				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# __		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# __		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# __		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài

**Biểu mẫu thông kê đánh giá**

Hướng dẫn: Mỗi điểm thu hút được đề cập trong cột ở bên trái và tính tỷ lệ của mỗi loại 1-5, trong đó 5 là tỷ lệ tích cực nhất. Sau đó cộng tỷ lệ cho mỗi điểm thu hút và tổng điểm của chúng trong khung được thiết kế.

	Thu hút #1	Thu hút #2	Thu hút #3	Thu hút #4
Giá trị phong cảnh				
Đa dạng sinh học				
Giá trị văn hoá				
Giá trị lịch sử				
Sử dụng & hoạt động				
Tham gia của cộng đồng				
Điều khiển vùng				
Tiếp cận				
Phát triển sản phẩm				
Tổng cộng				
Ghi chú				

(Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.)