

# ĐÁNH GIÁ CỦA KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ VỀ ĐIỂM ĐẾN ĐÀ NẴNG

● NGUYỄN THỊ QUỲNH HƯƠNG - TRẦN MINH PHƯƠNG

## TÓM TẮT:

Với vị trí địa lý thuận lợi, giàu tiềm năng phát triển du lịch, Đà Nẵng có nhiều điều kiện để trở thành điểm đến nổi tiếng trong nước và quốc tế. Tuy nhiên, trên thực tế, phát triển du lịch của địa phương này vẫn chưa tương xứng với tiềm năng, thể mạnh hiện có; số lượng khách du lịch quốc tế đến còn hạn chế, năng lực cạnh tranh của điểm đến Đà Nẵng còn thấp, chưa có sự bật phá so với các điểm đến trong khu vực. Theo đó, bài viết tập trung nghiên cứu các đặc điểm, hành vi của khách du lịch quốc tế; đặc biệt đi vào phân tích các đánh giá của họ về điểm đến Đà Nẵng thông qua bảng hỏi; từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm thu hút, thỏa mãn và lấy được lòng trung thành của du khách quốc tế đối với điểm đến Đà Nẵng.

**Từ khóa:** Khách du lịch, khách du lịch quốc tế, Đà Nẵng.

## 1. Đặt vấn đề

Thành phố Đà Nẵng nằm ở miền Trung Việt Nam với khoảng cách gần như chia đều giữa thủ đô Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Đà Nẵng còn là trung tâm của ba di sản văn hóa thế giới là Cố đô Huế, phố cổ Hội An và thánh địa Mỹ Sơn. Với những bãi biển đẹp dài hơn 60 km, thoải mái và cát trắng, biển Đà Nẵng được tạp chí Forbes của Mỹ bình chọn là một trong 6 bãi biển quyến rũ nhất hành tinh. Không chỉ được thiên nhiên ưu đãi cho nhiều cảnh quang đẹp, Đà Nẵng còn là một thành phố đáng sống bởi sự trong lành và yên bình nơi đây. Bên cạnh đó, xác định mục tiêu trở thành thành phố sự kiện, Đà Nẵng đã xây dựng các sự kiện du lịch lớn, trong đó Cuộc thi Trình diễn pháo hoa quốc tế - nơi phô diễn những màn pháo hoa tuyệt đẹp đến từ các nước đã trở

thành sản phẩm du lịch đặc trưng của Đà Nẵng, thu hút mạnh mẽ khách du lịch đến. Theo thống kê, lượng khách du lịch đến Đà Nẵng tăng bình quân 22%/năm, trong đó khách quốc tế tăng 20%; tổng thu nhập từ du lịch tăng bình quân 32%/năm trong giai đoạn 2010-2018.

Tuy đạt được những kết quả đáng ghi nhận như vậy nhưng sự phát triển du lịch của Đà Nẵng chưa thực sự tương xứng với tiềm năng hiện có. Điều này thể hiện ở số lượng khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng còn khiêm tốn, số ngày lưu trú cũng như mức chi tiêu bình quân của họ tại Đà Nẵng còn thấp.

Xuất phát từ thực tiễn trên, nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát đối với khách du lịch quốc tế nhằm phân tích hành vi cũng như xem xét những đánh giá của họ đối với điểm đến du lịch

Đà Nẵng; làm cơ sở để xuất các giải pháp phát triển du lịch đồng thời thu hút mạnh mẽ nguồn khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng trong thời gian tới.

## **2. Phương pháp nghiên cứu**

Bài viết sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thông qua khảo sát bằng phiếu điều tra. Nhằm khảo sát hành vi cũng như đánh giá của khách du lịch quốc tế đối với điểm đến Đà Nẵng, nhóm nghiên cứu đã thiết kế bảng hỏi để thu thập được các dữ liệu, gồm: (1) Đặc điểm của khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng; (2) Hành vi của khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng; (3) Đánh giá của khách du lịch quốc tế đối với điểm đến Đà Nẵng.

Nhóm nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 mức độ, sử dụng tiếng Anh trong phiếu điều tra khảo sát. Đối tượng nghiên cứu: Khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng với phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Phạm vi khảo sát: Nghiên cứu tập trung vào các đối tượng khách du lịch quốc tế đến tham quan và lưu trú tại nhiều địa điểm khác nhau trên địa bàn thành phố Đà Nẵng như sân bay, ga đường sắt, khu danh thắng Ngũ Hành Sơn, Khu du lịch Bà Nà, chùa Linh Ứng, Bãi Bụt Sơn Trà. Thời gian thực hiện từ tháng 10 đến tháng 12 năm 2018.

Phương pháp phân tích dữ liệu: Nhóm nghiên cứu sử dụng các phương pháp thống kê mô tả, xử lý dữ liệu đối với từng dữ liệu thu thập được từ khảo sát bằng phần mềm SPSS 20.0.

## **3. Kết quả nghiên cứu**

### **3.1. Đặc điểm mẫu khảo sát**

Kết quả điều tra khảo sát từ 325 phiếu thu được sau khi loại bỏ các phiếu không đạt yêu cầu từ khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng có đặc điểm như sau

Có 155 du khách là nữ giới, chiếm 48% và 170 du khách là nam giới, chiếm 52%. Du khách phần lớn đến từ các quốc gia phát triển như Anh, Pháp, Bắc Mỹ, Nhật Bản và Úc chiếm đến 63,5%; trong khi đó, du khách đến từ các nước Đông Nam Á chỉ chiếm khoảng 16,6%; còn lại là du khách đến từ các thị trường khác. Điều này chứng tỏ mặc dù có lợi thế về khoảng cách địa lý, các chương trình du lịch được định hướng nhằm thu hút nhiều hơn nữa đồng khách đến từ các quốc gia trong khu

vực Đông Nam Á nhưng tiềm năng về nguồn khách du lịch trong những khu vực này vẫn chưa được khai thác, phát huy tối đa.

Khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng chủ yếu trong độ tuổi 26-45 chiếm tỷ lệ cao nhất (45,6%), sau đó đến đối tượng du khách dưới 26 tuổi chiếm tỷ lệ 38,2%.

### **3.2. Hành vi của khách du lịch quốc tế khi đến Đà Nẵng**

Hành vi của khách quốc tế được tổng hợp như sau:

Du khách đến Đà Nẵng lần đầu chiếm tỷ lệ cao nhất với 45%; mục đích chuyến đi là tham quan, nghỉ dưỡng chiếm tỷ lệ cao nhất với 62,4%; nguồn thông tin ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn Đà Nẵng là người quen chiếm tỷ lệ cao nhất với 35,6%; phương tiện vận chuyển là máy bay chiếm tỷ lệ cao nhất với 36,8%; thời gian lưu trú bình quân là 2 ngày chiếm tỷ lệ cao nhất với 55%; mức chi tiêu trung bình 1 ngày/khách quốc tế là 110 USD, trong đó chi phí dành cho lưu trú, ăn uống, đi lại, tham quan chiếm 80%.

Như vậy, có thể thấy khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng phần lớn là du khách trẻ, có mức thu nhập trung bình và mức chi tiêu trung bình 1 ngày/khách ở mức không cao, chủ yếu chi cho các dịch vụ cơ bản; chi cho dịch vụ vui chơi giải trí và mua sắm ở mức không đáng kể.

### **3.3. Đánh giá của khách du lịch quốc tế đối với điểm đến Đà Nẵng**

Để thực hiện phân tích kết quả, nghiên cứu xác định hệ số Cronbach Alpha với điều kiện hệ số này từ 0.7 đến gần 0.8 là sử dụng được. Đồng thời nghiên cứu kiểm tra phân phối chuẩn của các biến số bằng hệ số Skewness và Kurtosis (các hệ số của các biến số phải xấp xỉ 0). Kết quả cho thấy, các kiểm tra thỏa mãn điều kiện (dữ liệu về các yếu tố quan tâm khi chọn điểm đến Đà Nẵng có hệ số Cronbach Alpha là 0,767; dữ liệu về các yếu tố đánh giá của du khách về điểm đến Đà Nẵng là 0,895) và do đó các dữ liệu cho phép thực hiện phân tích.

#### **3.3.1. Đánh giá các yếu tố hấp dẫn khách du lịch quốc tế của điểm đến Đà Nẵng**

Theo kết quả khảo sát, các yếu tố hấp dẫn được khách du lịch quốc tế được thể hiện thông qua Bảng 3.1:

**Bảng 3.1. Các yếu tố hấp dẫn khách du lịch quốc tế của điểm đến Đà Nẵng**

TT	Các yếu tố	Điểm trung bình	Lựa chọn nhiều nhất	Độ lệch chuẩn
1.	Phong cảnh thiên nhiên đẹp	4,55	5	0,83
2.	Khí hậu, thời tiết dễ chịu	4,01	4	0,852
3.	Có nhiều di tích lịch sử và di sản văn hoá	4,22	5	0,996
4.	Làng nghề và các sản phẩm làng nghề thủ công đặc sắc	4,00	4	0,998
5.	Sự phong phú của các lễ hội	4,11	4	1,003
6.	Cơ sở lưu trú, nghỉ dưỡng đa dạng, tiện nghi	4,45	5	0,926
7.	Nhà hàng đa dạng, phong phú với nhiều món ăn đặc sản địa phương	4,18	5	0,985
8.	Dịch vụ vui chơi giải trí phong phú, hấp dẫn	4,36	4	1,021
9.	Các tour du lịch đa dạng, tiện lợi	3,76	4	1,012
10.	Cơ sở mua sắm đa dạng, tin cậy	3,25	3	0,879
11.	Giá cả dịch vụ hợp lý	3,56	3	0,875
12.	Chất lượng các dịch vụ liên quan	3,72	3	1,017
13.	An ninh, an toàn được đảm bảo	4,30	5	0,922
14.	Người dân địa phương thân thiện, mến khách	4,12	4	1,025

*Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ SPSS 20.0 của nhóm tác giả*

Qua kết quả khảo sát, yếu tố được đánh giá là hấp dẫn du khách quốc tế nhất đó là Phong cảnh thiên nhiên đẹp với trung bình 4,55 điểm, có độ lệch chuẩn khá thấp, thể hiện mức thống nhất cao giữa các du khách. Đây cũng được coi là thế mạnh lớn nhất của Đà Nẵng nhằm hấp dẫn và thu hút du khách đến với Đà Nẵng, đồng thời cạnh tranh được với các điểm đến du lịch khác trong nước và khu vực.

Tiếp đến là yếu tố Cơ sở lưu trú, nghỉ dưỡng đa dạng, tiện nghi được du khách quốc tế đánh giá với trung bình 4,45 điểm. Như vậy, Cơ sở lưu trú, nghỉ dưỡng đa dạng, tiện nghi thể hiện đã hấp dẫn và giữ chân được du khách quốc tế, đáp ứng và làm hài lòng du khách trong chuyến du lịch ở Đà Nẵng.

Cùng với yếu tố Cơ sở lưu trú, nghỉ dưỡng đa dạng, tiện nghi thì yếu tố Dịch vụ vui chơi giải trí phong phú, hấp dẫn của Đà Nẵng cũng được du khách đánh giá cao với trung bình 4,36 điểm. Công viên Châu Á, là khu vui chơi giải trí có quy mô lớn nhất tại Đà Nẵng; một trong những địa điểm vui chơi giải trí tại Đà Nẵng không thể bỏ qua. Cách không xa Công viên Châu Á, khu vui chơi giải trí Helio với mục đích mở rộng địa điểm vui chơi cho người dân Đà Nẵng cũng như du khách với quy mô rất lớn và hệ thống trang thiết bị, trò chơi rất hiện đại. Helio là khu vui chơi, giải trí phức hợp đầu tiên và lớn nhất tại Đà Nẵng, bao gồm ba sản phẩm chính là Helio Kids, Helio Play và Helio Food & Beverage, cùng với hàng chục sự kiện được tổ chức hoành tráng mỗi

năm. Thêm vào đó, Bà Nà Hills là điểm du lịch đầy hấp dẫn của Đà Nẵng. Bà Nà Hills được xem là “con át chủ bài” thu hút hàng ngàn lượt khách du lịch đổ về Đà Nẵng mỗi năm. Như vậy, có thể thấy, mặc dù không sở hữu Di sản thế giới nhưng Đà Nẵng đã đầu tư và phát triển mạnh mẽ các dịch vụ vui chơi giải trí để hấp dẫn và giữ chân du khách.

Một yếu tố hấp dẫn du khách quốc tế được đánh giá cao nữa của Đà Nẵng đó là An ninh, an toàn được đảm bảo, với trung bình 4,30 điểm. Không chỉ được thiên nhiên ưu đãi cho nhiều cảnh quang đẹp, Đà Nẵng còn là một thành phố đáng sống bởi sự trong lành và yên bình nơi đây. Từng liên tục giữ thứ hạng cao nhất nước về tốc độ phát triển kinh tế nhưng Đà Nẵng vẫn duy trì tốt an ninh trật tự, không có người lang thang xin ăn và rất hiếm khi xảy ra tình trạng tắc đường, kẹt xe. Đây là những hình ảnh đẹp, gây ấn tượng khó quên đối với du khách quốc tế.

Thêm vào đó, người dân địa phương của Đà Nẵng được đánh giá là gần gũi, cởi mở, nhiệt tình, tôn trọng du khách; họ sẵn sàng trợ giúp du khách, đặc biệt trong các sự kiện du lịch. Đà Nẵng vẫn được ghi nhận là điểm đến du lịch thành công với sự đồng lòng của cộng đồng dân cư địa phương tham gia vào phát triển du lịch. Họ có ý thức gìn giữ môi trường và trở thành cầu nối giữa khách du lịch và Đà Nẵng. Như vậy, với chính sách “mỗi người dân đều là đại sứ du lịch” thì sức hấp dẫn cũng như năng lực cạnh tranh của điểm đến Đà Nẵng sẽ ngày càng phát triển một cách bền vững.

Bên cạnh các yếu tố được đánh giá cao bởi khách du lịch quốc tế thì các yếu tố như: Cơ sở mua sắm đa dạng, tin cậy; Giá cả dịch vụ hợp lý; Chất lượng các dịch vụ liên quan; Các tour du lịch đa dạng, tiện lợi, không được du khách đánh giá tốt. Đặc biệt, thời gian qua, thực trạng các công ty lữ hành Trung Quốc nhận khách đi du lịch đến Đà Nẵng với giá 0 đồng và bán lại cho doanh nghiệp lữ hành Việt Nam. Các doanh nghiệp lữ hành sẽ lấy lại doanh thu bằng việc thu tiền trên đầu khách, khoán cho các hướng dẫn viên bắt khách đi mua sắm, vui chơi giải trí với giá cao gấp nhiều lần; có nhiều trường hợp khách không mua, người tổ chức tour sẽ bù lại bằng việc cắt

giảm các dịch vụ,... Như vậy, chính “tour 0 đồng” đang làm xấu đi hình ảnh đẹp, ấn tượng tốt về Đà Nẵng, theo đó cũng làm giảm sức hấp dẫn du khách quốc tế của Đà Nẵng thời gian qua.

### *3.3.2. Mức độ hài lòng và lòng trung thành của khách du lịch quốc tế đối với điểm đến Đà Nẵng*

Mức điểm đánh giá sự hài lòng của du khách quốc tế đối với điểm đến Đà Nẵng sử dụng thang Likert với 1 là rất không hài lòng và 5 là rất hài lòng. Kết quả mức hài lòng trung bình của 325 du khách quốc tế là 4,02 điểm - đạt mức hài lòng, với độ lệch chuẩn 0,746. Điều này thể hiện mức độ hài lòng của du khách quốc tế đối với Đà Nẵng là khá cao và tương đối đồng nhất.

Mức độ trung thành trong nghiên cứu này được xác định là ý định quay trở lại và giới thiệu tích cực đến những người khác của du khách quốc tế đối với Đà Nẵng. Kết quả khảo sát về mức độ trung thành của du khách quốc tế đạt 4,22 điểm, trong đó có 83,1% du khách lựa chọn trên mức 4, với mức lựa chọn nhiều nhất là mức 5 (chiếm 45,3%) và độ lệch chuẩn là 0,865.

Như vậy, có thể thấy du khách quốc tế đánh giá khá cao về các yếu tố hấp dẫn của điểm đến Đà Nẵng, đặc biệt là các yếu tố Phong cảnh thiên nhiên, Cơ sở lưu trú, nghỉ dưỡng, Dịch vụ vui chơi giải trí và An ninh, an toàn tại điểm đến. Thông qua đó, du khách quốc tế cảm thấy hài lòng về chuyến du lịch và có mong muốn quay trở lại, giới thiệu tích cực đến người khác. Tuy nhiên, để hấp dẫn, giữ chân du khách quốc tế lưu trú ở lại lâu hơn và gia tăng mức chi tiêu của họ thì Đà Nẵng cần có những chính sách phát triển cũng như đầu tư cho du lịch hơn nữa; từ đó mới xây dựng được hình ảnh điểm đến Đà Nẵng ấn tượng, cuốn hút trên cơ sở khai thác các lợi thế được du khách quốc tế đánh giá cao và cải thiện những yếu tố còn yếu kém: đồng thời gia tăng mức độ hài lòng và lòng trung thành của du khách sau khi đi du lịch Đà Nẵng.

## **4. Đề xuất một số giải pháp**

### *4.1. Duy trì, củng cố thị trường du lịch truyền thống và phát triển mới thị trường du lịch tiềm năng*

Xác định thị trường mục tiêu là bước quan

trọng để phát triển du lịch Đà Nẵng trong thời gian tới, theo đó việc xác định và lựa chọn đúng phân khúc thị trường du lịch sẽ giúp cho Đà Nẵng tập trung tốt hơn các nguồn lực để thu hút và làm hài lòng du khách quốc tế.

Cần ưu tiên đối với thị trường gần và sau đó là các thị trường có khả năng chi trả cao. Như vậy, Đà Nẵng cần tập trung khai thác thị trường các nước Đông Bắc Á và Đông Nam Á, bởi đây là thị trường các nước đang có quan hệ thương mại và đầu tư vào Việt Nam. Mỗi quan hệ này là điều kiện rất thuận lợi cho việc thu hút khách trong đó có lượng khách du lịch công vụ và nghỉ mát hàng năm.

Việc hình thành các tuyến đường xuyên Á, đặc biệt là tuyến hành lang Kinh tế Đông Tây mà Đà Nẵng là cửa ngõ mở ra Biển Đông và Thái Bình Dương cũng là nhân tố thuận lợi cho việc thu hút khách quốc tế hay nối tour với các tuyến du lịch của các nước trong vùng qua Thái Lan và Lào để vào Đà Nẵng.

#### **4.2. Lựa chọn các điểm tham quan cần đầu tư, nâng cấp**

Đà Nẵng cần tập trung đầu tư cải thiện và phát triển các điểm du lịch như Bà Nà, Khu du lịch Sơn Trà và Ngũ Hành Sơn, Bãi biển Non Nước. Đẩy nhanh tiến độ triển khai các dự án du lịch, cung cấp nhiều hơn các loại hình dịch vụ du lịch đa dạng, đạt tiêu chuẩn quốc tế; đặc biệt là các cụm du lịch Non Nước, Bắc Mỹ An... nhằm thỏa mãn tối nhất nhu cầu tham quan du lịch của du khách quốc tế. Bên cạnh đó, Đà Nẵng cần triển khai sớm khu phức hợp du lịch Lăng Vân với các dịch vụ vui chơi dành riêng cho người nước ngoài nhằm làm gia tăng các điểm du lịch hấp dẫn cho du khách lựa chọn.

#### **4.3. Phát triển đa dạng các loại hình du lịch**

Tổ chức lại hệ thống tuyến điểm du lịch với nhiều loại hình du lịch và các sản phẩm du lịch độc đáo, mang sắc thái riêng của Đà Nẵng; trong đó đặc biệt đầu tư đến các sản phẩm du lịch biển, du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng; du lịch văn hóa, du lịch làng quê, làng nghề; du lịch công vụ và các loại hình dịch vụ vui chơi giải trí.

Đối với phát triển du lịch biển và nghỉ dưỡng biển chất lượng cao theo hướng hình thành các khu nghỉ dưỡng ven biển với quy mô lớn; chất lượng cao có khả năng cạnh tranh với các điểm đến khác trong nước và khu vực. Phát triển du lịch văn hóa, lịch sử, lễ hội trên cơ sở khai thác các giá trị văn hoá lịch sử của thành phố như Chùa Linh Ứng, Ngũ Hành Sơn, Thành Điện Hải,... gắn kết với các di sản văn hóa nổi tiếng như Phố cổ Hội An, cố đô Huế, thánh địa Mỹ Sơn,... Phát triển du lịch MICE để Đà Nẵng trở thành trung tâm du lịch công vụ nổi tiếng của khu vực và thế giới.

#### **4.4. Tăng cường xúc tiến, tuyên truyền, quảng bá du lịch**

Cần đa dạng hóa các kênh cung cấp thông tin, quảng bá về điểm đến Đà Nẵng; chú trọng quảng bá trên Internet và truyền hình. Thêm vào đó, cần tăng cường quảng bá hình ảnh Đà Nẵng thông qua các bản tin du lịch, các ký sự, chuyên đề trên các kênh thông tin có uy tín trên thế giới và khu vực như CNN, BBC, NHK,...

Đối mới các nội dung thông tin quảng bá về Đà Nẵng, trong đó tập trung nhấn mạnh các điểm mạnh, lợi thế của Đà Nẵng về phong cảnh thiên nhiên, môi trường du lịch, cơ sở lưu trú, nghỉ dưỡng...

Tập huấn chuyên môn về marketing, xúc tiến quảng bá cho các cán bộ quản lý du lịch của Đà Nẵng; đào tạo, tuyên truyền với doanh nghiệp, lao động du lịch, cộng đồng dân cư địa phương về các định hướng xúc tiến quảng bá điểm đến Đà Nẵng.

#### **4.5. Mở rộng hợp tác và phát triển du lịch**

Tăng cường phối hợp với các tỉnh Quảng Nam, Thừa Thiên Huế để hình thành mạng lưới du lịch với các tuyến điểm, tour du lịch phong phú, đa dạng gắn kết với con đường di sản văn hoá thế giới (Huế - Hội An - Mỹ Sơn).

Khuyến khích sự hợp tác, liên kết kinh tế giữa các doanh nghiệp khách sạn, lữ hành, kinh doanh du lịch của Đà Nẵng với các tỉnh miền Trung - Tây Nguyên nhằm hình thành các doanh nghiệp có quy mô lớn, thương hiệu mạnh, tham gia có hiệu quả vào các chuỗi du lịch toàn cầu ■

**TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Nguyễn Thị Bích Thủy (2013) *Đo lường điểm đến của du khách quốc tế - Trường hợp Thành phố Đà Nẵng. Luận án tiến sĩ.*
2. Sở Du lịch thành phố Đà Nẵng, *Báo cáo kết quả hoạt động du lịch và phương hướng nhiệm vụ các năm 2010 - 2018.*
3. UBND thành phố Đà Nẵng (2016), *Đà Nẵng bước tiến 20 năm qua con số thống kê, NXB Thống kê.*

Ngày nhận bài: 9/2/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/2/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 1/3/2019

*Thông tin tác giả:*

**TS. NGUYỄN THỊ QUỲNH HƯƠNG**

**ThS. TRẦN MINH PHƯƠNG**

**Bộ môn Marketing Du lịch, Khoa Khách sạn - Du lịch**

**Trường Đại học Thương mại**

**INTERNATIONAL TOURSITS' ASSESSMENTS OF DA NANG**

● Ph.D **NGUYEN THI QUYNH HUONG**

● Master. **TRAN MINH PHUONG**

Department of Tourism Marketing, Faculty of Hospitality - Tourism  
Thuong Mai University

**ABSTRACT:**

Thanks to favorable geographical position which has rich potential for tourism development, Da Nang has many conditions to become a famous destination in Vietnam and in the world. However, the tourism development of Da Nang is still not commensurate with the city's potential and strengths. The number of international tourists visiting the city is quite low. In addition, the competitiveness of Da Nang in terms of tourism destination is still weak and the city has no breakthrough solutions to attract tourists. The article focuses on analyzing the characteristics and behaviors of international tourists, specifically, analyzing their assessments of Da Nang through questionnaires, thereby proposing some solutions to attract, satisfy and gain the loyalty of international visitors to Da Nang.

**Keywords:** Tourists, international tourists, Da Nang.