

VẤN ĐỀ TRAO ĐỔI

**PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH BIỂN CỬA LÒ**

**BRANDING STRATEGY FOR CUA LO BEACH**

*Phan Thảo Nguyên*

Trung tâm Nghiên cứu và Triển khai Công Nghệ Bức Xạ

Tác giả liên hệ: Phan Thảo Nguyên (Email: phanthaonguyenvn@gmail.com)

Ngày nhận bài: 02/03/2020; Ngày phản biện thông qua: 24/03/2020; Ngày duyệt đăng: 31/03/2020

**TÓM TẮT**

Đối với ngành du lịch, việc xây dựng thương hiệu có tầm quan trọng đặc biệt và quyết định sức hấp dẫn cũng như khả năng cạnh tranh của điểm đến. Thương hiệu cũng là yếu tố đặc biệt quan trọng, góp phần tăng lợi thế cạnh tranh, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Những năm qua, hoạt động du lịch Cửa Lò đã có những bước chuyển mình và đạt được những kết quả quan trọng nhưng vẫn còn tồn tại những hạn chế, bất cập. Bài báo này phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh, phát triển thương hiệu biển Cửa Lò, từ đó đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện chiến lược phát triển thương hiệu du lịch biển Cửa Lò.

**Từ khóa:** Thương hiệu, du lịch, biển, Cửa Lò.

**ABSTRACT**

For the tourism industry, branding is of utmost importance and determines the attractiveness and competitiveness of the destination. At the same time, the brand's image is also an integral contributor to increased competitive advantage, making tourism a key economic sector. Over the past years, tourism activities in Cua Lo have seen some changes and achieved significant results but there still exist shortcomings. This study was conducted to evaluate the current situation of business operations, the development of Cua Lo sea brand, thereby proposed several solutions and recommendations to improve Cua Lo Beach's tourism brand development strategy.

**Keywords:** Branding, Tourism, Beach, Cua Lo.

**I. MỞ ĐẦU**

Nghệ An có đường bờ biển dài 82 km với nhiều bãi tắm đẹp phục vụ cho phát triển du lịch, trong đó Cửa Lò là một trong những bãi biển đẹp nhất trên địa bàn tỉnh Nghệ An nói riêng và cả nước nói chung [4,5,6,7]. Với các điểm du lịch sinh thái, du lịch tâm linh, với những tiềm năng thuận lợi vốn có thế nhưng du lịch biển Cửa Lò hiện vẫn chưa có được một thương hiệu tổng thể mang tầm vóc Quốc gia. Tuy lượng khách du lịch đến Cửa Lò trong những năm gần đây có sự gia tăng, song hiệu quả của hoạt động thu hút khách du lịch của Cửa Lò vẫn chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có [2]. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp và tổ chức cũng như ban lãnh đạo thị xã Cửa Lò cần chung tay góp sức để xây dựng một

thương hiệu riêng để thu hút khách du lịch [3].

Nghiên cứu này phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động du lịch tại Cửa Lò từ đó chỉ ra những lợi thế, bất cập và nguyên nhân. Kết quả nghiên cứu giúp tác giả đề xuất một số giải pháp, chính sách nhằm phát triển thương hiệu du lịch biển Cửa Lò trong thời gian tới.

**II. NỘI DUNG**

**1. Những kết quả và thành tựu đạt được trong phát triển thương hiệu du lịch biển Cửa Lò**

Lượng khách du lịch đến thị xã Cửa Lò tăng (cả nội địa và quốc tế) trong giai đoạn năm 2014 - 2018, tốc độ tăng trưởng trung bình 9,05% [1]. Cá biệt năm 2016 do sự cố môi trường biển Hà Tĩnh đã ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động du lịch của thị xã, lượng khách du

lịch giảm 32,63%. Tuy nhiên nhờ có sự chỉ đạo kịp thời của UBND thị xã Cửa Lò về việc đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền, quảng bá, đẩy mạnh công tác quy hoạch và chỉnh trang đô thị, thu hút được một số dự án lớn đầu tư vào địa bàn. Đồng thời thị xã đã tập trung xử lý kịp thời sự cố ô nhiễm môi trường biển miền Trung trên địa bàn, tạo được niềm tin cho du khách nên lượng khách du lịch đã tăng nhanh trong năm 2017 là 49,52%.

Khách du lịch quốc tế đến thị xã Cửa Lò chưa đáng kể, bình quân mỗi năm Cửa Lò đón

từ 5.000 - 6.000 lượt khách nước ngoài, trong đó chủ yếu là khách Lào, Thái Lan và bắt đầu xuất hiện một số đoàn khách du lịch từ Trung Quốc. Năm 2018 Cửa Lò đã triển khai nhiều giải pháp để duy trì và tiếp tục gia tăng lượng khách quốc tế này như tham gia các hoạt động xúc tiến tại 4 thành phố lớn ở Trung Quốc, làm việc và mời các doanh nghiệp đối tác và tập đoàn lớn đến khảo sát, xây dựng thêm nhiều cơ sở lưu trú để tăng lượng phòng cho mùa du lịch.

Số lượng khách du lịch ngày càng tăng đã

**Bảng 1. Lượt khách du lịch đến thị xã Cửa Lò giai đoạn 2014 - 2018**

Đơn vị tính: lượt người

Năm	Tổng số khách du lịch		Khách quốc tế		Khách nội địa	
	Lượt khách	Tốc độ tăng trưởng (%)	Lượt khách	Tốc độ tăng trưởng (%)	Lượt khách	Tốc độ tăng trưởng (%)
2014	2.250.000	6,13	5.500	1,85	2.244.500	6,14
2015	2.452.000	8,98	5.700	3,63	2.446.300	8,9
2016	1.652.000	-32,63	5.000	-12,2	1.647.000	-32,7
2017	2.470.000	49,52	5.500	10	2.464.500	49,63
2018	2.798.000	13,23	6.953	29,06	2.791.047	13,25

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo hoạt động du lịch thị xã Cửa Lò)

**Bảng 2. Doanh thu từ hoạt động du lịch tại thị xã Cửa Lò**

Đơn vị: Tỷ đồng

Năm	2014	2015	2016	2017	2018
Tổng doanh thu	1.730	2.260	1.420	2.280	2.851

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo hoạt động du lịch thị xã Cửa Lò)

tạo điều kiện cho các tác nhân tham gia kinh doanh dịch vụ du lịch nâng cao kết quả kinh doanh của mình. Do vậy mà doanh thu từ hoạt động du lịch cũng tăng qua các năm, chỉ có năm 2016 doanh thu bị giảm do tác động của sự cố môi trường biển miền Trung.

Thị xã đã xây dựng được một thương hiệu du lịch tại vùng Duyên hải miền Trung, thu hút một lượng lớn khách du lịch hàng năm đến với Cửa Lò. Năm 2018, thị xã đã tổ chức thành công lễ hội du lịch 2018 đặc sắc, ấn tượng, thu hút gần 2 triệu lượt khách đến với du lịch Cửa Lò, nâng tổng doanh thu du lịch năm 2018 đạt 2.851 tỷ đồng, tăng 25% so với năm 2017. Đồng thời, đã xây dựng được hệ thống giao thông thuận lợi dẫn tới thị xã. Hiện nay, hệ thống giao thông nối Cửa Lò với

các huyện và tỉnh lân cận khá hoàn chỉnh và đang được tiếp tục đầu tư (đường sắt, Quốc lộ 1A, QL46, Đại lộ Vinh - Cửa Lò, Cảng Cửa Lò, Sân bay Vinh...) nhằm nhanh chóng giúp Cửa Lò có đủ điều kiện nâng cấp thành đô thị loại II, từ đó tạo cho Cửa Lò một môi trường đầu tư mới hấp dẫn, an toàn và hiệu quả. Có những cơ sở đào tạo về ngành du lịch, nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch của thị xã. Cửa Lò đã có một hệ thống đào tạo nguồn nhân lực chất lượng, liên thông từ trung cấp đến cao đẳng về ngành du lịch, hướng tới việc xây dựng con người văn minh, hiếu khách, nâng cao chất lượng phục vụ, tạo thành những điểm nhấn đối với lĩnh vực dịch vụ du lịch. Xây dựng và quy hoạch những khu đô thị du lịch, những khu du lịch nghỉ dưỡng

khang trang và các ngành hỗ trợ cho dịch vụ du lịch sắp đi vào hoạt động trong thời gian tới. Tiếp tục hình thành các hành lang kinh tế, các cực tăng trưởng, các phân khu chức năng làm nền tảng cho phát triển các ngành dịch vụ (khu, cụm công nghiệp ở Nghi Thu; trung tâm nghiên cứu khoa học ở Nghi Hải; khu các trường đại học và cao đẳng, khu thương mại du lịch cao cấp tại Nghi Hương, Nghi Thu; khu nghỉ dưỡng, du lịch tại Thu Thủy, các khu vui chơi, giải trí cao cấp ở đảo Ngư, đảo Lan Châu, khu vực Cửa Hội...). Thiết lập được các tuyến du lịch trong và ngoài nước như: Cửa Lò – Đảo ngư, Cửa Lò – Vinh – Nam Đàn, Cửa Lò – Pùmat, Cửa Lò – Đảo Chè Thanh Chương, Cửa Lò – Tiên Điền (Hà Tĩnh), Cửa Lò – Lacxao (Lào), Cửa Lò – Cửa khẩu cầu Treo – Thanh Thủy, Cửa Lò – Nghĩa Đàn – Yên thành – Diễn châu, Cửa Lò – Đảo Yến (Vũng chùa). Nhiều đơn vị lữ hành, nhiều sự kiện mang tính quốc gia, khu vực đã chọn Cửa Lò là nơi tổ chức, tham quan, nghỉ dưỡng.

**2. Những điểm hạn chế và bất cập**

Bên cạnh những thuận lợi về vị trí địa lý, cảnh quan thiên nhiên cũng như con người, du lịch biển Cửa Lò còn nhiều khó khăn tồn tại bất cập, cụ thể như sau:

*Một là, thị trường khách du lịch chưa mở rộng đa dạng đối tượng.* Qua quá trình nghiên cứu thu thập số liệu, tác giả tổng hợp được nguồn khách đến Cửa Lò tại những địa phương như bảng 3. Kết quả khảo sát cho thấy khách du lịch tại thị xã chủ yếu đến từ miền Bắc, là các địa phương như Hà Nội, Hải Phòng, Nam Định... Thứ hai là các khách du lịch đến từ miền Trung, mà trong đó chủ yếu là khách du lịch đến từ các vùng lân cận trong tỉnh Nghệ An và các tỉnh như Hà Tĩnh, Thanh Hóa. Bên cạnh đó, lượng khách du lịch từ miền Nam và nước ngoài chiếm tỷ trọng nhỏ. Tác giả đã tìm hiểu nguyên nhân, do thị xã Cửa Lò chưa thực sự thu hút và có thương hiệu lớn như Nha Trang – Khánh Hòa, các khách du lịch quốc tế và khách du lịch miền Nam thường chọn Nha Trang là điểm đến du lịch. Điều này cho thấy thương hiệu của Cửa Lò chưa được phổ biến rộng rãi đến khách du lịch quốc tế và các tỉnh miền Nam, hay các tỉnh xa khác. Thị xã Cửa Lò cần có những biện pháp cụ thể để khắc phục và đẩy mạnh công cuộc xây dựng thương hiệu du lịch hơn nữa.

*Hai là, công tác phát triển thương hiệu du lịch Cửa Lò chưa hiệu quả.* Nhằm đánh giá được đúng sự lan tỏa thương hiệu du lịch của

**Bảng 3: Số liệu điều tra thị trường khách du lịch tại Thị xã Cửa Lò**

STT	Thị Trường	Số lượng khách	Tỷ lệ (%)
1	Miền Bắc	114	57
2	Miền Trung	58	29
3	Miền Nam	22	11
4	Nước Ngoài	10	5
<b>Tổng</b>		<b>200</b>	<b>100</b>

(Nguồn: Nghiên cứu của tác giả, 2019)

Cửa Lò, tác giả đã tiến hành lấy ý kiến của khách hàng về sự tiếp cận thương hiệu du lịch Cửa Lò theo các nguồn nào? Thông qua báo đài, tivi; người quen; internets, hay các nguồn khác. Qua quá trình thu thập thông tin, tác giả hệ thống lại bảng 4. Kết quả cho thấy phần lớn khách hàng biết đến biển Cửa Lò do người quen giới thiệu, chiếm đến 60%. Tiếp theo là các nguồn thông tin từ tivi, báo đài chiếm 21%, nguồn thông tin từ Internet chiếm tỷ trọng nhỏ

hơn là 15%. Điều này cho thấy chủ yếu các khách du lịch quyết định chọn Cửa Lò làm nơi nghỉ mát là do có người thân quen đã từng đến Cửa Lò rồi tư vấn. Điều này cho thấy công tác phát triển thương hiệu của thị xã còn yếu, chủ yếu du khách biết đến Cửa Lò qua sự truyền miệng, còn các nguồn quảng cáo trên tivi, báo đài hay internet còn chưa hiệu quả.

*Ba là, chất lượng các khách sạn, khu lưu trú, chất lượng ẩm thực và dịch vụ.* Kết quả nghiên

**Bảng 4: Số liệu điều tra nghiên cứu phương tiện tiếp cận thương hiệu**

STT	Phương tiện	Số lượng khách	Tỷ lệ (%)
1	Tivi	42	21
2	Internet	30	15
3	Người quen	120	60
4	Khác	8	4
<b>Tổng</b>		<b>200</b>	<b>100</b>

(Nguồn: Nghiên cứu của tác giả, 2019)

**Bảng 5: Số liệu điều tra những điểm không hài lòng của du khách đến với Cửa Lò**

STT	Đánh giá chung	Số lượng khách	Tỷ lệ (%)
1	Chất lượng khách sạn lưu trú	61	30,5
2	Ẩm thực tại nơi du lịch	44	20
3	Giá cả	25	12,5
4	Đi lại	22	11
5	Dịch vụ tại Cửa Lò	42	21
6	Khác	10	5
<b>Tổng</b>		<b>200</b>	<b>100</b>

(Nguồn: Nghiên cứu của tác giả, 2019)

cứ chỉ ra những điểm mà du khách chưa hài lòng về khu du lịch Cửa Lò. Kết quả nghiên cứu đã chỉ rõ, du khách không hài lòng với chất lượng các khách sạn, khu lưu trú tại Cửa Lò chiếm tỷ trọng lớn nhất. Tiếp theo đó là hai yếu tố có tỷ trọng gần bằng nhau là chất lượng ẩm thực và dịch vụ tại khu du lịch còn chiếm tỷ trọng đến 20%. Điều này cho thấy chất lượng dịch vụ tại Cửa Lò chưa cao, dẫn đến nhiều du khách chưa hài lòng về chất lượng phục vụ tại khu du lịch Cửa Lò.

Bốn là, hệ thống cơ sở hạ tầng, hệ thống giao thông quy hoạch đang thiếu tính đồng bộ. Phần lớn quy hoạch nghiêng về quy hoạch đô thị hơn là quy hoạch khu du lịch ở một vùng biển, đảo mang tính chất khí hậu 4 mùa rõ rệt; dẫn đến cơ sở dịch vụ xây dựng mới đáp ứng phần nào khách du lịch nội địa, gần như chưa đáp ứng nhu cầu khách du lịch quốc tế. Chất lượng quy hoạch chưa cao, không ít vùng quy hoạch bị phá vỡ, xây dựng ồ ạt dẫn đến tình trạng bê tông hóa, phá vỡ cảnh quan, gây ô nhiễm môi trường. Quy mô và chất lượng hệ thống hạ tầng giao thông chưa đáp ứng yêu cầu ngành du lịch của thị xã. Phát triển du lịch biển đang đứng trước những nguy cơ về ô nhiễm

môi trường do quy hoạch và quản lý quy hoạch đô thị chưa được triển khai kịp thời; quy hoạch xây dựng các bãi rác, tổ chức thu gom xử lý rác thải, quy hoạch và xây dựng hệ thống cấp thoát nước, hệ thống điện, nước sạch chưa đồng bộ...

Năm là, chính sách thu hút đầu tư vào du lịch dịch vụ chưa hấp dẫn. Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch hầu hết thuộc vào hạng vừa và nhỏ; Năng lực quản lý yếu kém. Các sản phẩm du lịch biển chưa đa dạng, chưa phong phú, sức cạnh tranh thấp.

Sáu là, khu trung tâm thương mại siêu thị hải sản đồ khô, đồ tươi sống chưa có. Hiện tại, thị xã Cửa Lò chỉ có một khu chợ hải sản đồ tươi sống, và đồ khô lớn. Tuy nhiên, trong định hướng phát triển lâu dài và còn phục vụ du lịch thì thị xã cần có một khu trung tâm thương mại lớn, có tính chuyên nghiệp cao để phục vụ du khách tốt hơn. Hình thức kinh doanh hải sản ở Cửa Lò vẫn là hình thức kinh doanh cá thể, còn manh mún và chưa được sự tham gia quản lý nghiêm ngặt của các cơ quan chức năng về chất lượng, chủng loại cũng như mẫu mã sản phẩm. Điều này cũng là một hạn chế trong việc tuyên truyền và quảng bá hình ảnh du lịch biển Cửa Lò đến với các du khách.

*Bây là, các sản phẩm du lịch Âm thực chế biến chưa được đa dạng phong phú.* Thị xã Cửa Lò đang trong giai đoạn phát triển các loại hình sản phẩm du lịch, tuy nhiên vẫn còn ở mức thấp. Hiện nay, du khách đến với Cửa Lò phần lớn vì mục đích du lịch, tắm biển và nghỉ dưỡng, các hình thái du lịch còn lại chưa thực sự thu hút và được phổ biến rộng rãi tới du khách. Phần lớn sản phẩm ẩm thực được chế biến theo các phương pháp thông thường như nướng và hấp... chưa tạo được những nét đặc biệt, nét riêng của Cửa Lò để hấp dẫn các du khách.

*Tám là, du lịch còn mang tính thời vụ.* Thị xã Cửa Lò chịu sự khắc nghiệt đặc trưng của thời tiết miền Bắc Trung Bộ, mùa hè nắng nóng, mùa đông mưa bão nhiều. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến cuộc sống của người dân và hoạt động du lịch tại thị xã. Đây chính là một yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến tính mùa vụ của du lịch biển Cửa Lò. Do đó du lịch tại đây mang tính thời vụ rất cao. Vào mùa hè thì quá tải vì lượng khách du lịch tại khắp nơi đổ về tắm biển, nghỉ dưỡng. Còn mùa đông thì tuyệt đối vắng vẻ, các doanh nghiệp cung cấp du lịch trên địa bàn không có các nguồn thu về du lịch nên gây ra sự lãng phí kinh tế khá lớn cho địa phương..

*Cuối cùng, thương hiệu du lịch Cửa Lò chưa đạt đến tầm Quốc gia.* Thương hiệu du lịch biển Cửa Lò chỉ mang tính chất vùng miền chứ chưa đạt được đến tầm Quốc gia như Đà Nẵng hay Nha Trang, Hạ Long... Mặc dù doanh thu và khách du lịch tăng khá, nhưng lượng khách du lịch quốc tế đến các khu, điểm du lịch biển đạt rất thấp, hàng năm chiếm tỷ trọng 2,5 đến 3% trong tổng lượng khách du lịch đến các vùng biển. Điều này thực sự cần một định hướng phát triển du lịch đúng đắn cùng với những chiến lược truyền thông phù hợp từ chính quyền thị xã cũng như tỉnh Nghệ An để xây dựng thương hiệu du lịch Cửa Lò trở thành một thương hiệu Quốc gia để phát triển mạnh mẽ hơn ngành du lịch nơi đây.

### **3. Giải pháp phát triển thương hiệu du lịch biển Cửa Lò**

Thứ nhất, phát triển loại hình và sản phẩm du lịch theo lãnh thổ và theo thị trường. Trong đó, những loại hình du lịch chủ yếu của Cửa

Lò từ nay đến năm 2030 vẫn chủ yếu là du lịch biển đảo, nhiều loại hình du lịch phong phú cho khách quốc tế và khách nội địa. Đồng thời, xây dựng các sản phẩm du lịch với nhiều mức giá khác nhau phù hợp với các đối tượng khác nhau cũng như chấm dứt tình trạng hét giá đối với khách tại những điểm cung cấp dịch vụ du lịch.

Thứ hai, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong ngành du lịch, đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên. Đào tạo, sử dụng và phát huy nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao sẽ giúp định vị sâu sắc chất lượng hướng dẫn viên cũng như chất lượng phục vụ của thương hiệu du lịch thị xã Cửa Lò trong tâm trí khách du lịch.

Thứ ba, nâng cao mức độ an toàn trong các tour du lịch và các điểm du lịch, tăng cường và đảm bảo chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm trong cơ sở lưu trú du lịch ở Việt Nam; phối hợp giữa cơ sở du lịch và các lực lượng khác để đảm bảo an ninh trật tự tại các điểm du lịch và đảm bảo an toàn cho du khách;

Thứ tư, có chiến lược đầu tư phát triển du lịch phù hợp với định hướng phát triển du lịch của tỉnh, tránh đầu tư dàn trải, kém hiệu quả. Trong đó, những lĩnh vực ưu tiên đầu tư: hệ thống hạ tầng phục vụ du lịch như giao thông, cấp điện cấp thoát nước, cải tạo môi trường, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và chợ đầu mối hải sản.

Thứ năm, bảo tồn và phát triển tài nguyên, môi trường du lịch, tôn tạo, nâng cấp hệ thống tài nguyên du lịch đặc biệt đối với các di tích văn hoá - lịch sử, các lễ hội truyền thống phục vụ du lịch. Cải tạo môi trường tự nhiên khu vực hoạt động du lịch, đặc biệt là môi trường biển khu vực các đảo, các bãi tắm tự nhiên của thị xã.

Sáu là, phát huy giá trị văn hóa biển đảo, phục vụ phát triển bền vững các loại hình dịch vụ du lịch, đẩy mạnh, lồng ghép các di sản văn hóa phi vật thể vào các tour du lịch, phát triển du lịch cộng đồng, tạo điều kiện cho du khách tham gia các hoạt động của cộng đồng dân cư.

### **4. Một số đề xuất, kiến nghị**

Trước hết, Chính phủ cần có những ưu tiên đặc biệt với những dự án đầu tư phát triển du



lich biển có tính bền vững để khuyến khích các nhà đầu tư trong và ngoài nước đặc biệt là các doanh nhân Việt Kiều đầu tư có chiều sâu, đảm bảo vừa phát triển du lịch biển không ngừng, vừa giữ gìn bảo tồn những tài nguyên biển đặc thù của thị xã. Chính phủ có cơ chế cụ thể xây dựng thị xã Cửa Lò theo tiêu chuẩn quốc tế để thu hút du khách trực tiếp đến thị xã Cửa Lò bằng đường không và đường thủy trong tương lai.

Tổng cục Du lịch tích cực phối hợp với các cơ quan, ban ngành có liên quan soạn thảo kế hoạch thực hiện các chiến lược dài hạn, đồng thời tư vấn, đề xuất cho Chính phủ các giải pháp đẩy nhanh quá trình cải cách thủ tục hành chính nhằm mục tiêu giảm thiểu sự chồng chéo về mặt quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh loại hình du lịch biển và hạn chế tối đa sự phức tạp trong quá trình hoàn tất thị thực nhập cảnh cho khách du lịch quốc tế.

Tỉnh Nghệ An sớm có kiến nghị với Tổng Cục du lịch, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch trong những năm tới, cần quan tâm và đẩy mạnh Chương trình mục tiêu quốc gia về phát triển du lịch của Thị xã Cửa Lò, nhằm tạo điều kiện cho quá trình triển khai các chiến lược, quy hoạch các chương trình kế hoạch phát triển du lịch ở địa phương một cách hiệu quả và thiết thực. Phối hợp với các bộ, ngành liên quan hướng dẫn các địa phương các bước lập thủ tục hồ sơ để công nhận Đô thị du lịch;

Khu, tuyến, Điểm du lịch theo quy định của Luật du lịch. Xây dựng và ban hành hệ thống các văn bản pháp luật về quản lý tài nguyên, môi trường du lịch; các hoạt động dịch vụ du lịch đặc trưng về biển, các chính sách nhằm đẩy mạnh hơn nữa công tác xã hội hóa trong các hoạt động du lịch. Sắp xếp, kiện toàn hệ thống các doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Chuyên môn hoá các lĩnh vực hoạt động kinh doanh du lịch. Điều chỉnh và tổ chức lại các doanh nghiệp du lịch. Đổi mới phương thức hoạt động của Hiệp hội du lịch, phát huy vai trò hơn nữa của Hiệp hội trong việc xây dựng môi trường kinh doanh văn minh, lành mạnh, đúng pháp luật, bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp.

### III. KẾT LUẬN

Du lịch biển tại thị xã Cửa Lò hiện nay đang phát triển khá thuận lợi với sự tăng trưởng lượng khách du lịch và được khách du lịch đánh giá cao về giá trị cảnh quan biển đảo. Du lịch biển Cửa Lò được du khách trong nước biết đến từ lâu, tuy nhiên chỉ ở mức là một khu du lịch vùng miền, phục vụ phần lớn khách du lịch trong nước. Do vậy trong thời gian tới để thương hiệu du lịch biển thị xã Cửa Lò được phát triển một cách bền vững rất cần các chính sách, giải pháp đồng bộ và sự hỗ trợ và phối hợp tích cực của nhà nước, chính quyền địa phương và cộng đồng.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chi cục thống kê tỉnh Nghệ An (2014, 2015, 2016, 2017, 2018), Niên giám thống kê tỉnh Nghệ An năm 2014, 2015, 2016, 2017 và 2018.
2. Chương trình hành động số 55-CTr/TU về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2017 - 2030.
3. Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVIII và Nghị quyết số 26-NQ/TW của Bộ Chính trị về phương hướng, nhiệm vụ phát triển tỉnh Nghệ An đến năm 2020.
4. <https://baonghean.vn>
5. <https://www.nghean.gov.vn>
6. <https://www.ngheantourism.gov.vn>
7. <http://congannghean.vn/>