

CHƯƠNG TRÌNH HÀNH ĐỘNG

Chiến lược “Buôn Ma Thuột – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới” giai đoạn 2026 - 2030, định hướng đến năm 2035

Thực hiện Chương trình hành động số 02-CTr/TU ngày 30/10/2025 của Tỉnh ủy Đắk Lắk về thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ I, nhiệm kỳ 2025 - 2030, trong đó xác định xây dựng và phát triển thương hiệu cà phê Buôn Ma Thuột là một trong những nhiệm vụ trọng tâm nhằm nâng cao vị thế, giá trị và sức cạnh tranh của ngành cà phê tỉnh Đắk Lắk.

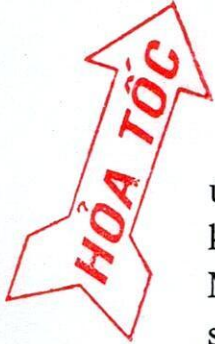
Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Lắk ban hành Chương trình hành động Chiến lược “Buôn Ma Thuột – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới” giai đoạn 2026 - 2030, định hướng đến năm 2035, với những nội dung cụ thể sau:

I. QUAN ĐIỂM

- Phát triển du lịch cà phê là nhiệm vụ chiến lược, mang tính liên ngành và tổng hợp, không chỉ nhằm quảng bá hình ảnh điểm đến mà còn góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội bền vững. Đây được xem là dịch vụ cao cấp để phục vụ phát triển du lịch.
- Lấy du khách làm trung tâm trong thiết kế sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm; lấy bản sắc văn hóa Tây Nguyên, không gian văn hóa công chiêng, tri thức bản địa và đời sống cộng đồng làm nền tảng phát triển; lấy cà phê Robusta Buôn Ma Thuột – thương hiệu cà phê nổi tiếng toàn cầu – làm giá trị cốt lõi và biểu tượng nhận diện để xây dựng hình ảnh “Buôn Ma Thuột – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới”.
- Phát triển du lịch cà phê theo hướng xanh, bền vững, thông minh và hội nhập quốc tế; bảo đảm hài hòa giữa phát triển kinh tế với bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, cảnh quan và các giá trị văn hóa truyền thống. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ, chuyên đổi số trong quản lý, quảng bá và cung cấp dịch vụ.
- Phát huy vai trò chủ thể của cộng đồng, doanh nghiệp và người dân, bảo đảm các bên cùng tham gia, cùng hưởng lợi từ quá trình phát triển. Huy động tối đa các nguồn lực xã hội, khuyến khích đổi mới sáng tạo, hợp tác công – tư và liên kết trong phát triển du lịch cà phê.

II. MỤC TIÊU TỔNG THỂ

- Xây dựng “Buôn Ma Thuột – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới” là trung tâm trải nghiệm cà phê hàng đầu Việt Nam, điểm đến du lịch cà phê đặc sắc của



trung tâm giao lưu, sáng tạo, kết nối văn hóa cà phê quốc tế; nơi hội tụ các giá trị về sản xuất, chế biến, thưởng thức, nghiên cứu, giáo dục và quảng bá văn hóa cà phê gắn với bản sắc Tây Nguyên.

2. Phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch trải nghiệm, lễ hội, văn hóa, nghệ thuật, ẩm thực, nông nghiệp và công nghiệp sáng tạo xoay quanh cà phê, góp phần nâng cao giá trị thương hiệu cà phê Buôn Ma Thuột và gia tăng thu nhập cho người dân địa phương và phấn đấu được công nhận là một trong Top 5 điểm đến cà phê hấp dẫn nhất thế giới, trở thành biểu tượng toàn cầu về cà phê Robusta chất lượng cao, đồng thời là điểm đến tiêu biểu về văn hóa cà phê, du lịch trải nghiệm và phát triển bền vững.

III. MỤC TIÊU CỤ THỂ

1. Giai đoạn 2026 - 2027: Hình thành nền tảng và định vị điểm đến

- Định vị thương hiệu và triển khai chiến dịch truyền thông toàn cầu.
- Bình quân đón khoảng 135 nghìn lượt khách quốc tế/năm; tổng lượng khách du lịch đạt khoảng 8,5 triệu lượt/năm đến tỉnh Đắk Lắk.
- Doanh thu từ hoạt động du lịch đạt khoảng 17 nghìn tỷ đồng/năm trên địa bàn tỉnh.
- Thời gian lưu trú bình quân của khách du lịch đạt khoảng 2 ngày.
- Xây dựng và đưa vào khai thác khoảng 50 sản phẩm, tour và trải nghiệm du lịch cà phê đặc trưng.
- Hình thành các không gian trải nghiệm văn hóa cà phê, tuyến điểm tham quan vùng nguyên liệu, không gian trình diễn nghệ thuật và ẩm thực cà phê.
- Xây dựng Bộ nhận diện thương hiệu “Buôn Ma Thuột – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới”; đẩy mạnh quảng bá trên các nền tảng số trong nước và quốc tế.
- Từng bước khẳng định vị thế của Buôn Ma Thuột trên bản đồ du lịch cà phê thế giới, phấn đấu nằm trong Top 15 điểm đến du lịch cà phê tiêu biểu của thế giới.

2. Giai đoạn 2028 - 2030: Tăng tốc phát triển và mở rộng thị trường quốc tế

- Bình quân đón khoảng 180 nghìn lượt khách quốc tế/năm; tổng lượng khách du lịch đạt khoảng 11 triệu lượt/năm đến tỉnh Đắk Lắk.
- Doanh thu từ hoạt động du lịch đạt khoảng 26 nghìn tỷ đồng/năm trên địa bàn tỉnh.
- Thời gian lưu trú bình quân của khách du lịch đạt khoảng 2,5 ngày.
- Phát triển và đưa vào khai thác khoảng 100 sản phẩm, tour và trải nghiệm du lịch cà phê.

- Hình thành hệ sinh thái du lịch cà phê đa dạng gồm du lịch nông nghiệp, du lịch văn hóa, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sáng tạo và du lịch hội nghị - sự kiện.

- Tổ chức thường niên các lễ hội, diễn đàn, triển lãm và sự kiện quốc tế về cà phê; từng bước trở thành trung tâm giao lưu văn hóa cà phê của khu vực.

- Từng bước khẳng định vị thế của Buôn Ma Thuột trên bản đồ du lịch cà phê thế giới, phấn đấu nằm trong Top 10 điểm đến du lịch cà phê tiêu biểu của thế giới.

3. Giai đoạn 2031 - 2035: Khẳng định vị thế toàn cầu

- Bình quân đón khoảng 290 nghìn lượt khách quốc tế/năm; tổng lượng khách du lịch đạt khoảng 16 triệu lượt/năm đến tỉnh Đắk Lắk.

- Doanh thu từ hoạt động du lịch đạt khoảng 49 nghìn tỷ đồng/năm trên địa bàn tỉnh.

- Doanh thu từ du lịch và các ngành kinh tế liên quan đến cà phê đạt khoảng 2 tỷ USD/năm.

- Thời gian lưu trú bình quân của khách du lịch đạt khoảng 3-4 ngày.

- Phát triển và khai thác hiệu quả khoảng 200 sản phẩm, tour và trải nghiệm du lịch cà phê.

- Trở thành trung tâm tổ chức các sự kiện, hội nghị, triển lãm, lễ hội và hoạt động giao lưu văn hóa cà phê mang tầm quốc tế.

- Hoàn thiện hệ sinh thái du lịch cà phê thông minh, xanh và bền vững; cộng đồng địa phương tham gia sâu vào chuỗi giá trị du lịch.

- Phấn đấu đưa Buôn Ma Thuột vào Top 05 điểm đến du lịch cà phê tiêu biểu của thế giới; là trung tâm trải nghiệm cà phê hàng đầu Việt Nam, điểm đến cà phê đặc sắc của châu Á và trung tâm giao lưu văn hóa cà phê quốc tế.

IV. NHIỆM VỤ

1. Giai đoạn I ngắn hạn 06 tháng (2026): Tạo độ nhận diện toàn cầu – Hình thành hạ tầng cơ bản

1.1. Nhóm nhiệm vụ: Xây dựng thương hiệu quốc tế

1.1.1. Xây dựng Bộ nhận diện thương hiệu “Buôn Ma Thuột – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới”

a. Nhiệm vụ cụ thể:

- Nghiên cứu, xây dựng định vị thương hiệu du lịch cà phê Buôn Ma Thuột theo định hướng “Buôn Ma Thuột – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới”, bảo đảm thể hiện được bản sắc Tây Nguyên, giá trị cà phê Robusta Buôn Ma Thuột và khát vọng vươn tầm quốc tế.

- Thiết kế Bộ nhận diện thương hiệu cà phê Buôn Ma Thuột, bao gồm:
 - + Xây dựng bộ quy chuẩn nhận diện thương hiệu và hướng dẫn sử dụng.
 - + Xây dựng các câu chuyện thương hiệu (Brand Story), thông điệp truyền thông và hình ảnh chủ đạo gắn với văn hóa cà phê, con người và thiên nhiên Buôn Ma Thuột.
 - + Đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với các thành phần Bộ nhận diện thương hiệu “Buôn Ma Thuột – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới” theo quy định.

b. Giải pháp cụ thể

- Thuê đơn vị tư vấn có kinh nghiệm xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch và thương hiệu quốc gia.
- Tổ chức cuộc thi sáng tạo ý tưởng nhận diện thương hiệu du lịch cà phê Buôn Ma Thuột trong nước và quốc tế.
- Thành lập Hội đồng tư vấn gồm các chuyên gia về thương hiệu, du lịch, cà phê, văn hóa Tây Nguyên và truyền thông quốc tế để phản biện, thẩm định sản phẩm.
- Tổ chức khảo sát, lấy ý kiến cộng đồng, doanh nghiệp, du khách và các tổ chức quốc tế trước khi ban hành chính thức.
- Triển khai áp dụng thống nhất bộ nhận diện tại các khu du lịch, điểm tham quan, sự kiện, lễ hội, không gian công cộng và hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch.

c. Sản phẩm đầu ra

- Bộ nhận diện thương hiệu du lịch cà phê Buôn Ma Thuột được ban hành chính thức.
- Cẩm nang hướng dẫn sử dụng thương hiệu.
- Bộ tài nguyên truyền thông số (logo, hình ảnh, video, nhạc hiệu, đồ họa).
- Hệ thống nhận diện được triển khai đồng bộ tại các điểm du lịch, sự kiện và hoạt động quảng bá.

1.1.2. Triển khai chiến dịch truyền thông toàn cầu

a. Nhiệm vụ cụ thể:

- Phát hành thông cáo báo chí song ngữ Anh – Việt gửi đến các cơ quan truyền thông, báo chí quốc tế, tạp chí ẩm thực quốc tế.
- Xây dựng hệ thống truyền thông quốc tế đa ngôn ngữ:
 - + Xây dựng Trang/Cổng thông tin điện tử quốc tế với tối thiểu 06 ngôn ngữ: Tiếng Việt, Tiếng Anh, Tiếng Pháp, Tiếng Nhật, Tiếng Hàn, Tiếng Trung.

+ Xây dựng hệ sinh thái truyền thông số gồm: Phát động chiến dịch hashtag “BuonMaThuotCoffee”, xây dựng Website chính thức, Fanpage trên Facebook, TikTok, Instagram... về văn hóa cà phê Buôn Ma Thuột, trong đó chú trọng xây dựng 02 kênh TikTok tiếng Việt và tiếng Anh.

+ Sản xuất 1 bộ phim ngắn 3-5 phút về hành trình Cà phê “từ vườn đến tách”.

+ Xây dựng thư viện dữ liệu số dùng chung gồm: Bộ ảnh quốc tế, Video quảng bá, Infographic, Bản đồ du lịch cà phê, Tài liệu báo chí, Bộ nhận diện thương hiệu.

- Triển khai truyền thông trên các nền tảng số.

+ Phát động chiến dịch Hashtag “BuonMaThuotCoffee”.

+ Tổ chức quảng bá thường xuyên trên các kênh truyền thông có sức ảnh hưởng toàn cầu.

+ Quảng bá trên các nền tảng số: YouTube, TikTok, Instagram...

+ Tập trung vào các thị trường mục tiêu: Hoa Kỳ, Châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc, Úc, Trung Quốc, các nước ASEAN.

- Sản xuất nội dung truyền thông quốc tế:

+ Xây dựng bộ nội dung truyền thông chuyên nghiệp theo nhiều định dạng: Phim tài liệu quốc tế, Bộ phim “Buôn Ma Thuột - Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới”, Bộ phim về hành trình hạt Robusta Buôn Ma Thuột...

+ Video clip quảng bá dưới 90s phục vụ truyền thông, hội chợ, triển lãm quốc tế...

+ Nội dung số: Video ngắn quảng bá, Series trải nghiệm du lịch cà phê, một phim ngắn “Hành trình cà phê – Từ vườn đến tách”, VR 360 độ, nội dung thực tế ảo...

- Tổ chức chiến dịch truyền thông toàn cầu, triển khai định kỳ.

+ Chiến dịch thương hiệu quốc tế: “BuonMaThuotCoffee”.

+ Chiến dịch theo sự kiện: Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột, Ngày Cà phê Việt Nam, Triển lãm Cà phê quốc tế.

+ Chiến dịch cộng đồng: Cuộc thi ảnh, Cuộc thi video trải nghiệm, Chương trình KOLs, Travel Blogger.

b. Giải pháp thực hiện:

Thứ nhất, Hợp tác với các đối tác truyền thông quốc tế:

- Ký kết hợp tác với các tập đoàn truyền thông toàn cầu.

- Hợp tác với các nền tảng công nghệ và du lịch quốc tế.

- Mời phóng viên, nhà báo quốc tế đến trải nghiệm thực tế tại Buôn Ma Thuột.

Thứ hai, Tổ chức chương trình Famtrip và Presstrip (các chuyến đi trải nghiệm dịch vụ):

- Mời các hãng lữ hành quốc tế.
- Mời các cơ quan báo chí quốc tế.
- Mời 50 người có sức ảnh hưởng (KOLs, Food Blogger và Influencer) có trên 500.000 người theo dõi (followers) từ Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Úc, EU đến Buôn Ma Thuột trải nghiệm miễn phí.

Thứ ba, Ứng dụng công nghệ số: AI Marketing, Big Data, Nền tảng du lịch số (Digital Tourism Platform), VR/AR quảng bá điểm đến, hệ thống phân tích dữ liệu truyền thông toàn cầu.

c. Sản phẩm đầu ra:

- Hệ sinh thái truyền thông quốc tế đa ngôn ngữ.
- Bộ phim tài liệu và TVC quảng bá quốc tế.
- Bộ dữ liệu truyền thông số dùng chung.
- Các chiến dịch truyền thông toàn cầu được triển khai thường niên.
- Hệ thống báo cáo và đánh giá hiệu quả truyền thông quốc tế.

1.2. Nhóm nhiệm vụ: Phát triển hạ tầng du lịch cà phê

1.2.1. Xây dựng “Phố Cà phê Buôn Ma Thuột”

a. Nhiệm vụ cụ thể:

- Lựa chọn và quy hoạch tuyến phố Cà phê.
 - + Khảo sát, lựa chọn 01 tuyến phố trung tâm có vị trí thuận lợi về giao thông, du lịch và dịch vụ để cải tạo, xây dựng Phố Cà phê Buôn Ma Thuột.
 - + Xây dựng Đề án quy hoạch tổng thể Phố Cà phê gắn với phát triển kinh tế đêm và du lịch đô thị.
 - + Thiết kế không gian mang bản sắc Tây Nguyên kết hợp phong cách hiện đại, tạo dấu ấn riêng cho Phố.
 - Đầu tư đồng bộ hạ tầng kỹ thuật và cảnh quan:
 - + Trồng cây xanh đặc trưng Tây Nguyên và cây cà phê tạo điểm nhấn.
 - + Xây dựng hệ thống chiếu sáng nghệ thuật, ánh sáng tương tác ban đêm.
 - + Lắp đặt hệ thống biển hiệu, bảng chỉ dẫn đa ngôn ngữ (Việt – Anh – Hàn – Nhật – Trung).
 - + Bố trí các cụm ghế nghỉ, tiểu cảnh và không gian công cộng.

- Hình thành các không gian trải nghiệm cà phê:

+ Biểu tượng “Buôn Ma Thuật – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới”, Mô hình hạt cà phê Robusta khổng lồ, Bản đồ cà phê thế giới, Không gian check-in nghệ thuật theo mùa, Khu trình diễn pha chế cà phê, Trình diễn pha phin Việt Nam, Trình diễn cà phê đặc sản, Trình diễn Latte Art, Cuộc thi pha chế (Barista) cuối tuần, Không gian trải nghiệm rang xay, Giới thiệu quy trình chế biến cà phê, Trải nghiệm rang cà phê thủ công, Trải nghiệm phân loại hạt cà phê, Khu thử nếm (Coffee Tasting).

+ Chợ quà tặng cà phê: Sản phẩm OCOP từ cà phê, Cà phê đặc sản Buôn Ma Thuật, Quà lưu niệm và sản phẩm sáng tạo từ cà phê, Thổ cẩm, thủ công mỹ nghệ Tây Nguyên.

- Tổ chức hoạt động văn hóa – nghệ thuật thường xuyên:

+ Sân khấu Acoustic Cà phê: Biểu diễn nhạc acoustic hàng đêm, Đêm nhạc Tây Nguyên, Trình diễn công chiêng, Giao lưu nghệ sĩ trong nước và quốc tế, biểu diễn nghệ thuật đường phố, Trình diễn thời trang thổ cẩm, Vẽ chân dung và ký họa...

+ Hoạt động cuối tuần: Chợ phiên cà phê, Workshop pha chế, Workshop rang xay, Talkshow về cà phê, Trình diễn nghệ thuật ánh sáng.

b. Giải pháp thực hiện:

- Ban hành Quy chế quản lý kiến trúc và hoạt động Phố Cà phê.
- Hỗ trợ các hộ kinh doanh cải tạo mặt tiền theo bộ nhận diện chung.
- Xây dựng cơ chế xã hội hóa đầu tư.
- Khuyến khích các thương hiệu cà phê địa phương tham gia khai thác.
- Hỗ trợ chuyển đổi số cho các cơ sở kinh doanh.
- Ưu tiên bố trí không gian cho doanh nghiệp cà phê Buôn Ma Thuật và sản phẩm OCOP địa phương.

c. Sản phẩm đầu ra:

- 01 Phố Cà phê Buôn Ma Thuật được đưa vào vận hành.
- 01 bộ nhận diện không gian Phố Cà phê.
- 01 trung tâm trải nghiệm cà phê cộng đồng.
- Hệ thống check-in, trình diễn và trải nghiệm cà phê hoạt động thường xuyên.
- Chương trình nghệ thuật cuối tuần và kinh tế đêm được tổ chức định kỳ.

1.2.2. Xây dựng hệ thống biển chỉ dẫn quốc tế

a. Giải pháp cụ thể

- Xây dựng hệ thống biển chỉ dẫn du lịch đa ngôn ngữ

+ Khảo sát, rà soát toàn bộ hệ thống biển chỉ dẫn hiện có trên địa bàn Buôn Ma Thuột, các phường lân cận và các điểm du lịch cà phê.

+ Thiết kế, lắp đặt mới hệ thống biển chỉ dẫn theo tiêu chuẩn thống nhất.

+ Nội dung biển chỉ dẫn bao gồm: Tiếng Việt, Tiếng Anh, Biểu tượng quốc tế (icon du lịch), Mã QR thông minh cung cấp thông tin số (thông tin tích hợp trên mã QR: Giới thiệu điểm đến, Lịch sử và câu chuyện văn hóa cà phê, Hướng dẫn tham quan, Bản đồ số, Video thuyết minh, Thông tin dịch vụ, Thông tin khẩn cấp và hỗ trợ du khách).

- Triển khai hệ thống chỉ dẫn liên hoàn từ các cửa ngõ đến các điểm du lịch trọng điểm, bao gồm:

+ Tại Cảng Hàng không Buôn Ma Thuột: Bảng thông tin chào mừng du khách, Bản đồ du lịch cà phê Buôn Ma Thuột, Khu vực giới thiệu các điểm đến cà phê tiêu biểu, Mã QR tra cứu thông tin du lịch.

+ Khu vực trung tâm Buôn Ma Thuột: Biển chỉ dẫn đến các điểm tham quan, Bản đồ du lịch tại các quảng trường, công viên và không gian công cộng, Hệ thống biển chỉ dẫn đến Phố Cà phê Buôn Ma Thuột.

+ Tại các khu du lịch và điểm tham quan: Biển định hướng giao thông, Biển giới thiệu điểm đến, Biển nội quy và hướng dẫn trải nghiệm, Biển nhận diện theo bộ thương hiệu thống nhất.

+ Tại Bảo tàng Thế giới Cà phê và các thiết chế văn hóa: Hệ thống thuyết minh song ngữ, Mã QR truy cập nội dung đa phương tiện, Bản đồ tham quan thông minh.

+ Tại các làng cà phê, vùng nguyên liệu và điểm du lịch cộng đồng: Biển nhận diện điểm đến, Biển giới thiệu quy trình sản xuất cà phê, Biển kể chuyện về lịch sử và văn hóa cà phê địa phương, Biển chỉ dẫn các tuyến trải nghiệm.

- Xây dựng hệ thống biển chỉ dẫn thông minh

+ Lắp đặt các bảng thông tin điện tử tại các điểm du lịch trọng điểm.

+ Xây dựng bản đồ du lịch cà phê số hóa.

+ Kết nối hệ thống QR với cơ sở dữ liệu du lịch của tỉnh.

+ Tích hợp công nghệ định vị và chỉ đường trực tuyến.

+ Hỗ trợ tra cứu trên thiết bị di động.

b. Giải pháp thực hiện:

- Chuẩn hóa thiết kế.

- Ban hành Bộ quy chuẩn thiết kế biển chỉ dẫn du lịch cà phê Buôn Ma Thuột.

- Thống nhất về màu sắc, biểu tượng, chất liệu, kiểu chữ và ngôn ngữ sử dụng.
- Đồng bộ với Bộ nhận diện thương hiệu “Buôn Ma Thuật - Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới”.
- Tích hợp bản đồ số.
- Xây dựng hệ thống bản đồ số du lịch cà phê.
- Kết nối với Google Maps và các nền tảng bản đồ quốc tế.
- Thường xuyên cập nhật dữ liệu điểm đến, dịch vụ và sự kiện.
- Kết nối ứng dụng du lịch thông minh.
- Tích hợp với ứng dụng du lịch Buôn Ma Thuật.
- Cung cấp chức năng chỉ đường, đặt dịch vụ, thuyết minh tự động và phản hồi du khách.
- Kết nối với hệ sinh thái du lịch thông minh của tỉnh Đắk Lắk.

c. Sản phẩm đầu ra:

- Bộ quy chuẩn hệ thống biển chỉ dẫn du lịch quốc tế.
- Hệ thống biển chỉ dẫn song ngữ và mã QR được lắp đặt đồng bộ.
- Bản đồ số du lịch cà phê Buôn Ma Thuật.
- Cơ sở dữ liệu du lịch kết nối với ứng dụng du lịch thông minh.
- Hệ thống chỉ dẫn đồng bộ từ sân bay đến các điểm du lịch trọng điểm.

1.3. Nhóm nhiệm vụ: Phát triển sản phẩm du lịch

1.3.1. Xây dựng “Tuyến du lịch cà phê” (Coffee Tourism Route)

a. Nhiệm vụ cụ thể

- Xây dựng Tour trải nghiệm nông trại cà phê (Coffee Farm Tour), tổ chức các chương trình tham quan và trải nghiệm tại các vùng nguyên liệu cà phê tiêu biểu.
- Xây dựng Tour trải nghiệm rang xay (Coffee Roasting Tour), kết nối các cơ sở chế biến và thương hiệu cà phê tiêu biểu.
- Xây dựng Tour pha chế cà phê (Coffee Brewing Tour), tổ chức các hoạt động trải nghiệm nghệ thuật pha chế và thưởng thức cà phê.
- Xây dựng Tour “Săn mây – Cà phê Tây Nguyên”, kết hợp du lịch thiên nhiên, nghỉ dưỡng và trải nghiệm cà phê.
- Xây dựng Tour “Cà phê và Không gian văn hóa công chiêng”, kết hợp giữa trải nghiệm cà phê và di sản văn hóa Tây Nguyên.
- Xây dựng Tour mùa thu hoạch cà phê (Coffee Harvest Festival Tour).

b. Giải pháp thực hiện

Thứ nhất, Hỗ trợ cải tạo nông trại du lịch:

- Lựa chọn các nông trại đủ điều kiện tham gia.
- Hỗ trợ xây dựng cảnh quan.
- Xây dựng điểm check-in.
- Hỗ trợ nhà vệ sinh, bãi đỗ xe, khu trải nghiệm.
- Chuẩn hóa tiêu chuẩn đón khách.

Thứ hai, Chuẩn hóa hệ thống homestay:

- Xây dựng bộ tiêu chuẩn homestay cà phê.
- Hỗ trợ cải tạo cơ sở lưu trú.
- Phát triển homestay gắn với văn hóa Tây Nguyên.
- Khuyến khích sử dụng vật liệu thân thiện môi trường.

Thứ ba, Hỗ trợ thiết kế trải nghiệm:

- Xây dựng kịch bản trải nghiệm cho từng tour.
- Thiết kế sản phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế.
- Tạo các điểm nhấn đặc trưng của Buôn Ma Thuột.
- Xây dựng hệ thống nhận diện chung cho tuyến du lịch cà phê (Coffee Tourism Route).

Thứ tư, Đào tạo nguồn nhân lực:

- + Đào tạo hướng dẫn viên chuyên đề cà phê.
- + Đào tạo kỹ năng kể chuyện (Storytelling).
- + Đào tạo ngoại ngữ.
- + Đào tạo kỹ năng phục vụ khách quốc tế.
- + Đào tạo nông dân tham gia làm du lịch cộng đồng.

c. Sản phẩm đầu ra:

- Hệ thống tuyến du lịch cà phê (Coffee Tourism Route).
- Tối thiểu 20 tuyến và chương trình trải nghiệm cà phê được khai thác trước năm 2030.
- Mạng lưới farmstay, homestay cà phê đạt chuẩn.
- Bộ tiêu chuẩn trải nghiệm du lịch cà phê Buôn Ma Thuột.

1.3.2. Xây dựng sản phẩm kinh tế đêm

a. Nhiệm vụ cụ thể

- Xây dựng “Chợ đêm Cà phê Buôn Ma Thuột” (Coffee Night Market), hình thành khu chợ đêm chuyên đề về cà phê hoạt động thường xuyên, theo hướng xây dựng Không gian văn hóa - ẩm thực - cà phê Tây Nguyên về đêm, chú trọng các hoạt động trải nghiệm văn hóa địa phương, trình diễn công chiêng, nghề thủ công truyền thống, ẩm thực địa phương, góp phần tạo bản sắc riêng cho Buôn Ma Thuột thay vì phát triển theo mô hình chợ đêm thông thường.

- Xây dựng “Vườn bia cà phê” (Coffee Beer Garden) - Phát triển mô hình không gian giải trí ngoài trời kết hợp giữa cà phê, bia thủ công và văn hóa Tây Nguyên.

- Xây dựng “Phố Cà phê Acoustic” (Coffee Acoustic Street) - Tổ chức tuyến phố nghệ thuật và âm nhạc cà phê.

- Hình thành Chợ rang xay thủ công - Xây dựng không gian trình diễn và trải nghiệm chế biến cà phê.

- Tổ chức trình diễn ánh sáng nghệ thuật - Xây dựng chương trình ánh sáng về đêm gắn với chủ đề cà phê và Tây Nguyên.

- Phát triển Tour xe điện ban đêm - Tổ chức các tuyến tham quan thành phố bằng xe điện.

b. Giải pháp thực hiện:

- Kéo dài thời gian hoạt động dịch vụ.
- Có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp và hộ kinh doanh.
- Tổ chức các hoạt động định kỳ đa dạng, phong phú, hấp dẫn.
- Ứng dụng công nghệ số như: Bản đồ kinh tế đêm, thanh toán không tiền mặt, hệ thống wifi công cộng, camera thông minh, nền tảng quảng bá trực tuyến...

c. Sản phẩm đầu ra:

- 01 khu kinh tế đêm cà phê quy mô.
- 01 Chợ đêm Cà phê Buôn Ma Thuột.
- 01 tuyến Phố Cà phê Acoustic hoạt động thường xuyên.
- 01 tuyến xe điện du lịch ban đêm.

1.4. Nhóm nhiệm vụ: Chuyển đổi số

1.4.1. Xây dựng Website “Buôn Ma Thuột Coffee Map”

a. Nhiệm vụ cụ thể

- Xây dựng bản đồ số “Coffee Map”.

- Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) gợi ý hành trình.
- Tích hợp đặt dịch vụ trực tuyến.
- Hệ thống đánh giá và phản hồi chất lượng.
- Hệ thống QR truy xuất nguồn gốc cà phê.
- Xây dựng hệ sinh thái số về cà phê.

b. Giải pháp thực hiện:

- Hợp tác với các doanh nghiệp công nghệ lớn để nghiên cứu, xây dựng và vận hành nền tảng.
- Thực hiện số hóa toàn bộ dữ liệu điểm đến, sản phẩm và dịch vụ du lịch liên quan đến cà phê.
- Xây dựng cơ chế chia sẻ dữ liệu giữa các cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và đơn vị cung ứng dịch vụ.
- Hỗ trợ các cơ sở kinh doanh áp dụng mã QR và thanh toán không tiền mặt.
- Khuyến khích doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ kinh doanh tham gia hệ sinh thái số.
- Tổ chức các chương trình truyền thông, quảng bá và khuyến mại nhằm thu hút người dùng tải và sử dụng ứng dụng.

c. Sản phẩm đầu ra:

- Website “*BuonMaThuotCoffee*”.
- Bản đồ số “Coffee Map”.

1.4.2. Trung tâm dữ liệu du lịch thông minh

a. Nhiệm vụ

- Xây dựng hệ thống thu thập và phân tích dữ liệu du khách.
- Xây dựng bản đồ nhiệt du lịch (Tourism Heatmap).
- Ứng dụng AI phân tích hành vi du khách.
- Hệ thống quản trị điểm đến theo thời gian thực.
- Theo dõi tình hình hoạt động của các điểm du lịch trên nền tảng số tập trung.
- Xây dựng kho dữ liệu số về du lịch và cà phê.

b. Giải pháp thực hiện:

- Ứng dụng công nghệ Big Data và AI.
- Triển khai hệ thống Camera AI.

- Xây dựng Dashboard điều hành thông minh:
- Hợp tác công - tư trong chuyển đổi số để huy động các doanh nghiệp công nghệ, viễn thông và nền tảng số tham gia đầu tư, vận hành hệ thống.

1.5. Nhóm nhiệm vụ: Chuẩn hóa dịch vụ

1.5.1. Chứng nhận “Buôn Ma Thuật Authentic Coffee”

a. Nhiệm vụ: Ban hành Bộ tiêu chí “Buôn Ma Thuật Authentic Coffee” áp dụng đối với các quán cà phê, không gian trải nghiệm cà phê, showroom cà phê và các cơ sở phục vụ khách du lịch.

b. Giải pháp

- Thành lập Tổ công tác liên ngành gồm Sở Công Thương, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Nông nghiệp và Môi trường, Ủy ban nhân dân phường Buôn Ma Thuật, Hiệp hội Cà phê Buôn Ma Thuật, Hiệp hội Du lịch Đắk Lắk và các chuyên gia ngành cà phê.

- Khảo sát, nghiên cứu các mô hình chứng nhận cà phê, điểm đến cà phê nổi tiếng trong nước và quốc tế để xây dựng bộ tiêu chí phù hợp với điều kiện thực tiễn của Buôn Ma Thuật.

- Xây dựng bộ tiêu chí theo các nhóm: sản phẩm cà phê, không gian trải nghiệm, chất lượng dịch vụ, văn hóa cà phê, chuyển đổi số và phát triển bền vững.

- Thiết kế hệ thống chấm điểm, xếp hạng và bộ nhận diện thống nhất (logo, biểu hiệu, tem chứng nhận).

- Lựa chọn một số quán cà phê, showroom, điểm trải nghiệm cà phê tiêu biểu trên địa bàn phường Buôn Ma Thuật để triển khai thí điểm.

- Đánh giá mức độ phù hợp, khả năng đáp ứng của doanh nghiệp và hoàn thiện bộ tiêu chí trước khi ban hành chính thức.

c. Sản phẩm đầu ra

- Bộ tiêu chí và Quy chế quản lý chứng nhận "Buôn Ma Thuật Authentic Coffee" được tỉnh ban hành.

- Bộ nhận diện thương hiệu và hệ thống tem, biểu hiệu chứng nhận.

- Nền tảng số quản lý, truy xuất và quảng bá các điểm đạt chứng nhận.

- Mạng lưới các quán cà phê, showroom, không gian trải nghiệm đạt chứng nhận trên địa bàn Buôn Ma Thuật và các vùng lân cận.

- Danh mục các điểm trải nghiệm cà phê phục vụ khách du lịch được công nhận và quảng bá rộng rãi.

1.5.2. Đào tạo nguồn nhân lực

a. Nhiệm vụ: Phối hợp với Tập đoàn Cà phê Trung Nguyên xây dựng học viện Cà phê nhằm đào tạo nhân viên pha chế cà phê (Barista) chuyên nghiệp theo tiêu chuẩn trong nước và quốc tế.

b. Giải pháp

Thứ nhất, Liên kết với Tập đoàn Cà phê Trung Nguyên và các trường đại học, cao đẳng và cơ sở đào tạo:

- + Hợp tác với các cơ sở đào tạo về du lịch, dịch vụ, ngoại ngữ và nông nghiệp.
- + Xây dựng chương trình đào tạo chuyên sâu về cà phê và du lịch cà phê.
- + Tổ chức thực tập, trải nghiệm thực tế tại các doanh nghiệp và điểm du lịch.

Thứ hai, Hợp tác với doanh nghiệp đào tạo và doanh nghiệp ngành cà phê:

- + Liên kết với các doanh nghiệp cà phê, khách sạn, nhà hàng và lữ hành để đào tạo theo nhu cầu thực tế.
- + Khuyến khích doanh nghiệp tham gia xây dựng giáo trình và tiếp nhận học viên thực hành.

- + Xây dựng mô hình đào tạo gắn với việc làm.

Thứ ba, Mời chuyên gia quốc tế:

- + Hợp tác với các chuyên gia hàng đầu về cà phê, du lịch và dịch vụ.
- + Tổ chức hội thảo, lớp chuyên đề và chương trình trao đổi kinh nghiệm quốc tế.
- + Mời các chuyên gia pha chế (barista), chuyên gia thử nếm, chuyên gia xây dựng thương hiệu và quản trị điểm đến quốc tế tham gia giảng dạy.

2. Giai đoạn II (2027 – 2030): Hình thành hệ sinh thái du lịch cà phê quốc tế

2.1. Trung tâm Đổi mới sáng tạo Cà phê (Coffee Innovation Hub)

a. Nhiệm vụ

- Phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp công nghệ cà phê (Startup Coffee-Tech).
- Trung tâm nghiên cứu và chuyển giao công nghệ rang xay.
- Phát triển nền tảng nông nghiệp thông minh cho ngành cà phê.
- Hệ thống AI truy xuất nguồn gốc và minh bạch chuỗi giá trị.
- Trung tâm thử nghiệm sản phẩm và mô hình kinh doanh mới.

b. Giải pháp thực hiện:

- Ban hành cơ chế ưu đãi dành cho doanh nghiệp đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực cà phê.

- Thành lập Quỹ đổi mới sáng tạo cà phê để hỗ trợ khởi nghiệp (Startup) công nghệ cà phê, Dự án nghiên cứu ứng dụng, chuyển giao công nghệ, sáng chế và giải pháp kỹ thuật, các Chương trình hợp tác quốc tế.

- Hình thành chương trình chuyên biệt cho ngành cà phê với đa dạng các hoạt động.

- Hợp tác với các trung tâm đổi mới sáng tạo trong nước và quốc tế

- Tổ chức các chương trình trao đổi chuyên gia, chuyển giao công nghệ và hợp tác nghiên cứu.

2.2. Phát triển hàng không và liên kết quốc tế

a. Nhiệm vụ:

- Xây dựng Đề án phát triển đường bay quốc tế Buôn Ma Thuột.

- Ưu tiên mở các đường bay quốc tế trọng điểm, giai đoạn 2026 - 2030 tập trung mở các chuyến bay charter, bay thuê chuyến và từng bước hình thành đường bay thường lệ: Buôn Ma Thuột – Seoul, Buôn Ma Thuột – Bangkok, Buôn Ma Thuột – Singapore, Buôn Ma Thuột – Kuala Lumpur. Đồng thời nghiên cứu mở rộng kết nối tới Busan, Taipei, Hong Kong.

- Phát triển sản phẩm du lịch dành riêng cho thị trường quốc tế.

- Kết nối hàng không với hệ sinh thái du lịch.

- Nâng cao năng lực đón khách quốc tế.

b. Giải pháp thực hiện:

- Xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ các hãng hàng không.

- Xây dựng các gói combo du lịch hàng không.

- Xây dựng các chương trình: Bay tới thủ phủ cà phê (Fly to Coffee Capital), Gói cà phê cuối tuần (Coffee Weekend Package), Gói lễ hội cà phê (Coffee Festival Package), Gói khám phá Tây Nguyên (Highlands Discovery Package).

- Có chương trình kích cầu thị trường quốc tế.

- Tăng cường hợp tác quốc tế.

2.3. Tổ chức sự kiện quốc tế

Tên sự kiện: Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột/Tuần lễ Cà phê Quốc tế/ Lễ hội hoa cà phê/ Tuần lễ Cà phê đặc sản.

- Chủ đề Lễ hội: “Buôn Ma Thuột – Điểm đến của cà phê thế giới”

- Thành phần tham gia: Các quốc gia sản xuất cà phê, Tổ chức cà phê quốc tế, doanh nghiệp, nhà rang xay, chuyên gia, nhà đầu tư, khách du lịch trong và ngoài nước.

3. Giai đoạn III (2031 – 2035): Khẳng định vị thế toàn cầu

3.1. Xây dựng “Thành phố cà phê” (Coffee City)

a. Nhiệm vụ:

- Đại lộ Cà phê (Coffee Boulevard): Hình thành tuyến biểu tượng của Buôn Ma Thuột, trở thành “trái tim” của Coffee City và là địa điểm bắt buộc phải trải nghiệm đối với mọi du khách. Quy mô tuyến phố trung tâm dài từ 3–5 km, thiết kế theo chủ đề cà phê, không gian đi bộ kết hợp thương mại, văn hóa và du lịch với các hạng mục:

- Công viên Cà phê Thế giới (World Coffee Park): Xây dựng công viên chuyên đề về cà phê lớn nhất Việt Nam, với các phân khu:

- Quảng trường Cà phê Thế giới (World Coffee Square): Xây dựng quảng trường mang tính biểu tượng quốc tế của Buôn Ma Thuột với các hạng mục:

- Đô thị trải nghiệm cà phê (Coffee Experience District): Hình thành khu đô thị chuyên đề nơi cư dân, du khách và nhà đầu tư cùng tham gia vào hệ sinh thái cà phê.

b. Giải pháp thực hiện:

- Quy hoạch Thành phố cà phê (Coffee City) vào chiến lược phát triển đô thị của tỉnh.

- Thu hút các nhà đầu tư chiến lược, ưu tiên các tập đoàn về: Du lịch, bất động sản, giải trí, công nghệ, thương mại dịch vụ.

- Chuyển đổi số toàn diện

- Quốc tế hóa thương hiệu

3.2. Xây dựng Buôn Ma Thuột là Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới

a. Nhiệm vụ

- Vùng nguyên liệu cà phê nổi tiếng toàn cầu.

- Chất lượng cà phê đặc sản vượt trội.

- Hệ sinh thái kinh tế cà phê hoàn chỉnh.

- Trung tâm nghiên cứu và đào tạo cà phê.

- Không gian văn hóa cà phê đặc sắc.

- Điểm đến du lịch cà phê quốc tế.

- Trung tâm đổi mới sáng tạo ngành cà phê.

- Nơi tổ chức các sự kiện cà phê có tầm ảnh hưởng quốc tế.

b. Giải pháp thực hiện:

- Hợp tác với các tổ chức cà phê quốc tế.
- Xây dựng chiến lược truyền thông toàn cầu.
- Hoàn thiện hệ sinh thái cà phê.

V. CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH

1. Chính sách đầu tư

- Xây dựng các khu chức năng dành cho khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo và dịch vụ du lịch cà phê.

- Áp dụng các chính sách ưu đãi thuế theo quy định hiện hành đối với các dự án thuộc lĩnh vực ưu tiên.

- Khuyến khích đầu tư vào chế biến sâu, du lịch trải nghiệm, công nghệ và đổi mới sáng tạo ngành cà phê.

- Hỗ trợ khởi nghiệp (Startup) tập trung: Hỗ trợ tư vấn pháp lý, xây dựng mô hình kinh doanh và kết nối đầu tư; Hỗ trợ không gian làm việc, nghiên cứu và thử nghiệm sản phẩm; Ưu tiên tiếp cận Quỹ đổi mới sáng tạo cà phê và các chương trình ươm tạo doanh nghiệp.

2. Chính sách cộng đồng

- Hỗ trợ hộ dân tham gia làm du lịch: Hỗ trợ phát triển mô hình homestay, farmstay, du lịch cộng đồng và trải nghiệm cà phê; Hướng dẫn xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng gắn với văn hóa địa phương; Kết nối hộ dân với doanh nghiệp lữ hành và nền tảng du lịch số.

- Hỗ trợ chuyển đổi mô hình kinh tế: Hỗ trợ người dân chuyển đổi từ sản xuất đơn thuần sang kinh doanh dịch vụ du lịch, trải nghiệm và sản phẩm OCOP; Khuyến khích phát triển các mô hình kinh tế đêm, dịch vụ cà phê và sản phẩm sáng tạo từ cà phê.

- Đào tạo miễn phí: Tổ chức các lớp đào tạo về du lịch, ngoại ngữ, kỹ năng phục vụ và chuyển đổi số; Đào tạo nghề pha chế (barista), hướng dẫn viên du lịch cộng đồng và kỹ năng kinh doanh; Nâng cao năng lực cho hộ dân tham gia trực tiếp vào chuỗi giá trị du lịch cà phê.

3. Chính sách xúc tiến

- Thành lập Quỹ xúc tiến quốc tế: Huy động nguồn lực xã hội hóa phục vụ quảng bá thương hiệu Buôn Ma Thuật trên thị trường quốc tế; Hỗ trợ các chương trình xúc tiến đầu tư, du lịch và thương mại cà phê.

- Hỗ trợ truyền thông và quảng bá: Xây dựng chiến dịch truyền thông trong nước và quốc tế; Hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá sản phẩm, dịch vụ và thương hiệu; Tăng cường ứng dụng nền tảng số, truyền thông đa ngôn ngữ và marketing quốc tế.

- Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia hội chợ, sự kiện: Hỗ trợ kinh phí tham gia hội chợ, triển lãm và diễn đàn quốc tế; Tổ chức các đoàn xúc tiến thương mại, du lịch và đầu tư tại các thị trường trọng điểm; Kết nối doanh nghiệp với đối tác, nhà phân phối và nhà đầu tư trong nước và quốc tế.

VI. KINH PHÍ TRIỂN KHAI

- Kinh phí triển khai chương trình từ nguồn ngân sách; nguồn xã hội hóa và một số nguồn hợp pháp khác.

VII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Ủy ban nhân dân tỉnh

- Chỉ đạo, điều hành và định hướng triển khai toàn bộ Chương trình hành động “Buôn Ma Thuột – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới”.

- Phân công nhiệm vụ, điều phối liên ngành và huy động các nguồn lực thực hiện.

- Định kỳ kiểm tra, đánh giá và kịp thời tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai.

2. Giao các Sở, ngành, địa phương.

2.1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Là cơ quan thường trực tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh tổ chức thực hiện Chương trình.

- Theo dõi tiến độ và tổng hợp kết quả thực hiện chương trình.

- Phối hợp các đơn vị liên quan triển khai các hoạt động phát triển du lịch, văn hóa, truyền thông và xúc tiến thương hiệu.

2.2. Các sở, ngành, Ủy ban nhân dân phường Buôn Ma Thuột

- Chủ động tham mưu triển khai các nhiệm vụ theo chức năng, nhiệm vụ được giao (tại Phụ lục kèm theo).

- Phối hợp xây dựng cơ chế, chính sách và huy động nguồn lực thực hiện các dự án trọng điểm.

- Hỗ trợ phát triển hạ tầng, chuyên đổi số, xúc tiến đầu tư và phát triển sản phẩm du lịch cà phê.

2.3. Ủy ban nhân dân các xã, phường

- Tham gia trực tiếp vào các hoạt động du lịch, dịch vụ và trải nghiệm văn hóa cà phê.

- Phát triển các mô hình du lịch cộng đồng, góp phần nâng cao thu nhập và xây dựng hình ảnh điểm đến thân thiện, hấp dẫn.

2.4. Cộng đồng doanh nghiệp

- Đề xuất đầu tư các dự án du lịch, dịch vụ, văn hóa và công nghiệp sáng tạo gắn với cà phê.

- Nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ theo tiêu chuẩn quốc gia và quốc tế.

- Tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá và xây dựng thương hiệu.

Trên đây là Chương trình hành động chiến lược “Buôn Ma Thuật – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới” của Ủy ban nhân dân tỉnh, đề nghị các sở, ngành, địa phương, cộng đồng doanh nghiệp của tỉnh chủ động, tích cực triển khai thực hiện. Trong quá trình thực hiện, có khó khăn, vướng mắc báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh (qua Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch) để xem xét giải quyết. /.

Nơi nhận:

- TT. Tỉnh ủy (b/c);
- TT. HĐND tỉnh (b/c);
- TT. Đảng ủy UBND tỉnh (b/c);
- CT, các PCT UBND tỉnh;
- Các sở, ban, ngành, hội đoàn thể tỉnh;
- UBND các xã, phường;
- CVP, các PCVP UBND tỉnh;
- Báo và Phát thanh, Truyền hình Đắk Lắk;
- Các phòng, TT thuộc VP. UBND tỉnh;
- Lưu: VT, KGVX_{Tien}

**TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**



Đào Mỹ



PHỤ LỤC
CHƯƠNG TRÌNH HÀNH ĐỘNG CHIẾN LƯỢC "BUÔN MA THUẬT - THỦ PHỦ CÀ PHÊ NGON NHẤT THẾ GIỚI" GIAI ĐOẠN 2026 - 2030,
HƯỚNG ĐẾN NĂM 2035

ĐỊNH

(Kèm theo Chương trình hành động số **04** /CTr-UBND, ngày **16/6/2026** của UBND tỉnh)

STT	Nội dung trọng tâm	Giai đoạn	Sản phẩm đầu ra	Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp
1	GIAI ĐOẠN I (2026 – 2027): TẠO ĐỘ NHẬN DIỆN TOÀN CẦU – HÌNH THÀNH HẠ TẦNG CƠ BẢN				
1.1	Nhóm: Xây dựng thương hiệu quốc tế				
1.1.1	Xây dựng Bộ nhận diện thương hiệu “Buôn Ma Thuật – Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới”	2026-2027	Kế hoạch	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các sở ngành liên quan, hội đồng chuyên gia, đơn vị tư vấn, cộng đồng doanh nghiệp.
1.1.2	Triển khai chiến dịch truyền thông toàn cầu	2026-2027	Kế hoạch	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các sở ngành liên quan, đối tác truyền thông quốc tế, KOLs, các hãng lữ hành quốc tế
1.2	Nhóm: Phát triển hạ tầng du lịch cà phê				
1.2.1	Xây dựng “Phố Cà phê Buôn Ma Thuật”	2026-2027	Đề án	UBND phường Buôn Ma Thuật	Các sở ngành liên quan, hộ kinh doanh, doanh nghiệp cà phê
1.2.2	Xây dựng hệ thống biển chỉ dẫn quốc tế	2026-2027	Kế hoạch	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các sở ngành liên quan, Cảng hàng không, Google Maps, các khu điểm du lịch
1.3	Nhóm: Phát triển sản phẩm du lịch				
1.3.1	Xây dựng “Coffee Tourism Route” (Tuyến du lịch cà phê)	2026-2027	Kế hoạch	Công ty, doanh nghiệp cà phê	Các sở ngành liên quan, nông dân, nghệ nhân, doanh nghiệp lữ hành
1.3.2	Xây dựng sản phẩm kinh tế đêm	2026-2027	Đề án	UBND phường Buôn Ma Thuật	Các sở ngành liên quan, doanh nghiệp, nghệ sĩ, đơn vị vận tải xe điện
1.4	Nhóm: Chuyển đổi số				
1.4.1	Xây dựng Website/App “Buôn Ma Thuật Coffee Map”	2026-2027	Kế hoạch	Sở Khoa học và Công nghệ	Các sở ngành liên quan, doanh nghiệp công nghệ, đơn vị cung ứng dịch vụ
1.4.2	Trung tâm dữ liệu du lịch thông minh	2026-2027	Đề án	Sở Khoa học và Công nghệ	Các sở ngành liên quan, Trung tâm Giám sát điều hành đô thị thông minh (IOC), doanh nghiệp viễn thông
1.5	Nhóm: Chuẩn hóa dịch vụ				
1.5.1	Chứng nhận “Buôn Ma Thuật Authentic Coffee”	2026-2027	Kế hoạch	Sở Công thương	Các sở ngành liên quan, chuyên gia cà phê, Barista, doanh nghiệp sản xuất
1.5.2	Đào tạo nguồn nhân lực	2026-2027	Kế hoạch	Sở Nông nghiệp	Các sở ngành liên quan, các trường đại học, chuyên gia quốc tế, Quỹ phát triển nhân lực
2	GIAI ĐOẠN II (2028 – 2030): HÌNH THÀNH HỆ SINH THÁI DU LỊCH CÀ PHÊ QUỐC TẾ				
2.1	Trung tâm Đổi mới sáng tạo Cà phê (Coffee Innovation Hub)	2028-2030	Đề án	Sở Khoa học và Công nghệ	Các sở ngành liên quan, nhà khoa học, Startup, doanh nghiệp công nghệ toàn cầu

2.2	Phát triển hàng không và liên kết quốc tế	2028-2030	Kế hoạch	Sở Xây dựng	Các sở ngành liên quan, các hãng hàng không, Tổng công ty Cảng hàng không
2.3	Tổ chức sự kiện quốc tế Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột/Tuần lễ Cà phê Quốc tế	Định kỳ 2 năm	Đề án	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO), các sở ngành liên quan, các tập đoàn cà phê lớn
3	GIAI ĐOẠN III (2031 – 2035): KHÁNG ĐỊNH VỊ THẾ TOÀN CẦU				
3.1	Xây dựng đô thị “COFFEE CITY”	2031-2035	Đề án	Sở Tài chính	Nhà đầu tư chiến lược, đơn vị quy hoạch, doanh nghiệp công nghệ, các sở ngành liên quan.
3.2	Xây dựng Buôn Ma Thuột là Thủ phủ cà phê ngon nhất thế giới	2031-2035	Đề án	UBND phường Buôn Ma Thuột	Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO), hiệp hội cà phê các nước, các sở ngành liên quan.