



Australian Government
AusAID



UKaid
from the Department for
International Development

BÁO CÁO

**NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ
CẤP ĐỊA PHƯƠNG 2013**

"CHỈ SỐ HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CẤP ĐỊA PHƯƠNG"

2013

LỜI NÓI ĐẦU

Báo cáo đánh giá Năng lực hội nhập kinh tế cấp địa phương thông qua một thang đo lường chung được xây dựng là “Chỉ số hội nhập kinh tế cấp địa phương” là kết quả nghiên cứu của Ủy ban Quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế do Cơ quan phát triển quốc tế Ôxtrâyliya (AusAID) và Bộ Phát triển Quốc tế Anh (DfID) tài trợ thông qua Chương trình Hỗ trợ Kỹ thuật hậu gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) từ năm nghiên cứu đầu tiên (2010). Báo cáo này không phản ánh quan điểm của AusAID, DfID và Chương trình Hỗ trợ kỹ thuật hậu gia nhập WTO (B - WTO)

Báo cáo năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương 2013 đánh giá thực trạng hội nhập của các nền kinh tế địa phương với phần còn lại của thế giới trong đó đặc biệt là hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu thông qua một thang đo lường chung được xây dựng là “Chỉ số hội nhập kinh tế cấp địa phương”. Mục tiêu chính của báo cáo nhằm xác định được mức độ hội nhập kinh tế quốc tế của mỗi địa phương, các tác động của hội nhập đến việc tăng trưởng phúc lợi cho người dân và phát triển kinh doanh doanh nghiệp. Bên cạnh đó, báo cáo đánh giá sự phù hợp giữa tầm nhìn chiến lược của địa phương đối với năng lực hội nhập hiện tại để chỉ ra các điều chỉnh cần thiết cho việc thu hút nguồn lực cho phát triển bền vững.

Quan trọng hơn cả nhóm nghiên cứu muốn cung cấp một cách nhìn rõ ràng và toàn diện về vấn đề hội nhập của địa phương và đi đến một thống nhất chung cho việc xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế xã hội với các điều kiện hội nhập đặc thù của mỗi địa phương.

Dựa trên phương pháp tư duy hệ thống, khái quát hóa các dòng vật chất dịch chuyển giữa một địa phương (được giới hạn bởi biên giới của địa phương) với phần còn lại của thế giới (địa phương khác và quốc tế) để xem xét mức độ thu hút các nguồn lực dịch chuyển cho mục tiêu tăng trưởng và phát triển. Các dòng vật chất được xem xét là (1) sản phẩm hàng hóa dịch vụ; (2) vốn và công nghệ; (3) con người thông qua di trú, thu hút nhân lực và du lịch. Một địa phương được cho là hấp dẫn sẽ thu hút được các nguồn lực cho sự phát triển như thu hút du khách, thu hút đầu tư vào mở rộng sản xuất kinh doanh, thu hút người dân đến sống và làm việc, thu hút ngoại tệ thông qua xuất khẩu, etc. Mục tiêu cuối cùng của mỗi địa phương là tạo ra một môi trường và điều kiện thuận lợi phục vụ nhân dân của địa phương đó. Hình thái thể hiện và tính định lượng của nó thể hiện thông qua chỉ tiêu thu nhập bình quân trên đầu người và các chỉ số phát triển con người của địa phương. Tuy nhiên, thách thức đối với các điểm đến hiện nay là có quá nhiều nỗ lực để thu hút các nguồn lực của chính quyền các quốc gia, các nền kinh tế cũng như các địa phương.

Các luận điểm ủng hộ tự do hóa thương mại chủ trương khuyến khích các thể chế tạo điều kiện cho hàng hóa và dịch vụ dễ dàng dịch chuyển giữa các quốc gia nhằm mục tiêu để người dân các dân tộc có thể mua được các sản phẩm được sản xuất ra với chi phí thấp hơn hoặc đa dạng hơn hoặc khác biệt về các giá trị tinh thần. Nhờ tinh thần này của thương mại thế giới mà tiến trình toàn cầu hóa được diễn ra nhanh chóng, sâu rộng trên mọi phương diện thể hiện ở 3 mặt: (1) toàn cầu hóa về sản xuất để đảm bảo mức chi phí biên thấp nhất cho một đơn vị sản phẩm cuối cùng; (2) toàn cầu hóa về tiêu dùng đối với việc một sản phẩm mang thương hiệu được chấp nhận với giá trị độc đáo như nhau bởi người dân ở nhiều quốc gia, và (3) toàn cầu hóa về đầu tư hay còn gọi là toàn cầu hóa về sở hữu (một người dân có thể sở hữu tài sản ở nhiều quốc gia, sử dụng các dịch vụ đầu tư trên phạm vi toàn cầu thông qua các định chế tài chính trung gian). Trong nhiều thập kỷ qua chúng ta đã chứng kiến hai

xu thế toàn cầu hóa sản xuất và tiêu dùng trong ngôi nhà chung toàn cầu. Trong thập kỷ này và vài thập kỷ sau, nhờ vào công nghệ thông tin và chuẩn hóa dịch vụ tài chính toàn cầu, chúng ta sẽ chứng kiến tiến trình đầu tư từ doanh nghiệp đến cá nhân trên phạm vi toàn cầu khiến xóa nhòa mọi biên giới quốc gia về quốc tịch và niềm niềm tự hào về các thương hiệu quốc gia hay sản phẩm quốc gia. Những gì chúng ta đang tự hào sở hữu hôm nay có thể sẽ được thông qua các định chế tài chính trung gian giúp nhiều người khác trên thế giới cùng sở hữu nó trong tương lai. Điều này đặt ra những vấn đề cơ bản và then chốt cho các Chính phủ trong việc có nên tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng các sản phẩm và thương hiệu của doanh nghiệp để thể hiện sức mạnh kinh tế địa phương – mà trong tương lai chúng ta có thể không sở hữu nữa hay chỉ nên tạo điều kiện về môi trường và thể chế khuyến khích doanh nghiệp phát triển kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh và tăng năng suất.

Một địa phương thu hút nguồn lực phải có đặc điểm gì? Để tìm hiểu vấn đề này chúng ta phải đi đến hai giả thiết cần thừa nhận như sau: *thứ nhất*, không một địa phương nào có đủ nguồn lực vô cùng cho phát triển mà nó sẽ bị giới hạn bởi các nhóm nguồn lực và năng lực; *thứ hai*, để phát huy hiệu quả, bản thân các nguồn lực cần phải có sự phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế xã hội, chính sách đúng đắn và sự thực thi quản lý thích hợp của địa phương. Từ hai giả thiết này để thấy việc thu hút nguồn lực là nhằm mục tiêu gia tăng phúc lợi cho người dân tại địa phương đó thông qua phát triển kinh tế. Đặc điểm của địa phương thu hút nguồn lực trong nghiên cứu này được xác định và khái quát hóa thành mô hình bao gồm 8 trụ cột, mỗi trụ cột có một số tiêu chí và xem xét dựa trên một số chiều kích khác nhau. Tám trụ cột này gồm 4 trụ cột nhân tố tĩnh và 4 trụ cột nhân tố động. Tĩnh và động là khái niệm tương đối và được lý giải ở Phần 1 của báo cáo này, ngụ ý “tĩnh” là không dịch chuyển ra khỏi biên giới địa phương và “động” là những phần không chỉ nằm trong biên giới địa phương, nó có thể dịch chuyển hai chiều ra hoặc vào biên giới địa phương. Bốn trụ cột tĩnh gồm (1) Thể chế, (2) Cơ sở hạ tầng, (3) Văn hóa và (4) Đặc điểm tự nhiên địa phương. Bốn trụ cột động gồm (1) Con người, (2) Thương mại, (3) Đầu tư, (4) Du lịch. Các trụ cột này vừa có tác dụng thu hút nguồn lực dành cho nguồn lực đó đến từ bên ngoài, vừa phản ánh thực trạng hình ảnh trụ cột đang tồn tại và có khuynh hướng dịch chuyển đến những nơi khác thu hút hơn. Mức độ hội nhập đơn giản được đo lường dựa trên cách tiếp cận về dịch chuyển nguồn lực giữa các địa điểm về mặt số lượng, chất lượng, cường độ để thấy được mức độ mạnh hay yếu của việc hội nhập kinh tế xã hội toàn cầu.

Năm đầu tiên tiến hành (2010), nghiên cứu năng lực hội nhập kinh tế cấp địa phương đã dự định nghiên cứu thu thập dữ liệu, điều tra và phân tích 63 tỉnh/thành phố tại Việt Nam. Cuối cùng, do chỉ đủ cơ sở dữ liệu để phân tích cho 50 tỉnh/thành phố, 13 tỉnh/thành phố còn lại do thiếu dữ liệu nên chưa thể tiến hành phân tích chi tiết trong năm đó. Trong năm nay, chúng tôi đã thực hiện được việc đánh giá trọn vẹn cả 63 tỉnh/thành phố.

Ngoài phần mở đầu, tóm tắt và kết luận, báo cáo này bao gồm hai phần: Phần 1 giới thiệu mô hình nghiên cứu và những điều chỉnh trong phương pháp nghiên cứu, phương pháp xử lý dữ liệu so với kết quả của năm đầu tiên, và nhấn mạnh vào kết quả xếp hạng tổng thể; Phần 2 gồm 8 nội dung cụ thể tương ứng với 8 trụ cột của Chỉ số Hội nhập Kinh tế quốc tế (PEII) để thấy các góc nhìn đa chiều đan xen về vấn đề hội nhập của các địa phương. Riêng Phần 3 Báo cáo về Đề xuất Lộ trình và Kiến nghị cải thiện năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương được in tách rời khỏi nghiên cứu này và còn trong tiến trình tổng hợp thu thập ý kiến từ các bên hữu quan.

Nhóm nghiên cứu

Ông Nguyễn Thành Trung – Trưởng nhóm

Ông Đinh Ngọc Hưởng

Bà Nguyễn Thu Hương

Bà Đoàn Minh Tân Trang

Bà Nguyễn Kiều Trang

Ông Đỗ Quang Thành

Bà Nguyễn Cẩm Ly

LỜI CẢM ƠN

Bất kỳ một dự án nào cũng bao gồm một danh sách cảm ơn dài, Báo cáo này cũng vậy.

Báo cáo đánh giá Năng lực hội nhập kinh tế cấp địa phương thông qua một thang đo lường chung được xây dựng là “Chỉ số hội nhập kinh tế cấp địa phương” là kết quả nghiên cứu của Ủy ban Quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế. Chúng tôi chân thành cảm ơn Cơ quan phát triển quốc tế Ôxtrâyli (AusAID) và Bộ Phát triển Quốc tế Anh (DFID) tài trợ cho Dự án thông qua Chương trình Hỗ trợ Kỹ thuật Hậu gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (B - WTO).

Chúng tôi gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới Chương trình Hỗ trợ Kỹ thuật Hậu gia nhập WTO, Cơ quan chủ quản đã hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi để Dự án “Chỉ số hội nhập kinh tế cấp địa phương” thực hiện thành công báo cáo.

Báo cáo này sẽ không thể thành công nếu không kể đến sự hợp tác chặt chẽ cũng như những thông tin chia sẻ quý báu của các Bộ ngành, địa phương trên cả nước. Thay mặt Nhóm nghiên cứu gồm các Thành viên: ông Nguyễn Thành Trung (Trưởng Nhóm), ông Đinh Ngọc Hường, bà Nguyễn Thu Hương, bà Đoàn Minh Tân Trang, bà Nguyễn Kiều Trang, ông Đỗ Quang Thành, bà Nguyễn Cẩm Ly; chúng tôi cũng xin trân trọng cảm ơn các nhà tư vấn về những đóng góp xây dựng rất hữu ích trong việc xây dựng nội dung các báo cáo này.

Nhóm nghiên cứu gửi lời cảm ơn đặc biệt tới các chuyên gia đã chia sẻ ý kiến quý báu trong suốt quá trình nghiên cứu đến khi phát hành báo cáo: Ông Vũ Khoan – Nguyên Phó Thủ tướng Chính phủ; Ông Trương Đình Tuyển – Nguyên Bộ trưởng Bộ Thương mại; Ông Trần Đình Thiên – Viện trưởng Viện Kinh tế Việt Nam; Ông Nguyễn Văn Nam – Chuyên gia kinh tế cao cấp – Nguyên Viện trưởng Viện nghiên cứu thương mại; Ông Võ Trí Thành – Phó viện trưởng Viện nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương; Ông Bùi Trường Giang – Vụ trưởng Vụ Tổng hợp Văn phòng Chủ tịch nước; Ông Dương Đình Giám – Viện trưởng Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công nghiệp; Ông Đinh Văn Thành – Viện trưởng Viện Nghiên cứu Thương mại; Ông Lê Xuân Đình – Tổng Biên tập Tạp chí Kinh tế và Dự báo; Ông Nguyễn Minh Phong – Chuyên gia kinh tế - Báo Nhân dân; Ông Nguyễn Quốc Thịnh – Trưởng Bộ môn Quản trị Thương hiệu – Đại học Thương mại; Ông Võ Tá Tri – Chuyên gia kinh tế; Ông Vũ Mạnh Chiến – Chuyên gia Kinh tế tài chính – Trường Đại học Thương mại; Ông Phạm Hồng Tú – Chuyên gia kinh tế, Ông Raymond Mallon, cố vấn kỹ thuật cấp cao Chương trình B-WTO và Ông Vũ Thành Tự Anh – Giám đốc Nghiên cứu – Chương trình Giảng dạy Kinh tế Fulbright.

Các thành viên của Văn phòng Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế đã đọc dự thảo và tham gia biên tập cho báo cáo gồm Ông An Thế Dũng, Ông Trịnh Minh Anh, Bà Nguyễn Thu Hằng, Bà Lâm Thị Quỳnh Anh, Bà Nguyễn Lương Hiền, Ông Nguyễn Xuân Hải, Bà Nguyễn Thị Như Ngọc, Bà Phạm Thu Hằng. Nhóm cộng tác viên điều tra và nhập liệu bao gồm Bà Bùi Doãn Thu Huyền, Bà Bùi Thị Huyền Trang, Bà Hoàng Thị Thu, Bà Lê Hạnh Linh, Bà Lương Thị Hà Thanh, Bà Ngô Thị Hồng Hân, Ông Nguyễn Phi Hùng, Bà Nguyễn Thị Hường, Bà Ninh Thị Diệu, Bà Phan Thị Châu, Bà Phùng Thị Ngọc Hà, Bà Thạch Minh Trang, Bà Vũ Minh Phương, Bà Vũ Thị Hiền, Bà Trần Huyền Trang, Bà Ngô Thị Nhâm, Bà Tạ Thị Thúy Hạnh, Bà Hoàng Mai Phương, Bà Lê Thanh Huyền, Bà Đoàn Thủy Tiên, Bà Phạm Thị Hồng Nhung, Ông Ngô Nhật Minh, Bà Vũ Thị An Khanh, Ông Phạm Trung Đức, Bà Nguyễn Hương

Thơm cùng ba trợ lý nghiên cứu là Bà Đào Thuý Linh, Bà Nguyễn Thuý Điệp, Ông Trần Ngọc Quân đã tích cực và nhiệt tình triển khai công việc theo kịp tiến độ rất gấp của dự án.

Cảm ơn Ban Hội nhập Kinh tế Quốc tế và cơ quan đầu mối công tác hội nhập kinh tế quốc tế của 63 tỉnh, thành phố đã tích cực và chủ động phối hợp với các Cơ quan khác tại Địa phương trong việc tổng hợp dữ liệu và hỗ trợ thực hiện nghiên cứu.

Xin cảm ơn các doanh nhân, doanh nghiệp và các cá nhân đã tham gia trả lời điều tra và thực hiện các cuộc phỏng vấn chuyên sâu.

Xin cảm ơn ông Nguyễn Cẩm Tú – Tổng Thư ký Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế, Thứ trưởng Bộ Công Thương – Giám đốc dự án và Ông Trịnh Minh Anh – Phó Chánh Văn phòng Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế, Chánh Văn phòng dự án, đã chỉ đạo triển khai các hoạt động trong khuôn khổ dự án nghiên cứu để đạt được đúng các yêu cầu đặt ra và hoàn thiện mục tiêu của Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế kỳ vọng đối với nghiên cứu này.

DANH MỤC HÌNH VẼ VÀ BẢNG BIỂU

Danh mục hình vẽ

Hình 1 Kết quả Năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương năm 2013	22
Hình 2 Mô hình tham khảo của ADB	31
Hình 3 Mô hình của Tổng cục thống kê Anh	34
Hình 4 Hệ thống tiêu chí của Chỉ số hội nhập KTQT cấp địa phương năm 2013	36
Hình 5 Phương pháp nghiên cứu	38
Hình 6 Thông tin về người dân tham gia khảo sát.....	39
Hình 7 Thông tin về doanh nghiệp tham gia khảo sát.....	40
Hình 8 Phương pháp xử lý dữ liệu	41
Hình 9 Phương pháp tính trọng số.....	41
Hình 10 Sự thay đổi về tổng điểm chỉ số hội nhập năm 2012 so với năm gốc 2010.....	48
Hình 11 Vị trí các tỉnh thành phố trong tương quan với 8 trụ cột.....	52
Hình 12 Tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu bình quân (2007-2011).....	55
Hình 13 Tỷ lệ tăng trưởng nhập khẩu bình quân (2007-2011).....	55
Hình 14 Đánh giá về các loại hình phân phối thương mại	56
Hình 15 Đánh giá về hệ thống bán buôn tại địa phương.....	57
Hình 16 Đánh giá về hệ thống bán lẻ.....	58
Hình 17 So sánh mức độ ưa thích trung bình của người dân và doanh nghiệp.....	59
Hình 18 Đánh giá chất lượng dịch vụ thương mại	60
Hình 19 Đánh giá tính liên kết của doanh nghiệp.....	60
Hình 20 Đánh giá về nguồn gốc sản phẩm	61
Hình 21 Một số thay đổi trong chi tiêu của người dân	62
Hình 22 Một số thay đổi trong thương mại tiêu dùng	63
Hình 23 Bản đồ nhận thức của người dân về trụ cột Thương mại.....	64
Hình 24 Bảng xếp hạng trụ cột Thương mại	65
Hình 25 Tỷ trọng số dự án, vốn đăng ký, vốn điều lệ FDI trong các lĩnh vực	68
Hình 26 Tỷ trọng vốn đầu tư FDI trên số dự án	69
Hình 27 Xu hướng đầu tư của người dân	70
Hình 28 Đánh giá về yếu tố hấp dẫn đầu tư địa phương.....	71
Hình 29 Đánh giá của doanh nghiệp về dịch vụ hỗ trợ đầu tư.....	73
Hình 30 Đánh giá khả năng tiếp cận vốn đầu tư.....	74
Hình 31 Đánh giá khả năng hấp thụ vốn đầu tư	74
Hình 32 Tỷ lệ khách quốc tế đến Việt Nam.....	80
Hình 33 Tỷ lệ chi tiêu bình quân của khách quốc tế (2003-2011)	80
Hình 34 Các điểm đến nội địa ưa thích	81
Hình 35 Yếu tố hấp dẫn du khách	82
Hình 36 Đánh giá của người dân về thực trạng du lịch của 10 địa phương nhóm đầu	83
Hình 37 Đánh giá của người dân về thực trạng du lịch 5 địa phương có sân bay và bờ biển đẹp.....	84
Hình 38 Đánh giá của người dân về thực trạng du lịch 10 điểm đến của Việt Nam.....	84
Hình 39 Đánh giá về tính chuyên nghiệp và đồng bộ chất lượng dịch vụ.....	86
Hình 40 Đánh giá về thách thức phát triển du lịch: Nhóm vốn đầu tư.....	86

Hình 41 Đánh giá về thách thức phát triển du lịch: Nhóm Chuẩn hoá dịch vụ và quản lý Nhà nước.....	87
Hình 42 Đánh giá về thách thức phát triển du lịch: Nhóm cơ sở hạ tầng du lịch	87
Hình 43 Đánh giá về thách thức phát triển du lịch: Nhóm đáp ứng yêu cầu của du khách quốc tế	88
Hình 44 Đánh giá của doanh nghiệp về những thách thức trong phát triển du lịch của địa phương nhóm cuối.....	89
Hình 45 Bảng xếp hạng Trụ cột Du lịch.....	91
Hình 46 Tháp dân số Việt Nam (tính đến 1/4/2012).....	92
Hình 47 So sánh tỷ trọng của tỷ lệ thất nghiệp, tỷ lệ hộ nghèo và mức lương bình quân của lao động tại địa phương	93
Hình 48 Tốc độ tăng dân số và hạ tầng của dịch vụ y tế	94
Hình 49 Sự hài lòng về cuộc sống.....	95
Hình 50 Sự hài lòng của người dân 5 địa phương nhóm trên và 5 địa phương nhóm cuối....	95
Hình 51 Sự hài lòng về cuộc sống của người dân tại 5 địa phương nhóm trên.....	96
Hình 52 Đánh giá của doanh nghiệp về lao động địa phương.....	97
Hình 53 Nhóm địa phương được đánh giá cao về dịch vụ hỗ trợ lao động.....	98
Hình 54 Đánh giá về chính sách nhân dụng của doanh nghiệp địa phương	99
Hình 55 Đánh giá về chính sách nhân dụng của 5 địa phương nhóm trên	100
Hình 56 Bảng xếp hạng Trụ cột Con người.....	102
Hình 57 Tương quan của sự căng thẳng hệ thống giao thông và mức độ cải thiện, mức độ hiện giao thông địa phương	103
Hình 58 Đánh giá về chất lượng giao thông đường bộ.....	104
Hình 59 Đánh giá của người dân về chất lượng cơ sở hạ tầng.....	105
Hình 60 Đánh giá của người dân về chất lượng cơ sở hạ tầng và nguồn gốc sản phẩm.....	106
Hình 61 Đánh giá về yếu tố hấp dẫn đầu tư trong tương quan với chất lượng cơ sở hạ tầng	107
Hình 62 Đánh giá về nhu cầu trong phát triển cơ sở hạ tầng của nhóm địa phương tăng hạng	108
Hình 63 Đánh giá về thách thức trong phát triển cơ sở hạ tầng của nhóm địa phương giảm hạng.....	109
Hình 64 Bảng xếp hạng trụ cột Hạ tầng	111
Hình 65 Đánh giá về thực trạng đầu tư, bảo tồn di tích gắn với thực trạng du lịch địa phương	113
Hình 66 Số lượng di tích quốc gia và cấp tỉnh.....	114
Hình 67 Đánh giá về hoạt động duy tu di tích lịch sử	114
Hình 68 Nhóm địa phương có số lễ hội, di tích lịch sử, làng nghề và món ăn đặc trưng	115
Hình 69 Đánh giá về hoạt động bảo tồn lễ hội.....	116
Hình 70 Đánh giá về đặc trưng văn hoá của một số địa phương có nhiều di tích, lễ hội	117
Hình 71 Đánh giá về đặc trưng văn hoá của địa phương khu vực Tây Bắc	118
Hình 72 Đánh giá của người dân và doanh nghiệp về chuẩn mực ứng xử tại địa phương ..	119
Hình 73 Đánh giá về tính kế thừa truyền thống tại một số địa phương có nhịp độ đô thị lớn	120
Hình 74 Bảng xếp hạng trụ cột Văn hoá.....	121

Hình 75 Đánh giá về ảnh hưởng tiêu cực của thời tiết	122
Hình 76 Đánh giá về vị thế chiến lược của địa phương	124
Hình 77 Đánh giá về sức hấp dẫn đầu tư của địa phương trong tương quan	125
Hình 78 Đánh giá về chất lượng sản phẩm đặc trưng của địa phương	126
Hình 79 Đánh giá về chất lượng sản phẩm đặc trưng trong tương quan với nguồn gốc sản phẩm	127
Hình 80 Đánh giá về chất lượng sản phẩm đặc trưng của một số địa phương có khai thác	128
Hình 81 Đánh giá về đặc trưng địa phương	130
Hình 82 Bảng xếp hạng trụ cột Đặc điểm địa phương	131
Hình 83 Tương quan giữa tỷ công chức, viên chức/ dân; công chức, viên chức có trình độ đại học	132
Hình 84 Đánh giá mức độ các khoản chi không chính thức và thái độ	133
Hình 85 Tương quan của các khoản chi không chính thức và yếu tố hấp dẫn đầu tư địa phương	134
Hình 86 Đánh giá của người dân về tình hình thực hiện trách nhiệm pháp lý	135
Hình 87 Đánh giá của doanh nghiệp về tình hình thực thi trách nhiệm pháp lý tại địa phương nhóm trên và nhóm cuối	136
Hình 88 Đánh giá về chất lượng cải cách thủ tục hành chính của người dân	137
Hình 89 Đánh giá về chất lượng cải cách thủ tục hành chính của doanh nghiệp tại địa phương	138
Hình 90 Đánh giá về Chính sách nhân dụng của địa phương có thứ hạng cao	139
Hình 91 Các kênh góp ý với chính quyền của người dân	140
Hình 92 Các kênh góp ý của doanh nghiệp với chính quyền địa phương	140
Hình 93 Cách thức giải quyết tranh chấp của người dân	141
Hình 94 Cách thức giải quyết tranh chấp của doanh nghiệp	141
Hình 95 Bảng xếp hạng Trụ cột Thể chế	143
Hình 96 Các bước thực hiện Chiến lược HNKTQT địa phương	152
Hình 97 Các chủ thể liên quan	153
Hình 98 Tâm nhìn hội nhập KTQT	157
Hình 99 Khung thực thi chiến lược HNKTQT	158
Hình 100 Yếu tố hấp dẫn địa phương	159
Hình 101 Mô hình mạng lưới đề xuất	162
Hình 102 Nhóm giải pháp về thương mại	173
Hình 103 Nhóm giải pháp về đầu tư	178
Hình 104 Nhóm giải pháp về du lịch	183
Hình 105 Nhóm giải pháp về lao động	189
Hình 106 Nhóm giải pháp về cơ sở hạ tầng	194
Hình 107 Nhóm giải pháp về văn hóa	202
Hình 108 Nhóm giải pháp về đặc điểm địa phương	207
Hình 109 Nhóm giải pháp về thể chế	212

Danh mục bảng biểu

Bảng 1 Các biến đánh giá của Chỉ số hội nhập kinh tế tổng hợp Khu vực Châu Á - Thái Bình Dương	32
Bảng 2 Các biến số của chỉ số phụ thuộc thương mại.....	33
Bảng 3 Các nhân tố của PEII 2013	41
Bảng 4 Hệ số tải nhân tố PEII 2013.....	42
Bảng 5 Hệ số tương quan hồi quy	45
Bảng 6 Tương quan giữa các trụ cột và điểm tổng hợp	49
Bảng 7 Tương quan giữa Kim ngạch xuất khẩu, Số dự án FDI, Mức lương bình quân và Số khách quốc tế.....	50
Bảng 8 Tương quan giữa Kim ngạch xuất khẩu, Số dự án FDI, Mức lương bình quân và CBCC	50
Bảng 9 Tương quan giữa Vốn đầu tư nâng cấp giao thông đường bộ, Kim ngạch xuất khẩu, Số dự án FDI.....	51
Bảng 10 Đánh giá về chất lượng và hiệu quả dịch vụ hỗ trợ đầu tư.....	72
Bảng 11 Tương quan giữa đặc trưng văn hoá địa phương với Tổng mức bán lẻ hàng hoá, dịch vụ tiêu dùng; Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, Tổng khách du lịch nội địa và Tổng khách du lịch quốc tế	116
Bảng 13 Tương quan giữa các trụ cột và điểm tổng hợp	146

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
ATM	Máy rút tiền tự động
AusAID	Cơ quan phát triển quốc tế Australia
CBCC	Cán bộ công chức
CCTTHC	Cải cách thủ tục hành chính
CSHT	Cơ sở hạ tầng
DfiID	Bộ Phát triển Quốc tế Anh
FDI	Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài
GDP	Tổng sản phẩm nội địa
GMS - GPDA	Hiệp định tạo thuận lợi cho vận tải người và hàng hóa qua lại biên giới giữa các nước tiểu vùng Mê Kông mở rộng
HDV	Hướng dẫn viên
NCIEC	Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế
ODA	Hỗ trợ phát triển chính thức
ONC	Tổng cục Thống kê Anh
PEII	Chỉ số hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương
USD	Đô la Mỹ
VCCI	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
VND	Việt Nam Đồng
WTO	Tổ chức Thương mại thế giới

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	2
NHÓM NGHIÊN CỨU	4
LỜI CẢM ƠN	5
DANH MỤC HÌNH VẼ VÀ BẢNG BIỂU	7
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	11
MỤC LỤC	12
TÓM TẮT	19
PHẦN I - NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA ĐỊA PHƯƠNG 2013	25
KHÁI LUẬN VỀ HỘI NHẬP	26
Định nghĩa về Hội nhập	26
Các dạng thức của hội nhập	27
NANG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA ĐỊA PHƯƠNG	28
Khái niệm về năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của địa phương	28
Kinh nghiệm về việc đánh giá năng lực hội nhập kinh tế quốc tế	30
Một số phương pháp đánh giá năng lực hội nhập kinh tế quốc tế	32
GIỚI THIỆU CHỈ SỐ HỘI NHẬP NĂM THỨ 2	35
Lộ trình triển khai thực hiện năm 2012	35
Mô hình nghiên cứu	35
Phương pháp nghiên cứu	37
Nguồn dữ liệu	37
Đối tượng khảo sát	38

Quy trình phân tích dữ liệu và trọng số	40
PHẦN II - THỰC TRẠNG NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA ĐỊA PHƯƠNG 2013	46
KẾT QUẢ TỔNG THỂ	47
Kết quả xếp hạng	47
Tương tác và cải thiện	49
KẾT QUẢ CỤ THỂ	53
THƯƠNG MẠI	53
Thương mại và xuất nhập khẩu	53
Chất lượng loại hình phân phối thương mại	56
Chất lượng và hiệu quả các dịch vụ thương mại	59
Liên kết các doanh nghiệp	60
Nguồn gốc sản phẩm	61
Vệ sinh an toàn thực phẩm	61
Phản ứng với lạm phát và suy thoái kinh tế	62
Bảng xếp hạng Trụ cột Thương mại	64
ĐẦU TƯ	67
Dòng chảy đầu tư	67
Đầu tư nước ngoài	68
Đầu tư nội địa	69
Yếu tố hấp dẫn đầu tư	70
Chất lượng và hiệu quả của dịch vụ hỗ trợ đầu tư	72
Khả năng tiếp cận và hấp thụ vốn	73
Mức độ cạnh tranh tại thị trường đầu tư tiềm năng	75
Bảng xếp hạng Trụ cột đầu tư	75
DU LỊCH	79
Du lịch quốc tế	79
Du lịch nội địa	81
Yếu tố hấp dẫn khách du lịch	82

Thách thức trong phát triển du lịch	85
Bảng xếp hạng Trụ cột Du lịch	89
CON NGƯỜI	92
Sự biến động của dân số Việt Nam	92
Thu nhập, việc làm và thoát nghèo	93
Tốc độ tăng dân số và hạ tầng của dịch vụ y tế	93
Hệ thống giáo dục và sức hút từ các thành phố lớn	94
Sự hài lòng về cuộc sống	94
Chất lượng nguồn nhân lực	96
Chính sách nhân dụng của doanh nghiệp	98
Chính sách nhân dụng địa phương	99
Kết quả xếp hạng trụ cột Con người – Lao động	100
CƠ SỞ HẠ TẦNG	103
Hệ thống giao thông	103
Đường bộ	103
Đường thuỷ	104
Đường hàng không	105
Cơ sở hạ tầng và sức hấp dẫn đối với đầu tư	106
Nhu cầu và thách thức trong phát triển cơ sở hạ tầng	108
Đối với nhóm tăng thứ hạng	108
Đối với nhóm giảm hạng	108
Bảng xếp hạng Trụ cột Cơ sở hạ tầng	109
VĂN HOÁ	112
Di sản thế giới	112
Di tích và vấn đề trùng tu, tôn tạo	113
Lễ hội và sự tác động của hội nhập kinh tế	115
Đặc trưng văn hoá và tính kế thừa truyền thống	116
Giá trị văn hoá và Chuẩn mực ứng xử	118

Bảng xếp hạng Trụ cột Văn hoá	120
ĐẶC ĐIỂM ĐỊA PHƯƠNG	122
Ảnh hưởng thời tiết	122
Lợi thế địa lý	123
Sản phẩm đặc trưng	125
Tài nguyên thiên nhiên	127
Điểm đến tại địa phương	129
Bảng xếp hạng Trụ cột Đặc điểm địa phương	130
THỂ CHẾ	132
Công chức, viên chức và thủ tục hành chính	132
Thực hiện trách nhiệm pháp lý	134
Đối thoại của chính quyền	139
Cách thức giải quyết tranh chấp tại địa phương	140
Bảng xếp hạng Trụ cột Thể chế	142
PHẦN III - ĐỀ XUẤT KHUNG CHIẾN LƯỢC, LỘ TRÌNH VÀ CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CẤP ĐỊA PHƯƠNG	144
TỪ NGHIÊN CỨU ĐẾN GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CẤP ĐỊA PHƯƠNG	145
Kết quả báo cáo đánh giá và xếp hạng năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp tỉnh, thành phố	145
Già thiết nền tảng cho các giải pháp nâng cao năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương	148
CÁC THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HOẠCH ĐỊNH VÀ THỰC THI CHIẾN LƯỢC HỘI NHẬP KTQT CẤP ĐỊA PHƯƠNG	148
Thiếu tầm nhìn và hạn chế của tư duy nhiệm kỳ	148
Thiếu thông tin và nghiên cứu	149
Thiếu năng lực xây dựng kế hoạch	149

Thiếu cơ chế phân quyền và thực thi chiến lược	149
BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ Ở CẤP ĐỘ QUỐC GIA	150
MÔ HÌNH HÓA LỘ TRÌNH XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI CHIẾN LƯỢC HỘI NHẬP KTQT CẤP ĐỊA PHƯƠNG	151
Bước 1 – Nghiên cứu tiềm năng	152
Bước 2 - Hoạch định chiến lược	156
Bước 3 - Thực thi chiến lược	157
Bước 4 - Đánh giá	159
Bước 5 - Điều chỉnh	159
MỘT SỐ ĐỀ XUẤT	161
Lựa chọn mô hình mạng lưới tổ chức thực hiện nhiệm vụ HNKTQT	162
Đề xuất khác với Chính phủ và UBND về HTKTQT	163
Đề xuất với UBND tỉnh, thành phố	165
NHÓM GIẢI PHÁP GẮN VỚI 8 TRỤ CỘT	166
NHÓM GIẢI PHÁP KHUYẾN KHÍCH XUẤT KHẨU VÀ TĂNG TRƯỞNG THƯƠNG MẠI ĐỊA PHƯƠNG	167
Cải thiện các Chương trình khuyến khích xuất khẩu của Địa phương	170
Cải thiện chất lượng hệ thống phân phối tại địa phương	172
Tăng cường niềm tin cho người tiêu dùng đối với các sản phẩm có nguồn gốc địa phương	172
NHÓM GIẢI PHÁP THU HÚT ĐẦU TƯ	174
Xác định yếu tố hấp dẫn đầu tư	175
Chất lượng và hiệu quả dịch vụ hỗ trợ đầu tư	175
Khả năng tiếp cận vốn và thủ tục giải ngân vốn	176
Hành vi cạnh tranh không lành mạnh	177

Minh bạch hóa để thu hút đầu tư	177
NHÓM CÁC GIẢI PHÁP THU HÚT DU KHÁCH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỦA ĐỊA PHƯƠNG	179
Xác định nhóm đối tượng du khách	180
Chiến lược tiếp thị và truyền thông du lịch	180
Hạn chế khó khăn trong phát triển du lịch bền vững tại địa phương	180
NHÓM CÁC GIẢI PHÁP NHÂN DỤNG, LAO ĐỘNG VIỆC LÀM VÀ PHÁT TRIỂN CUỘC SỐNG ĐỊA PHƯƠNG	184
Hệ thống giáo dục và đào tạo nghề	185
Hỗ trợ việc làm cho thanh niên	186
Giải pháp khắc phục đối với các cơ quan quản lý và Hiệp hội, Tổ chức của địa phương	187
Chính sách nhân dụng của địa phương	188
NHÓM CÁC GIẢI PHÁP VỀ PHÁT TRIỂN CƠ SỞ HẠ TẦNG PHÙ HỢP VỚI ĐỊNH HƯỚNG VÀ TẦM NHÌN PHÁT TRIỂN ĐỊA PHƯƠNG	190
Quy hoạch hệ thống cơ sở hạ tầng	191
Đầu tư và nâng cấp hệ thống giao thông	192
Thách thức trong quản lý cơ sở hạ tầng	192
NHÓM CÁC GIẢI PHÁP VỀ PHÁT TRIỂN VĂN HÓA	195
Bảo tồn di tích lịch sử và di sản thế giới	196
Duy trì và phát huy lễ hội truyền thống	198
Định hướng và tiếp nhận văn hoá mới	200
NHÓM CÁC GIẢI PHÁP VỀ TẬN DỤNG LỢI THẾ ĐẶC ĐIỂM TỰ NHIÊN VÀ VỊ THẾ ĐỊA LÝ CHIẾN LƯỢC	203
Khai thác lợi thế các sản phẩm mang chi dẫn địa lý	204
Quản lý và khai thác tài nguyên thiên nhiên	205
NHÓM CÁC GIẢI PHÁP VỀ CẢI CÁCH THỂ CHẾ ĐỊA PHƯƠNG	208

Nâng cao trình độ Cán bộ công chức, viên chức	209
Cải cách thủ tục hành chính	210
TÀI LIỆU THAM KHẢO	213
PHỤ LỤC	216

TÓM TẮT

Sau 18 năm kể từ ngày Việt Nam bắt đầu hội nhập vào tổ chức khu vực đầu tiên là ASEAN (1995), sau hơn 6 năm Việt Nam gia nhập WTO (2007) và triển khai các Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 5/2/2007 của Hội nghị lần thứ tư BCHTW Đảng khóa X về “*Một số chủ trương, chính sách lớn để nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững khi Việt Nam là thành viên của WTO*”, Chương trình hành động của Chính phủ Ban hành kèm theo Nghị quyết số 16/2007/NQ-CP, đây là thời điểm Chính phủ và các Bộ, ngành và địa phương cần đánh giá lại hiệu quả của tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế và kết quả của việc xây dựng và triển khai các Chương trình hành động của Chính phủ, của Bộ, ngành và của các địa phương.

Nhằm đánh giá tình hình và năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của các địa phương để có giải pháp nâng cao hiệu quả thực hiện các hoạt động và nhiệm vụ hội nhập kinh tế quốc tế của các Ban hội nhập kinh tế quốc tế cấp tỉnh, Chương trình Hỗ trợ kỹ thuật hậu gia nhập WTO đã hỗ trợ Văn phòng Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế (UBQG về HTKTQT) triển khai Dự án: “**Nâng cao năng lực quản lý và điều phối hội nhập kinh tế quốc tế**”, trong đó có Hoạt động: “**Xây dựng hệ thống chỉ số hội nhập kinh tế cấp tỉnh/thành phố**”.

Dự án đã được phê duyệt và đi vào hoạt động ở năm đầu tiên (2010) với Báo cáo Năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương. Báo cáo này đánh giá sơ bộ thực trạng hội nhập kinh tế quốc tế năm 2010 của 50 tỉnh, thành phố (13 tỉnh, thành phố còn lại do thiếu dữ liệu nên chưa thể tiến hành phân tích đánh giá) thông qua một thang đo lường chung được xây dựng là “**Chỉ số hội nhập kinh tế cấp địa phương**”. Tiếp tục những thành công và khắc phục hạn chế nghiên cứu của năm đầu tiên, sang năm thứ hai, Báo cáo Năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương năm 2013 được thực hiện với 2 điều chỉnh chính:

- (1) Rà soát và điều chỉnh hệ thống tiêu chí cấu thành mô hình dựa trên điều kiện thực tế và những thiếu sót trong quá trình thu thập dữ liệu của năm đầu tiên.
- (2) Tính toán và điều chỉnh trọng số của mỗi tiêu chí trong trụ cột và của trụ cột trong tổng điểm, nhằm phân định thứ hạng của mỗi địa phương rõ ràng hơn.

Sau khi triển khai hoạt động nói trên, Nhóm nghiên cứu của Dự án đã hoàn thành **Báo cáo Năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương năm 2013**.

Mục tiêu chính của báo cáo này nhằm xác định được mức độ hội nhập kinh tế quốc tế của mỗi địa phương, các tác động của hội nhập đến việc tăng trưởng phúc lợi cho người dân và phát triển kinh doanh doanh nghiệp. Bên cạnh đó, báo cáo còn đánh giá sự phù hợp giữa tầm nhìn chiến lược của địa phương đối với năng lực hội nhập hiện tại để chỉ ra các điều chỉnh cần thiết cho việc thu hút nguồn lực cho phát triển bền vững.

Quan trọng hơn cả, Nhóm nghiên cứu muốn cung cấp một cái nhìn rõ ràng và toàn diện về vấn đề hội nhập của địa phương và cố gắng đi đến một thống nhất chung cho việc xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế xã hội với các điều kiện hội nhập đặc thù của mỗi địa phương.

Các thông số hay trụ cột chính để các địa phương hội nhập và phát triển thành công mà báo cáo này đưa ra gồm 8 trụ cột là: (1) Thể chế, (2) Cơ sở hạ tầng, (3) Văn hóa, (4) Đặc điểm tự nhiên địa phương, (5) Con người, (6) Thương mại, (7) Đầu tư, (8) Du lịch. Mỗi trụ cột được xem xét dựa trên một số chiều kích và phương diện nhất định. Các trụ cột này vừa có tác dụng thu hút nguồn lực dành cho nguồn lực đó đến từ bên ngoài, vừa phản ánh thực trạng hình ảnh trụ cột đang tồn tại và có

khuyh hướng dịch chuyển đến những nơi khác (địa phương hay nền kinh tế khác) thu hút hơn. Mức độ hội nhập đơn giản được đo lường dựa trên cách tiếp cận về dịch chuyển nguồn lực giữa các địa điểm về mặt số lượng, chất lượng, cường độ để thấy được mức độ mạnh hay yếu của việc hội nhập kinh tế.

Báo cáo này được chia làm hai phần chính. Phần một đặt vấn đề về năng lực hội nhập kinh tế quốc tế, trong đó, đưa ra các quan điểm của tác giả trên cơ sở nghiên cứu và phân tích các mô hình trên thế giới về hội nhập kinh tế. Thực tế, trên thế giới đã có khá nhiều các công trình có liên quan đến việc đánh giá mức độ hội nhập kinh tế của các quốc gia, các địa phương. Mỗi công trình nghiên cứu có các cơ sở chứng minh riêng song tựu chung lại thì đều chỉ ra rằng đánh giá các vùng/miền là một vấn đề nhận được rất nhiều sự quan tâm từ việc xác định hình ảnh về một địa phương trong tâm trí người dân cho đến việc đánh giá mức độ hội nhập kinh tế của địa phương đó so với các địa phương khác trong cùng một quốc gia.

Chúng tôi đã tập trung phân tích các chỉ số thương hiệu thành phố¹, chỉ số hội nhập kinh tế tổng hợp của khu vực châu Á Thái Bình Dương², chỉ số Hội nhập nền kinh tế Bắc Mỹ³, chỉ số Hội nhập Wantanabe Kanji⁴, chỉ số phát triển kinh tế bền vững⁵, chỉ số phụ thuộc thương mại⁶, chỉ số hội nhập kinh tế tổng hợp khu vực Châu Á – Thái Bình Dương⁷,... Trên cơ sở nghiên cứu các mô hình liên quan, chúng tôi đã điều chỉnh một số tiêu chí trong mô hình chỉ số để phục vụ cho công tác đánh giá năng lực hội nhập kinh tế của các địa phương phù hợp với thực tế dữ liệu ở Việt Nam. Trên thế giới chưa từng có mô hình tương tự.

Trong phần một của báo cáo, giới thiệu về nội dung chỉ số, mô hình nghiên cứu cùng các cấm đoán (các giả thiết nghiên cứu), 8 trụ cột cấu thành mô hình chỉ số, các chiều kích xem xét trong mỗi trụ cột, phương pháp lựa chọn trọng số, các phương pháp và các bước nghiên cứu đã được tiến hành, đối tượng tham gia điều tra và kết quả nghiên cứu. Những hạn chế mà nghiên cứu chưa đủ nguồn lực để thực hiện, như chưa điều tra đối tượng của nghiên cứu là khách du lịch nước ngoài hay nhà đầu tư nước ngoài, cũng được nêu ra trong báo cáo.

Mô hình không phải là hoàn thiện mà nó mang tính mở ngỏ cho khả năng cải thiện khôn cùng. Nó sẵn sàng cho việc kiểm sai trong thực tế để có thể có những cải tiến về mặt giả thiết hay thay đổi phương pháp của mô hình cho ngày càng hoàn thiện hơn, phục vụ công tác đánh giá năng lực hội nhập. Cũng trong phần này, nhóm nghiên cứu chỉ ra các hồi tiếp dương và hồi tiếp âm giữa các trụ cột. Ý nghĩa của hồi tiếp dương là tương tác thuận giữa các trụ cột. Hồi tiếp âm là tương tác nghịch giữa các trụ cột. Điều này hàm ý cho các tác động về mặt chính sách để có thể đạt được sự thay đổi trong tương lai.

Phần hai của báo cáo phân tích chi tiết 8 trụ cột để thấy được nội dung cụ thể trong từng trụ cột quyết định sức mạnh của trụ cột. Số lượng các chiều kích và phương diện xem xét của mỗi trụ cột được chỉ ra chi tiết trong báo cáo. Số lượng này còn có thể thiếu một số nội dung, mà theo ý kiến chuyên gia là mang tầm quan trọng, điều này thông thường do khả năng khó có thể thu thập đủ dữ liệu cho phân tích của chỉ tiêu. Vấn đề nguồn dữ liệu thống kê và đồng nhất số liệu là một vấn đề lớn trong nghiên cứu. Nhóm nghiên cứu đã phải dành rất nhiều thời gian cho việc “làm sạch” dữ liệu, bóc tách các phần tính trùng của các địa phương, kiểm tra lại phương pháp thống kê của các địa phương

¹ Simon Anholt tại www.citybrandsindex.com

² Chen Bo, Yuen Pau Woo, 2008, “A composite Index of Economic Integration in the Asia – Pacific Region”

³ Ram C. Acharya, Someshwar Rao và Gary Sawchuk, 2002, “Building a North American Economic Integration Index”

⁴ Wantanabe Kanji, 2004, Poland,

⁵ Eva Neitzert, 2006, “Measuring Regional Progress: Developing a Regional Index of Sustainable Economic Well-being for the English Regions”

⁶ Michael G., P., David, C., & Shintaro, H, 2010, “Methodology for impact assessment of free trade agreements”, ADB

⁷ Chen, B., & Yuen Pau, W, 2009, “A Composite Index of Economic Integration in the Asia-Pacific”. <http://www.pecc.org/state-of-the-region-report-2009/366-chapter-3-a-composite-index-of-economic-integration-in-the-asia-pacific>.

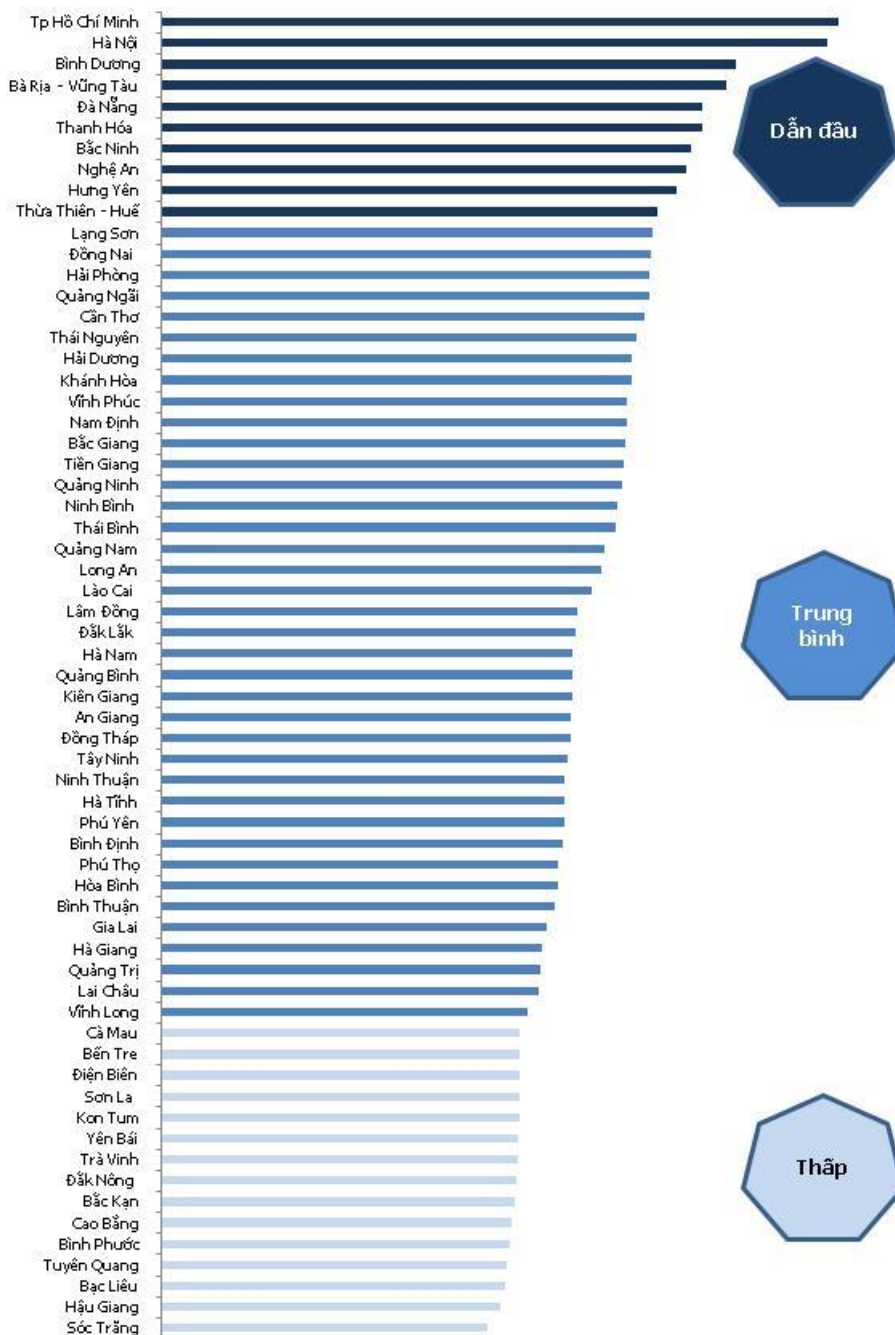
để đảm bảo các con số được thống kê dựa trên cùng một phương pháp, tiêu chuẩn và cách tiếp cận. Điểm tích lũy cuối cùng của trụ cột có thể dẫn đến việc so sánh sức mạnh trụ cột giữa các địa phương. Để tránh tình trạng quá chú trọng vào việc so sánh này, chúng tôi chỉ ra một số mặt mạnh của các địa phương mà theo đó họ vượt trội hơn thay vì điểm tích lũy cuối cùng thấp. Hoặc các địa phương có thứ hạng cao trong trụ cột, nhưng ở một chiều kích nào đó trong trụ cột lại có điểm thấp. Nhiều bản đồ đo lường định vị nhận thức (perceptual mapping) được xây dựng chỉ lựa chọn nhóm các địa phương xếp hạng cao và thấp để so sánh thay vì đưa vào cả 63 tỉnh thành cho hình bản đồ đồ rỗi.

Khác một số nghiên cứu chỉ đánh giá bản thân đối tượng, nhóm nghiên cứu đặt vấn đề về việc đánh giá đối tượng dựa trên nhu cầu. Chẳng hạn trong một tiêu chí trong cơ sở hạ tầng là giao thông đường bộ, chúng tôi đánh giá dựa trên việc khả năng đáp ứng và tổng chi phí xã hội mất đi do việc sử dụng hệ thống giao thông này chứ không đánh giá chính bản thân hệ thống giao thông đường bộ. Điển hình là Hà Nội và Tp Hồ Chí Minh có hạ tầng giao thông đường bộ tốt, nhưng khả năng đáp ứng theo nhu cầu lại rất thấp, kéo theo rất nhiều chi phí xã hội phát sinh từ việc sử dụng hệ thống giao thông này do các vấn đề về tắc đường như tiêu tốn xăng, ô nhiễm, mất thời gian lưu thông trên đường, mất cơ hội để dành thời gian làm việc khác thay vì đi lại. Vì thế, kết quả tổng hợp điểm cuối cùng về trụ cột cơ sở hạ tầng mà chúng tôi công bố có khác một số kết quả đã được công bố trước đây. Do giả thiết được sử dụng và đối tượng được lựa chọn khác nhau.

Có một số tiêu chí có thể nằm ở cả hai trụ cột, đối với phần giao thoa này, để tránh tính trùng, chúng tôi chỉ xếp đối tượng vào một trụ cột. Ví dụ, hạ tầng du lịch được tính chung trong trụ cột cơ sở hạ tầng, môi trường xã hội được đánh giá trong môi trường sống của trụ cột con người, môi trường tự nhiên được đánh giá trong trụ cột đặc điểm địa phương, mà thực tế các đối tượng này cũng có thể được xem xét trong trụ cột du lịch.

Kết quả cuối cùng được thể hiện ở Hình 1.

Hình 1 Kết quả Năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương năm 2013



Bảng 1 Kết quả xếp hạng tổng thể và các trụ cột của 63 tỉnh, thành phố năm 2013

Thứ hạng	Tổng thể	Thương mại	Đầu tư	Du lịch	Con người	Cơ sở hạ tầng	Văn hoá	Đặc điểm địa phương	Thể chế
1	Tp Hồ Chí Minh	Tp Hồ Chí Minh	Tp Hồ Chí Minh	Bà Rịa - Vũng Tàu	Hà Nội	Đà Nẵng	Hà Nội	Kiên Giang	Tp Hồ Chí Minh
2	Hà Nội	Hà Nội	Bình Dương	Đà Nẵng	Tp Hồ Chí Minh	Khánh Hòa	Bắc Ninh	Quảng Ninh	Bà Rịa - Vũng Tàu
3	Bình Dương	Bà Rịa - Vũng Tàu	Bà Rịa - Vũng Tàu	Quảng Ninh	Đồng Nai	Bình Dương	Bắc Giang	Lạng Sơn	Kiên Giang
4	Bà Rịa - Vũng Tàu	Hải Phòng	Đồng Nai	Ninh Bình	Bình Dương	Bà Rịa - Vũng Tàu	Nghệ An	Bà Rịa - Vũng Tàu	Đồng Nai
5	Đà Nẵng	Đồng Nai	Hà Nội	Khánh Hòa	Đà Nẵng	Đồng Nai	Thanh Hóa	Hải Phòng	Hải Phòng
6	Thanh Hóa	Bắc Ninh	Kiên Giang	Bình Dương	Bà Rịa - Vũng Tàu	Hồ Chí Minh	Phú Thọ	Hồ Chí Minh	Đà Nẵng
7	Bắc Ninh	Bình Dương	Bắc Ninh	Cần Thơ	Quảng Ninh	Hà Nội	Hưng Yên	Hà Nội	Bình Dương
8	Nghệ An	Quảng Ninh	Thanh Hóa	Thừa Thiên - Huế	Bắc Ninh	Cần Thơ	Thừa Thiên - Huế	Đà Nẵng	Quảng Ninh
9	Hưng Yên	Hải Dương	Quảng Ninh	Quảng Bình	Đồng Tháp	Thừa Thiên - Huế	Quảng Nam	Cần Thơ	An Giang
10	Thừa Thiên - Huế	Long An	Quảng Ngãi	Lào Cai	Long An	Quảng Ngãi	Ninh Bình	Nghệ An	Cần Thơ
11	Lạng Sơn	Khánh Hòa	Hải Phòng	Hồ Chí Minh	Hải Phòng	Vĩnh Phúc	Kon Tum	Thanh Hóa (I)	Hà Nội
12	Đồng Nai	Cần Thơ	Tiền Giang	Hà Nội	Thanh Hóa	Thái Nguyên	Thái Bình	Khánh Hòa	Nghệ An
13	Hải Phòng	Đà Nẵng	Ninh Thuận	Lâm Đồng	Nghệ An	Ninh Bình	Hà Giang	Tiền Giang	Hải Dương
14	Quảng Ngãi	An Giang	Thái Nguyên	Quảng Nam	Thái Nguyên	Quảng Ninh	Yên Bái	Long An	Quảng Ngãi
15	Cần Thơ	Kiên Giang	Đà Nẵng	Tiền Giang	Khánh Hòa	Hải Phòng	Hải Dương	Quảng Trị	Khánh Hòa
16	Thái Nguyên	Bắc Giang	Cần Thơ	Thanh Hóa	Tiền Giang	Hải Dương	Nam Định	Vĩnh Phúc	Thanh Hóa
17	Hải Dương	Lạng Sơn	Vĩnh Phúc	An Giang	Thái Bình	Thanh Hóa	Gia Lai	Kon Tum	Long An
18	Khánh Hòa	Thái Bình	Thái Bình	Hải Phòng	Hải Dương	Bắc Ninh	Điện Biên	Hải Dương	Tiền Giang
19	Vĩnh Phúc	Đồng Tháp	Ninh Bình	Nghệ An	Thừa Thiên - Huế	Ninh Thuận	Bắc Kạn	Bình Dương	Ninh Bình
20	Nam Định	Lâm Đồng	Bình Phước	Bình Thuận	Lạng Sơn	Lạng Sơn	Sơn La	Đồng Nai	Thái Nguyên
21	Bắc Giang	Tiền Giang	Bắc Giang	Vĩnh Phúc	Cần Thơ	Tây Ninh	Lào Cai	Bắc Ninh	Bắc Ninh
22	Tiền Giang	Thái Nguyên	Lạng Sơn	Kiên Giang	Gia Lai	Đắk Lắk	Hà Nam	Hà Nam	Ninh Thuận
23	Quảng Ninh	Hà Tĩnh	Khánh Hòa	Vĩnh Long	Quảng Ngãi	Hưng Yên	Đắk Lắk	Ninh Bình	Thừa Thiên - Huế
24	Ninh Bình	Quảng Ngãi	Hòa Bình	Bến Tre	Lào Cai	Nam Định	Đắk Nông	Thừa Thiên - Huế	Lạng Sơn
25	Thái Bình	Thanh Hóa	Nam Định	Phú Yên	Hưng Yên	Long An	Cao Bằng	Nam Định	Đắk Lắk
26	Quảng Nam	Quảng Trị	Nghệ An	Cà Mau	Vĩnh Phúc	Quảng Bình	Vĩnh Phúc	Lào Cai	Vĩnh Phúc
27	Long An	Hưng Yên	Đồng Tháp	Bắc Ninh	Ninh Bình	Thái Bình	Quảng Trị	Bình Định	Lào Cai
28	Lào Cai	Vĩnh Phúc	Lâm Đồng	Hà Giang	Nam Định	Lâm Đồng	Bình Định	Lâm Đồng	Cà Mau
29	Lâm Đồng	Bình Phước	Hải Dương	Cao Bằng	Hà Nam	Lào Cai	Tuyên Quang	Ninh Thuận	Bắc Giang
30	Đắk Lắk	Tây Ninh	Hưng Yên	Phú Thọ	Bình Thuận	Quảng Nam	Hà Tĩnh	Bắc Giang	Lâm Đồng
31	Hà Nam	Hà Nam	Tây Ninh	Nam Định	An Giang	Hòa Bình	Trà Vinh	Thái Bình	Quảng Nam

32	Quảng Bình	Phú Thọ	Cà Mau	Thái Bình	Kiên Giang	Tiền Giang	Thái Nguyên	Tây Ninh	Hà Tĩnh
33	Kiên Giang	Thừa Thiên - Huế	Long An	Điện Biên	Quảng Nam	Hà Tĩnh	Ninh Thuận	Bình Thuận	Nam Định
34	An Giang	Lào Cai	Hà Tĩnh	Bạc Liêu	Bình Định	Hà Nam	Hồ Chí Minh	Quảng Bình	Bình Thuận
35	Đồng Tháp	Nam Định	Bình Định	Đồng Tháp	Đắk Lắk	Bắc Giang	Hải Phòng	Quảng Ngãi	Quảng Trị
36	Tây Ninh	Ninh Bình	An Giang	Lạng Sơn	Phú Thọ	Bình Định	Lạng Sơn	Hà Tĩnh	Tây Ninh
37	Ninh Thuận	Quảng Nam	Bình Thuận	Hòa Bình	Bắc Giang	Đồng Tháp	Quảng Ninh	Đồng Tháp	Hưng Yên
38	Hà Tĩnh	Nghệ An	Thừa Thiên - Huế	Bình Định	Tây Ninh	Nghệ An	Hòa Bình	Hà Giang	Bến Tre
39	Phú Yên	Cà Mau	Hà Nam	Quảng Ngãi	Hòa Bình	An Giang	Đà Nẵng	An Giang	Vĩnh Long
40	Bình Định	Vĩnh Long	Bến Tre	Yên Bái	Bến Tre	Kiên Giang	Bình Dương	Sóc Trăng	Sơn La
41	Phú Thọ	Bến Tre	Lai Châu	Long An	Hà Tĩnh	Phú Yên	Phú Yên	Điện Biên	Gia Lai
42	Hòa Bình	Cao Bằng	Lào Cai	Hải Dương	Lâm Đồng	Quảng Trị	Bình Thuận	Hậu Giang	Hòa Bình
43	Bình Thuận	Bình Thuận	Bắc Kạn	Hà Tĩnh	Quảng Bình	Bình Thuận	Khánh Hòa	Vĩnh Long	Thái Bình
44	Gia Lai	Đắk Lắk	Vĩnh Long	Đắk Lắk	Vĩnh Long	Hậu Giang	Lâm Đồng	Bến Tre	Điện Biên
45	Hà Giang	Phú Yên	Gia Lai	Đồng Nai	Cà Mau	Vĩnh Long	Bạc Liêu	Hưng Yên	Sóc Trăng
46	Quảng Trị	Bình Định	Hà Giang	Tuyên Quang	Sóc Trăng	Trà Vinh	Lai Châu	Đắk Lắk	Trà Vinh
47	Lai Châu	Trà Vinh	Đắk Nông	Tây Ninh	Phú Yên	Sóc Trăng	Bình Phước	Bạc Liêu	Bạc Liêu
48	Vĩnh Long	Hà Giang	Quảng Trị	Hưng Yên	Sơn La	Đắk Nông	Quảng Bình	Trà Vinh	Đồng Tháp
49	Cà Mau	Hậu Giang	Hậu Giang	Hà Nam	Bạc Liêu	Gia Lai	Hậu Giang	Sơn La	Bình Định
50	Bến Tre	Sóc Trăng	Phú Yên	Bắc Kạn	Trà Vinh	Tuyên Quang	Sóc Trăng	Cao Bằng	Hà Giang
51	Điện Biên	Quảng Bình	Quảng Nam	Bắc Giang	Ninh Thuận	Lai Châu	Quảng Ngãi	Gia Lai	Hậu Giang
52	Sơn La	Gia Lai	Phú Thọ	Trà Vinh	Tuyên Quang	Bạc Liêu	Bến Tre	Bình Phước	Quảng Bình
53	Kon Tum	Bạc Liêu	Quảng Bình	Kon Tum	Bình Phước	Điện Biên	Đồng Tháp	Bắc Kạn	Cao Bằng
54	Yên Bái	Hòa Bình	Yên Bái	Hậu Giang	Hậu Giang	Bình Phước	An Giang	Quảng Nam	Kon Tum
55	Trà Vinh	Ninh Thuận	Trà Vinh	Lai Châu	Cao Bằng	Bến Tre	Tây Ninh	Cà Mau	Lai Châu
56	Đắk Nông	Kon Tum	Bạc Liêu	Sóc Trăng	Quảng Trị	Cà Mau	Kiên Giang	Hòa Bình	Bình Phước
57	Bắc Kạn	Yên Bái	Đắk Lắk	Đắk Nông	Yên Bái	Sơn La	Đồng Nai	Thái Nguyên	Hà Nam
58	Cao Bằng	Tuyên Quang	Tuyên Quang	Bình Phước	Hà Giang	Hà Giang	Vĩnh Long	Lai Châu	Bắc Kạn
59	Bình Phước	Điện Biên	Sơn La	Quảng Trị	Đắk Nông	Yên Bái	Cà Mau	Tuyên Quang	Phú Thọ
60	Tuyên Quang	Bắc Kạn	Sóc Trăng	Ninh Thuận	Lai Châu	Phú Thọ	Tiền Giang	Phú Thọ	Tuyên Quang
61	Bạc Liêu	Lai Châu	Kon Tum	Thái Nguyên	Bắc Kạn	Cao Bằng	Cần Thơ	Đắk Nông	Phú Yên
62	Hậu Giang	Sơn La	Điện Biên	Gia Lai	Điện Biên	Bắc Kạn	Bà Rịa - Vũng Tàu	Yên Bái	Đắk Nông
63	Sóc Trăng	Đắk Nông	Cao Bằng	Sơn La	Kon Tum	Kon Tum	Long An	Phú Yên	Yên Bái

PHẦN I - NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA ĐỊA PHƯƠNG 2013

Khái luận về Hội nhập

Định nghĩa về Hội nhập

Cách tiếp cận định lượng và động lực, quan điểm về hội nhập có thể nhìn nhận dưới ba góc độ sau:

Hội nhập là kết quả. Hội nhập được hiểu như một tài sản của một hệ thống, là thứ có thể đại diện cho một cấu trúc hoặc một loại liên kết nào đó. Điều này có nghĩa, hội nhập chỉ có thể được tạo ra khi có những điều kiện phù hợp. Bằng cách nhìn nhận này, EU được lấy làm minh chứng cho hội nhập, từ đó cấp bậc và dạng của hội nhập được đưa ra.

Hội nhập là quá trình. Hội nhập được hiểu như một quá trình liên tục phản ánh sự phát triển của một quốc gia, một vùng từ tình trạng cô lập đến tình trạng sẵn sàng cho hội nhập. Điều này có nghĩa quá trình hình thành Cộng đồng EU như ngày nay với các biến số là ví dụ điển hình cho cách tiếp cận này.

Hội nhập vừa là kết quả vừa là quá trình. Hội nhập là bất kỳ một cấp độ liên kết nào được công nhận bởi bất kỳ phương thức chia tách nào, hoặc là bất kỳ một cấp độ liên kết nào giữa những cá nhân, trên một chiều kích này hoặc chiều kích khác. Cách hiểu này cho phép hội nhập được nghiên cứu dưới góc nhìn của các nhà kinh tế, xã hội, chính trị, etc và với nhiều cấp bậc khác nhau.

Từ những năm 1930, hội nhập kinh tế là thuật ngữ phản ánh sự kết hợp của các doanh nghiệp thông qua hợp đồng kinh tế, nhóm lợi ích (cartel), công ty khác, niềm tin và sáp nhập. Các doanh nghiệp có thể lựa chọn hội nhập theo chiều ngang khi kết hợp với các đối thủ cạnh tranh hoặc hội nhập theo chiều dọc khi kết hợp với nhà cung ứng và khách hàng. Hội nhập kinh tế quốc tế là sự kết hợp của một vài nền kinh tế quốc gia để trở thành một khu vực kinh tế lớn hơn khi các quốc gia đó loại bỏ những "biên giới" kinh tế - những thứ có thể làm hạn chế hoặc ảnh hưởng tới sự di chuyển của hàng hóa, dịch vụ và các yếu tố của sản xuất – sang một quốc gia khác trong khu vực. Ngày nay, hội nhập kinh tế quốc tế có thể được hiểu là việc thống nhất của các chính sách kinh tế giữa những khu vực hoặc quốc gia khác nhau thông qua việc loại bỏ một phần hoặc toàn bộ những chính sách thuế quan và phi thuế quan đã được áp dụng trước khi tiến hành hội nhập. Điều này sẽ tạo cơ hội để giá thấp hơn cho nhà phân phối và người tiêu dùng với mục tiêu tăng hiệu suất kinh tế của khu vực đó. Không chỉ dừng lại trong phạm vi trong một quốc gia hay một khu vực, việc tăng hiệu suất kinh tế dẫn tới việc gia tăng thương mại giữa các khu vực, quốc gia trên thế giới và là một trong những lý do của việc phát triển hội nhập ở quy mô toàn cầu hay chính là toàn cầu hóa nền kinh tế.

Khung học thuyết hội nhập kinh tế lần đầu tiên được đề cập đến bởi Jacob Viner (1950)⁸ khi thuật ngữ hình thành thương mại (trade creation) và chuyển hướng thương mại (trade diversion) được giới thiệu để giải thích sự thay đổi của dòng vận động hàng hóa trong nội bộ khu vực khi có sự thay đổi về rào cản thuế quan do sự hình thành của liên minh kinh tế. Mặc dù đóng góp của ông đã được công nhận là một trong những nền tảng căn bản của lý thuyết hội nhập và thương mại quốc tế nhưng vẫn không tránh khỏi sự phi thực tế khi lý thuyết này không đo lường hết tác động của việc tự do hóa thuế quan và không áp dụng được với rào cản phi thuế quan. Balassa (1961)⁹ tin rằng rào cản thương mại giữa các quốc gia bị loại bỏ thì hội nhập kinh tế sẽ tăng lên, và với thị trường chung, với sự di chuyển tự do của các yếu tố kinh tế qua biên giới các quốc gia thì cầu để hội nhập sâu rộng hơn sẽ tự nhiên đạt được, không chỉ đối với khía cạnh kinh tế (thông qua liên minh tiền tệ) mà còn đối với khía cạnh chính trị, và cộng đồng kinh tế sẽ phát triển thành liên minh chính trị theo thời gian. Đóng góp mang tính chất nền tảng của Balassa đã mang đến một góc nhìn rộng hơn so với lý thuyết thương mại quốc tế khi khám phá ra ảnh hưởng của sự hợp nhất thị trường các quốc gia về tăng trưởng và xác định sự

⁸ Viner, J. (1950). The Customs Union Issue. Carnegie Endowment for International Peace.

⁹ Balassa, B. (1961). The theory of economic Integration. Greenwood Press.

cần thiết của việc liên kết trong chính sách kinh tế giữa các quốc gia trong liên minh. Tuy nhiên, cần xem xét quan điểm của Balassa trong lý thuyết phân tích vị trí vì việc hội nhập của quốc gia láng giềng sẽ tác động tới việc loại bỏ những rào cản làm cản trở hoạt động kinh tế thông qua biên giới quốc gia và vì việc bảo đảm hoạt động tái thiết lập vị trí của sản xuất cũng như xu hướng lập nhóm không thể được xem xét đầy đủ nếu thiếu công cụ phân tích này. Bước phát triển tiếp theo của học thuyết hội nhập kinh tế chính là cách tiếp cận liên ngành đối với các nghiên cứu thống kê trước đó để cho thấy những tác động dẫn tới hội nhập, cũng như là việc cho phép thể hiện kết quả nghiên cứu phi tuyến tính để được ứng dụng trong phân tích động lực của hội nhập kinh tế, đã được giới thiệu bởi Damoliv (2011)¹⁰ thông qua các yếu tố của lý thuyết Pareto (lao động, vốn) và giá trị gia tăng.

Hội nhập kinh tế quốc tế không phải là một quá trình đơn. Dòng dịch chuyển về thương mại giữa biên giới của các quốc gia và vùng lãnh thổ dẫn đến thể hiện rõ nét hơn của các dòng dịch chuyển khác như tri thức, văn hóa và con người. Lúc này, dòng vận động của sản phẩm (hàng hóa, dịch vụ), vốn, con người và tri thức trở thành bốn dòng chảy tạo nên bức tranh toàn cảnh với bốn chiều kích của toàn cầu hóa, mà trong đó, kinh tế là cốt lõi. Như vậy, khi nói đến hội nhập kinh tế quốc tế, bên cạnh góc độ thương mại, cần xem xét trong mối quan hệ tổng hòa của văn hóa – xã hội, con người – lao động, chính trị, đầu tư, môi trường khí hậu, đặc điểm vùng đất.

Từ đây, báo cáo tiếp cận Hội nhập kinh tế quốc tế của một quốc gia là một quá trình liên tục mà kết quả biểu thị là sự tăng trưởng thương mại bền vững, sức hấp dẫn đối với các nhà đầu tư trong và ngoài nước, điểm đến du lịch đối với du khách nội địa và quốc tế, là mảnh đất có được sự kỳ vọng và mong muốn đến sinh sống, học tập và làm việc của cư dân từ các quốc gia, lãnh thổ khác. Để đạt được những kết quả này, một quốc gia không chỉ dừng lại ở việc tích cực tham gia hợp tác quốc tế bằng các hiệp định hay tham gia vào tổ chức quốc tế, tổ chức khu vực mà còn hàm ý trong đó là thúc đẩy quá trình phát triển nội sinh của chính những tế bào cấu thành (các địa phương) dựa trên những định hướng và thừa nhận chung.

Các dạng thức của hội nhập

Báo cáo xem xét dạng thức của hội nhập theo chiều sâu và chiều rộng của một quốc gia với thế giới bên ngoài mà nền tảng là hội nhập kinh tế.

Xem xét hội nhập kinh tế quốc tế theo chiều sâu, các cấp bậc hội nhập kinh tế của một quốc gia có thể được thể hiện như sau. *Khu vực ưu đãi kinh doanh (PTA)*: Được hình thành khi thuế quan được giảm cho các hàng hóa xuất xứ từ nước thành viên. Đây là bước khởi đầu của quá trình hội nhập và có thể được hình thành thông qua hiệp ước thương mại giữa các quốc gia. Ví dụ như SAPTA (1999), ASEAN – Trung Quốc (2005), Lào – Thái Lan (1991). *Khu vực thương mại tự do (FTA)*: Là giai đoạn tiếp theo của PTA, được hình thành khi có ít nhất hai thành viên gỡ bỏ một phần hoặc toàn bộ thuế quan, hạn ngạch nhập khẩu đối với hầu hết hàng hóa, dịch vụ qua biên giới của họ và những hàng hóa, dịch vụ này cần phải có chứng nhận nguồn gốc từ quốc gia thành viên trong khu vực đó. *Liên minh thuế quan (CU)*: Là giai đoạn tiếp theo của FTA, được hình thành khi một nhóm các quốc gia chấm dứt mọi ngăn cấm về thương mại chung và chấp nhận một hệ thống thuế quan và hạn ngạch chung khi giao dịch với một bên thứ ba. *Thị trường chung (CM)*: Được nâng cấp từ liên minh thuế quan khi các quốc gia chấp nhận sự dịch chuyển không ngăn cấm của dịch vụ, vốn và lao động trong nhóm các quốc gia đó. *Liên minh kinh tế, tiền tệ (EU)*: Được phát triển từ CM khi các quốc gia thay thế đồng tiền riêng của mình bằng đồng tiền chung, chấp nhận sự tồn tại của một ngân hàng trung tâm và một chính sách tiền tệ thống nhất. *Liên minh tài khóa (FU)*: Là giai đoạn tiếp theo sau EU,

¹⁰ Dalimov, R. (2011). Dynamics of international economic integration: non-linear analysis. Lambert Academic Publishing.

được hình thành khi các quốc gia cùng thống nhất về quy định thu, chi các khoản thuế và cùng chia sẻ bằng sự tham gia của các quốc gia khác. *Liên minh chính trị (PU)*: Là bước tiến tiếp theo của Liên minh tài khóa khi thực hiện sự thống nhất về chính sách kinh tế, cắt giảm phần còn lại của rào cản thương mại và chấp nhận trở thành một phần của siêu quốc gia.

Xem xét hội nhập kinh tế quốc tế theo chiều rộng, các cấp bậc hội nhập kinh tế của một quốc gia có thể ở các mức vị trí như sau. *Hội nhập kinh tế quốc tế cấp khu vực (regional economic integration)*: Là một quá trình mà theo đó các hình thức khác nhau của sự phân biệt dần dần được loại bỏ, ngụ ý rằng giá của cùng một hàng hóa sẽ ngang bằng nhau trong một khu vực kinh tế hội nhập dù có tính đến tất cả các đặc điểm kinh tế bao gồm cả không gian và thời gian. Kết quả của quá trình này sẽ được phản ánh trong dòng dịch chuyển của các nguồn lực, các yếu tố của sản xuất và hàng hóa tiêu dùng trong khu vực¹¹. *Hội nhập kinh tế quốc tế cấp toàn cầu (international economic integration)*: Là việc tăng sự phụ thuộc lẫn nhau của các nền kinh tế của các quốc gia thông qua việc tăng mạnh sự dịch chuyển của hàng hóa, dịch vụ công nghệ và vốn; là quá trình gia tăng hội nhập kinh tế giữa các quốc gia để tạo nên một thị trường toàn cầu thống nhất hoặc một thị trường toàn cầu đơn nhất.

Năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của địa phương

Khái niệm về năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của địa phương

Để tìm hiểu và sau cùng đưa khái niệm về năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của địa phương, trước hết báo cáo sẽ làm rõ quan điểm tiếp cận về địa phương và vùng, mà trong đó địa phương (province) được coi như một phần của vùng (region), vùng là một phần của quốc gia (nation).

Khái niệm về "vùng" tùy theo từng lĩnh vực mà có những cách hiểu khác nhau, dẫn đến việc xem xét và nghiên cứu là khác nhau. Địa lý học coi "vùng" là một đơn nguyên địa lý của bề mặt trái đất; Kinh tế học coi "vùng" là một đơn nguyên kinh tế hoàn chỉnh trên phương diện kinh tế; Chính trị học coi "vùng" là một đơn nguyên hành chính thực hiện quản lý hành chính; Xã hội học coi "vùng" là khu tự cư có đặc trưng xã hội tương đồng của một nhóm người nào đó (ngôn ngữ, tôn giáo, văn hóa, dân tộc); etc. Có thể thấy, dù "vùng" được hiểu dưới góc độ nào thì vẫn có điểm chung, đó là vùng có ranh giới nhất định, có không gian riêng mà mỗi hoạt động trong vùng đều có sự tương tác với nhau¹². Vùng là một hệ thống bao gồm các mối liên hệ tương tác các bộ phận cấu thành với các dạng liên hệ địa lý, liên hệ kỹ thuật, liên hệ kinh tế, liên hệ xã hội trong hệ thống cũng như ngoài hệ thống. Vùng có quy mô khác nhau, là sự tồn tại khách quan và mang yếu tố lịch sử, có thể thay đổi theo các giai đoạn phát triển của quốc gia. Tùy theo mục tiêu khác nhau mà có sự phân vùng khác nhau như vùng hành chính, vùng kinh tế - xã hội, vùng kinh tế ngành. Ở Châu Âu, "vùng" được hình dung là không gian kinh tế, thông thường là một bang hoặc thậm chí là một quốc gia (chủ yếu là các quốc gia mới gia nhập Liên minh). Đối với ASEAN, khu vực (intra-region) là thuật ngữ để chỉ mối quan hệ giữa các quốc gia của cùng một vùng hoặc khu vực kinh tế (economic zone). Ở Việt Nam, "vùng" theo góc độ địa lý được chia thành 6 vùng, theo góc độ kinh tế trọng điểm được chia thành 3 vùng, và đơn vị cơ sở cấu thành nên "vùng" là địa phương (tỉnh). Vì vậy, trong phạm vi báo cáo này, "vùng" được hiểu là một hệ thống bao gồm các mối liên hệ tương tác của các địa phương có đặc điểm tương đồng về địa lý, về xã hội, về kinh tế, về kỹ thuật trong cùng hệ thống hoặc ngoài hệ thống.

¹¹ Is the ASEAN-Korea Free Trade Area (AKFTA) an Optimal Free Trade Area? (2008). Working paper series on regional economic integration No.21, Asian Development Bank.

¹² Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung Ương (2011). Liên kết giữa các địa phương trong phát triển vùng tại Cộng hòa Liên bang Đức. Hà Nội.

Địa phương là một đơn vị lãnh thổ, được chia theo quản lý hành chính và trực thuộc một bang hoặc một quốc gia. Địa phương (tỉnh) có thể là một đơn vị riêng biệt của Chính phủ như ở Philippines, Hà Lan, Bỉ, Tây Ban Nha, Italia; có thể là một khu vực tự trị rộng lớn ở Canada, Congo, và Argentina; có thể là một đơn vị hành chính trực thuộc Chính phủ như Pháp, Trung Quốc, và Việt Nam. Theo quy định của nước CHXHCN Việt Nam, tỉnh là đơn vị hành chính cấp cơ sở trực thuộc Trung Ương, theo đó, một số tỉnh đặc biệt như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hải Phòng, Cần Thơ được gọi là thành phố trực thuộc Trung Ương. Mỗi tỉnh, thành phố đều có những chính sách riêng để phát triển kinh tế - xã hội phù hợp với định hướng chiến lược của quốc gia.

Trên góc độ tiếp cận về hội nhập kinh tế của quốc gia và tiếp cận về vùng, Báo cáo tiếp cận *Hội nhập kinh tế quốc tế của địa phương là sự thống nhất về hoạch định và thực thi các chính sách tại địa phương trong mối tương quan vùng và quốc gia, nhằm mục đích xóa bỏ các rào cản thương mại, mang lại môi trường kinh doanh cạnh tranh để từ đó tạo động lực thúc đẩy sự phát triển của thương mại trên cơ sở tận dụng nguồn lực địa phương và lợi thế vị trí địa lý đặc thù.*

Vậy tại sao địa phương này được lựa chọn là đích đến của doanh nghiệp và người dân hơn địa phương khác? Câu trả lời đã được Alber Weber (1929)¹³, và tiếp theo là Krugman (1991)¹⁴ trả lời bằng học thuyết "kinh tế địa lý". Kinh tế địa lý là một nhánh của nhân học địa lý, tập trung vào hệ thống vùng của hoạt động kinh tế của con người mà theo đó, những yếu tố sẽ được nghiên cứu và phân tích không gian như dòng nguyên liệu, dòng hàng hóa, dòng dân số, dòng thông tin đến từ các bộ phận khác nhau của hệ thống hoạt động kinh tế. Sự phát triển của kinh tế địa lý đã kéo theo sự xuất hiện của một số phương pháp nghiên cứu khác nhau như Kinh tế địa lý lý thuyết (tập trung vào việc xây dựng lý thuyết về tổ chức không gian và phân phối của hoạt động kinh tế), Kinh tế địa lý khu vực (tập trung vào việc xác định các điều kiện kinh tế của một khu vực cụ thể để từ đó có thể giải thích hiện tượng khu vực hóa kinh tế và sự phát triển của kinh tế địa phương), Kinh tế địa lý lịch sử (nghiên cứu lịch sử và sự phát triển của cấu trúc kinh tế không gian bằng việc sử dụng dữ liệu lịch sử để xác định trung tâm dân cư, sự chuyển dịch kinh tế, các phần chuyên môn hóa theo khu vực và nội địa hóa theo thời gian, và những yếu tố để giải thích sự thay đổi đó), Kinh tế địa lý chiến lược (tiếp cận từ góc nhìn của vị trí địa lý quan trọng và triết lý của nó), Kinh tế địa lý hành vi (nghiên cứu về các quá trình nhận thức là cơ sở của nguyên nhân không gian, quyết định địa điểm và hành vi của tổ chức, cá nhân). Do đó, việc xem xét hội nhập kinh tế của địa phương cần gắn với học thuyết về vị trí – một nội dung được phát triển của kinh tế địa lý, khoa học vùng và kinh tế không gian. Học thuyết vị trí sẽ trả lời câu hỏi nơi nào và tại sao cho các hoạt động kinh tế với giả thiết rằng quyết định của mỗi chủ thể là do sự quan tâm của chính họ, do đó, doanh nghiệp sẽ chọn nơi tối đa hóa lợi nhuận và các cá nhân sẽ chọn nơi tối ưu hóa khả năng. Thực tế, bên cạnh mối quan tâm của mình, mỗi chủ thể có những lý do khác để cân nhắc khi chọn mở một xưởng sản xuất, chọn làm việc và sinh sống. Đối với doanh nghiệp, đó là Nguyên liệu đầu vào, Thị trường hiện tại và Thị trường tiềm năng, Giao thông vận tải, Nhân công, Lợi thế kinh tế theo quy mô, Vốn, Cơ sở hạ tầng và phong tục, Đất đai, Môi trường, Chính quyền và Tính kinh tế động – tĩnh (immobile and mobile external economies) (Hayter, 1997)¹⁵. Đối với cá nhân, việc di cư từ nơi này đến nơi khác xuất phát từ rất nhiều lý do như môi trường tự nhiên, khí hậu, kinh

¹³ Friedrich, A. W. (1929). Alfred Weber's theory of location of industries. Chicago, Illinois: The University of Chicago Press.

¹⁴ Ron, M., & Peter, S. (1996). Paul Krugman's Geographical Economics and Its implications for regional development theory: A critical assessment. *Economic Geography*, pg. 259-292.

¹⁵ Hayter, R. (1997). The Dynamics of Industrial Location: The Factory, the Firm and the Production System. In R. Hayter, *The Dynamics of Industrial Location: The Factory, the Firm and the Production System* (pp. 79 - 110). Washington: John Wiley & Sons.

tế, chính trị, đoàn tụ gia đình hoặc có thể là muốn có một cuộc sống có chất lượng cao hơn tại nơi đến với các cơ hội mới. Trong đó, nguyên do về kinh tế và chính trị có tỷ lệ người chọn nhiều nhất khi quyết định di chuyển khỏi vùng đất đang sinh sống và Hoa Kỳ, Anh là hai quốc gia có số lượng người mong muốn đến nhiều nhất (Gallup, 2012)¹⁶. Vậy tại sao hai quốc gia này có thể thu hút hàng triệu người dân trên toàn thế giới muốn nhập cư? Hoặc như Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, là những địa phương thu hút lượng người nhập cư lớn nhất của cả nước?¹⁷ Câu trả lời chỉ có thể là do lực hút từ mỗi địa phương mà cốt lõi của lực hút này chính là từ năng lực sử dụng nguồn lực của địa phương.

Vậy tại sao địa phương này lại có thể sử dụng và khai thác các nguồn lực của mình tốt hơn các địa phương khác trong giả thiết các điều kiện tương đương? Đó chính bởi quá trình phát triển nội sinh của địa phương là khác nhau. Phát triển nội sinh là những thay đổi của địa phương bắt nguồn từ trong chính cộng đồng, huy động và khai thác các nguồn lực của địa phương để giữ lại các nguồn lợi ở tại địa phương. Phát triển nội sinh là một tập hợp các năng lực có tính tập thể để thực hiện các sáng kiến địa phương – thứ được xác định, dẫn đầu và kiểm soát bởi người dân địa phương và cộng đồng – để mang lại cuộc sống hạnh phúc hơn, những sáng kiến này đến từ nguồn lực bên trong địa phương và bên ngoài địa phương. Phát triển nội sinh không chỉ dựa vào sự phát triển của người dân địa phương mà còn đưa vào đó sự phát triển của vật chất, xã hội, văn hóa và tinh thần của các nhóm người khác¹⁸. Vậy rõ ràng rằng để địa phương có thể tận dụng nguồn lực thì các chủ thể trong địa phương đó phải có năng lực để thực hiện sáng kiến của địa phương. Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, chủ thể đó không ai khác ngoài các cấp chính quyền địa phương, người dân địa phương, người lao động tại địa phương, doanh nghiệp kinh doanh tại địa phương.

Từ đây, năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của địa phương có thể được hiểu là khái niệm được tiếp cận để tìm hiểu khả năng khai thác và thu hút các nguồn lực của chính quyền, người dân và các tổ chức trong địa phương trên cơ sở lợi thế kinh tế địa lý để thu hút dòng dịch chuyển thương mại, đầu tư, văn hóa, con người, tri thức, biến địa phương trở thành đơn vị trung chuyển hoặc đích đến nhằm lưu giữ lợi ích cho địa phương. Hay đó là Cách thức sắp xếp các nguồn lực hiện tại để thu hút các nguồn lực từ bên ngoài hoặc phát triển các nguồn lực từ bên trong ra bên ngoài theo hướng phù hợp với mục tiêu và kỳ vọng tương lai.

Kinh nghiệm về việc đánh giá năng lực hội nhập kinh tế quốc tế

Một số tổ chức thể hiện sự quan tâm đến việc đánh giá mức độ hội nhập kinh tế quốc tế như Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) thông qua việc đầu tư cho các báo cáo về mức độ hội nhập mang tên “Tuyển tập các bài viết của ADB về hội nhập kinh tế khu vực” (ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration). Trong đó, tâm điểm của những bài nghiên cứu về hội nhập kinh tế quốc tế là khu vực Đông Nam Á với phạm vi nghiên cứu nội bộ và hợp tác quốc tế theo các thỏa thuận thương mại như ASEAN – Trung Quốc, ASEAN + 3, ASEAN – Nga. Nội dung các bài viết đi sâu vào phân tích khối lượng giao dịch thương mại, đầu tư trực tiếp để đánh giá tiến trình hội nhập của các quốc gia thành viên bên cạnh việc phân tích hiệu quả chính sách thu hút vốn đầu tư, chính sách thúc đẩy kinh doanh. Ví dụ “Hội nhập kinh tế ASEAN: Đặc điểm, Ứng dụng, Hạn chế và Tương lai” (ASEAN Economic

¹⁶ Clifton, J. (2012, 4). 150 Million Adults Worldwide Would Migrate to the U.S. Retrieved Jan 4, 2013, from www.gallup.com: <http://www.gallup.com/poll/153992/150-Million-Adults-Worldwide-Migrate.aspx>

¹⁷ Viện Nghiên cứu phát triển xã hội. Chủ biên: Lê Bạch Dương & Nguyễn Thanh Liêm (2011). Từ nông thôn ra thành phố: Tác động kinh tế - xã hội của di cư ở Việt Nam. Hà Nội: NXB Lao động.

¹⁸ P, G. (2010). Strengthening Endogenous Development in Africa: A methodological guide. Retrieved Jan 4, 2013, from www.groundswellinternational.org: <http://www.groundswellinternational.org/wp-content/uploads/Strengthening-Endogenous-Development-in-Africa-1-July-2010.pdf>

Integration: Features, Fulfillments, Failures and the Future)¹⁹ đề cập đến lịch sử phát triển và hình thành của ASEAN, đưa ra những số liệu thống kê về tình trạng kinh tế của mỗi quốc gia thành viên và đối tượng nghiên cứu là các chương trình hội nhập kinh tế của các quốc gia đó, đồng thời cũng đã đề cập đến các yếu tố cấu thành mức độ hội nhập của ASEAN theo khung cấp bậc hội nhập: Từ Tự do thương mại hàng hóa, Tự do thương mại dịch vụ, Khả năng huy động vốn (thông qua biến số FDI), Huy động nhân lực, Sự hội tụ của luật cạnh tranh, Liên minh tiền tệ, Chính sách tài khóa không thống nhất.

Hình 2 Mô hình tham khảo của ADB

Indicator	ASEAN	EU	NAFTA	CER	Mercosur
Free trade in goods	part	yes	yes	yes	part
Free trade in services	part	yes	part	yes	part
Capital mobility (FDI)	part	yes	part	yes	part
Labor mobility	no	yes	no	yes	no
Competition law converging	no	yes	no	yes	no
Monetary union	no	yes	no	no	no
Unified fiscal policy	no	part	no	no	no

“Châu Á thực sự đang hội nhập?” (Is Trade in Asia really integrating?)²⁰ đã giới thiệu chỉ số phụ thuộc thương mại trong khu vực trong việc xem xét sự hội nhập của các nước ASEAN và các nước ngoài khối thông qua các hiệu định thương mại tự do đã được ký kết. Chỉ số này sẽ được giới thiệu chi tiết ở mục 3 của chương này. “Tổng quan về sự phát triển Châu Á” (Asian Development review)²¹ đề cập hai khía cạnh là khả năng kiểm soát vốn như một công cụ của các nhà hoạch định chính sách và kinh nghiệm một số quốc gia trong việc kiểm soát vốn hợp pháp từ việc hợp tác kinh tế. Đặc biệt, báo cáo sử dụng chỉ số “tăng trưởng với khả năng phục hồi” để đo mức độ một quốc gia có thể hấp thụ hoặc chống lại cú sốc bên ngoài trong khi vẫn đảm bảo sự tăng trưởng.

Tiếp tục chủ đề về Châu Á, một số báo cáo đánh giá về mức độ hội nhập kinh tế quốc tế của các quốc gia như “Hội nhập kinh tế Đông Á” (East Asia Economic Integration)²². Báo cáo giải quyết hai vấn đề: 1. Bản chất hội nhập của Đông Á là hội nhập mang tính khu vực hay là hội nhập toàn cầu với Trung Quốc là tâm điểm; 2. Hội nhập khu vực ảnh hưởng tới nhà xuất khẩu, nhà nhập khẩu, nhà đầu tư trong khu vực ở các lĩnh vực: xây dựng, giáo dục, thông tin & truyền thông, dịch vụ tài chính, dịch vụ tư vấn luật, sản xuất (ETMs và STMs), dịch vụ khai khoáng và công nghệ (METs) như thế nào?

Bên cạnh đó, một số báo cáo lựa chọn chủ thể nghiên cứu là các thành phố. Ví dụ, trong loạt báo cáo về hội nhập kinh tế của tổ chức CEOs for Cities đã xem xét mức độ hội nhập kinh tế của các thành phố ở Hoa Kỳ dưới góc nhìn của một thành phố “có tính kết nối” – là một trong bốn khía cạnh của “bộ mặt thành phố” (city performance) thông qua đối ứng của chỉ số đồng dạng (dissimilarity index) với giả thiết rằng hội nhập cao nhất về kinh tế là khi mọi nhóm người ở các khu vực lân cận nhau có cùng

¹⁹ Hal, H., & Jayant, M. (2010). ASEAN Economic Integration: Features, Fulfillments, Failures and the Future. ADB Working paper series on regional economic integration .

²⁰ Hamanaka, S. (2012). Is Trade in Asia really integrating? ADB working paper series on regional economic integration .

²¹ ADB (2012). Asian Development Review. ADB.

²² Panagiotopoulos, M. (2012). East Asia Economic Integration. Australian Trade Commission.

chung mức thu nhập²³. Tương tự, quá trình hội nhập kinh tế của 40 thành phố ở Châu Âu được “Các thành phố của Châu Âu trong quá trình hội nhập kinh tế: cấu trúc hội tụ” (European cities in the process of economic integration: towards structural convergence)²⁴ dựa trên lý thuyết về hội tụ cấu trúc để đưa ra những lý giải mới về hội tụ thu nhập ở tầm quốc gia và khu vực đồng thời bàn luận về những yếu tố dài hạn góp phần tạo nên sự chuyên biệt đối với từng vùng.

Có thể thấy, bên cạnh những nghiên cứu tập trung đánh giá về tiến trình hội nhập, một số khác đi theo hướng đề xuất chỉ số nhằm xếp hạng và mô tả bức tranh toàn cảnh về năng lực và mức độ hội nhập trên các góc độ nghiên cứu khác nhau như Chỉ số hội nhập thương mại Bắc Mỹ, Chỉ số hội nhập kinh tế tổng hợp của khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, Chỉ số phụ thuộc thương mại trong khu vực, Chỉ số hội nhập kinh tế, Chỉ số phát triển kinh tế bền vững, Chỉ số tự do kinh tế.

Một số phương pháp đánh giá năng lực hội nhập kinh tế quốc tế

Chỉ số hội nhập kinh tế tổng hợp của khu vực Châu Á - Thái Bình Dương

Chỉ số hội nhập kinh tế tổng hợp của khu vực Châu Á - Thái Bình Dương là thành quả của hai tác giả Chen Bo và Yuen Pau Woo khi dữ liệu của 17 nền kinh tế đại diện cho khu vực được thu thập và trọng số được tính toán dựa trên phương pháp phân tích nhân tố chung và phân tích nhân tố điển hình²⁵. Chỉ số này kế thừa từ chỉ số phát triển con người của UNDP²⁶ và bộ chỉ số LIS (Lisbon Strategy Indicators)²⁷ của Liên minh Châu Âu. Chi tiết các biến của chỉ số này được thể hiện ở bảng dưới như sau:

Bảng 2 Các biến đánh giá của Chỉ số hội nhập kinh tế tổng hợp Khu vực Châu Á - Thái Bình Dương

STT	Biến chính	Biến phụ
1	Sự hội tụ của kinh tế	GDP tính theo đầu người
		Phần đóng góp của nông nghiệp
		Dân cư thành thị
		Tổng dân số
		Mong ước cuộc sống
		Tỉ lệ phí tổn giáo dục
2	Đóng góp của thương mại	GDP danh nghĩa
		Xuất khẩu
		Nhập khẩu
3	Đóng góp của đầu tư trực tiếp	Sự hình thành tổng vốn
		Dòng FDI
4	Đóng góp của du lịch quốc tế	Tổng khách du lịch quốc tế trong nội bộ quốc gia

²³ CEOs for Cities (2006). Ceo for Cities. Retrieved Jan 4, 2013, from <http://www.ceosforcities.org/city-vitals/research/economic-integration/>

²⁴ Christian, L., & Antonio, M. (2007). European cities in the process of economic integration: towards structural convergence. *The Annals of Regional Science*, Vol 41, Issue 2, pg 333 - 351.

²⁵ Chen, B., & Yuen Pau, W. (2009). A Composite Index of Economic Integration in the Asia-Pacific. Retrieved 2010, from <http://www.pecc.org/state-of-the-region-report-2009/366-chapter-3-a-composite-index-of-economic-integration-in-the-asia-pacific>.

²⁶ <http://hdr.undp.org/en/statistics/hdi/>

²⁷ http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/structural_indicators/introduction/

Chỉ số phụ thuộc thương mại trong khu vực (Trade Interdependence Index)

Chỉ số phụ thuộc thương mại trong khu vực được giới thiệu bởi Plummer, Cheong, và Hamanaka (2010)²⁸, trong đó, gồm ba chỉ số thành phần là: ITS (Intraregional Trade Share), ITII (Intraregional Trade Intensity) và RTI (Regional Trade Introversion Index)²⁹. Hàm ý của chỉ số này đó là đánh giá lợi ích của Hiệp định thương mại tự do đối với các quốc gia dưới góc nhìn thương mại (xuất khẩu và nhập khẩu).

Bảng 3 Các biến số của chỉ số phụ thuộc thương mại

$\text{Intraregional Trade Share}_i = \frac{T_{ii}}{T_i}$	Thể hiện sự quan trọng của thương mại khu vực với các thông số có sự thay đổi dương theo thời gian.
$\text{Intraregional Trade Intensity}_i = \frac{T_{ii}/T_i}{T^i/T_w}$	Thể hiện sự tăng trưởng của xuất khẩu khu vực so với mức xuất khẩu trung bình của thế giới.
$\text{Regional Trade Introversion Index}_i = \frac{HI_i - HE_i}{HI_i + HE_i}$ $HI_i = \frac{T_{ii}/T_i}{T_{oi}/T_o} \quad HE_i = \frac{1 - (T_{ii}/T_i)}{1 - (T_{oi}/T_o)}$	Đánh giá tương quan giữa thương mại trong khu vực và thương mại giữa khu vực với bên ngoài.
Ti: Tổng nhập khẩu và xuất khẩu trong nội bộ khu vực i Tii: Tổng nhập khẩu và xuất khẩu của khu vực i với thế giới Tw: Tổng nhập khẩu và xuất khẩu của thế giới Toi: Tổng nhập khẩu và xuất khẩu của khu vực với bên ngoài To: Tổng nhập khẩu và xuất khẩu của bên ngoài	

Chỉ số hội nhập kinh tế

Chỉ số hội nhập kinh tế (Wantanabe, 2004)³⁰ được xây dựng dựa trên đánh giá những tác động của quá trình hội nhập tới sự phát triển của con người thông qua ba yếu tố: mong ước cuộc sống, tỷ lệ người biết đọc biết viết, tỷ lệ người được đến trường học. Trong công thức tính được giới thiệu, trọng số được coi bằng không giữa các yếu tố: tổng thương mại hàng hóa và dịch vụ, thu nhập thanh toán, các khoản chuyển nhượng, đầu tư trực tiếp, danh mục đầu tư³¹. Công thức được thể hiện như sau:

²⁸ Michael G., P., David, C., & Shintaro, H. (2010). Methodology for impact assessment of free trade agreements. ADB.

²⁹ Lelio, L., & Franchesca, T. (2008). Mesuring trade regionalisation: The case of Asia. Italy: Univeristy of L'Aquila.

³⁰ Kanji, W. (2004, March 11). The Correlation between Economic Globalization and Human Development. Retrieved 2010, from http://www.allacademic.com/meta/p87730_index.html.

³¹ Kanji, W. (2007). Economic Integration and Human Development. ProQuest.

*Chỉ số hội nhập kinh tế (%) = (Tổng thương mại xuất nhập khẩu hàng hóa + Tổng thu nhập thanh toán + Tổng trị giá các khoản chuyển nhượng + Tổng đầu tư trực tiếp nước ngoài và trong nước + Tổng trị giá các danh mục đầu tư)/ GDP * 100*

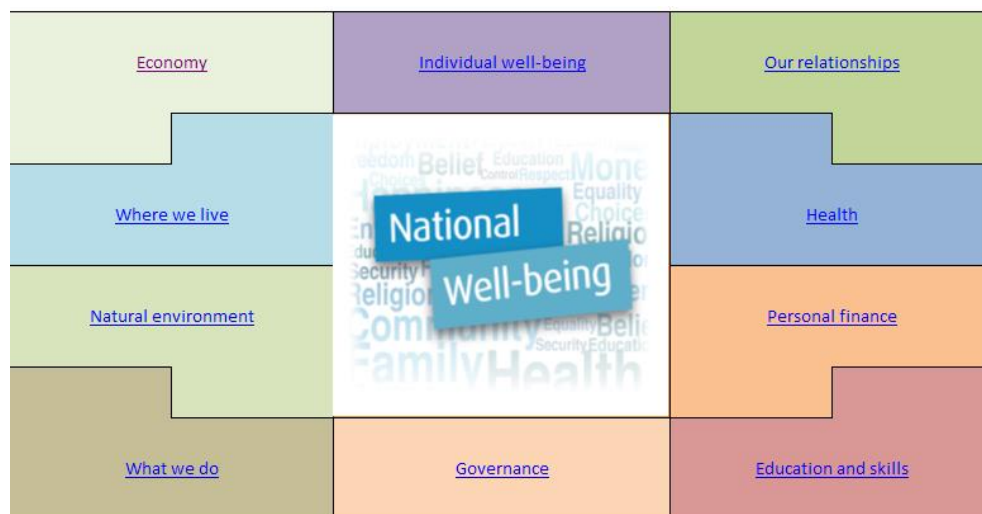
Chỉ số phát triển kinh tế bền vững

Chỉ số phát triển kinh tế bền vững (R- ISEW) (T. Jackson, N. McBride, N. Marks & S. Abdallah, 2006)³² được giới thiệu nhằm đánh giá sức mạnh kinh tế của một vùng đất, một địa phương mà theo đó, việc sử dụng GDP được thay bằng GVA. Trong đó, đơn vị tính cơ bản của ISEW là tiêu dùng cá nhân mà giá trị được gán cho các hàng hóa, dịch vụ có thể mang lại sự thịnh vượng³³. Công thức tính chỉ số như sau:

ISEW = Tiêu dùng cá nhân + Chi tiêu công + Dự trữ cá nhân + Vốn tích lũy + Các dịch vụ từ lao động địa phương + Chi phí của phá hoại môi trường + Sự hao mòn của nguồn vốn tự nhiên.

Xuất phát cùng ý tưởng là bộ thước đo mới của Tổng cục Thống kê Anh (ONS)³⁴ nhằm đưa đến một bức tranh đầy đủ hơn về xã hội thông qua sự nhìn nhận con người, kinh tế và môi trường. Trong đó, nền kinh tế của một quốc gia được đo lường thông qua Thu nhập thực tế bình quân trên đầu người, Thu nhập thực tế bình quân hộ gia đình trên đầu người, Tỷ lệ lạm phát và Nợ công (như một phần của GDP).

Hình 3 Mô hình của Tổng cục thống kê Anh



Chỉ số tự do kinh tế (Indies of Economic Freedom)

Chỉ số tự do kinh tế dựa trên phương pháp tính điểm trung bình cộng để đo lường chính sách tự do kinh doanh ở các quốc gia trên thế giới với quan điểm cơ bản "môi trường tự do kinh tế cao nhất cho người ta quyền tư hữu tuyệt đối, hoàn toàn tự do hoạt động về lao động, tiền bạc, hàng hóa và hoàn toàn không có chèn ép hay giới hạn tự do kinh tế ngoại trừ những giới hạn tối thiểu cần thiết để đảm

³² T. Jackson, N. M. (2006). Measuring Regional Progress: Developing a Regional Index of Sustainable Economic Well-being for the English Regions. London: New Economic Foundation.

³³ <http://economy.swo.org.uk/r-isew/>

³⁴ <http://www.ons.gov.uk/ons/rel/wellbeing/measuring-national-well-being/first-annual-report-on-measuring-national-well-being/art-measuring-national-well-being-annual-report.html>

bảo cho người dân được tự do”. Theo đó, mỗi yếu tố trong chỉ số được tính trên thang điểm 100, dựa trên số liệu thống kê từ các nguồn khác nhau như World Bank, IMF, The Economist. Các yếu tố đó là: Luật pháp (gồm Quyền tư hữu, Tự do không bị tham nhũng), Vai trò giới hạn của chính quyền (gồm Tự do công khố, Chi tiêu của chính phủ), Hiệu quả điều tiết (gồm Tự do buôn bán, Tự do lao động, Tự do tiền tệ), Các thị trường mở (gồm Tự do thương mại, Tự do đầu tư, Tự do tài chính).

Giới thiệu chỉ số hội nhập năm thứ 2

Lộ trình triển khai thực hiện năm 2012

Tiếp nối những kết quả đạt được của năm đầu tiên (2010), Chỉ số năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương năm thứ hai được tiến hành từ tháng 8/2012 đến tháng 3/2013 với một số công việc chính: Điều chỉnh và hoàn thiện mô hình nghiên cứu thông qua cuộc họp với Ban Chuyên gia của chương trình; Tiến hành chỉnh sửa các biểu mẫu thu thập dữ liệu dành cho các Bộ ngành, các địa phương, người dân và doanh nghiệp; Thu thập dữ liệu thông qua khảo sát điều tra; Xử lý, phân tích dữ liệu và hoàn thiện báo cáo; Công bố kết quả và nhận góp ý từ các chuyên gia.

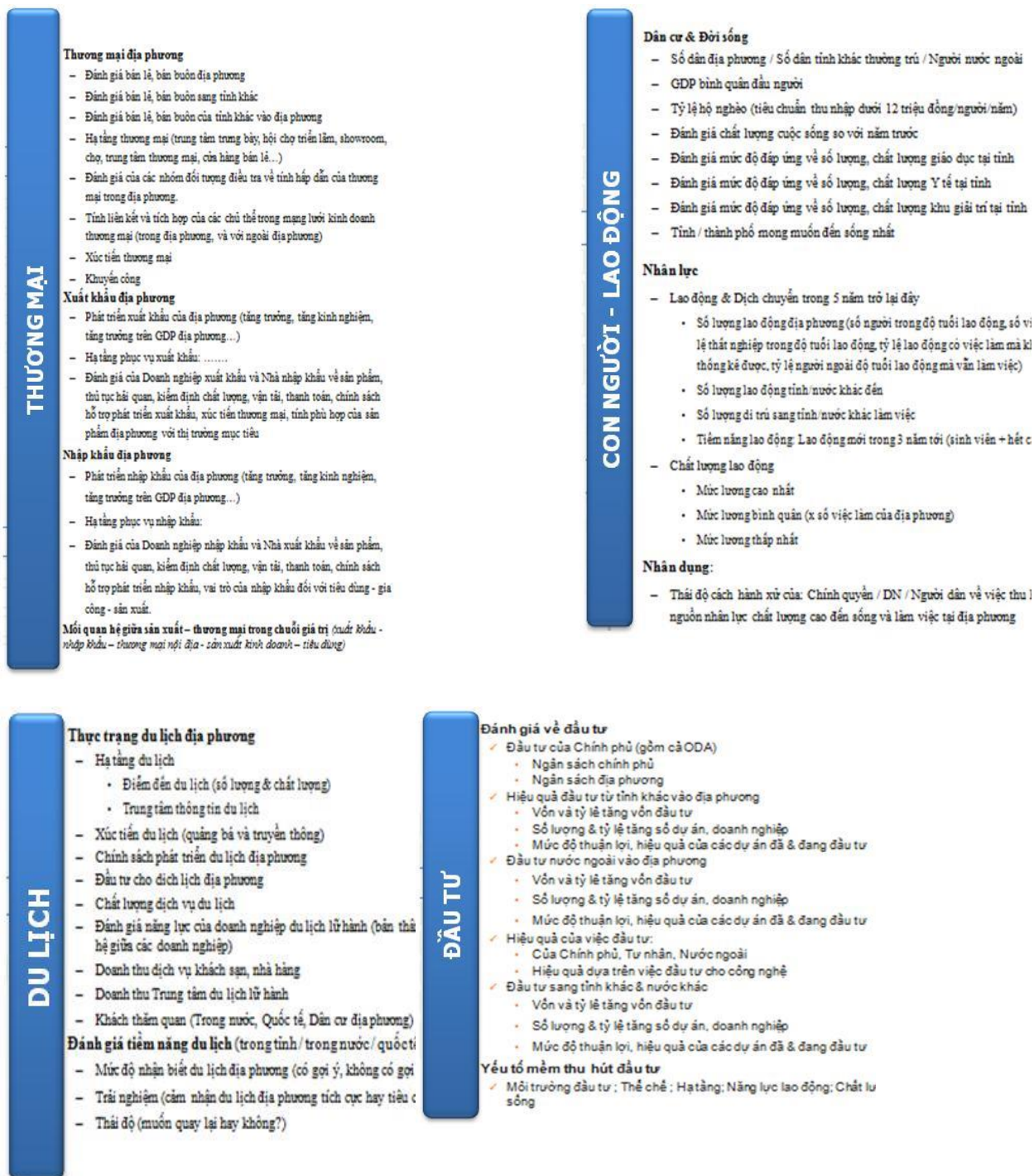
Mô hình nghiên cứu

Chỉ số năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương là kết quả của mô hình nghiên cứu đã được công bố và công nhận từ năm thứ nhất của Chương trình (2010). Theo đó, mô hình nghiên cứu của năm thứ hai vẫn tiếp tục thừa nhận những giả thiết sau:

- (1) Các quốc gia có mức độ hội nhập kinh tế như nhau
- (2) Tác động của chính sách vĩ mô là như nhau đối với từng địa phương
- (3) Bỏ qua tính liên kết vùng của các địa phương
- (4) Mỗi địa phương tồn tại các dòng vật chất mang tính “động” và “tĩnh”
- (5) Thừa nhận sự dịch chuyển mang tính chính trị là bằng không
- (6) Không địa phương nào có đủ nguồn lực vô cùng cho phát triển mà nó sẽ bị giới hạn bởi các nhóm nguồn lực và năng lực
- (7) Hiệu quả chỉ phát huy khi bản thân các nguồn lực có sự phù hợp với tầm nhìn chiến lược phát triển kinh tế xã hội, chính sách đúng đắn và sự quản lý thích hợp của địa phương

Tính có thể sai của mô hình chính là việc bác bỏ bất kỳ một giả thiết hay cấm đoán nào được sử dụng. Trên cơ sở các cấm đoán này, nhóm tác giả xây dựng hệ thống 8 trụ cột với các tiêu chí cấp 1 và cấp 2 của năm thứ nhất đã được bổ sung để phù hợp hơn với thực tiễn của các địa phương Việt Nam như sau:

Hình 4 Hệ thống tiêu chí của Chỉ số hội nhập KTQT cấp địa phương năm 2013



VĂN HOÁ

Biểu tượng địa phương

Di sản (đình đền chùa miếu, nghệ thuật dân ca, lễ hội)

- Số lượng lễ hội tổ chức trong năm
- Số lượng di tích lịch sử văn hoá trên địa bàn
- Bản sắc nghề của địa phương
- Đánh giá về mức độ hấp dẫn của các lễ hội và

Giá trị & Tiêu chuẩn văn hoá địa phương

Tính đa dạng về dân tộc, tôn giáo của địa phương

Tri thức truyền thống:

- Bài thuốc địa phương
- Món ăn địa phương

ĐẶC ĐIỂM ĐỊA PHƯƠNG

Vị thế địa lý chiến lược

Sản phẩm đặc trưng của địa phương gắn với chi

Tài nguyên thiên nhiên

- Rừng
- Biển
- Đất
- Khoáng sản
- Không gian

(số lượng, đặc điểm, tính chất, mối quan hệ với th

Thời tiết

- Đánh giá sự thuận lợi của thời tiết với hoạt đợ nghiệp, với đời sống người dân

HẠ TẦNG

Giao thông (Đường bộ, đường thủy, đường không)

- Hạ tầng giao thông
- Chất lượng giao thông
 - Đánh giá của Doanh nghiệp về chất lượng giao thông ảnh hưởng tới hoạt động của doanh nghiệp
 - Đánh giá chất lượng giao thông ảnh hưởng tới đời sống người dân
 - Đánh giá chất lượng dịch vụ giao thông công cộng

Công nghệ thông tin

- Hạ tầng thông tin liên lạc (Bưu chính, viễn thông, internet)
 - Viễn thông
 - Internet
 - Bưu chính

Đánh giá về điện, nước phục vụ sinh hoạt và sản xuất

- Sinh hoạt
 - Số
 - Chất lượng
- Sản xuất
 - Số liệu
 - Chất lượng

THỰC HIỆN

Thực hiện các trách nhiệm pháp lý

- Chính quyền
- Doanh nghiệp (thuế, hải quan, phí, môi trường, lao động)
- Người dân

Nguyên tắc lao động và làm việc được công địa phương chấp nhận

Cải cách thủ tục hành chính

Phương pháp nghiên cứu

Nguồn dữ liệu

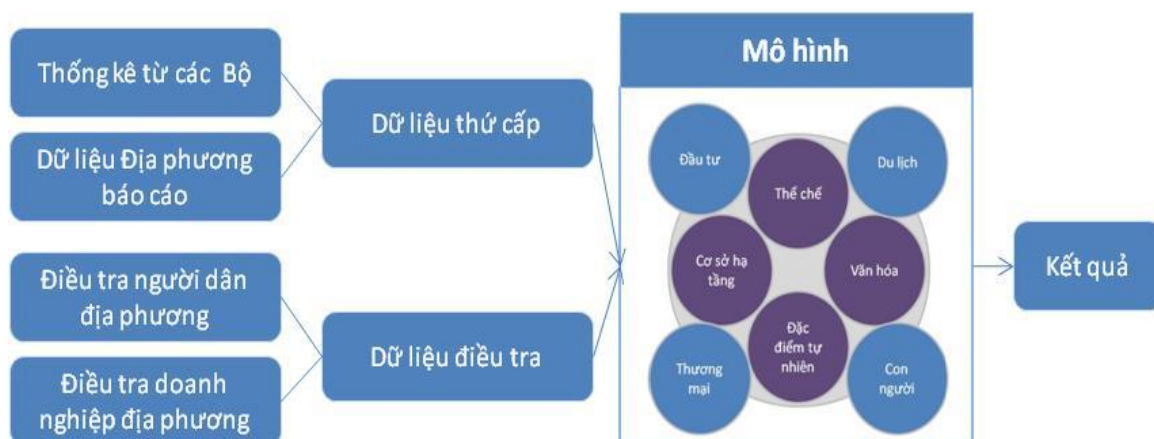
Dữ liệu được thu thập từ hai nguồn. Nguồn thứ nhất, thứ cấp, là các số liệu đã được thống kê và tổng hợp bởi các địa phương và cơ quan quản lý Nhà nước có liên quan. Các cơ quan cung cấp số liệu và phối hợp tham gia nghiên cứu gồm: Tổng cục Thống kê, Tổng cục Hải quan, Tổng cục du lịch, Cục Đầu tư nước ngoài, Cục Lao động việc làm, Cục Công nghiệp địa phương, Cục Xúc tiến Thương mại, Trung tâm Thông tin tin dụng,... Theo đó, phụ thuộc vào hoạt động thống kê mà các dữ liệu được thu thập từ nguồn thứ cấp này chỉ có đến năm 2011 vào thời điểm bắt đầu nghiên cứu (quý IV năm 2012).

Nguồn dữ liệu thứ hai, sơ cấp, được thực hiện thông qua việc điều tra các doanh nghiệp đang kinh doanh và người dân đang sinh sống tại địa phương. Đối tượng được lựa chọn ngẫu nhiên dựa trên danh mục có sẵn. Quy mô mẫu là 2300 người dân, 2300 doanh nghiệp với tỷ lệ phản hồi 2060 người dân và 2058 doanh nghiệp, đạt trung bình 89.56%. Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện khảo sát, mặc dù thực hiện nhiều phương pháp tiếp cận song sự hợp tác của người dân, doanh nghiệp ở mỗi địa phương có sự khác nhau tương đối rõ rệt. Đơn cử, một số người dân tại địa phương như Sóc Trăng, Tây Ninh, Gia Lai gặp khó khăn trong việc hiểu nội dung câu hỏi song những người dân này lại thể hiện sự hợp tác tích cực hơn so với người dân ở các khu vực trung tâm lớn. Bên cạnh đó, do có độ

chênh về thời gian thực hiện khảo sát (quý IV năm 2012) để đánh giá tình hình ở thời điểm nghiên cứu (2011) nên không tránh khỏi hạn chế về tính xác thực của người tham gia điều tra. Vấn đề này đã được nhóm nghiên cứu dự báo và đưa vào giới hạn của nghiên cứu để thừa nhận rằng khoảng lệch này có thể gây ra sai số trong một chừng mực nào đó.

Phương pháp điều tra nghiên cứu được thực hiện theo quy định và tiêu chuẩn của GALLUP và ESORMAR để đảm bảo chất lượng nghiên cứu tốt nhất.

Hình 5 Phương pháp nghiên cứu

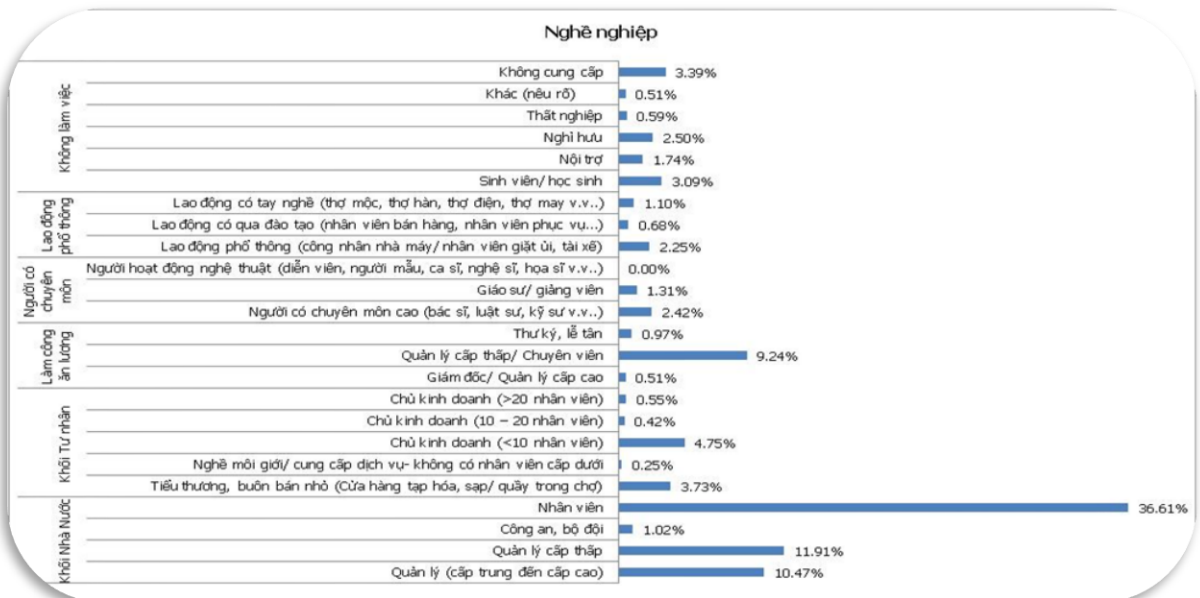
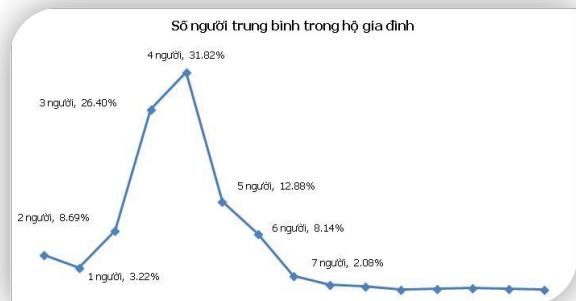
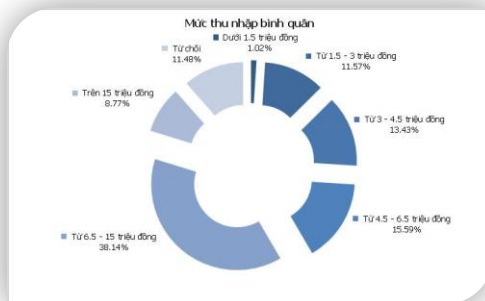
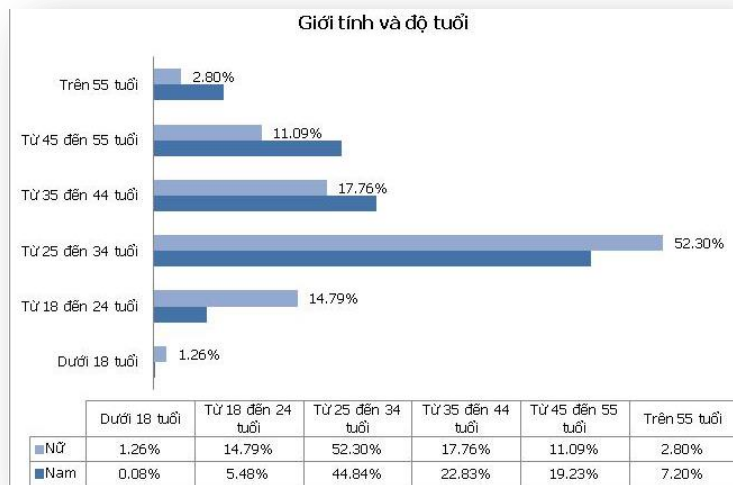


Thực tế, dữ liệu thứ cấp thu thập được không đủ để đảm bảo cho quá trình phân tích và xử lý dữ liệu. Minh họa như trụ cột Thể chế, với các tiêu chí của dữ liệu báo cáo như Số lượng công chức, Số lượng viên chức hoặc Số lượng công, viên chức có trình độ Đại học trở lên khó phản ánh được môi trường thể chế tại địa phương (sẽ được trình bày rõ hơn trong chương Thể chế của phần II). Vì vậy, dữ liệu sơ cấp với những đánh giá của người dân, doanh nghiệp về cơ quan quản lý Nhà nước tại địa phương sẽ được sử dụng để đại diện. Tương tự, trụ cột Cơ sở hạ tầng, Văn hoá và Đặc điểm địa phương cũng cần có sự bổ sung dữ liệu từ những kỳ vọng, những cảm nhận của chủ thể đang sinh sống và khai thác tại địa phương đó.

Đối tượng khảo sát

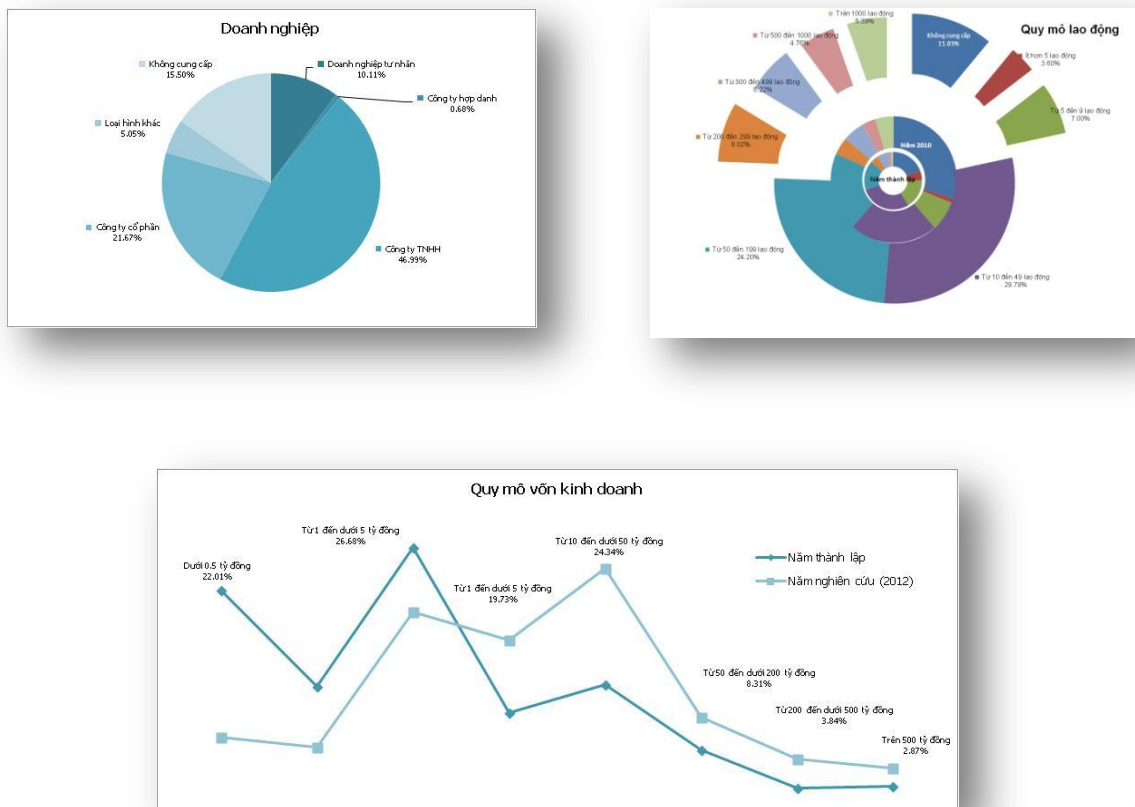
Chủ yếu người dân tham gia khảo sát từ 25 – 34 tuổi, đối tượng nữ giới có tỷ lệ phản hồi cao (80%) hơn so với đối tượng nam giới. Có 36.61% người tham gia khảo sát là nhân viên của khối cơ quan quản lý Nhà nước, 9.24% trong số đó là khối nhân viên làm công ăn lương. Trung bình có 4 người trong 1 hộ gia đình với mức thu nhập dưới 15 triệu đồng/ tháng cho toàn bộ các thành viên trong gia đình.

Hình 6 Thông tin về người dân tham gia khảo sát



Công ty TNHH là loại hình doanh nghiệp tham gia khảo sát nhiều nhất, tiếp đến là công ty cổ phần và doanh nghiệp tư nhân. Quy mô vốn kinh doanh của doanh nghiệp tăng lên theo thời gian (từ thời điểm thành lập đến thời điểm nghiên cứu), mức tăng nhiều nhất là ở quy mô từ 10 đến dưới 50 tỷ VNĐ. Quy mô lao động cũng cho thấy xu hướng tinh giảm lực lượng lao động so với các mốc thời điểm thành lập – năm 2010 và năm 2012.

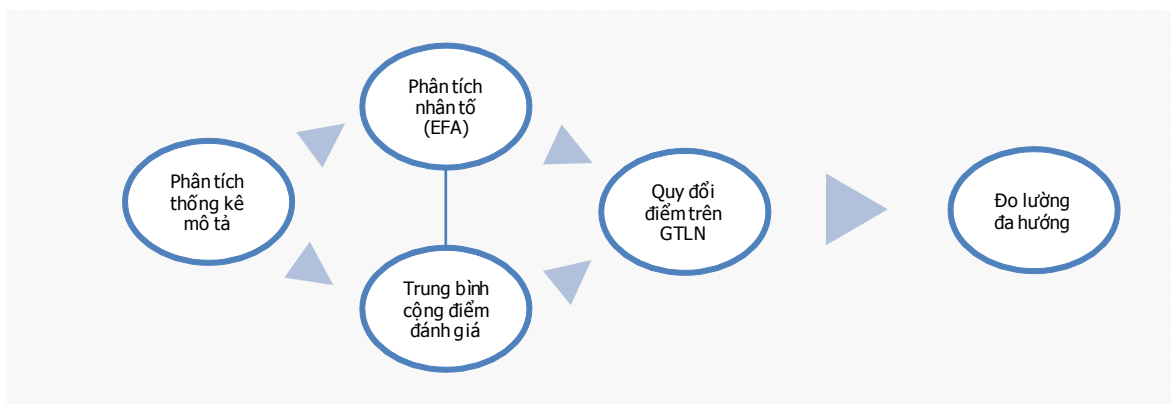
Hình 7 Thông tin về doanh nghiệp tham gia khảo sát



Quy trình phân tích dữ liệu và trọng số

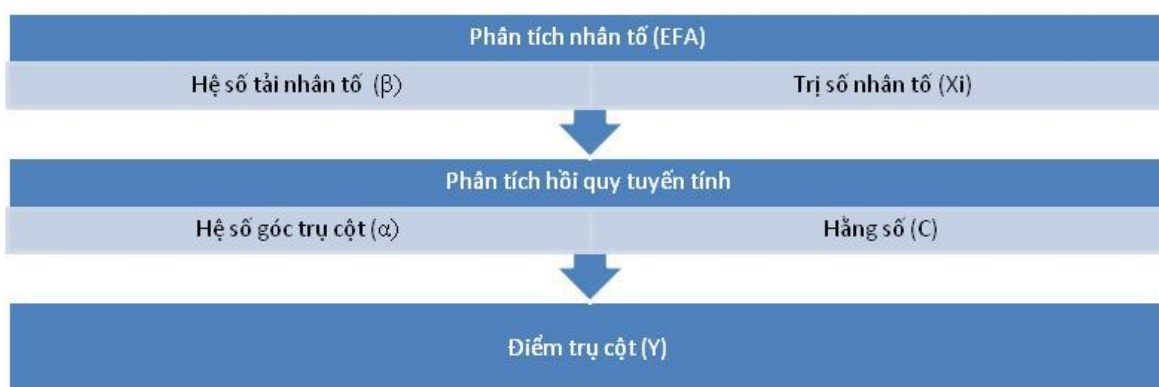
Quy trình phân tích dữ liệu được xử lý qua 3 bước mà trọng tâm là xử lý qua việc rút gọn hệ thống tiêu chí bằng phân tích nhân tố và phân tích tương quan hồi quy tuyến tính với GDP để lấy trọng số của từng trụ cột và trên cơ sở đó, đánh giá lấy trị số của từng biến quan sát với hệ số góc đã được xác định. Còn đối dữ liệu sơ cấp, với hai đối tượng đánh giá là người dân và doanh nghiệp, điểm đánh giá sẽ được tính trung bình cộng. Quy đổi điểm trên giá trị lớn nhất, mỗi biến quan sát sẽ có mức điểm cuối cùng ở mỗi trụ cột. Cuối cùng, toàn bộ dữ liệu được thể hiện bằng bảng đo lường đa hướng trên bản đồ nhận thức.

Hình 8 Phương pháp xử lý dữ liệu



Trọng số từng trụ cột được tính theo các bước như sau:

Hình 9 Phương pháp tính trọng số



Để đảm bảo tính đại diện và mức ý nghĩa thiết thực của phân tích nhân tố, biến quan sát cần có hệ số tải nhân tố > 0.63, do vậy, những biến quan sát nào có hệ số không thỏa mãn đều không được đưa vào nhân tố đại diện. Cuối cùng, các biến quan sát đưa vào phân tích nhân tố được rút gọn thành các nhân tố theo các trụ cột, cụ thể ở bảng 4 sau:

Bảng 4 Các nhân tố của PEII 2013

Trụ cột	Nhân tố 1	Nhân tố 2	Nhân tố 3	Nhân tố 4
Thương mại	TMF1	TMF2		
	Số lượng chương trình XTTM	Ngân sách khuyến công		
	Số hội chợ triển lãm đăng ký			
	Kim ngạch xuất khẩu			
	Kim ngạch nhập khẩu			
Đầu tư	DTF1	DTF2		
	Số dự án vốn FDI	Ngân sách địa phương		
	Vốn đăng ký FDI			
	Vốn giải ngân FDI			
	Số doanh nghiệp đăng ký mới			
Du lịch	DLF1	DLF2		
	Số công ty cấp phép lữ hành quốc tế	Doanh thu du lịch nội địa		

	Số lao động trong ngành	Lượt khách nội địa		
	Số khách sạn, resort, nhà nghỉ	Lượt khách quốc tế		
Con người	CNLDF1	CNLDF2	CNLDF3	
	Số người trong độ tuổi lao động	Tỷ lệ xuất cư	Tỷ lệ thất nghiệp	
	Lao động nước ngoài tại địa phương	Số lao động đi nước ngoài		
	Số việc làm tạo mới			
	Tỷ lệ nhập cư			
Cơ sở hạ tầng	HTF1	HTF2	HTF3	
	Số thuê bao cố định	Doanh thu nước sản xuất	Số km đường trong tỉnh	
	Số thuê bao di động	Doanh thu nước tiêu dùng	Số km đường rải nhựa	
	Số thuê bao Internet			
	Doanh thu điện sinh hoạt			
Văn hoá	VHF1	VHF2		
	Số lượng lễ hội	Số lượng tôn giáo		
	Số lượng di tích			
	Số lượng làng nghề			
Đặc điểm địa phương	DDDPF1	DDDPF2	DDDPF3	DDDPF4
	Diện tích rừng	Số km bờ biển	Diện tích đất nông nghiệp	Diện tích rừng trồng mới
	Diện tích lâm nghiệp	Tổng lượng đánh bắt và nuôi trồng thủy hải sản	Diện tích đất ở	
	Số lượng khoáng sản	Diện tích đất sản xuất kinh doanh		
	Số lượng mỏ khai thác khoáng sản			
Thể chế	TCF1	TCF2	TCF3	
	Số lượng công chức	Thủ tục hành chính	Số lượng hiệp hội đang hoạt động tại địa phương	
	Số lượng viên chức	Thủ tục hành chính áp dụng cơ chế một cửa		
	Số lượng công, viên chức có trình độ Đại học trở lên			

Trị số nhân tố được tính theo công thức $X_i = \beta_m * T_i$ với β_m là Hệ số tải nhân tố được tính theo từng trụ cột và T_i là giá trị biến quan sát. β_i được lấy trị tuyệt đối do ý nghĩa về dấu âm là do phương pháp quay góc được lựa chọn khi phân tích.

Bảng 5 Hệ số tải nhân tố PEII 2013

Xi	Hệ số tải nhân tố									
	β_1	β_2	β_3	β_4	β_5	β_6	β_7	β_8	β_9	β_{10}
TMF1	0.794	0.651	0.072	0.022	0.921	0.926				
TMF2	0.181	0.047	0.517	0.859	0.042	0.045				
DTF1	0.944	0.863	0.721	0.041	0.954	0.945	0.956	0.895	0.864	
DTF2	0.05	0.471	0.443	0.956	0.003	0.01	0.029	0.131	0.067	
DLF1	0.3	0.243	0.05	0.918	0.758	0.879				
DLF2	0.774	0.757	0.808	0.053	0.435	0.123				
CNLDF1	0.819	0.192	0.819	0.047	0.72	0.784	0.287			
CNLDF2	0.426	0.087	0.168	0.211	0.391	0.334	0.829			
CNLDF3	0.039	0.631	0.202	0.738	0.187	0.247	0.126			

HTF1	0.005	0.026	0.978	0.891	0.973	0.86	0.058	0		
HTF2	0.005	0.007	0.005	0	0.008	0.073	0.997	0.999		
HTF3	0.999	0.999	0.012	0.009	0.015	0.002	0.008	0.004		
VHF1	0.849	0.917	0.824	0.021						
VHF2	0.139	0.045	0.122	0.991						
DDDPF1	0.69	0.788	0.023	0.232	0.122	0.263	0.097	0.241	0.795	0.65
DDDPF2	0.167	0.066	0.033	0.78	0.833	0.034	0.054	0.307	0.2	0.107
DDDPF3	0.022	0.021	0.088	0.02	0.33	0.713	0.752	0.518	0.039	0.193
DDDPF4	0.215	0.248	0.792	0.063	0.045	0.102	0.04	0.361	0.365	0.432
TCF1	0.268	0.448	0.438	0.019	0.056	0.046				
TCF2	0.109	0.076	0.074	0.515	0.533	0.027				
TCF3	0.191	0.017	0.058	0.062	0.105	0.962				

Theo đó, mỗi trụ cột được đại diện từ những nhân tố mà trị số của các nhân tố này là cơ sở để thực hiện phép hồi quy tuyến tính nhằm tìm ra hệ số góc theo phương pháp bình phương nhỏ nhất mà ý nghĩa của nó là sự đóng góp của từng trụ cột đối với sự thịnh vượng của mỗi địa phương. Giả thiết rằng GDP là hàm $f(x)$ mà giá trị của mỗi nhân tố là biến phụ thuộc, ngụ ý rằng mỗi sự thay đổi ở mỗi nhân tố sẽ tác động đến việc tăng/ giảm GDP mà ở một góc độ nào đó là ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững và cuộc sống của cư dân tại địa phương đó. Và thừa nhận rằng ngoài những nhân tố này, còn có những nhân tố khác ảnh hưởng đến kết quả GDP mà trong nghiên cứu này không thể liệt kê và tính toán hết.

$$GDP_i = \sum_{am} \alpha_m * X_i + C$$

- với
- GDP_i : Giá trị địa phương theo giá hiện hành
 - α_m : Hệ số góc với $m = (1,20)$
 - X_i : Trị số nhân tố i tại quan sát i với $i = (1,63)$
 - C : Hằng số

Từ đây, điểm số địa phương thứ i tại trụ cột thứ n được tính với $n = (1,8)$, $i = (1,63)$ và j là số nhân tố của trụ cột thứ i .

$$U_{in} = \sum_{j=1}^j (\alpha_{mj} * X_{ijn})$$

Điểm đánh giá của người dân, doanh nghiệp của địa phương thứ i tại trụ cột thứ n được tính theo công thức sau:

$$V_{in} = \sum_{h=1}^h (M_{nh} * Q_{in}) / Z$$

với h là số câu hỏi đánh giá thang đo mức độ của trụ cột n , M là giá trị điểm đánh giá quy ước, Q là số lượng M xuất hiện. Z là số lượng người dân, doanh nghiệp của địa phương thứ i

U_{in} và V_{in} được quy đổi trên thang điểm của giá trị lớn nhất mà tập hợp i có được.

Công thức tính Điểm Năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương của địa phương thứ k tại trụ cột thứ i = $\sum_{j=1}^j (\alpha_{mj} * X_{ijn}) + \sum_{h=1}^h (M_{nh} * Q_{in})$

Công thức tính Tổng điểm Năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương thứ i là

$$= \sum \{ \sum_{j=1}^j (\alpha_{mj} * X_{ijn}) + \sum_{h=1}^h (M_{nh} * Q_{in}) \}$$

Bảng 6 Hệ số tương quan hồi quy

Mô hình	Hệ số góc		Hệ số hồi quy chuẩn hoá	t	Sig.	Khoảng tin cậy 95% cho B		Tương quan			Đa cộng tuyến		
	B	Std. Error	Beta			Giới hạn dưới	Giới hạn trên	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
(Constant)	-28294207.526	17780744.925		-1.591	.119	-64177203.521	7588788.468						
1	TMF1	-9.313E-010	.000	-1.101	-2.229	.031	.000	.000	.018	-.325	-.184	.028	35.767
	TMF2	6.144	2.608	1.363	2.356	.023	.880	11.407	.161	.342	.195	.020	49.085
	DTF1	.976	1.772	.706	.551	.585	-2.600	4.552	.241	.085	.045	.004	240.987
	DTF2	-.666	2.718	-.295	-.245	.807	-6.151	4.818	.259	-.038	-.020	.005	212.311
	DLF1	-16.659	19.540	-.776	-.853	.399	-56.092	22.773	.298	-.130	-.070	.008	121.377
	DLF2	7.495	6.367	1.074	1.177	.246	-5.353	20.343	.303	.179	.097	.008	121.896
	CNLDF1	119.158	97.772	2.898	1.219	.230	-78.154	316.471	.287	.185	.101	.001	828.598
	CNLDF3	-2720.992	1996.309	-3.387	-1.363	.180	-6749.706	1307.722	.281	-.206	-.113	.001	904.947
	HTF1	-6.129	1.820	-.728	-3.367	.002	-9.802	-2.456	.171	-.461	-.278	.146	6.850
	HTF2	2.008	1.240	.145	1.619	.113	-.494	4.511	.034	.242	.134	.848	1.179
	HTF3	-6.468	40.623	-.016	-.159	.874	-88.449	75.513	.037	-.025	-.013	.688	1.452
	VHF1	-46767.358	28545.091	-1.023	-1.638	.109	-104373.683	10838.967	.183	-.245	-.135	.017	57.186
	VHF2	829854.247	453616.989	1.169	1.829	.074	-85581.899	1745290.393	.201	.272	.151	.017	59.893
	DDDPF1	-.015	.012	-1.011	-1.283	.207	-.039	.009	-.255	-.194	-.106	.011	91.019
	DDDPF2	.082	.049	1.071	1.686	.099	-.016	.180	-.224	.252	.139	.017	59.195
	DDDPF3	.004	.003	.253	1.677	.101	-.001	.010	-.115	.250	.138	.299	3.342
	DDDPF4	-.014	.016	-.307	-.848	.401	-.046	.019	-.257	-.130	-.070	.052	19.244
	TCF1	118.900	1420.328	.045	.084	.934	-2747.438	2985.238	.558	.013	.007	.024	42.423
	TCF2	14403.229	9351.975	1.003	1.540	.131	-4469.822	33276.279	.544	.231	.127	.016	62.216
	TCF3	-6460.287	7422.469	-.244	-.870	.389	-21439.435	8518.861	.505	-.133	-.072	.087	11.543

PHẦN II - THỰC TRẠNG NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA ĐỊA PHƯƠNG 2013

KẾT QUẢ TỔNG THỂ

Kết quả xếp hạng

Tiến trình hội nhập 5 năm (2007 – 2011) đã cho thấy sự nỗ lực của các địa phương trong việc cải thiện hình ảnh của mình.

Trong năm thứ hai của Báo cáo, nhóm 10 địa phương dẫn đầu về kết quả Chỉ số năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương là: Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bình Dương, Bà Rịa – Vũng Tàu, Đà Nẵng, Thanh Hoá, Bắc Ninh, Nghệ An, Hưng Yên và Thừa Thiên Huế. Nhóm 10 địa phương đứng ở vị trí sau cùng của bảng xếp hạng là: Yên Bái, Trà Vinh, Đắk Nông, Bắc Kạn, Cao Bằng, Bình Phước, Tuyên Quang, Bạc Liêu, Hậu Giang, Sóc Trăng. Kết quả cụ thể được thể hiện ở Hình 1.

Đây là năm thứ hai của Báo cáo Chỉ số hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương, để thấy sự thay đổi trong 3 năm qua mà mỗi địa phương đã nỗ lực kể từ sau khi có bản công bố xếp hạng đầu tiên thì 63 tỉnh thành phố được chia thành 4 nhóm chính: Nhóm Duy trì, Nhóm Phát triển, Nhóm Giảm hạng và Nhóm chưa có dữ liệu đối sánh.

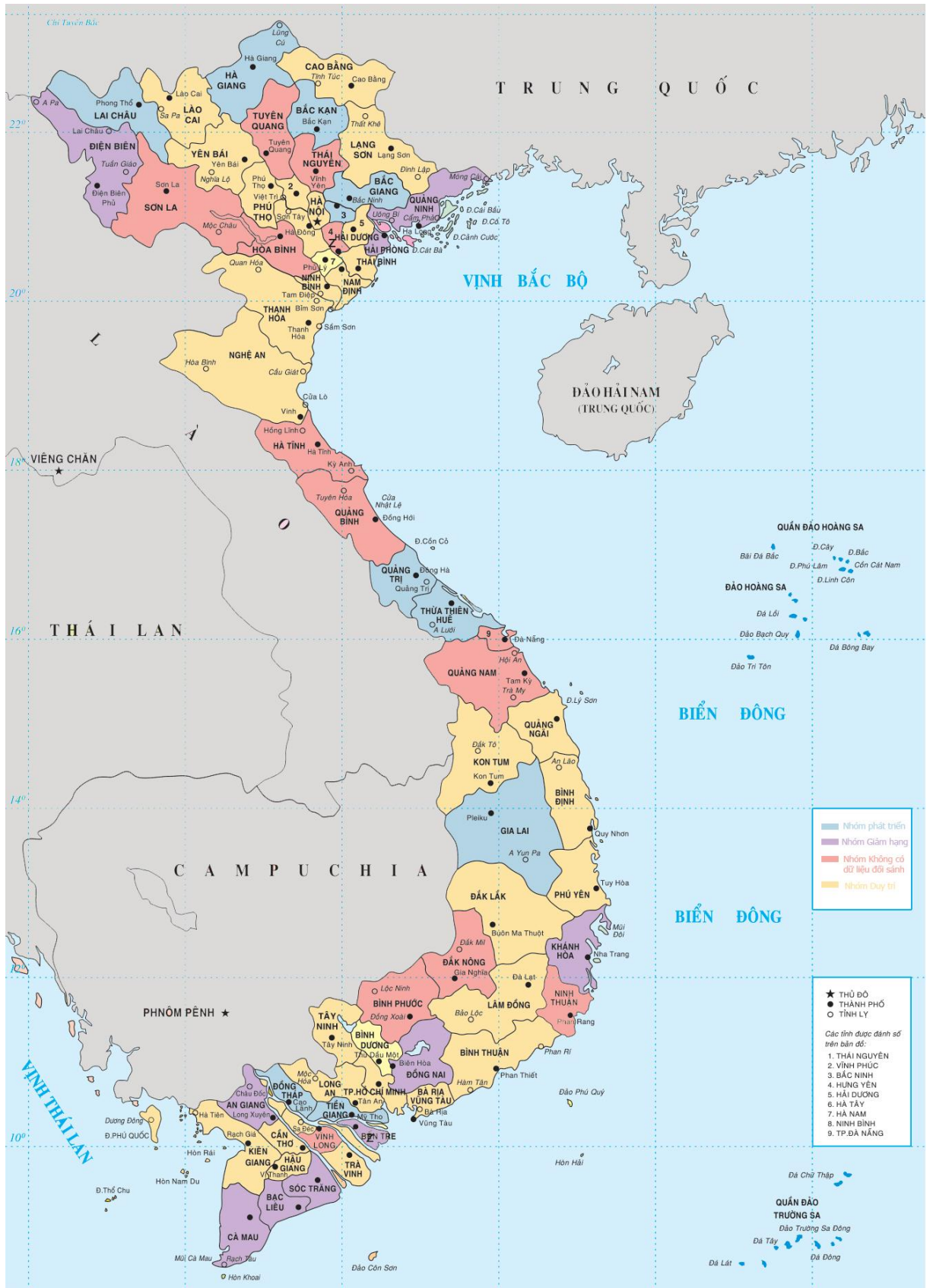
Nhóm Phát triển gồm những địa phương đã có những bước tiến đáng kể trong bảng xếp hạng. Gồm: Bắc Kạn, Hà Giang, Gia Lai, Lai Châu, Tây Ninh, Đồng Tháp, Tiền Giang, Quảng Trị, Bắc Ninh, Thừa Thiên Huế. Điểm chung là những địa phương này là những địa phương đang dần chuyển hoá thành công những lợi thế mà địa phương mình nắm giữ thành nguồn hỗ trợ đặc lực cho phát triển kinh tế - xã hội. Như Bắc Ninh với tổ hợp nhà máy của Samsung, Quảng Trị với đường 9 nối liền giao thương trực Đông – Tây từ Đông Bắc Thái Lan - Lào – Việt Nam.

Nhóm Giảm hạng gồm những địa phương đã lùi bậc đáng kể trong bảng xếp hạng, hàm ý rằng địa phương chưa tận dụng và khai thác một cách hiệu quả nhất những lợi thế của địa phương mình nên kết quả chưa thật sự tích cực. Gồm: Cà Mau, Bến Tre, Điện Biên, Bạc Liêu, Sóc Trăng, Quảng Ninh, Khánh Hoà, Đồng Nai, Hải Phòng, An Giang. Những địa phương này đều là những địa phương có những điểm nhấn về thành tựu kinh tế và an sinh xã hội nhưng xét trên tổng thể và đối sánh thì lại có sự suy giảm trong kết quả điểm. Như Quảng Ninh

Nhóm địa phương chưa có dữ liệu đối sánh ở năm đầu tiên của chương trình do hạn chế về phạm vi thực hiện và thu thập dữ liệu đánh giá. Gồm 13 tỉnh thành phố: Quảng Nam, Đà Nẵng, Hà Tĩnh, Hưng Yên, Vĩnh Long, Sơn La, Hoà Bình, Thái Nguyên, Ninh Thuận, Quảng Bình, Bình Phước, Tuyên Quang, Đắk Nông.

Nhóm Duy trì được thể hiện theo 2 hướng (1) gồm những địa phương vẫn tiếp tục thể hiện được năng lực hội nhập kinh tế với các kết quả xếp hạng tiếp nối từ báo cáo năm đầu tiên (2010) như Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bà Rịa – Vũng Tàu, Bình Dương, Thanh Hoá, Nghệ An và (2) những địa phương còn lại không có nhiều sự chênh lệch đáng kể như Lạng Sơn, Đồng Nai, Cần Thơ hay Hậu Giang, Cao Bằng.

Hình 10 Sự thay đổi về tổng điểm chỉ số hội nhập năm 2012 so với năm gốc 2010



Tương tác và cải thiện

Sự đan xen phức tạp và theo nhiều chiều kích của của các nhân tố và trụ cột trong hệ thống tiêu chí tạo nên một bức tranh đa sắc màu về hội nhập kinh tế của mỗi địa phương. Tuy nhiên, mục đích chính của báo cáo không chỉ dừng ở việc xếp hạng cao thấp giữa những địa phương đã có truyền thống lâu đời về các hoạt động giao thương quốc tế như Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bà Rịa – Vũng Tàu, Hải Phòng, Quảng Ninh với những tỉnh ít hơn như Kon Tum, Bắc Kạn, Phú Yên, Hậu Giang, Sóc Trăng, etc. Các xếp hạng hoặc so sánh trước đây về hội nhập, xét ở một chừng mực nào đó, chưa phản ánh hết tiềm năng mà một địa phương ít hội nhập có thể đạt được trong quá trình giao lưu và mở rộng quan hệ với thế giới bên ngoài. Do đó, vấn đề đặt ra đối với mỗi địa phương là “định vị mình trong bản đồ nhận thức của các đối tượng hữu quan gắn kết với địa phương được khái quát hoá vào mô hình 8 trụ cột để xác định hướng điều chỉnh tương lai”.

Xem xét tương quan hai chiều của 8 trụ cột để thấy trụ cột nào quan trọng hơn trong tổng điểm xếp hạng và các trụ cột chịu sự chi phối đến nhau ở mức nào. Bảng 7 cho thấy Trụ cột Con người đang giữ vị trí này trong tổng thể, và bản thân trụ cột này chịu ảnh hưởng sâu sắc từ Đầu tư, Cơ sở hạ tầng và Thương mại. Trụ cột Đầu tư đang cho thấy sức chi phối đến từ Trụ cột Con người, hàm ý rằng nguồn vốn sẽ chảy về nơi mà có lực lượng lao động chuyên môn đặc thù với trình độ và kỹ năng thực hành tốt. Trụ cột này cũng chịu ảnh hưởng đáng kể bởi Thể chế, với ý nghĩa về môi trường lao động và làm việc tại địa phương nào được đánh giá tốt hơn thì địa phương đó sẽ là điểm đến đầu tư nhiều hơn các tỉnh thành khác. Đáng chú ý là tương quan âm giữa Đầu tư – Văn hoá và Văn hoá – Cơ sở hạ tầng, cho thấy những giá trị truyền thống về phong tục, tập quán và các lễ thói cũ sẽ là rào cản cho các địa phương hoà mình vào dòng chảy hiện đại khi cần phải thích nghi với các chuẩn mực xã hội mới. Tương tự, mối quan hệ Văn hoá – Du lịch mang dấu âm và với trị số nhỏ, đồng nghĩa với dấu hiệu về những chương trình du lịch mang đậm bản sắc dân tộc như thông qua các lễ hội sẽ không còn là điểm hấp dẫn đối với các du khách trong một tương lai gần trong khi đó tương quan nghịch với Thể chế, hàm ý rằng địa phương nào càng giàu truyền thống thì địa phương đó càng khó phá bỏ các quan điểm cũ để hỗ trợ cho đổi mới và phát triển. Một trong các lý do cơ bản của kết quả này là do phạm vi nghiên cứu của báo cáo đang tập trung nhiều hơn vào các giá trị mang tính lịch sử, kế thừa từ quá khứ mà ít tập trung hơn vào các hoạt động văn hoá mang tính giải trí hiện đại, một phần do hạn chế của công tác thống kê về văn hoá.

Từ đây thấy rằng các trụ cột động có tương tác qua lại với nhau chặt chẽ trong khi đó các trụ cột tĩnh cho thấy chiều hướng ngược lại. Mặc dù vẫn có ảnh hưởng với nhau, nhưng chủ yếu những giá trị văn hoá truyền thống mà trụ cột Văn hoá truyền tải đang kéo lùi lại tiến độ hội nhập của địa phương. Còn trụ cột Thể chế, Cơ sở hạ tầng và Đặc điểm địa phương thì lại cho thấy có tương quan thấp, phản ánh sự thay đổi của Thể chế không có tác động nhiều đến Cơ sở hạ tầng và Đặc điểm địa phương.

Bảng 7 Tương quan giữa các trụ cột và điểm tổng hợp

	<i>Thương mại</i>	<i>Đầu tư</i>	<i>Du lịch</i>	<i>Con người</i>	<i>Cơ sở hạ tầng</i>	<i>Văn hoá</i>	<i>Đặc điểm địa phương</i>	<i>Thể chế</i>	<i>Tổng hợp</i>
Thương mại	1	0.757232648	0.127802399	0.664097946	0.383148051	0.026046854	0.445061154	0.89373651	0.692776189
Đầu tư	0.757232648	1	0.33885832	0.800879075	0.62039936	-0.042523956	0.544620969	0.75728016	0.831619128
Du lịch	0.127802399	0.33885832	1	0.384328482	0.392657845	-0.065966848	0.31228297	0.1062924	0.569362538
Con người	0.664097946	0.800879075	0.384328482	1	0.706038005	0.085405622	0.635904554	0.59276223	0.877745072
Cơ sở hạ tầng	0.383148051	0.62039936	0.392657845	0.706038005	1	-0.015763579	0.562966914	0.39797502	0.76991657
Văn hoá	0.026046854	-0.042523956	-0.065966848	0.085405622	-0.015763579	1	0.042260314	-0.1430847	0.279317312
Đặc điểm địa phương	0.445061154	0.544620969	0.31228297	0.635904554	0.562966914	0.042260314	1	0.45162763	0.660900491
Thể chế	0.893736512	0.757280158	0.106292405	0.592762227	0.39797502	-0.143084682	0.45162763	1	0.62199367
Tổng hợp	0.692776189	0.831619128	0.569362538	0.877745072	0.76991657	0.279317312	0.660900491	0.62199367	1

Tuy nhiên, khi xem xét tương quan giữa 4 biến cụ thể của 4 trụ cột động: Trụ cột Thương mại (Giá trị kim ngạch xuất khẩu), Trụ cột Đầu tư (Số lượng dự án FDI), Trụ cột Du lịch (Số khách quốc tế) và Trụ cột Con người (Mức lương bình quân của người lao động), thì thấy rằng Trụ cột Thương mại thể hiện mối tương quan chặt chẽ với Đầu tư và biến Kim ngạch xuất khẩu cũng có tương quan đáng kể với số dự án FDI, chứng tỏ rằng các địa phương của Việt Nam hiện tại đang chỉ là “xưởng” cho các doanh nghiệp lớn trên thế giới, và hàm ý về nền kinh tế phụ thuộc lớn vào các nhà đầu tư nước ngoài. Bên cạnh đó, không có quan hệ đáng kể tồn tại giữa 3 biến còn lại, hàm nghĩa rằng đời sống của người lao động làm công ăn lương không được cải thiện bởi sự gia tăng xuất khẩu hay số khách quốc tế đến nhiều hơn. Đáng chú ý là Mức lương bình quân của lao động này còn mang tương quan âm với số dự án đầu tư FDI. Trường hợp của Tp.Hồ Chí Minh, Vĩnh Phúc, Bình Dương, Bắc Ninh, Đồng Nai, Đà Nẵng, Hưng Yên, Long An, Hải Phòng là những địa phương có số lượng dự án FDI lớn nhưng mức lương bình quân của người lao động tại những nơi này không có nhiều chênh lệch so với mức lương trung bình của người lao động địa phương khác, dẫn đến một câu hỏi về những lợi ích thực sự mà các dự án FDI mang lại cho người dân tại địa phương trong thời gian qua .

Bảng 8 Tương quan giữa Kim ngạch xuất khẩu, Số dự án FDI, Mức lương bình quân và Số khách quốc tế

		Kim ngạch xuất khẩu	Số dự án FDI	Mức lương bình quân	Số khách quốc tế	
Kendall's tau_b	Kim ngạch xuất khẩu	Correlation Coefficient	1.000	.417**	.055	
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.529	
		N	63	63	63	
	Số dự án FDI	Correlation Coefficient	.417**	1.000	-.030	.050
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.734	.576
		N	63	63	63	
	Mức lương bình quân	Correlation Coefficient	.055	-.030	1.000	.103
		Sig. (2-tailed)	.529	.734	.	.235
		N	63	63	63	
	Số khách quốc tế	Correlation Coefficient	.166	.050	.103	1.000
		Sig. (2-tailed)	.055	.576	.235	.
		N	63	63	63	
Spearman's rho	Kim ngạch xuất khẩu	Correlation Coefficient	1.000	.538**	.075	.243
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.561	.055
		N	63	63	63	
	Số dự án FDI	Correlation Coefficient	.538**	1.000	-.045	.072
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.725	.576
		N	63	63	63	
	Mức lương bình quân	Correlation Coefficient	.075	-.045	1.000	.158
		Sig. (2-tailed)	.561	.725	.	.215
		N	63	63	63	
	Số khách quốc tế	Correlation Coefficient	.243	.072	.158	1.000
		Sig. (2-tailed)	.055	.576	.215	.
		N	63	63	63	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tương tự, trụ cột Thể chế có quan hệ mật thiết với trụ cột Đầu tư và Thương mại, cũng như giữa biến CBCC có trình độ Đại học và Kim ngạch xuất khẩu, Số dự án FDI. Hàm ý của mỗi tương quan đáng kể này là kiến thức và kỹ năng của CBCC càng tốt thì sẽ gia tăng được lợi ích cho các doanh nghiệp nói riêng và hoạt động kinh doanh nói chung trên địa bàn tỉnh thông qua việc đẩy nhanh thủ tục giấy tờ và định hướng chính sách phù hợp với tình hình của địa phương.

Bảng 9 Tương quan giữa Kim ngạch xuất khẩu, Số dự án FDI, Mức lương bình quân và CBCC có trình độ Đại học

		Kim ngạch xuất khẩu	Số dự án FDI	Mức lương bình quân	CBCC có trình độ Đại học	
Kendall's tau_b	Kim ngạch xuất khẩu	Correlation Coefficient	1.000	.417**	.395**	
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.529	
		N	63	63	63	
	Số dự án FDI	Correlation Coefficient	.417**	1.000	-.030	.213*
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.734	.016
		N	63	63	63	
	Mức lương bình quân	Correlation Coefficient	.055	-.030	1.000	-.052
		Sig. (2-tailed)	.529	.734	.	.549
		N	63	63	63	
	CBCC có trình độ Đại học	Correlation Coefficient	.395**	.213*	-.052	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.016	.549	.
		N	63	63	63	
Spearman's rho	Kim ngạch xuất khẩu	Correlation Coefficient	1.000	.538**	.075	.553**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.561	.000
		N	63	63	63	
Số dự án FDI	Correlation Coefficient	.538**	1.000	-.045	.290*	

	Sig. (2-tailed)	.000	.	.725	.021
	N	63	63	63	63
Mức lương bình quân	Correlation Coefficient	.075	-.045	1.000	-.061
	Sig. (2-tailed)	.561	.725	.	.636
	N	63	63	63	63
CBCCC có trình độ Đại học	Correlation Coefficient	.553**	.290*	-.061	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.636	.
	N	63	63	63	63

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Trong khi đó, Vốn đầu tư nâng cấp giao thông đường bộ (Trụ cột Cơ sở hạ tầng) có tương quan âm với Số dự án FDI nhưng lại có tương quan dương với Số khách quốc tế. Trên thực tế, hiện tượng này có thể được lý giải bởi chỉ có một số các dự án lớn như Khu liên hiệp gang thép và cảng Sơn Dương Formosa (Hà Tĩnh), Nhà máy lọc hoá dầu Bình Sơn (Quảng Ngãi) thì phần đóng góp cho xây mới và nâng cấp hạ tầng là đáng kể, còn lại các dự án có số vốn nhỏ hơn thì đang tận dụng hệ thống cơ sở hạ tầng đã có của địa phương. Còn đối với khách quốc tế, do yêu cầu cao và những đòi hỏi nhiều hơn về lộ trình di chuyển, nên có thể hiểu địa phương nào càng có nhiều khách quốc tế đến thì địa phương đó cần số tiền lớn hơn để bảo trì và duy tu chất lượng giao thông.

Bảng 10 Tương quan giữa Vốn đầu tư nâng cấp giao thông đường bộ, Kim ngạch xuất khẩu, Số dự án FDI và Số khách quốc tế

		Vốn đầu tư nâng cấp giao thông đường bộ	Kim ngạch xuất khẩu	Số dự án FDI	Số khách quốc tế	
Kendall's tau_b	Vốn đầu tư nâng cấp giao thông đường bộ	Correlation Coefficient	1.000	-.116	-.186*	.218*
		Sig. (2-tailed)	.	.182	.037	.012
		N	63	63	63	63
	Kim ngạch xuất khẩu	Correlation Coefficient	-.116	1.000	.417**	.166
		Sig. (2-tailed)	.182	.	.000	.055
		N	63	63	63	63
	Số dự án FDI	Correlation Coefficient	-.186*	.417**	1.000	.050
		Sig. (2-tailed)	.037	.000	.	.576
		N	63	63	63	63
	Số khách quốc tế	Correlation Coefficient	.218*	.166	.050	1.000
		Sig. (2-tailed)	.012	.055	.576	.
		N	63	63	63	63
Spearman's rho	Vốn đầu tư nâng cấp giao thông đường bộ	Correlation Coefficient	1.000	-.160	-.266*	.322*
		Sig. (2-tailed)	.	.209	.035	.010
		N	63	63	63	63
	Kim ngạch xuất khẩu	Correlation Coefficient	-.160	1.000	.538**	.243
		Sig. (2-tailed)	.209	.	.000	.055
		N	63	63	63	63
	Số dự án FDI	Correlation Coefficient	-.266*	.538**	1.000	.072
		Sig. (2-tailed)	.035	.000	.	.576
		N	63	63	63	63
	Số khách quốc tế	Correlation Coefficient	.322*	.243	.072	1.000
		Sig. (2-tailed)	.010	.055	.576	.
		N	63	63	63	63

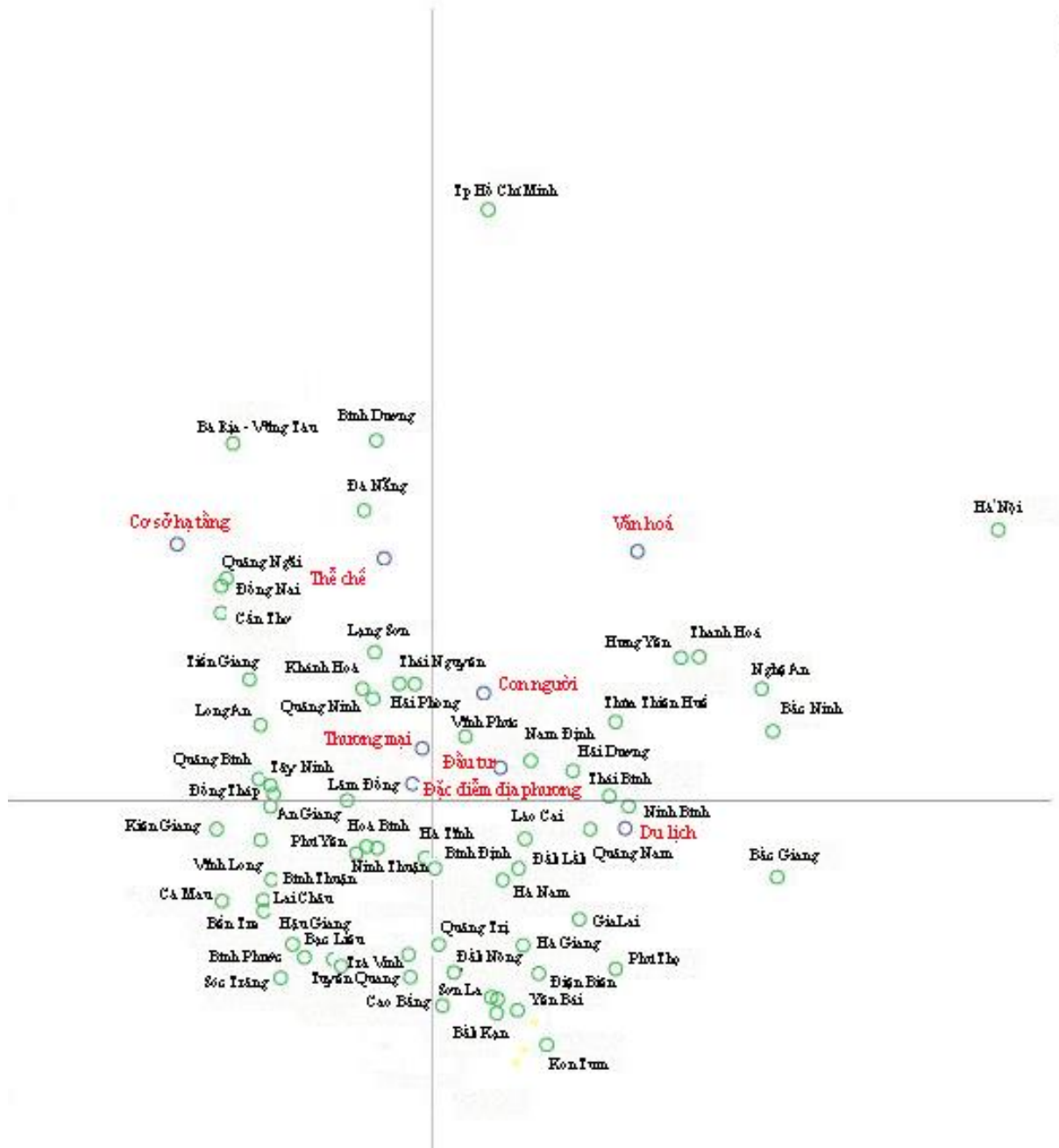
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tiếp tục xem xét bản đồ định vị của các địa phương trong quan hệ tổng thể với 8 trụ cột, có 2 điểm nổi bật:

(1) Điểm chính của 2 trung tâm lớn Tp Hồ Chí Minh và Hà Nội - hai địa phương dẫn đầu bảng xếp hạng, cũng là hai địa phương không nghiêng về bất kỳ trụ cột nào trong hệ thống, thể hiện sự hội nhập khá toàn diện. Tuy nhiên, kết quả này cũng là dấu hiệu tới hạn của nguồn lực cho hội nhập.

(2) Sự gắn gũi giữa Đầu tư, Thương mại, Đặc điểm địa phương, Con người, Du lịch cho thấy khi một trụ cột thay đổi sẽ dẫn theo sự thay đổi của các trụ cột khác và chỉ ra hiện trạng phát triển địa phương đang dựa phần nhiều vào các lợi thế về tự nhiên (đất đai, khí hậu, khoáng sản) để thu hút các nguồn lực từ bên ngoài.

Hình 11 Vị trí các tỉnh thành phố trong tương quan với 8 trụ cột



Tóm lại, mỗi địa phương đều có thế mạnh cho riêng mình trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Thành quả hiện tại là những nỗ lực của quá khứ, quan trọng hơn là giá trị kỳ vọng tương lai – được quyết định bởi lộ trình và chiến lược hội nhập KTQT phù hợp với bối cảnh thị trường và năng lực lõi của địa phương đó.

KẾT QUẢ CỤ THỂ

THƯƠNG MẠI

Thương mại của mỗi địa phương được phản ánh thông qua việc bán lẻ hàng hóa và dịch vụ, bán buôn suy đến tận cùng là phục vụ cho nhu cầu bán lẻ, thương mại quốc tế thông qua nhập khẩu và xuất khẩu đồng thời sự thỏa mãn cơ hội lựa chọn của người dân hay sự thịnh vượng mà thương mại phát triển đem đến cho cư dân mỗi địa phương. Một nền thương mại phát triển và hiện đại, phải đảm bảo đem đến cho cư dân địa phương cơ hội lựa chọn sản phẩm hàng hóa và dịch vụ tốt nhất, tiện dụng nhất, kịp thời nhất và an toàn nhất. Ngoài việc so sánh các dữ liệu thống kê được, nghiên cứu này đánh giá các quan điểm của 2 nhóm đối tượng là doanh nghiệp và cư dân địa phương đối với hình ảnh thương mại tại địa phương nhằm đưa ra một bức tranh rõ nét hơn, có đối sánh với các địa phương khác và so với đánh giá được thực hiện từ năm 2010 để thấy được có được các thay đổi.

Thương mại và xuất nhập khẩu

Kể từ khi Việt Nam là thành viên của WTO, tăng trưởng kinh tế của Việt Nam bị ảnh hưởng rõ nét bởi tăng trưởng kinh tế toàn cầu, đặc biệt khi có các cú sốc kinh tế đến từ bên ngoài như cuộc khủng hoảng thị trường nhà đất của Hoa Kỳ (2008), Suy giảm kinh tế ở Châu Âu (2008 – nay) đã có tác động nghiêm trọng đến thu hút đầu tư vào Việt Nam và suy giảm nhu cầu tiêu dùng đối với các mặt hàng nguyên vật liệu thô mà Việt Nam xuất khẩu. Có thể thấy, hội nhập không chỉ đem lại sự phồn vinh và thịnh vượng cho các quốc gia mà còn chia sẻ rủi ro kinh tế xã hội trên phạm vi toàn cầu.

Bức tranh chung về thương mại hàng hóa Việt Nam với thế giới từ năm 2003 đến nay là giá trị nhập khẩu lớn hơn so với giá trị xuất khẩu, thâm hụt tăng dần theo thời gian. Nếu trong năm 2003 thâm hụt thương mại vào khoảng 2,581 tỷ USD thì đến năm 2008 mức thâm hụt lên đến 12,782 tỷ USD, gấp 5 lần so với năm 2003. Năm 2009 mức thâm hụt là 15,412 tỷ USD, gấp 5,9 lần so với năm 2003. Trong năm 2010, cán cân thương mại tiếp tục nghiêng về nhập siêu với mức thâm hụt vào khoảng trên 12,61 tỷ USD, đến năm 2011 là 9,8 tỷ USD và giảm xuống 9,6 tỷ USD năm 2012. Vấn đề nghiêm trọng hơn là việc này làm thâm hụt cán cân thanh toán, tạo áp lực lên việc phá giá đồng nội tệ và điều chỉnh lãi suất. Về lâu dài, thâm hụt cán cân thanh toán được bù đắp bằng nguồn ngoại tệ từ khu vực FDI, kiều hối, khi không đủ nó phải được đi vay thông qua việc điều chỉnh chênh lệch giữa lãi suất tiền đồng với lãi suất ngoại tệ, từ đó gây áp lực phá giá lên đồng nội tệ và ảnh hưởng đến lạm phát cũng như mức tăng giá nói chung.

Xuất khẩu của Việt Nam nói chung xác lập vị thế cạnh tranh trên thị trường toàn cầu ở nhóm hàng hóa cơ bản như dầu mỏ và khoáng sản, nông sản, hàng dệt may, da giày, thủy sản, đồ gỗ và điện tử. Đây là những ngành thâm dụng lao động lớn nhưng về xu thế không còn tăng trưởng nhanh trên thế giới, đồng thời rất dễ bị ảnh hưởng bởi việc hạ thấp chi phí từ các đối thủ mới có chi phí lao động thấp (Ví dụ: Myanmar, Campuchia). Nhiều nghiên cứu cho thấy, trong tương lai gần Việt Nam khó có thể chuyển đổi năng lực công nghệ để nâng lên mức cao hơn trong thang giá trị gia tăng toàn cầu. Trong khi đó, khu vực FDI chưa chuyển giao hiệu quả công nghệ cho phía Việt Nam và mức đầu tư cho nghiên cứu triển khai trên cả nước rất thấp làm chậm tiến trình chuyển đổi năng lực sản xuất theo hướng hiện đại.

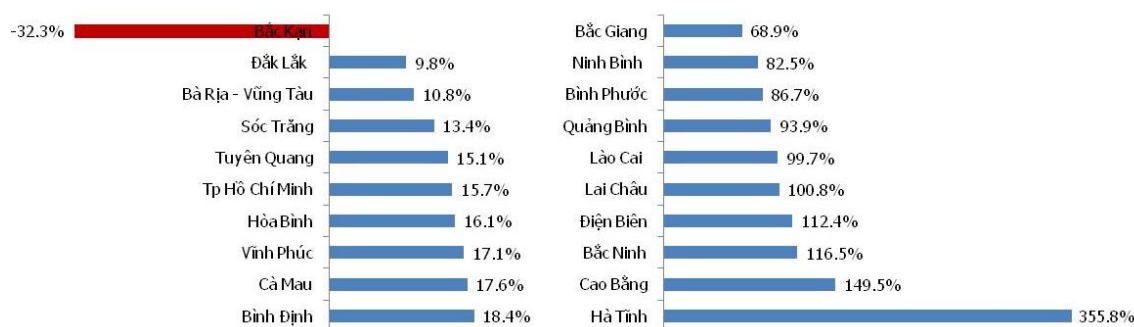
Xem xét xuất khẩu không thể tách rời xem xét nhập khẩu. Tại Việt Nam, nhập khẩu nguyên phụ liệu và công nghệ góp tỷ trọng lớn trong tỷ trọng giá trị xuất khẩu. Điều này phản ánh năng lực ngành công nghiệp phụ trợ tại Việt Nam là vô cùng yếu, mặc dù được các Bộ, ngành và nhiều địa phương đưa ra kế hoạch và mục tiêu cụ thể trong nhiều năm. Nhiều chiến lược và kế hoạch cho tăng trưởng xuất khẩu mà không nhìn vào thực trạng và năng lực sản xuất hiện tại, thực trạng ngành công nghiệp phụ trợ để thấy rằng, càng muốn gia tăng xuất khẩu các mặt hàng thô và căn bản, nền kinh tế càng trở lên dễ bị tổn thương hơn với các cú sốc bên ngoài. Lý do cơ bản là, thay

vì sản xuất ra với chi phí cao các sản phẩm phụ trợ đầu vào, doanh nghiệp có thể nhập khẩu nguyên phụ liệu từ Trung Quốc và ASEAN với chất lượng tương đương và giá thành rẻ hơn nhiều (*không tính đến phần nhập khẩu công nghệ*). Năm thị trường chính là Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc và ASEAN chiếm tỷ trọng tới 70% trong tổng giao dịch thương mại với Việt Nam. Trong đó, Việt Nam có thặng dư thương mại với thị trường Hoa Kỳ và EU, Nhật Bản thì có khi thặng dư có khi thâm hụt, còn lại là thâm hụt và nhập siêu nghiêm trọng từ thị trường Trung Quốc và ASEAN. Như vậy, chúng ta đang lấy thặng dư từ Hoa Kỳ và EU để bù đắp cho thâm hụt từ Trung Quốc và ASEAN. Điều đáng buồn là, cơ cấu hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc và ASEAN không chỉ là nguyên phụ liệu mà còn bao gồm công nghệ sản xuất, hàm nghĩa Việt Nam đang nhập khẩu công nghệ lạc hậu và cũ kỹ của thế giới, điều này dẫn đến việc càng khó tăng năng suất trong tương lai cũng như khó có thể giúp Việt Nam bước nhanh hơn trong việc theo đuổi giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu

Các đối tác của Việt Nam chủ yếu là Trung Quốc, EU, ASEAN và Hoa Kỳ. Trong đó, các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang ASEAN gồm chủ yếu mặt hàng thô hoặc mới sơ chế như Lương thực, thực phẩm và động vật sống (chiếm trung bình tỷ trọng là 58%), Nhiên liệu, dầu mỡ nhờn và nguyên vật liệu liên quan (trung bình tỷ trọng 32%). Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ ASEAN là hàng đã chế biến hoặc tinh chế (trung bình tỷ trọng 60%) mà nhiều nhất là máy móc, phương tiện vận tải và phụ tùng (trung bình tỷ trọng 24%).

Trong giai đoạn từ 2007 -2011, 5 địa phương có sự tăng trưởng về xuất khẩu lớn nhất là Hà Tĩnh, Cao Bằng, Bắc Ninh, Điện Biên và Lai Châu. Trong đó, Hà Tĩnh với khu kinh tế biển Vũng Áng và khu kinh tế cửa khẩu Cầu Treo – một trong ba cửa khẩu của Việt Nam được áp dụng theo Hiệp định GMS – CBTA từ tháng 6/2010 – đã tạo thuận lợi thông qua việc giảm thời gian chuyên chở hàng hoá từ cảng Vũng Áng qua CHDCND Lào và tới Đông bắc Thái Lan, tăng kim ngạch xuất khẩu từ 2 nghìn tỷ VNĐ (2010) lên gần 31 nghìn tỷ VNĐ (2011). Tương tự, Cao Bằng tăng đột biến từ 240 tỷ VNĐ (2007) lên 1269 tỷ VNĐ (2008) do việc tăng trưởng xuất khẩu quặng sắt và chì thỏi của hai công ty là Công ty cổ phần khoáng sản Nikko Việt Nam (mở rộng địa giới khai thác lên tới 73 ha với công suất 15 nghìn tấn/ năm) và Công ty cổ phần khoáng sản và luyện kim Việt Nam (Mirex, khởi công nhà máy sắt xộp và thép hợp kim đầu tiên của Việt Nam tại Cao Bằng năm 2007). Đối với Lai Châu, do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế và việc sụt giảm lượng nhập khẩu hàng từ Việt Nam của các công ty thuộc tỉnh Vân Nam (Trung Quốc) nên kim ngạch xuất khẩu Lai Châu đã giảm từ 276 tỷ VNĐ (2007) xuống 170 tỷ VNĐ (2008) và thấp nhất là xấp xỉ 4 tỷ VNĐ (2009). Tuy nhiên, sự sụt giảm đó đã được bù trừ vào năm 2010, Lai Châu chứng kiến sự tăng trưởng trở lại của xuất khẩu với tỷ lệ tăng 6.30% khi nền kinh tế có dấu hiệu phục hồi. Điện Biên và Quảng Bình là hai địa phương đều có xuất phát điểm về kim ngạch xuất khẩu thấp nên tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu bình quân đều đạt ở mức đáng kể. Cụ thể, Điện Biên tăng từ 12 tỷ VNĐ (2007) lên 57 tỷ VNĐ (2008), giảm tương đối xuống 38 tỷ VNĐ (2009) và bắt đầu đà tăng trở lại mức 71 tỷ VNĐ (2010), 104 tỷ VNĐ (2011); Quảng Bình với cửa khẩu Cha Lo cũng đã tăng từ 122 tỷ VNĐ (2007) lên 986 tỷ VNĐ (2010) và 1512 tỷ VNĐ (2011). Bắc Ninh đạt tăng trưởng là do tăng xuất khẩu linh kiện điện tử của nhà máy Samsung đặt tại địa phương và tương tự với Quảng Ngãi khi nhờ vào xuất khẩu của Công ty Lọc hoá dầu Bình Sơn.

Hình 12 Tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu bình quân (2007-2011)

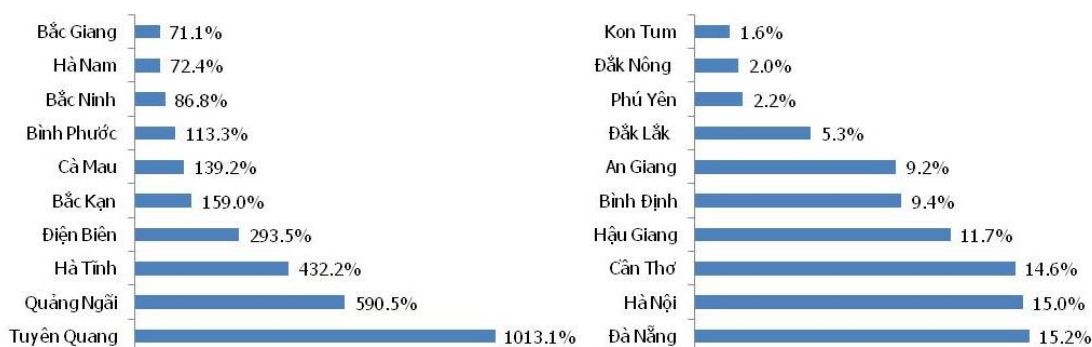


Trong nhóm 10 tỉnh (giai đoạn 2007 – 2011) có tỷ lệ tăng trưởng xuất khẩu trung bình thấp có Tp.Hồ Chí Minh và Bà Rịa – Vũng Tàu do có sự ổn định về sản xuất phục vụ xuất khẩu trong một khoảng thời gian dài với quy mô xuất khẩu lớn. Điều này hàm ý hai địa phương này sẽ khó thể đạt được tăng trưởng lớn trong dài hạn. Cùng trong nhóm tăng trưởng thấp nhưng kim ngạch xuất khẩu của Tp Hồ Chí Minh gấp hơn 3300 lần so với Bắc Kạn.

Có thể nhận thấy, đạt được thứ hạng cao trong kim ngạch xuất khẩu là những địa phương (1) có quy hoạch tổ chức sản xuất phục vụ xuất khẩu trên quy mô lớn như Tp Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai hoặc (2) đã và đang tập trung đầu tư cho một mũi nhọn như Bắc Ninh (với nhà đầu tư lớn Samsung cùng các doanh nghiệp sản xuất linh kiện phụ trợ). Một số tỉnh có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD gồm Bình Dương (9.27 tỷ USD), Đồng Nai (7.12 tỷ USD), Hà Nội (6.55 tỷ USD), Hải Phòng (gần 2 tỷ USD), Hưng Yên (1.17 tỷ USD), Long An (1.83 tỷ USD), Quảng Ninh (1.19 tỷ USD) và Tây Ninh (1.12 tỉ USD).

Giai đoạn 2007 – 2011 cũng đã chứng kiến tình trạng nhập siêu của các địa phương trên toàn quốc, mà nhóm địa phương có tỷ lệ tăng trưởng nhập khẩu bình quân cao nhất là Tuyên Quang, Quảng Ngãi, Hà Tĩnh, Điện Biên và Bắc Kạn. Trong đó, Tuyên Quang tăng đột ngột từ 48 tỷ VNĐ (2008) lên hơn 2 nghìn tỷ VNĐ (2009) và giảm nhanh xuống 54 nghìn tỷ VNĐ (2011). Bên cạnh đó, Quảng Ngãi và Bắc Ninh cũng là những địa phương có mức tăng nhập khẩu cao về nguyên phụ liệu phục vụ cho các khu công nghiệp lớn đặt trên địa bàn tỉnh.

Hình 13 Tỷ lệ tăng trưởng nhập khẩu bình quân (2007-2011)



Trong khi đó, Kon Tum, Đắk Nông và Phú Yên là 3 địa phương có mức tăng kim ngạch nhập khẩu thấp nhất trong giai đoạn 2007 – 2011. Cụ thể, Kon Tum (140 tỷ VNĐ, 2007) giảm nhẹ xuống 130 tỷ VNĐ (2011) bởi nhập khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng tăng (xấp xỉ 80%) nhưng lại giảm mạnh nhập khẩu về nguyên, nhiên vật liệu qua cửa khẩu quốc tế Bờ Y. Đắk Nông và Phú Yên tuy có cùng tỷ lệ tăng trưởng nhập khẩu trong 5 năm nhưng giá trị nhập khẩu vào năm 2007 của Đắk Nông thấp hơn rất nhiều so với Phú Yên.

Thông thường, những địa phương có giá trị xuất khẩu cao thì có giá trị nhập khẩu cao. Thực tế, tỷ lệ tăng trưởng nhập khẩu cao là kết quả của việc xuất hiện dự án mới, ví dụ, Bắc Ninh với hoạt động nhập khẩu linh phụ kiện cho Nhà máy Samsung và Điện Biên với hợp đồng nhập khẩu máy móc và thiết bị cho dây chuyền sản xuất xi măng của Công ty cổ phần Xi măng Điện Biên.

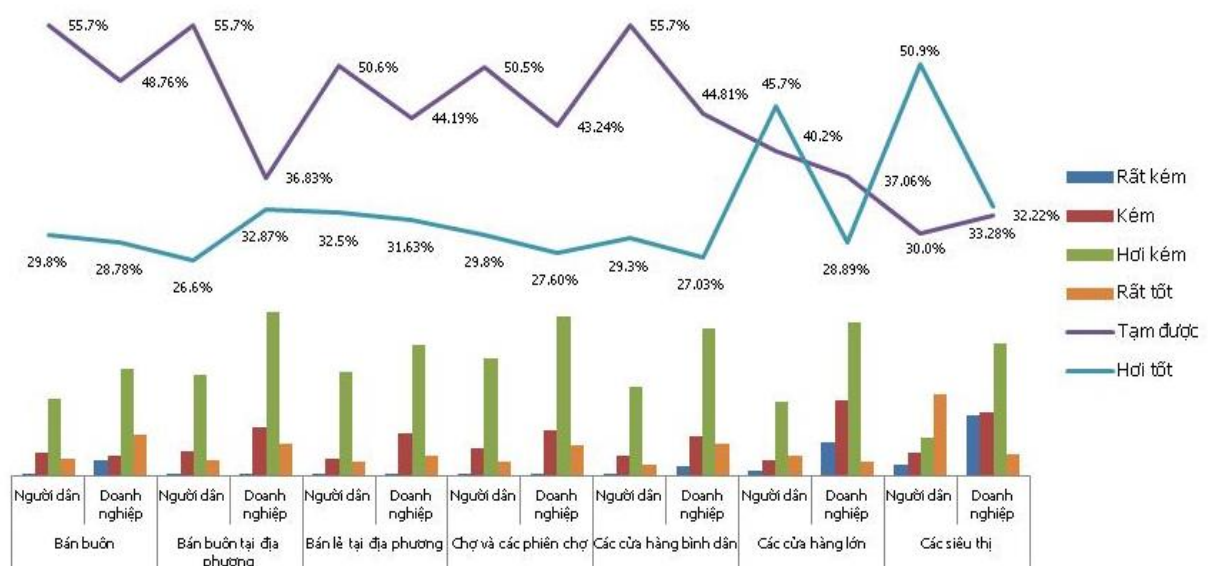
Những địa phương có mức tăng trưởng nhập khẩu bình quân thấp là những địa phương (1) tự sản xuất và có thể đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của chính địa phương đó hoặc (2) địa phương nhập hàng hoá từ một địa phương khác mà không có số liệu thống kê hoặc (3) năng lực xuất khẩu của các doanh nghiệp của địa phương chưa thể mở rộng trong ngắn hạn, nên dẫn tới nhu cầu nhập khẩu ở mức tương đối ổn định. Điều này còn phản ánh một hiện tượng đó là hàm lượng giá trị gia tăng trong các sản phẩm của doanh nghiệp Việt Nam còn thấp, vì vậy, hệ quả của nó là sự phụ thuộc của hoạt động xuất khẩu vào hoạt động nhập khẩu mà chủ yếu là nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào.

Chất lượng loại hình phân phối thương mại

Tính đến năm 2011, Việt Nam có 8550 chợ, trong đó, 232 chợ loại 1 (chiếm khoảng 3%), 936 chợ loại 2 (chiếm khoảng 11%) và 86% là chợ loại 3. Hà Nội là địa phương có nhiều chợ nhất cả nước (hơn 400 chợ), Thanh Hoá đứng thứ hai với 408 chợ, An Giang đứng thứ ba với 279 chợ và đứng cuối cùng là Lai Châu với 26 chợ. Trong khi đó, Tp Hồ Chí Minh là địa phương dẫn đầu cả nước về số lượng siêu thị (152 siêu thị, chiếm 23.8% tổng số siêu thị cả nước), đứng thứ hai là Hà Nội (88 siêu thị) và Đà Nẵng ở vị trí thứ ba (29 siêu thị). Bình Phước, Bình Thuận và Quảng Nam là 3 địa phương ít nhất với 1 siêu thị. Chiếm hơn 23% tổng số trung tâm thương mại của toàn quốc tiếp tục là Tp Hồ Chí Minh (29 trung tâm), Hà Nội (20 trung tâm) và 37 địa phương không có trung tâm thương mại.

Nhìn chung, đánh giá của người dân và doanh nghiệp địa phương dành cho các loại hình phân phối thương mại ở mức trung bình khá. Cụ thể, đối với loại hình bán buôn, hơn 55% người dân đánh giá ở mức tạm được và 29.8% đánh giá ở mức hơi tốt. Tuy nhiên, tỷ lệ nhận định tạm được đối với loại hình bán lẻ như Chợ và các phiên chợ thấp hơn (lần lượt ở mức tạm được là 50.5% và 50.9%), đặc biệt chỉ có 45.7% dành cho các cửa hàng lớn trong khi các cửa hàng bình dân nhận được nhiều lời đánh giá tích cực nhất (55.7%).

Hình 14 Đánh giá về các loại hình phân phối thương mại

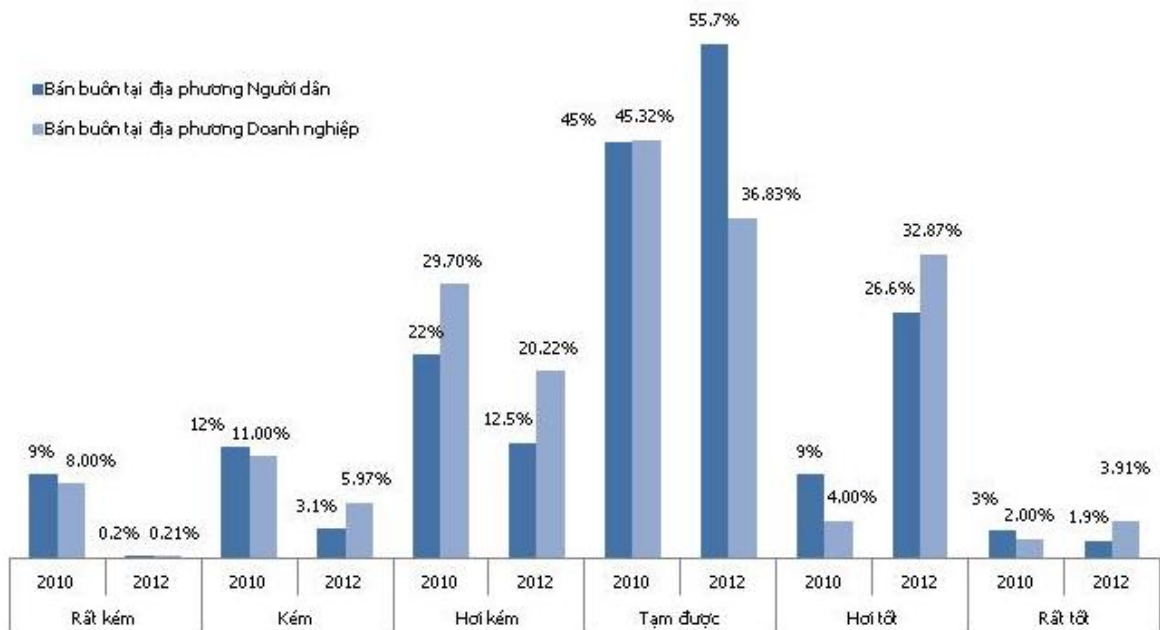


Trong khi đó, có 32.87% doanh nghiệp đánh giá hệ thống bán buôn của địa phương "hơi tốt", không quá chênh lệch đối với mức "tạm được" (36.83%). Tương tự, các siêu thị của địa phương cũng nhận được những nhận định gần như nhau với lần lượt con số là 33.28% và 32.22%. Đáng

lưu ý là tỷ lệ doanh nghiệp đánh giá các loại hình bán lẻ ở mức kém nhiều hơn so với người dân. Cụ thể, Chợ và các cửa hàng lớn nhận hơn 19% đánh giá “hơi kém” từ phía doanh nghiệp còn các cửa hàng bình dân và Siêu thị nhận xấp xỉ 17%.

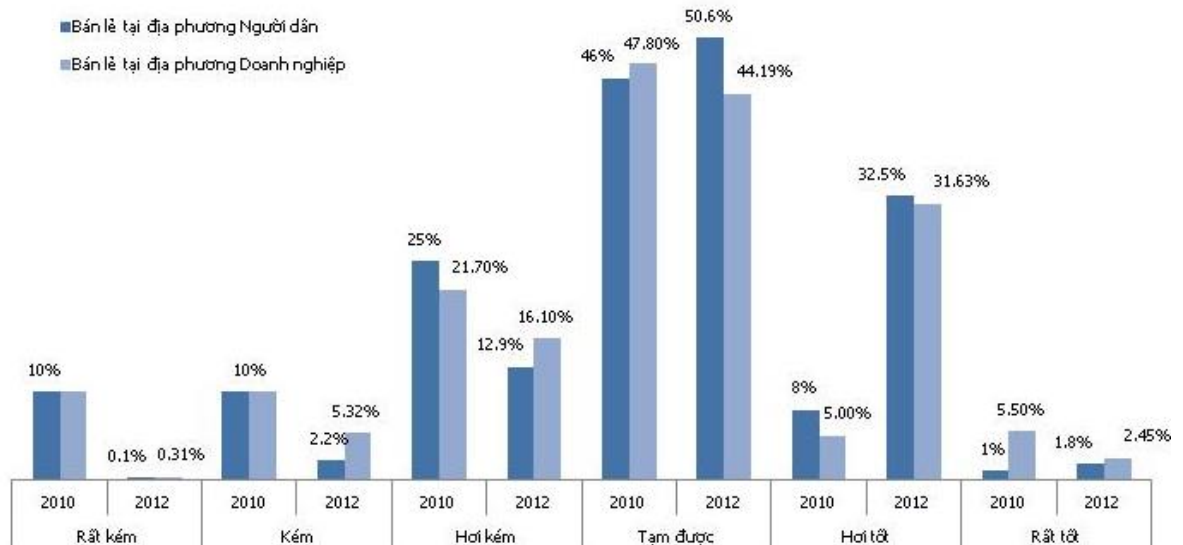
Đối sánh với kết quả nghiên cứu năm 2010, những đánh giá về hệ thống bán buôn tại địa phương đã có sự cải thiện hơn khi các mức đánh giá dưới trung bình khá của doanh nghiệp đều đã giảm: Rất kém, Kém, Hơi kém và Tạm được (đều giảm khoảng 8%) trong khi mức đánh giá “Hơi tốt” tăng lên gần 7 lần (32.07% năm 2012 so với 4% năm 2010) và mức “rất tốt” tăng 1.91%. Tương tự như vậy đối với các nhận định của người dân: tăng 10% ở mức “tạm được”, tăng 17% ở mức “hơi tốt” và giảm nhẹ 1.1% ở mức “rất tốt”. Tuy nhiên, bản thân người dân không có đủ dữ liệu và mức độ tiếp xúc để đánh giá đầy đủ về chất lượng của hệ thống bán buôn tại địa phương nên những số liệu này mang nhiều tính chất tham khảo.

Hình 15 Đánh giá về hệ thống bán buôn tại địa phương



Tương tự, hệ thống bán lẻ địa phương cũng đang nhận được những đánh giá khá khả quan từ phía người dân và doanh nghiệp. Tỷ lệ người dân đánh giá ở mức “tạm được” tăng lên và tăng mạnh nhất ở mức “hơi tốt” với 32.5% (2012) so với 8% (2010). Đáng lưu ý là mức đánh giá “kém” và “rất kém” vẫn giữ nguyên so với năm 2010, thể hiện rằng vẫn còn chất lượng hệ thống bán lẻ vẫn chưa thể đáp ứng được với đòi hỏi và yêu cầu ngày càng cao của người dân, đặc biệt là ở các thành phố lớn. Cũng cần nhìn nhận rằng sự hiểu biết và phân định cụ thể của người dân về các loại hình bán lẻ như Siêu thị và Trung tâm thương mại tại một số địa phương còn nhiều hạn chế, dẫn tới việc đánh giá chưa thực sự đi sâu vào đúng đối tượng đang cần khảo sát.

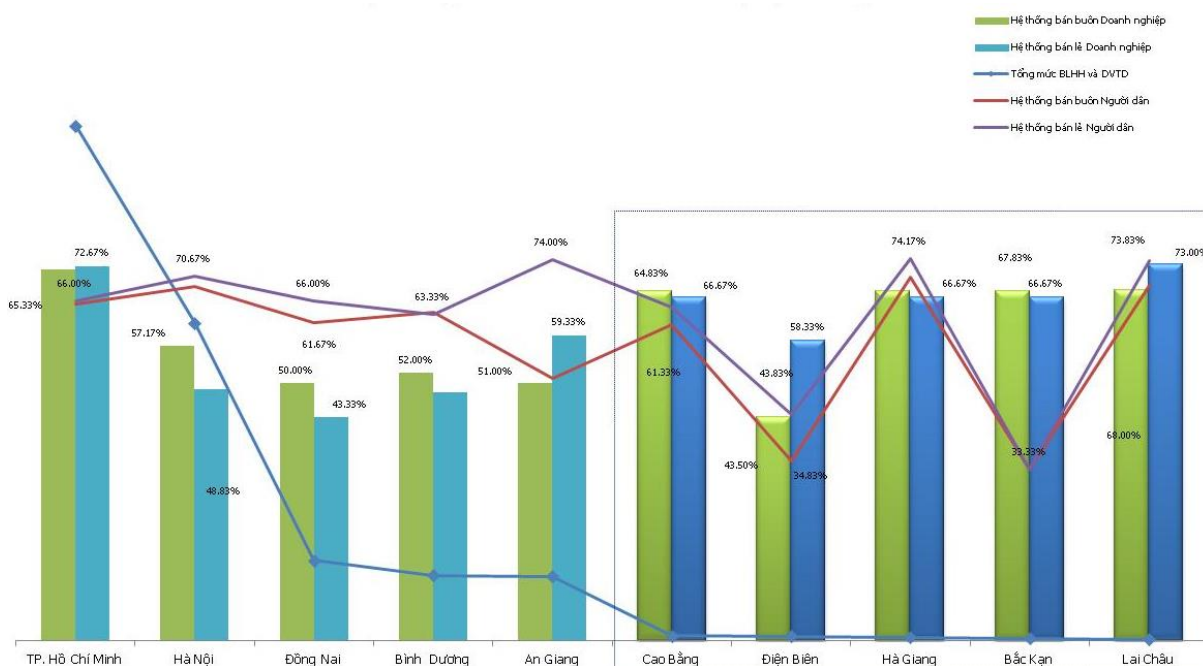
Hình 16 Đánh giá về hệ thống bán lẻ



Xem xét 5 địa phương có Tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng cao nhất và thấp nhất, đối sánh với mức độ ưa thích trung bình của người dân và doanh nghiệp đối với hệ thống bán buôn và bán lẻ tại các địa phương này (Hình 14). Tp Hồ Chí Minh với tổng mức bán lẻ đạt 460 nghìn tỷ VNĐ tương ứng mức cao nhất 100% để so sánh với các địa phương còn lại thì đánh giá của cả nhóm người dân và doanh nghiệp đối với hệ thống bán buôn và bán lẻ đều đạt mức xấp xỉ 70%. Còn đối với Hà Nội, mặc dù đứng thứ hai về Tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng, nhưng mức độ ưa thích chỉ đạt 61%, đặc biệt là chỉ đạt 48.83% (đánh giá của doanh nghiệp về hệ thống bán lẻ). Đồng Nai và Bình Dương tương tự nhau khi tổng mức bán lẻ đạt 12% và mức ưa thích khoảng 59% cho hai nhóm đối tượng. Trong 5 địa phương dẫn đầu, An Giang là trường hợp đặc biệt khi tồn tại khoảng cách ưa thích khá rõ nét về mức độ ưa thích giữa hệ thống bán lẻ và hệ thống bán buôn. Số liệu cho thấy đồng thời người dân và doanh nghiệp đều thích hệ thống bán lẻ (với mức lần lượt là 74% và 59.33%).

Đối với 5 địa phương ở nhóm cuối, Cao Bằng và Lai Châu tương tự nhau khi sự ưa thích của người dân và doanh nghiệp đối với hệ thống phân phối của địa phương là gần như nhau. Trong khi đó, doanh nghiệp của Điện Biên lại không thực sự đánh giá cao hệ thống bán buôn với mức 43.5% so với 58.33% của hệ thống bán lẻ. Địa phương này cũng chứng kiến khoảng cách tương đối (11%) về sự ưa thích của người dân giữa hai hệ thống. Đáng chú ý là Bắc Kạn khi người dân chỉ dành khoảng 33% còn doanh nghiệp dành tới gấp đôi (khoảng 66%) cho hệ thống phân phối của tỉnh này. Điều này cho thấy các doanh nghiệp ở các trung tâm kinh tế lớn có yêu cầu cao hơn và nhận định khắt khe hơn so với các doanh nghiệp ở các địa phương khác, dẫn đến kết quả về mức độ ưa thích tại các địa phương lớn thấp hơn so với các địa phương ở nhóm dưới.

Hình 17 So sánh mức độ ưa thích trung bình của người dân và doanh nghiệp đối với hệ thống bán buôn và bán lẻ địa phương



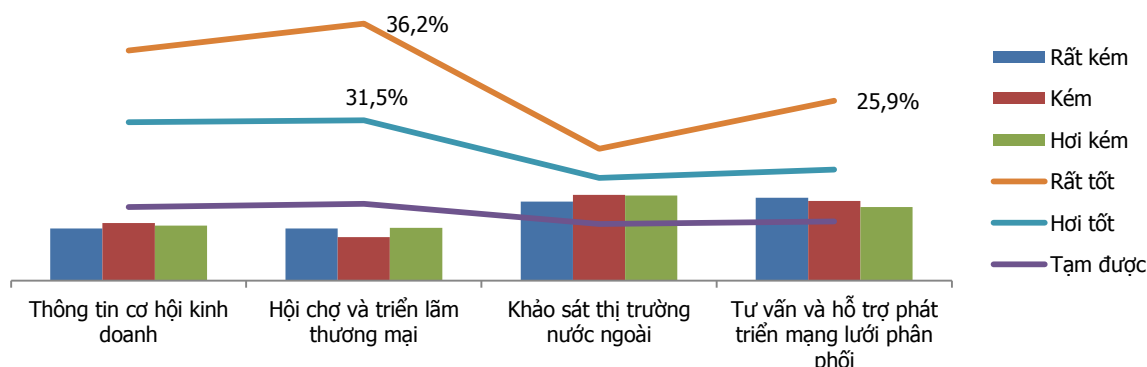
Mặc dù đánh giá của người dân và doanh nghiệp có nhiều điểm lưu ý nhưng trên bình diện chung, điểm số đánh giá này không ảnh hưởng nhiều đến xếp hạng của Trụ cột Thương mại. Chẳng hạn, Tp Hồ Chí Minh và Hà Nội dù không được đánh giá cao nhất nhưng lại có thứ hạng cao nhất trong trụ cột Thương mại. Lý do cơ bản là có sự dịch chuyển hàng hoá trên quy mô lớn với tần suất cao để phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng lớn của người dân tại hai thành phố đông dân cư nhất. Điều này còn hàm ý thể hiện cảm giác “ngọt ngọt” của người dân và doanh nghiệp tại 2 thành phố. Do đó, đối với các địa phương mà hạ tầng về Thương mại chưa phát triển hoặc đang phát triển thì cần có tầm nhìn dài hạn để xây dựng hạ tầng thương mại đáp ứng và phục vụ nhu cầu người dân trong tương lai xa, thay vì chỉ chú trọng các cải thiện trong ngắn hạn.

Chất lượng và hiệu quả các dịch vụ thương mại

Thực tế, dịch vụ thương mại hỗ trợ kinh doanh ở Việt Nam còn chưa đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp. Do thiếu sự đầu tư đồng bộ cho hạ tầng thương mại nên các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp mới chỉ tập trung vào cung cấp các dịch vụ liên quan đến tổ chức hội chợ triển lãm, thông tin thương mại và cơ hội kinh doanh, tham gia các đoàn khảo sát thị trường và thăm quan hội chợ ở nước ngoài. Các hoạt động hội chợ mang tính chuyên sâu như Nghiên cứu thị trường, Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh, Tình báo kinh doanh, Thẩm định năng lực đối tác đều còn nhiều hạn chế. Sự ảnh hưởng của hội nhập thương mại đến các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nội địa là điều đã được dự báo. Kết quả khảo sát đã cho thấy dịch vụ Khảo sát thị trường nước ngoài đang được đánh giá yếu hơn so với các dịch vụ khác. Trong khi đó, dịch vụ Hội chợ và triển lãm thương mại là dịch vụ được đánh giá tốt hơn cả. Điều này cho thấy rằng các doanh nghiệp Việt mới chỉ đang dừng ở việc giới thiệu sản phẩm đến thị trường nước ngoài thông qua các chương trình chung mà chưa thật sự chinh phục bằng tên tuổi của mình.

Kể từ nghiên cứu 2010, các đánh giá trong nghiên cứu lần này cho thấy không có nhiều sự chuyển biến tích cực mà còn có chiều hướng suy giảm, một phần do ngân sách dành cho các hoạt động xúc tiến thương mại và hỗ trợ doanh nghiệp bị cắt giảm từ Trung ương đến địa phương. Phần khác do suy giảm kinh tế nên các hoạt động marketing, truyền thông của doanh nghiệp cũng bị cắt giảm.

Hình 18 Đánh giá chất lượng dịch vụ thương mại



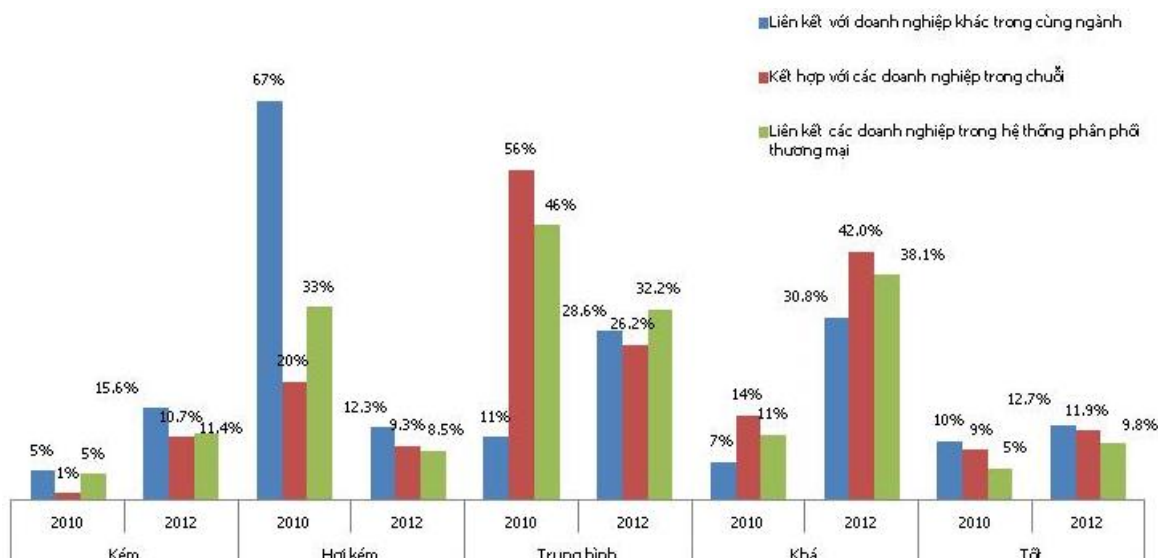
Liên kết các doanh nghiệp

Nhìn chung, phần lớn các dạng liên kết đều nhận được đánh giá ở mức trung bình, cụ thể, 85% trong tổng số những đánh giá của nghiên cứu năm 2012 cho rằng sự hợp tác giữa các doanh nghiệp của địa phương theo chiều dọc hay theo chiều ngang đang ở mức “có thể chấp nhận được”. Điều này cho thấy niềm tin một cách có chiến lược của những người kinh doanh đối với bạn hàng và đối tác của mình của doanh nghiệp Việt Nam đang vấp phải khá nhiều rào cản, mà một trong số đó là tập tục kinh doanh manh mún, nhỏ lẻ và ngắn hạn.

Một điểm đáng lưu ý là đối sánh với kết quả của năm 2010, tính liên kết dù đã được cải thiện về mặt bằng chung, nhưng không có sự chuyển biến rõ rệt. Sự phân hoá trong đánh giá của doanh nghiệp, khi “liên kết cùng ngành” tăng 10.6% về đánh giá “kém” đồng thời với mức tăng 24.8% của đánh giá “khá”, khi “liên kết trong chuỗi” tăng 9.7% ở mức “kém” đi cùng với mức tăng 28% ở mức “khá” và khi “liên kết trong hệ thống phân phối” tăng 6.4% ở mức “kém” song song với mức tăng 17.1% ở mức “khá”, là kết quả của sự thoái dần của thái độ “trung lập” và “không thực sự rõ ràng” mà thay vào đó là những góc nhìn “cụ thể” và “chân thực” hơn.

Đây cũng là hệ quả tất yếu của suy thoái kinh tế vì trong thời điểm khó khăn về vốn, về thị trường và khả năng tiếp cận khách hàng mục tiêu, chỉ những doanh nghiệp biết hợp tác, biết bắt tay và biết cùng đi đến một mục tiêu chung thì mới có thể tồn tại. Số còn lại, đều bị đào thải, như một hiện tượng không thể tránh khỏi.

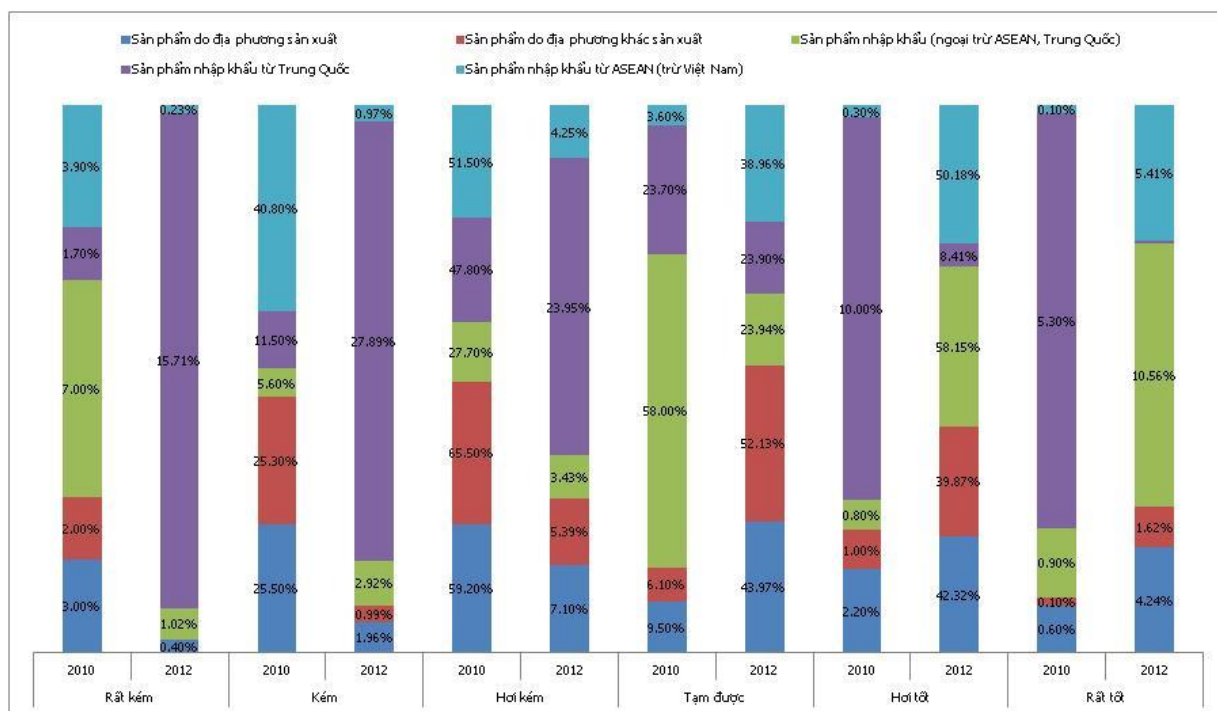
Hình 19 Đánh giá tính liên kết của doanh nghiệp



Nguồn gốc sản phẩm

Giai đoạn 2007 – 2011 chứng kiến nhiều sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng sản phẩm, mà giờ đây, yếu tố về giá không còn trở thành tiêu chí “thống trị” tại các điểm bán nữa. Thay vào đó, là những người tiêu dùng thông minh với lựa chọn cẩn trọng về nguồn gốc sản phẩm.

Hình 20 Đánh giá về nguồn gốc sản phẩm



Sản phẩm nội địa (do địa phương sản xuất và do địa phương khác sản xuất) đã có nhiều sự cải thiện trong đánh giá của người dân. Cụ thể, gần 95% đánh giá đều cho rằng chất lượng của các sản phẩm này ở mức trung bình, với hàm ý rằng đã có thể đáp ứng được phần nào yêu cầu của người tiêu dùng.

Sản phẩm nhập khẩu chứng kiến sự suy giảm về mức độ ưa thích cũng như tin tưởng của người dân đối với chất lượng được kỳ vọng. Rõ nét nhất là đối với các sản phẩm có nguồn gốc từ Trung Quốc khi gần 70% đánh giá rơi vào mức trung bình, tăng 9% so với kết quả nghiên cứu năm 2010 (61%). Lý giải điều này là do tâm lý e ngại của người dân trong nước cũng như trong chính thị trường Trung Quốc đối với các sản phẩm có nguồn gốc từ quốc gia này khi trong những năm vừa qua, những thông tin về chất cấm - chất bảo quản - chất độc hại được sử dụng trong đồ ăn và thực phẩm chế biến đã gây ra tác động không nhỏ tới quyết định mua hàng. Hơn nữa, tính đa chiều và tác động liên tục của các nhiễu cũng tạo ra tâm lý phòng vệ của người tiêu dùng. Trong tình trạng tương tự là các sản phẩm được nhập khẩu từ các thị trường khác (ngoại trừ ASEAN và Trung Quốc) mặc dù chủ yếu các đánh giá vẫn ở trên mức trung bình. Bên cạnh đó, sản phẩm có nguồn gốc từ các nước ASEAN, theo các con đường chính ngạch như qua cửa khẩu Việt Nam – Lào, Việt Nam – Campuchia, đã tạo nhiều cơ hội tiêu dùng sản phẩm cho người dân. Vì vậy, sự cải thiện trong đánh giá sản phẩm cũng ở chiều hướng tích cực hơn so với kết quả nghiên cứu năm 2010.

Thông qua việc tiêu dùng sản phẩm, người tiêu dùng hình thành trải nghiệm đối với nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm. Xu hướng “hàng ngoại” đang dần thay đổi với nhiều yêu cầu khó tính hơn được thay bằng sự chấp nhận dễ dàng hơn đối với các sản phẩm “made in Vietnam”.

Vệ sinh an toàn thực phẩm

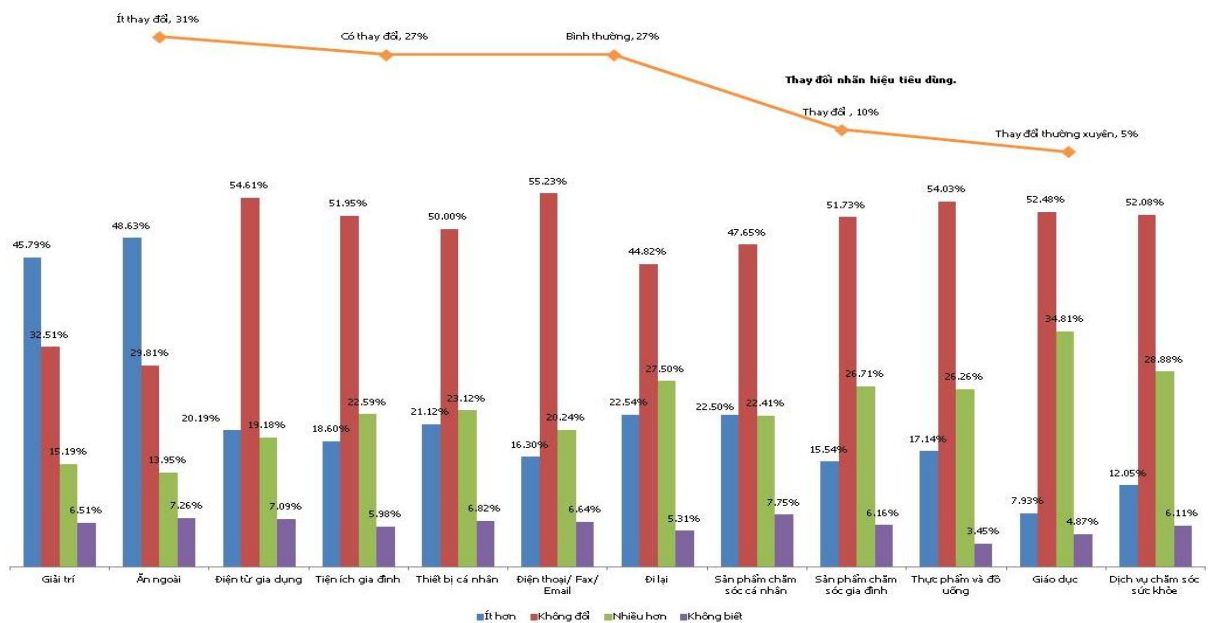
Đây vẫn là vấn đề nổi cộm của thị trường Việt Nam, gây ra ảnh hưởng tiêu cực của người tiêu dùng đối với các sản phẩm được bày bán, khi liên tục các vụ việc về vệ sinh an toàn thực phẩm

được đăng tải trên các phương tiện truyền thông. Năm 2007 có 64,722 vụ việc thì đến năm 2011, con số đó đã lên tới 121,056 (xấp xỉ 200%). Trong đó, Hà Nội là địa phương có số lượng vụ vi phạm lớn nhất với 27,731 vụ với mức xử phạt hơn 1,200 tỷ đồng. Tiếp theo là Bình Dương và Đồng Nai với gần 5,600 vụ (2011) và Bắc Giang (5,500 vụ). Điều này cho thấy sự cảnh báo không chỉ về chất lượng sản phẩm hay quy trình chế biến, mà còn hàm ý sâu xa là văn hoá kinh doanh của những người cung cấp cho thị trường tiêu dùng, suy cho đến cùng là sự coi thường đạo đức – luân lý – và tính mạng của chính những người đồng bào của mình.

Phản ứng với lạm phát và suy thoái kinh tế

Trong 5 năm, chỉ số giá tiêu dùng giữ mức tăng trung bình trong 5 năm trên 10% (so với năm gốc 2005) và sự bất ổn định trong nguồn thu nhập của các hộ gia đình cũng đã khiến cho sức mua hàng hoá giảm. Những phản ứng đầu tiên của người dân là Thay đổi nhãn hiệu tiêu dùng. 69% người dân thuộc nhóm nhạy cảm với giá sản phẩm, và đã lựa chọn thay đổi nhà cung ứng, trong đó có 15% thừa nhận sự thay đổi ở tần suất nhiều, 54% xác nhận là có thay đổi nhưng chưa thể ước tính được mức độ chính xác. Điều này cho thấy đa số người tiêu dùng Việt Nam vẫn còn lệ thuộc nhiều và là những đối tượng bị động tương đối nặng nề của yếu tố giá.

Hình 21 Một số thay đổi trong chi tiêu của người dân



Tuy nhiên, cơ cấu chi tiêu đối với các nhóm hàng của người dân lại thể hiện sự đầu tư trong dài hạn và giá trị truyền thống của Việt Nam. Cụ thể, lĩnh vực Giáo dục và Chăm sóc sức khỏe không những không thay đổi mà còn có xu hướng được tăng thêm (trên 80% người dân đánh giá). Bên cạnh nguyên nhân về truyền thống hiếu học và coi sức khỏe là vàng, cần kể đến ảnh hưởng của việc tăng học phí theo lộ trình và những khoản chi “khó nói” mà các hộ gia đình cần đầu tư cho quá trình học của con cái họ. Ở phía ngược lại là sự tụt giảm của nhóm giải trí, vui chơi mà tiêu biểu là các hoạt động như Giải trí, Ăn ngoài. Xấp xỉ 50% người dân lựa chọn cắt giảm những hạng mục này cùng những sản phẩm cá nhân và lựa chọn gần như giữ nguyên việc mua sắm các thiết bị, đồ dùng phục vụ cho gia đình.

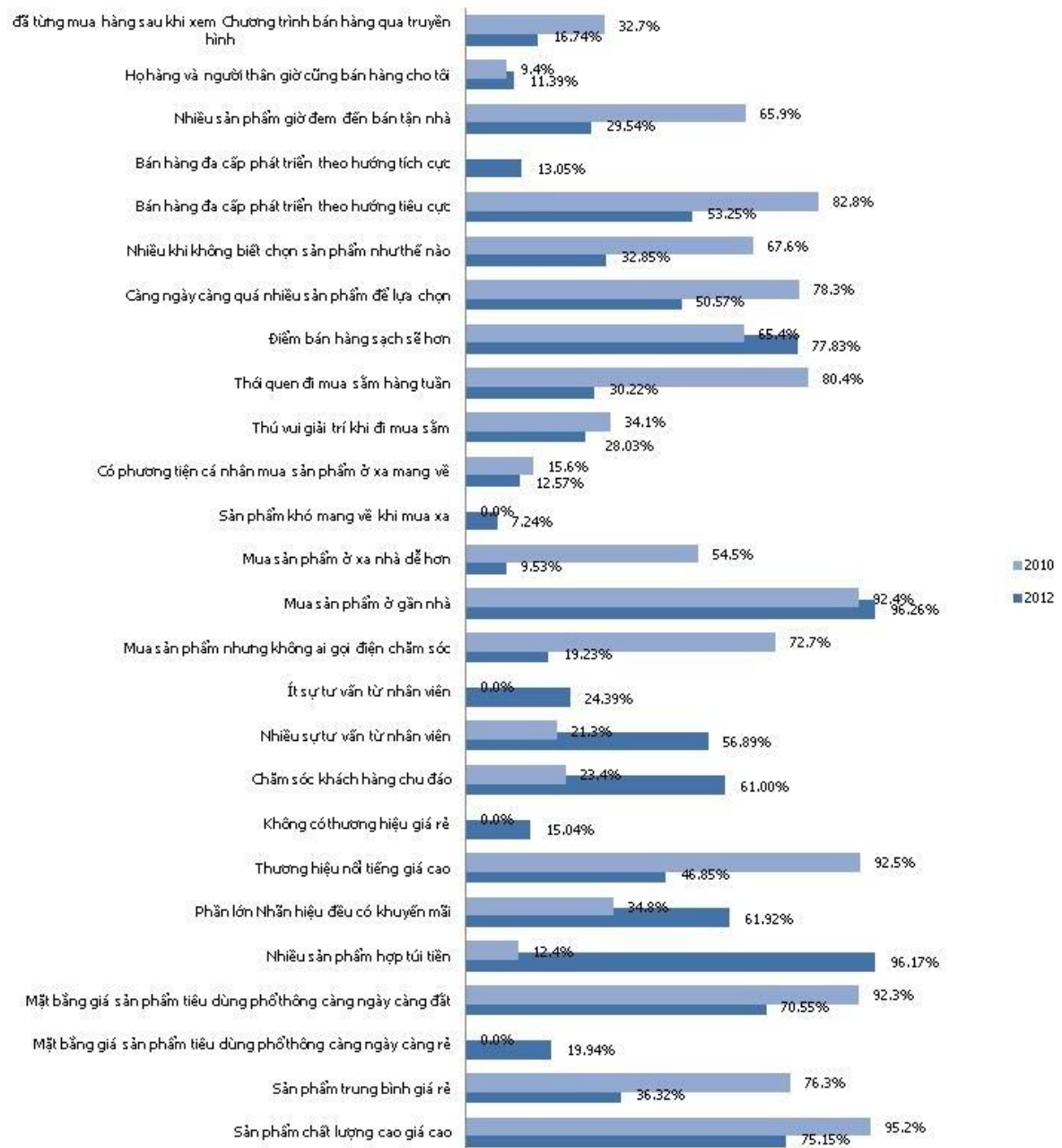
Bên cạnh đó, khoản chi cho các dịch vụ liên lạc như Điện thoại, Fax, Email và Thực phẩm, đồ uống cũng được đa số giữ nguyên bởi ngoài nhu cầu cơ bản như ăn, uống thì nhu cầu xã hội thông qua giao tiếp trong nền kinh tế hiện đại được coi là “yếu tố quan trọng” để phục vụ cho các mục đích kinh doanh ở một chừng mực nào đó.

Đối sánh với kết quả nghiên cứu năm 2010, có thể thấy rằng các hoạt động mua sắm có xu hướng giảm: Mua sắm qua truyền hình (giảm 6%), Thói quen mua sắm hàng tuần (giảm 50%), Thú vui

giải trí khi đi mua sắm (giảm 6%). Thay vào đó, sự lựa chọn đối với các sản phẩm phổ thông, sản phẩm giá rẻ được ưa thích hơn như sản phẩm hợp túi tiền (tăng 84%). Bên cạnh đó, dịch vụ chăm sóc sau bán và các dịch vụ tiện ích khác được đánh giá cao hơn: Chăm sóc khách hàng chu đáo (tăng 39%), Khuyến mãi của các nhãn hàng (tăng 27%), Điểm bán hàng sạch sẽ hơn (tăng 12%).

Ngoài ra, những đánh giá về cách thức bán hàng cũng nhận được nhiều phản hồi khác nhau. Trong khi kết quả của 2010 cho thấy sự tin tưởng của người dân vào mô hình bán hàng đa cấp (13.5%) thì đến năm nay, con số này đã không còn (0%), cùng những nhận định mang tính cực đoan về mô hình này cũng đã giảm xuống (từ 82.8% xuống 53.25%).

Hình 22 Một số thay đổi trong thương mại tiêu dùng



Điều này cho thấy tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế đã làm thay đổi đa phần những thói quen, hành vi mua sắm cũng như chi tiêu của người dân. Đồng thời, cũng thể hiện sự cẩn trọng và cân nhắc kỹ càng của người tiêu dùng đối với các sản phẩm trung bình và giá rẻ trước khi có quyết định chọn mua.

Hình 23 Bản đồ nhận thức của người dân về trụ cột Thương mại



Bảng xếp hạng Trụ cột Thương mại

- Nhóm tiếp tục dẫn đầu: Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội
- Nhóm tăng hạng: Bà Rịa – Vũng Tàu, An Giang, Kiên Giang
- Nhóm giảm hạng: Quảng Ngãi, Tiền Giang

Thông số	TM1	TM2	Điểm xếp hạng
Giá trị trung bình	0.007746	0.80272581	0.810471665
Phương sai	0.005473	0.00955017	0.012810228
Trung vị	0.000145	0.79	0.790092215
Độ lệch chuẩn	0.043093	0.07519814	0.100867838
Độ nhọn Kurtosis	60.23535	0.92791678	11.70246019
Độ lệch Skewness	7.715029	1.02762868	2.727800765
Khoảng biến thiên	0.339304	0.3	0.639303637
Giá trị nhỏ nhất	2.14E-14	0.7	0.7
Giá trị lớn nhất	0.339304	1	1.339303637
Tổng	0.480243	49.769	50.2492432
Số bản ghi	63	63	63
Độ tin cậy (95.0%)	0.010944	0.01909675	0.025615634

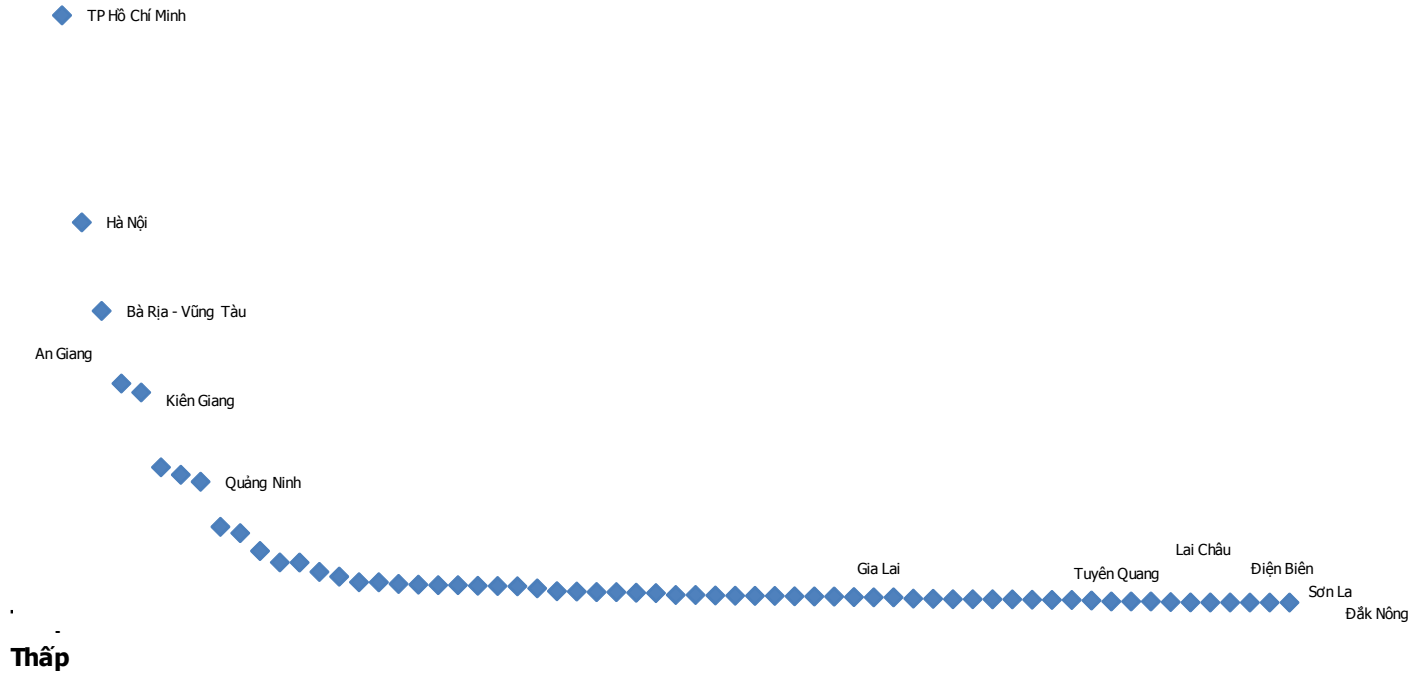
* TM1: Điểm quy đổi dữ liệu thứ cấp

* TM2: Điểm quy đổi dữ liệu khảo sát

Hình 24 Bảng xếp hạng trụ cột Thương mại

Cao

BẢNG XẾP HẠNG TRỤ CỘT THƯƠNG MẠI



Thấp

Nhóm Hội nhập Thương mại cao gồm: Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bà Rịa – Vũng Tàu, An Giang, Kiên Giang, Hải Phòng, Cần Thơ, Quảng Ninh, Lạng Sơn, Đồng Nai, Bình Dương, Bắc Ninh, Hải Dương, Long An, Khánh Hoà, Đà Nẵng, Bắc Giang, Đồng Tháp, Thái Bình.

Nhóm Hội nhập Thương mại thấp gồm: Điện Biên, Lai Châu, Sơn La, Đắk Nông

Nhóm Hội nhập Thương mại trung bình là những địa phương còn lại.

Có thể thấy rằng, năng lực hội nhập Thương mại của các địa phương không có quá nhiều sự chênh lệch ngoại trừ Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội là hai trung tâm kinh tế lớn nhất toàn quốc. Các địa phương khác thuộc nhóm đầu đều là những điểm sáng về kinh tế của cả nước như Hải Phòng, Quảng Ninh, Đồng Nai, Bình Dương, Bắc Ninh, Long An, Khánh Hoà, Đà Nẵng. Trong đó, một số địa phương cũng đã thể hiện được năng lực của mình khi vị trí trong bảng xếp hạng đã được cải thiện rất ấn tượng như: Bà Rịa Vũng Tàu, An Giang, Kiên Giang. Điểm đặc biệt của Bà Rịa – Vũng Tàu là thặng dư xuất nhập khẩu của địa phương này đạt mức cao nhất trong 63 tỉnh thành phố trong khi một số địa phương khác liên tục giữ trong tình trạng nhập siêu. Điều đó chứng tỏ rằng Bà Rịa – Vũng Tàu đang được lựa chọn như một cửa ngõ quốc gia để mang hàng hoá của Việt Nam đi ra thị trường bên ngoài. Trong khi đó, An Giang và Kiên Giang cũng là hai địa phương có sự bứt phá mạnh mẽ về Thương mại khi giữ vị trí thứ tư và thứ năm trong Bảng xếp hạng. Đó là bởi An Giang đã tập trung vào nâng cao giá trị của các mặt hàng nông sản mà chủ lực là mặt hàng gạo và trở thành địa phương dẫn đầu cả nước về tổng giá trị sản xuất nông nghiệp trong 5 năm 2007 – 2011. Đồng thời, sức tiêu thụ được thống kê cho An Giang thông qua chỉ tiêu về Tổng mức bán lẻ doanh thu dịch vụ và tiêu dùng đạt được con số rất khả quan (hơn 46 nghìn tỷ đồng năm 2011, mức tăng bình quân là 18%/ năm). Đối với Kiên Giang, là một địa phương mới nổi trong thời gian gần đây, là địa phương có sự cân bằng tương đối trong sản xuất công nghiệp - nông nghiệp – lâm nghiệp và đặc biệt có sự nổi bật về tổng giá trị sản xuất thủy sản của cả nước khi dẫn đầu về giá trị thủy sản năm 2011 (gần 18 nghìn tỷ đồng).

Các địa phương thuộc nhóm Hội nhập mức Trung bình là những địa phương mặc dù đã gặt hái được các kết quả về Xuất nhập khẩu, Mức tăng trưởng về sản xuất công nghiệp trong việc dịch chuyển hoá cơ cấu nền kinh tế và Đẩy mạnh sức tiêu thụ hàng hoá của người dân địa phương song sự nỗ lực đó vẫn cần được chuyển hoá hiệu quả hơn trong thời gian sắp tới.

Các địa phương còn lại là Điện Biên, Sơn La, Lai Châu, Đắk Nông mặc dù xếp ở cuối bảng nhưng cũng cần nhìn nhận sự cố gắng của địa phương trong việc cải thiện chất lượng hệ thống thương mại bất chấp những khó khăn về địa hình, thời tiết.

ĐẦU TƯ

Dòng chảy đầu tư

Nơi nào tạo ra năng suất sinh lời cao nhất, nơi đó sẽ thu hút đầu tư. Điều này được xét đến trong các giả định là các địa phương khác nhau sẽ có những điều kiện hay yêu cầu pháp luật cơ bản là như nhau đối với môi trường hoạt động cho nhà đầu tư. Đối với các ngành thâm dụng lao động, đầu tư sẽ chảy đến nơi nào có nguồn nhân công lao động dồi dào với giá rẻ. Đối với các ngành đòi hỏi nhân công có tri thức, đầu tư sẽ chảy đến để đạt được các lợi thế dẫn đầu về công nghệ. Đối với các thể chế hay chính quyền tạo ra các điều kiện khuyến khích hay thu hút đầu tư tốt, khả năng sắp xếp các nguồn lực địa phương và quốc tế được kết hợp hiệu quả, nơi đó sẽ có dòng đầu tư chảy vào. Khi khó có thể đo lường năng suất sinh lời dự kiến, đầu tư sẽ chảy đến nơi người lao động có năng suất lao động cao hơn so với lao động tương tự tại địa phương khác với mức giá lao động rẻ hơn.

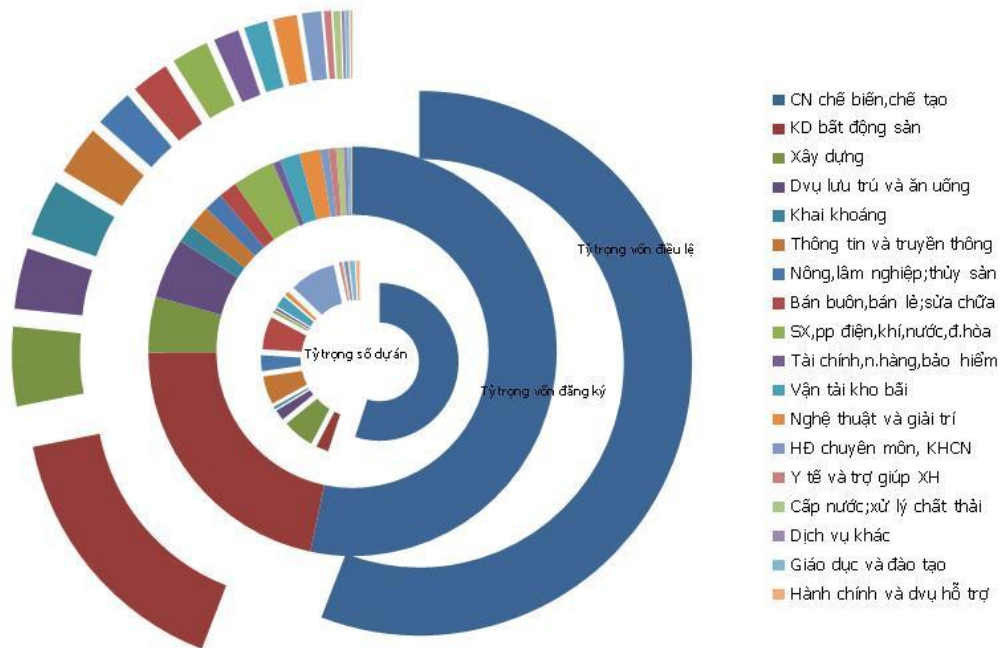
Giai đoạn đầu cho thu hút đầu tư của các quốc gia đang phát triển và chính bản thân các địa phương, các vùng đất thường gắn với việc quy hoạch lại các dự án kêu gọi đầu tư gắn với chiến lược phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Chưa từng có một chiến lược kinh tế xã hội nào có điều tra về kỳ vọng của người dân địa phương đối với sự phát triển của địa phương trong tương lai 30, 50 hay 100 năm sau. Mặc dù người chủ thực sự của một địa phương chính là cư dân của địa phương đó. Do thiếu các nghiên cứu về tầm nhìn, năng lực và định hướng chiến lược cho khác biệt hóa, các địa phương thường rơi vào cái bẫy phong trào và thành tích, đòi hỏi đến yếu tố toàn diện thay vì lựa chọn phát triển ưu tiên. Bên cạnh đó, sự điều hành mang tính nhiệm kỳ đòi hỏi phải có thành tích trong ngắn hạn, điều này nhiều khi bỏ qua các mục tiêu trong dài hạn. Các dự án mong muốn được đầu tư đều đại trà, không có gì khác biệt hay nổi trội so với các địa phương khác. Khi không đủ khác biệt hóa, người ta không thể biết rõ bản sắc đầu tư của địa phương là gì để theo đuổi, hay để đối tác nhớ đến. Nỗ lực sau này của các địa phương tại Việt Nam là trên nền tảng các dự án kêu gọi đầu tư, được dịch sang tiếng Anh thành danh mục và tổ chức các đoàn khảo sát, trưng bày và giới thiệu tại các thị trường mục tiêu, với mong muốn các nhà đầu tư tại thị trường mục tiêu tiềm năng này sẽ vào đầu tư tại địa phương trong tương lai. Do các quy định về ngân sách chi cho hoạt động xúc tiến đầu tư từ cả trung ương lẫn địa phương còn hạn chế ở cả định mức chi lẫn phương pháp giải ngân, nhiều hoạt động do được thực hiện ở nước ngoài nên còn chưa có quy định và hướng dẫn; điều này dẫn đến các hoạt động xúc tiến đầu tư này chưa đủ sâu và còn mang tính hình thức, hàm nghĩa chưa tìm được đúng nhà đầu tư tiềm năng thực sự có nhu cầu đầu tư vào địa phương. Một số đoàn khảo sát có thành phần còn mang tính danh nghĩa và ngoại giao thay vì hoạt động xúc tiến đầu tư thực thụ. Kết quả của các đoàn xúc tiến đầu tư không cao, trừ các trường hợp các đoàn của Chính phủ và Nhà nước trong đó thực thi hóa các cam kết đầu tư và công tác chuẩn bị lựa chọn các cơ hội kết hợp đầu tư đã được chuẩn bị kỹ lưỡng. Đối với các đoàn mà trưởng đoàn là lãnh đạo địa phương, thì công tác xúc tiến đầu tư phụ thuộc vào kinh nghiệm và quan hệ đối ngoại mà hệ thống lãnh đạo địa phương đã tích lũy. Thành công của một địa phương từ việc có chiến lược thu hút đầu tư chuyên nghiệp là chưa có.

Tuy nhiên, việc tổ chức nhiều các hoạt động xúc tiến đầu tư cũng làm thay đổi nhận thức của đối tác về thị trường Việt Nam. Thay đổi nhận thức của chính những người làm công tác xúc tiến đầu tư tại địa phương. Có trường hợp nhà đầu tư đến thăm quan không đầu tư được ở địa phương mời chào nhưng lại lựa chọn được cơ hội đầu tư ở địa phương khác. Một trong các nguyên nhân chính là sự tương đồng của dự án kêu gọi đầu tư của các địa phương. Không có khác biệt hóa, không thể có sự chuyên tâm để thực hiện công việc sản xuất và kinh doanh tốt nhất. Ít nhất, mỗi địa phương phải biết mình có khả năng trở thành mạnh nhất ở lĩnh vực gì và nó sẽ hấp dẫn và thu hút nhà đầu tư tiềm năng ở đâu đến là phù hợp.

Đầu tư nước ngoài

Đầu tư trực tiếp từ nước ngoài vào Việt Nam chủ yếu đến từ Nhật Bản, Singapore, Đài Loan (Trung Quốc), Hàn Quốc với tổng vốn đăng ký lên tới 38 tỷ USD (chiếm gần 50% tổng vốn đầu tư). Cụ thể, Nhật Bản tiếp tục là nhà đầu tư trực tiếp lớn nhất của Việt Nam (2047 dự án với tổng vốn điều lệ là 10 tỷ USD), Singapore (1186 dự án với 7 tỷ USD), Đài Loan (2262 dự án với 11 tỷ USD) và Hàn Quốc (3431 dự án với gần 9 tỷ USD). Tuy nhiên, khi xem xét về hàm lượng vốn đầu tư trung bình trên từng dự án thì Luxembourg là vùng lãnh thổ có giá trị lớn nhất với 30. 23 triệu USD/ dự án.

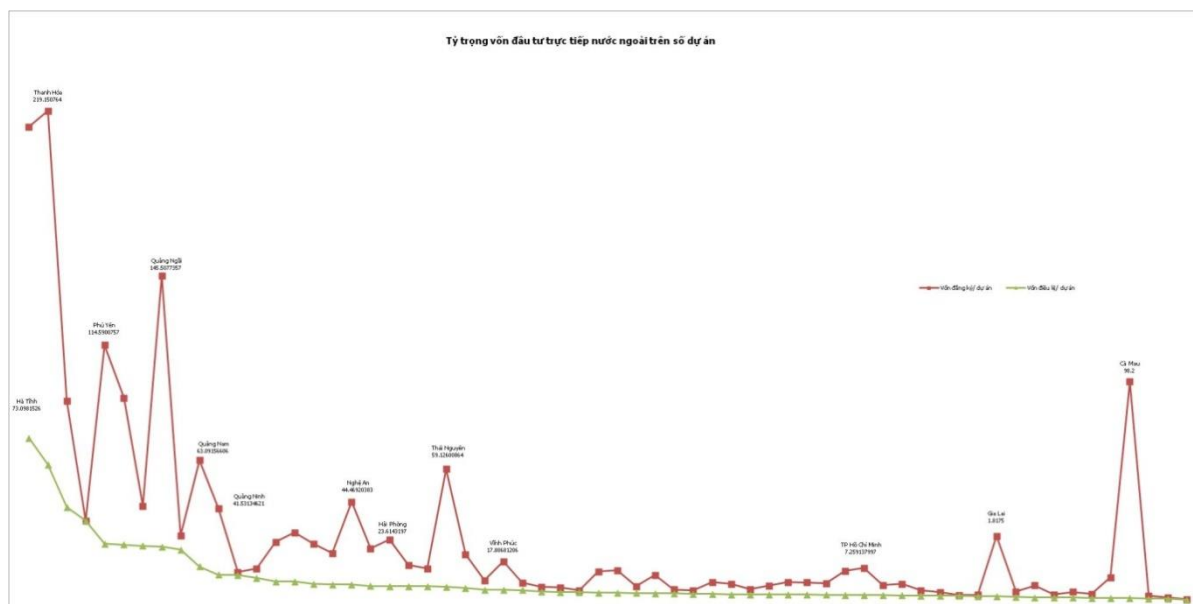
Hình 25 Tỷ trọng số dự án, vốn đăng ký, vốn điều lệ FDI trong các lĩnh vực



Lĩnh vực đầu tư chủ yếu là Công nghiệp chế biến và chế tạo (với vốn đăng ký 118 tỷ USD từ 8422 dự án), Hoạt động kinh doanh bất động sản (48 tỷ USD từ 400 dự án), Dịch vụ lưu trú và ăn uống (10 tỷ USD) và Dịch vụ xây dựng (9 tỷ USD). Xét về tỷ trọng vốn trên số dự án và tỷ lệ dự án được cấp phép, Công nghiệp chế biến, chế tạo và Bất động sản vẫn tiếp tục chiếm đa phần. Địa phương tiếp nhận nhiều vốn nhất trong giai đoạn này là Thành phố Hồ Chí Minh với 12 tỷ USD vốn điều lệ từ hơn 4000 dự án đầu tư đã cấp phép, tiếp theo là Đồng Nai với 8 tỷ USD đến từ gần 1200 dự án và Hà Nội ở vị trí thứ ba với hơn 7 tỷ USD của 2581 dự án.

Đáng chú ý là khi xem xét tỷ trọng vốn đầu tư (đăng ký, điều lệ) trên tổng số dự án đã được cấp phép thì thấy rằng một số địa phương dẫn đầu về giá trị vốn đăng ký nhưng lại có khoảng chênh lệch rất lớn đối với giá trị vốn điều lệ bình quân, ngụ ý rằng thực chất những khoản vốn đầu tư cao là do có sự xuất hiện của một vài dự án lớn nhưng chưa phản ánh đầy đủ hiệu quả đầu tư trực tiếp nước ngoài của địa phương đó. Ví dụ, Thanh Hoá, Phú Yên, Quảng Ngãi là điểm được lựa chọn của các nhà máy lọc dầu; còn Thái Nguyên, Bắc Ninh là sự lựa chọn của hãng điện tử Samsung.

Hình 26 Tỷ trọng vốn đầu tư FDI trên số dự án



Ngoài sự khác biệt giữa vốn đăng ký với vốn điều lệ, phản ánh việc nhiều nguồn vốn được huy động từ nội địa cho phát triển dự án thì còn có sự khác biệt giữa vốn đăng ký với vốn giải ngân. Nhiều dự án không thể giải ngân do công tác đền bù và giải phóng mặt bằng được triển khai chậm từ phía chính quyền địa phương. Một số khác do năng lực thẩm thấu và sử dụng vốn yếu kém do thiếu người và công nghệ, đơn vị cung cấp dịch vụ hậu cần để có thể tiêu được tiền từ các dự án. Một số dự án còn không lường hết được các rủi ro về văn hóa và môi trường văn hóa đem lại dẫn đến việc thiếu sự phối hợp của người dân địa phương trong triển khai.

Đầu tư nội địa

Kết quả khảo sát cho thấy mức độ khiêm tốn các doanh nghiệp Việt Nam đã mở rộng hoạt động kinh doanh sang các địa phương khác (27.7%) trong khi 17.54% doanh nghiệp đã và đang thực hiện các hoạt động kinh doanh với đối tác tại thị trường nước ngoài. Có hai xu hướng đầu tư sang tỉnh khác của các doanh nghiệp: (1) đầu tư vào các địa phương trung tâm như Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội để tận dụng nguồn lực về công nghệ, nguồn vốn và đồng thời tìm kiếm những khách hàng tiềm năng sẵn sàng cho đơn hàng có giá trị cao hơn (2) là xuất phát từ các tỉnh thành phố lớn, dòng chảy đầu tư đi đến các địa phương khác để tận dụng cơ hội khai thác tài nguyên, phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh, từ đó đóng góp vào hoạt động xây dựng cơ sở hạ tầng cơ bản cho địa phương đó.

Bên cạnh các khoản đầu tư của doanh nghiệp, hoạt động đầu tư trong dân cũng đang trở thành một nguồn cung mới mà giới tài chính Việt Nam cũng như nhà đầu tư nước ngoài rất quan tâm. Tồn tại dưới dạng tiết kiệm với nhiều dạng hàng hoá như tiền, vàng, cổ phiếu hoặc trái phiếu, kết quả khảo sát đã cho thấy đa số người dân Việt Nam vẫn đang lựa chọn những phương án đầu tư "an toàn" như Gửi có lãi suất ở Ngân hàng (41%), Để tại nhà (22%) và Mua vàng để cất trữ (15%).

Bất ngờ rằng khi thực hiện so sánh giữa người dân của nhóm địa phương có mức % tiết kiệm cao nhất với nhóm địa phương có mức thấp nhất (Lào Cai, Quảng Ngãi, Đắk Nông, Thái Bình, Bắc Giang, Bắc Kạn), thấy rằng hình thức gửi có lãi suất ở ngân hàng không thực sự được ưa chuộng (ngoại trừ người dân Quảng Ngãi) trong khi tiền mặt để tại nhà lại là xu hướng của người dân Bình Dương. Mua vàng cất trữ là xu hướng lựa chọn của người dân Sơn La trong khi người dân Hải Dương lại chọn mua vàng và gửi lãi suất tại ngân hàng. Người dân ở Tp Hồ Chí Minh quan tâm đến mua ngoại tệ (cất tại nhà

hoặc gửi ngân hàng) và mua cổ phiếu hơn so với các hình thức đầu tư khác trong khi người dân Quảng Ninh lại ưa thích hình thức đầu tư vào nhà đất. Người dân Hải Phòng, Hà Nội và Bến Tre dường như không quá quan tâm đến một lựa chọn nào cụ thể. Đối sánh giữa các địa phương mà người dân có mức tiết kiệm dành đầu tư ở mức ít hoặc nhiều bao ngoài cùng với người dân ở thành phố lớn như Bình Dương, Đồng Nai, Hà Nội, Tp Hồ Chí Minh cũng không có độ lệch rõ ràng với hình thức đầu tư nào cụ thể. Xu hướng giữ tiền mặt hoặc gửi tiền Việt tại ngân hàng có lãi suất cũng không thu hút đối với người dân mà thay vào đó là vàng và ngoại tệ.

Hình 27 Xu hướng đầu tư của người dân



Yếu tố hấp dẫn đầu tư

Nguồn vốn đầu tư sẽ đi vào nơi nào có năng suất cao nhất hoặc tạo ra hiệu quả kinh doanh cao nhất, mà phần lớn hiệu quả và năng suất này kết tinh từ năng suất lao động. Có nghĩa rằng, nếu vốn đầu tư chảy vào Việt Nam nhiều hơn thì bản chất rằng lao động Việt Nam làm việc có năng suất cao hơn so với lao động trung bình trên thế giới. Thực tế, lao động Việt Nam lại không được đánh giá cao về năng suất làm việc và khoản thuế thu được từ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài lại không cao, dẫn đến những giả thiết về hiện tượng chuyển giá đã được minh chứng. Trong những năm trở lại đây, các địa phương và cơ quan quản lý Nhà nước đã ý thức được hiện tượng này nên đã có những chính sách và động thái nhằm giảm thiểu thiệt hại cho việc chuyển giá của các nhà đầu tư nước ngoài gây ra. Việc lựa chọn đầu tư kỹ càng và khắt khe hơn đã phần nào ảnh hưởng đến sự quan tâm của các nhà đầu tư. Tuy nhiên, đây lại là cơ hội cho các địa phương vẫn còn tài nguyên để khai thác (đất, rừng, biển) nhưng lại hạn chế về mặt giao thông.

Để giữ chân dòng vốn đầu tư cũng như đảm bảo cho việc thu hút đầu tư một cách bền vững đòi hỏi địa phương cần đi vào gốc rễ của vấn đề về môi trường đầu tư. Theo kết quả khảo sát, Lực lượng lao

động chuyên môn đặc thù và Trình độ Tiếng Anh của người lao động địa phương vẫn là hai nội dung nhận được nhiều đánh giá kém nhất, và không có nhiều sự thay đổi so với kết quả nghiên cứu năm 2010. Trong đó, dẫn đầu về tỷ lệ đánh giá “kém” là Trình độ Tiếng Anh của người lao động địa phương với 24.5% (2012). Mặc dù đã có sự cải thiện hơn so với 34.5% (2010) nhưng con số này vẫn chứng tỏ rằng lao động Việt Nam vẫn còn rất khó khăn để sẵn sàng bước ra hội nhập với thị trường lao động quốc tế khi yếu tố về ngôn ngữ luôn là tiêu chí hàng đầu của các doanh nghiệp trong hoạt động tuyển dụng.

Tiếp theo là việc đánh giá thấp về việc Thiếu chiến lược, kế hoạch và quy hoạch dự án rõ ràng, minh bạch; và Dịch vụ và mạng lưới hỗ trợ sản xuất kinh doanh kém. Số liệu đã cho thấy tỷ lệ gần như không thay đổi (thậm chí có tăng lên một lượng nhỏ) của nhận định “kém”, ngụ ý rằng địa phương chưa quan tâm đúng mức đến các yếu tố hỗ trợ doanh nghiệp phát triển kinh doanh thay vì chỉ thực hiện các cam kết đầu tư ban đầu. Định hướng thu hút đầu tư với thông tin rõ ràng, công khai và minh bạch cùng với các kế hoạch giới thiệu hình ảnh địa phương ra nước ngoài cần có lộ trình thực hiện bài bản và chuyên nghiệp hơn.

Tương tự, Tính chuyên nghiệp trong giao tiếp và kinh doanh cũng gần như không có sự dịch chuyển tốt hơn so với kết quả khảo sát của năm 2010 trong khi Tinh thần sáng tạo trong kinh doanh đã có nhiều nhận định tốt hơn (nhận định “kém” giảm từ 31.3% năm 2010 xuống 13.7% năm 2012). Môi trường kinh doanh càng khó khăn hơn, quá trình thải loại các doanh nghiệp hoạt động yếu kém và lựa chọn các doanh nghiệp có sản phẩm và dịch vụ sáng tạo càng trở nên quan trọng hơn. Đổi mới sáng tạo là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp tồn tại bền vững và lâu dài.

Hình 28 Đánh giá về yếu tố hấp dẫn đầu tư địa phương



Thực hiện so sánh về các yếu tố hấp dẫn đầu tư của 3 cặp nhóm địa phương có nhiều nét tương đồng như An Giang – Kiên Giang, Nghệ An – Thanh Hoá, Quảng Ngãi - Quảng Nam, thấy rằng 3 tỉnh ở nhóm trên là Kiên Giang, Thanh Hoá và Quảng Ngãi được đánh giá là có thế mạnh về tính minh bạch của chiến lược và các kế hoạch quy hoạch dự án đầu tư. Cụ thể, Quảng Ngãi được đánh giá tốt nhất ở việc nâng cao chất lượng cuộc sống của địa phương và có lực lượng lao động chuyên môn đặc thù; Kiên Giang được ghi nhận ở Năng suất lao động và các chương trình xúc tiến đầu tư tốt. Ngược lại, với các địa phương ở nhóm dưới như An Giang ở gần với Văn hoá ứng xử và Kinh doanh nhờ lợi thế địa lý, Quảng Nam gần với Chi phí xã hội và giao dịch tại địa phương còn Nghệ An gần với Dịch vụ hỗ trợ mạng lưới kinh doanh, sản xuất. Từ đây thấy rằng, yếu tố làm nên sức hấp dẫn đầu tư của một địa phương Việt Nam đối với doanh nghiệp đến từ tầm nhìn chiến lược được cụ thể bằng chính sách thu hút nguồn lao động có tri thức, có kỹ năng thực hành giỏi.

Chất lượng và hiệu quả của dịch vụ hỗ trợ đầu tư

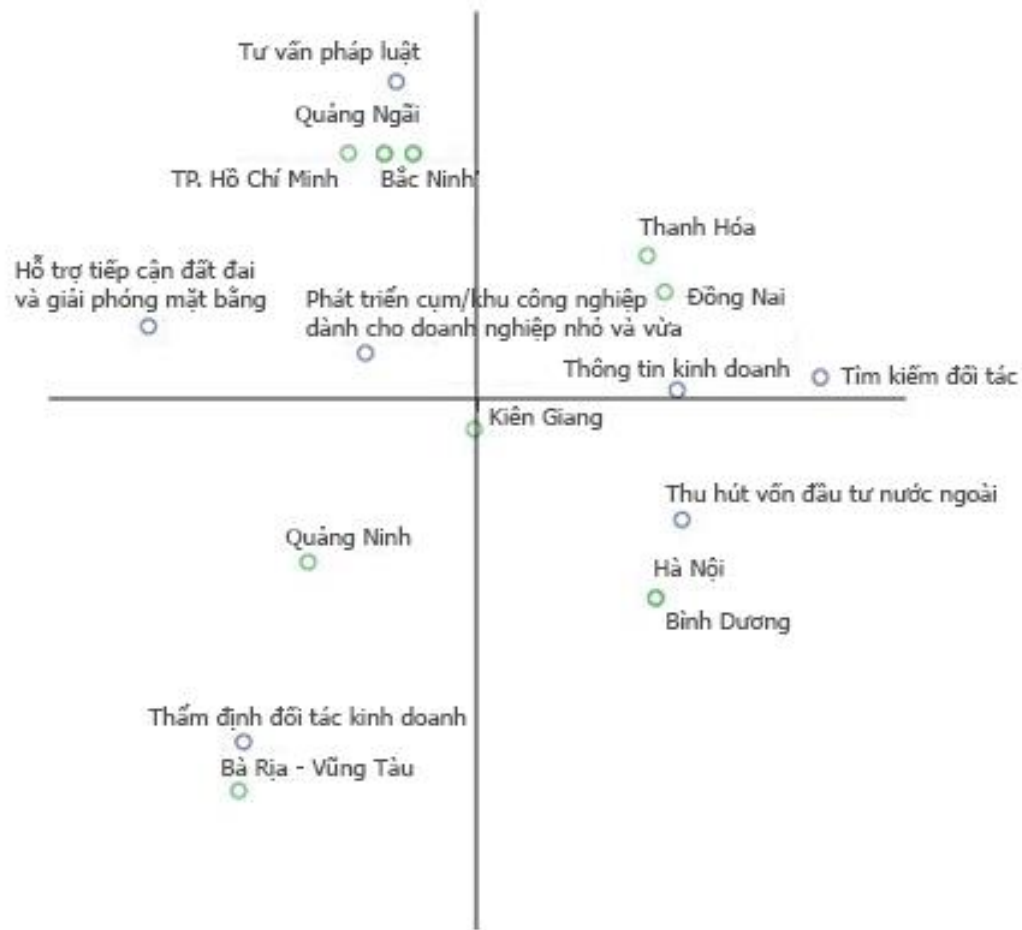
Tiếp tục là những kết quả không có nhiều sự chuyển biến là những đánh giá về chất lượng và hiệu quả của dịch vụ hỗ trợ đầu tư. Hai dịch vụ kém nhất là Thẩm định đối tác kinh doanh và Hỗ trợ tìm kiếm đối tác kinh doanh vẫn ở mức trung bình thì Dịch vụ Thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài lại chứng kiến sự giảm mạnh từ mức trung bình xuống mức kém và rất kém.

Bảng 11 Đánh giá về chất lượng và hiệu quả dịch vụ hỗ trợ đầu tư

	Rất kém	Kém	Hơi kém	Tạm được	Tốt	Rất tốt
Tư vấn về thông tin pháp luật	3.9%	12.4%	14.8%	37.3%	27.2%	4.4%
Hỗ trợ tìm kiếm đối tác kinh doanh	6.7%	15.5%	20.5%	37.9%	15.4%	3.9%
Thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài	7.4%	17.0%	25.1%	31.7%	16.5%	2.3%
Thông tin kinh doanh (về các thị trường tiềm năng)	7.4%	15.0%	22.9%	35.7%	18.3%	0.7%
Phát triển khu/ cụm công nghiệp cho doanh nghiệp vừa và nhỏ	8.0%	9.4%	20.0%	33.4%	27.4%	1.8%
Hỗ trợ về tiếp cận đất đai, mặt bằng kinh doanh và chuyển đổi mục đích sử dụng đất	6.4%	10.1%	22.6%	32.1%	26.0%	2.7%
Thẩm định đối tác kinh doanh	10.5%	14.6%	19.5%	40.5%	14.5%	0.4%

Hỗ trợ về tiếp cận đất đai tiếp tục là vướng mắc mà đa số nhà đầu tư gặp phải mà trong nhóm 10 địa phương dẫn đầu thì chỉ có Tp Hồ Chí Minh, Quảng Ngãi và Bắc Ninh có phần “khá” hơn. Tương tự, Bà Rịa – Vũng Tàu được đánh giá tốt nhất về Thẩm định đối tác kinh doanh trong khi Đồng Nai lại nghiêng về Thông tin kinh doanh (về các thị trường tiềm năng) và Tìm kiếm đối tác. Doanh nghiệp cho rằng Hà Nội và Bình Dương tương đối mạnh về việc Thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài còn Kiên Giang lại phù hợp với Phát triển khu/ cụm công nghiệp cho doanh nghiệp nhỏ và vừa. Riêng Quảng Ninh và Thanh Hoá thì không nghiêng hẳn về đánh giá nào.

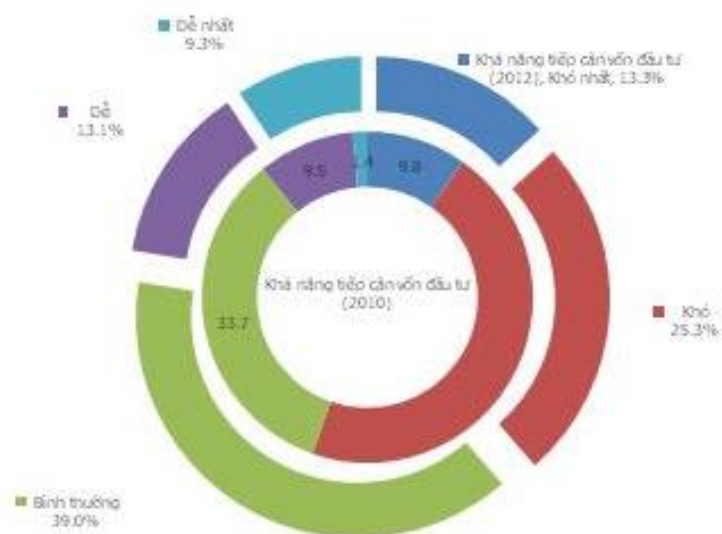
Hình 29 Đánh giá của doanh nghiệp về dịch vụ hỗ trợ đầu tư



Khả năng tiếp cận và hấp thụ vốn

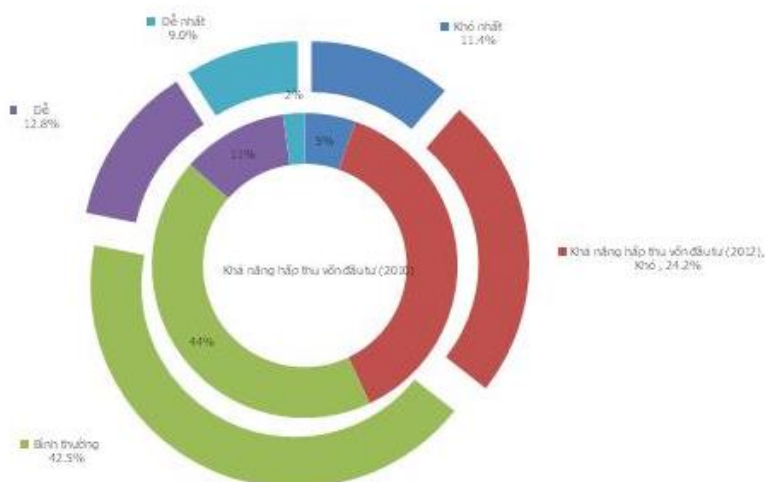
Kết quả điều tra đã cho thấy sự cải thiện đáng kể của các địa phương trong việc tạo môi trường đầu tư thuận lợi cho các doanh nghiệp khi từ 55.4% (2010) cho rằng để tiếp cận nguồn vốn đầu tư là khó – rất khó đã giảm xuống 38% (2012). Tuy vậy, với mong mỏi để có cơ hội phát triển hơn nữa, nhận định “bình thường” tăng lên 6% là sự thể hiện sự kỳ vọng tiếp tục cải tiến tích cực hơn nữa của các doanh nghiệp cũng nhà đầu tư. Thực tế, những trung tâm kinh tế lớn luôn là lựa chọn hàng đầu để các doanh nghiệp tiếp cận được nguồn vốn, như Tp Hồ Chí Minh (vốn tư nhân) và Hà Nội (nguồn vốn khác).

Hình 30 Đánh giá khả năng tiếp cận vốn đầu tư



Tương tự, khả năng thẩm thấu vốn và khả năng giải ngân các dự án đầu tư tại địa phương cũng đã có những chuyển biến tích cực khi chỉ có 2.3% (2010) cho rằng đó là việc tương đối dễ dàng thì đã tăng lên 22% (2012). Tuy nhiên, vấn đề về nhóm lợi ích đã, đang và sẽ tiếp tục trở thành rào cản lớn nhất đối với việc hấp thụ vốn đầu tư. Thực tế rằng khi các địa phương báo cáo về số vốn đăng ký lên tới hàng tỷ USD nhưng khoảng cách giữa vốn đăng ký và vốn giải ngân lại quá xa. Điều này cho thấy, khi nhìn vào môi trường đầu tư và tính hấp dẫn đầu tư của một địa phương, một vùng đất, số liệu vốn đầu tư chỉ là một tiêu chí đánh giá bên ngoài mà bản chất bên trong cần xác định rõ “nguồn vốn đó thực sự đã giúp gì cho địa phương?”. Vì vậy, khi đánh giá về khả năng hấp thụ vốn cần quan tâm tới sự chuyển hoá của giá trị đầu tư thành việc làm cho người dân địa phương và tiềm năng khai thác trong dài hạn. Ví dụ, Thái Nguyên, Bắc Ninh, Thanh Hoá, Kiên Giang, Bà Rịa Vũng Tàu và Đà Nẵng là những địa phương được đánh giá ở mức cao hơn khi có nguồn cung ứng nhân công dồi dào từ chính địa phương hoặc từ địa phương khác chuyển về và nằm ở những vị trí cửa ngõ của các thành phố trung tâm hoặc vùng kinh tế lớn.

Hình 31 Đánh giá khả năng hấp thụ vốn đầu tư



Mức độ cạnh tranh tại thị trường đầu tư tiềm năng

Lựa chọn thị trường đầu tư luôn là mối quan tâm hàng đầu của các nhà đầu tư trong nước cũng như nước ngoài. Bên cạnh những vấn đề mà các địa phương Việt Nam đang gặp phải như thủ tục đăng ký, thủ tục giải ngân dự án, lợi ích nhóm và những biện pháp xử lý kiên quyết,... thì “tinh mới” và khả năng trở thành người dẫn đầu cũng được hết sức chú ý.

6.8% cho rằng thị trường Việt Nam có “ít tính cạnh tranh” đến từ chủ yếu các doanh nghiệp có yếu tố Nhà nước hoặc là doanh nghiệp liên doanh, có yếu tố nước ngoài. Điều này cũng có thể lý giải bởi đây đều là những lĩnh vực mà các doanh nghiệp này có thế mạnh và được duy trì trong nhiều năm nay.

Ngược lại, 39.31% cho rằng mức độ cạnh tranh là đáng kể, đến từ các doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp trách nhiệm hữu hạn, và công ty cổ phần tại một số trung tâm kinh tế lớn như Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội. Sự sôi động của thị trường sẽ đòi hỏi doanh nghiệp khai thác triệt để các nguồn lực của mình hơn, mà một trong số đó là khả năng sáng tạo và tìm tòi với các sản phẩm mới/ thay thế/ bổ sung, từ đó người dân có cơ hội được sử dụng những sản phẩm tốt hơn – phù hợp hơn. Số liệu về số lượng đơn nộp bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho thấy chất xám trong các sản phẩm đang được phân phối và tiêu thụ tại thị trường Việt Nam. Mặc dù, chủ yếu là đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, ít đăng ký giải pháp hữu ích và phát minh sáng chế.

Bảng xếp hạng Trụ cột đầu tư

- Nhóm tiếp tục dẫn đầu: Tp Hồ Chí Minh, Bình Dương, Bà Rịa – Vũng Tàu, Hà Nội

- Nhóm tăng hạng: Kiên Giang, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Thái Nguyên, Thái Bình, Ninh Bình

- Nhóm giảm hạng: An Giang, Long An, Quảng Ngãi

Thông số	DT1	DT2	Tổng điểm Đầu tư
Giá trị trung bình	0.061278652	0.785827	0.84710559
Phương sai	0.02189322	0.019336	0.033955986
Trung vị	0.002770346	0.827949	0.8418088
Độ lệch chuẩn	0.17377205	0.153476	0.269517281
Độ nhọn Kurtosis	16.32319886	-1.08717	5.610666962
Độ lệch Skewness	3.896254166	-0.51151	1.821413048
Khoảng biến thiên	0.999873189	0.51724	1.517072
Giá trị nhỏ nhất	0.000126811	0.48276	0.482928
Giá trị lớn nhất	1	1	2
Tổng	3.860555047	49.5071	53.36765215
Số bản ghi	63	63	63
Khoảng tin cậy (95%)	0.043763924	0.038652	0.067877047

* DT1: Điểm quy đổi từ dữ liệu thứ cấp

* DT2: Điểm quy đổi từ dữ liệu khảo sát điều tra

Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Bà Rịa – Vũng Tàu và Hà Nội vẫn là những tên tuổi quen thuộc và là sự lựa chọn ưu tiên của các nhà đầu tư trong nước cũng như nước ngoài với thị trường tiêu thụ tiềm năng lớn. Trong 5 năm, tổng số dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài được phê duyệt của 4 địa phương này xấp xỉ 4000 dự án, chiếm gần 60% tổng số dự án nhận vốn FDI của toàn quốc. Riêng Thành phố Hồ Chí Minh giữ vững tốc độ thu hút số lượng dự án đầu tư với 439 dự án (năm 2011) trong khi các tỉnh thành khác như Bình Dương, Hà Nội và Bà Rịa – Vũng Tàu đều có sự tụt giảm tương

đổi đáng kể. Bên cạnh đó, số lượng các doanh nghiệp đăng ký mới của Thành phố Hồ Chí Minh vẫn tiếp tục dẫn đầu toàn quốc với hơn 25 nghìn doanh nghiệp (2011), số doanh nghiệp đang hoạt động cũng ở mức hơn 11 nghìn doanh nghiệp. Sự ảnh hưởng của suy thoái kinh tế cũng khiến thành phố này chứng kiến hơn gần 50 nghìn doanh nghiệp đóng cửa và tạm dừng hoạt động trong tổng số gần 100 nghìn doanh nghiệp của cả nước.

Trụ cột Đầu tư cũng chứng kiến sự tăng hạng đáng kể của Kiên Giang, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Thái Nguyên, Thái Bình và Ninh Bình. Điều này thể hiện rằng những địa phương này đang là những điểm hút đầu tư tiềm năng của Việt Nam. Kiên Giang, với khu kinh tế biển Phú Quốc – Nam An Thới đã được phê duyệt quy hoạch và định hướng khai thác, đã tiếp nhận 234 triệu USD vốn FDI từ 6 dự án lớn, chủ yếu đang trong giai đoạn khởi công xây dựng. Tiềm năng của Kiên Giang không chỉ ở có khu kinh tế mà còn ở đảo ngọc Phú Quốc – một trong những tâm điểm thu hút khách du lịch nội địa và nước ngoài – trong chiến lược phát triển kinh tế biển của Việt Nam giai đoạn 2020 tầm nhìn 2030. Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Thái Nguyên là ba địa phương với nhiều chính sách thu hút đầu tư ưu đãi và nằm trong quy hoạch Vùng Thủ đô cũng đã trở thành ưu tiên lựa chọn đặt nhà máy sản xuất và các nhà máy phụ trợ của các hãng sản xuất điện tử hàng đầu trên thế giới như Samsung, Panasonic, Toyota, etc. Ninh Bình – địa phương đa năng với các nhà máy nguyên nhiên vật liệu xây dựng, phân bón và đạm cùng với dịch vụ du lịch Khu cổ đô Hoa Lư – Tràng An, Chùa Bái Đính – điểm đến hấp dẫn với các kiều bào nước ngoài.

Ngược lại, An Giang và Long An lại là hai địa phương có sự giảm hạng từ nhóm trên (2010) xuống nhóm giữa (2012). Mặc dù là tỉnh thành với các khu công nghiệp, là vùng đệm của Thành phố Hồ Chí Minh nhưng Long An đang đối mặt với 2 vấn đề chính: (1) Chiến lược phát triển địa phương và (2) Quỹ tài nguyên để tiếp tục khai thác mà chủ yếu là quỹ đất sản xuất kinh doanh. Vấn đề này cũng đã được đặt ra trong quy hoạch phát triển vùng kinh tế trọng điểm Đông Nam Bộ và phát triển vùng kinh tế Đồng bằng sông Cửu Long, tuy nhiên, giải pháp và định hướng rõ ràng về mặt tư duy để đưa hình ảnh Long An đến với nhà đầu tư còn khá mờ nhạt. Đối với An Giang, vừa lúa của cả nước, tỷ lệ đóng góp vào GDP của ngành công nghiệp vẫn ở mức khá khiêm tốn (12.16% năm 2011) và tập trung vào các lĩnh vực phục vụ cho nông nghiệp như cơ khí, máy móc và thiết bị. Quặng đường công nghiệp hoá – hiện đại hoá nền nông nghiệp của Việt Nam nói chung và của An Giang, ngoài các nỗ lực của doanh nghiệp như Công ty CP Bảo vệ thực vật An Giang với “Mô hình cánh đồng mẫu lớn” nói riêng thì vẫn còn cần nhiều hơn lực đẩy đơn thuần từ phía chính quyền, Nhà nước và người dân.

Sóc Trăng, Kon Tum, Cao Bằng và Điện Biên vẫn là những địa phương chưa có nhiều sự chuyển biến về môi trường đầu tư khi tiếp tục đứng ở nhóm cuối của bảng xếp hạng. Không nhiều lợi thế về vị trí địa lý, không nhiều sự thuận lợi trong giao thông nhưng Cao Bằng, Điện Biên có thể sẽ hứa hẹn nhiều tiềm năng đầu tư về du lịch và khai thác tài nguyên thiên nhiên nếu như chính quyền và các chủ thể của địa phương có chiến lược rõ ràng hơn. Còn đối với Sóc Trăng, là một địa phương nằm gần với Trà Vinh (địa phương có khu kinh tế mở Định An) và Cần Thơ (thành phố trung tâm của vùng Đồng bằng sông Cửu Long), có thể sẽ được khai thác nhiều hơn trong tương lai khi biết cách tận dụng những lợi thế trung tâm này. Kon Tum với lợi thế địa lý về cửa ngõ Đông Dương giữa Việt Nam – Lào – Campuchia nhưng thiếu nguồn nhân lực và đầu tư hạ tầng ban đầu cho phát triển. So với các tỉnh lân cận, Kon Tum đang bị đánh giá thấp hơn về cách thức thể chế vận hành để thu hút đầu tư, không chỉ đầu tư nước ngoài mà cả đối với các doanh nghiệp địa phương khác đến đầu tư.

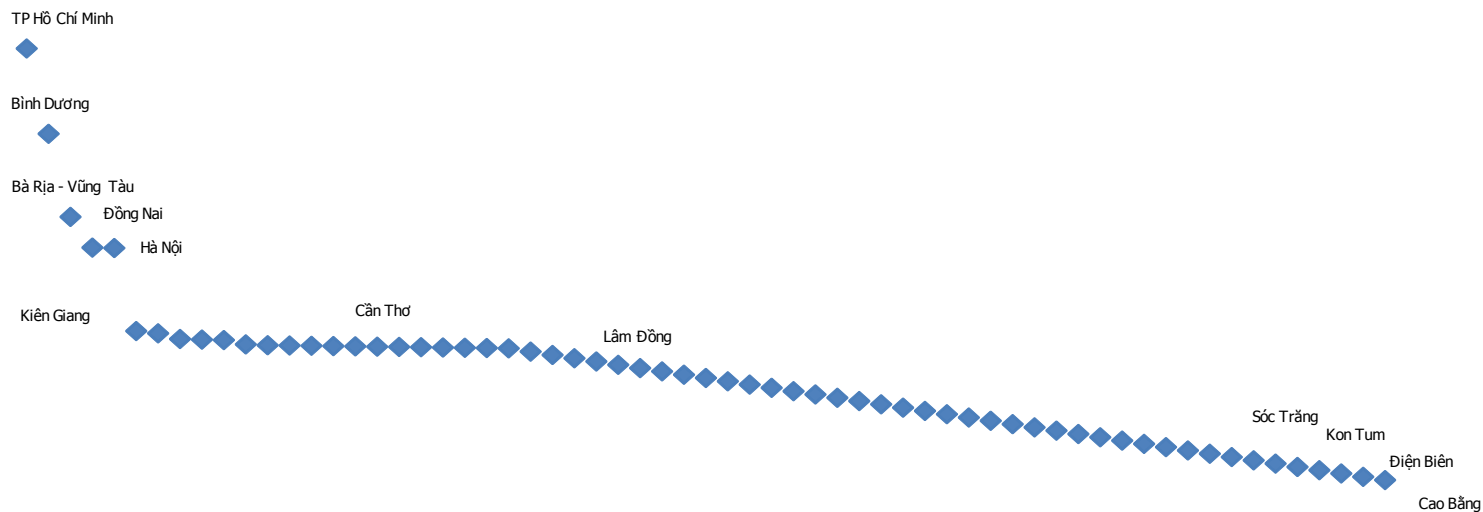
Những địa phương ở nhóm giữa mà mở đầu là Bình Phước (vị trí 20) và Sơn La (vị trí 59) đều là những địa phương có tiềm năng về đầu tư, song do việc định hướng và khai thác mà những địa phương này chưa thật sự nổi bật trong đánh giá của các nhà đầu tư. Bên cạnh đó, cần kể đến một số trường hợp đáng chú ý như Bình Phước và Bến Tre. Trong 5 năm, Bình Phước đã tiếp nhận 89 dự án đầu tư nước ngoài với tổng giá trị vốn đăng ký lên tới 585.59 triệu USD và đã giải ngân được 140.53

triệu USD. Bình Phước với quỹ đất còn tương đối nhiều, nằm ở vị trí cửa ngõ nối Đông Nam Bộ với khu vực Tây Nguyên, Bình Phước hứa hẹn tiềm năng về công-nông nghiệp mũi nhọn về chế biến điều, tiêu, cao su, café bên cạnh ngành công nghiệp khai thác khoáng sản làm vật liệu xây dựng (xi măng). Bến Tre với ngành công nghiệp mũi nhọn về chế biến các mặt hàng thủy hải sản, dừa, và khai thác cát đã và thực hiện nhiều chính sách hấp dẫn dành cho các nhà đầu tư, mà trước hết, một trong số đó là các chính sách ưu đãi đối với các doanh nghiệp đầu tư vào các khu công nghiệp như Giao Long (giai đoạn 2), Phước Long, Thanh Tân, An Phước, Giao Hoà và các khu sinh thái tổng hợp như khu làng cá Ba Tri, khu du lịch sinh thái Cồn Ốc, khu du lịch nghỉ dưỡng và khu đô thị mới dọc sông Tiền.

Hình 1 Bảng xếp hạng Trụ cột Đầu tư

Cao

BẢNG XẾP HẠNG TRỤ CỘT ĐẦU TƯ



Thấp

Nhóm Hội nhập Đầu tư cao gồm: Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Bà Rịa – Vũng Tàu, Đồng Nai, Hà Nội, Kiên Giang, Bắc Ninh, Thanh Hoá, Quảng Ninh, Quảng Ngãi, Hải Phòng, Tiền Giang, Ninh Thuận, Thái Nguyên, Đà Nẵng, Cần Thơ, Vĩnh Phúc, Thái Bình, Ninh Bình.

Nhóm Hội nhập Đầu tư thấp gồm: Sóc Trăng, Kon Tum, Điện Biên, Cao Bằng

Nhóm Hội nhập Đầu tư trung bình gồm các địa phương còn lại

DU LỊCH

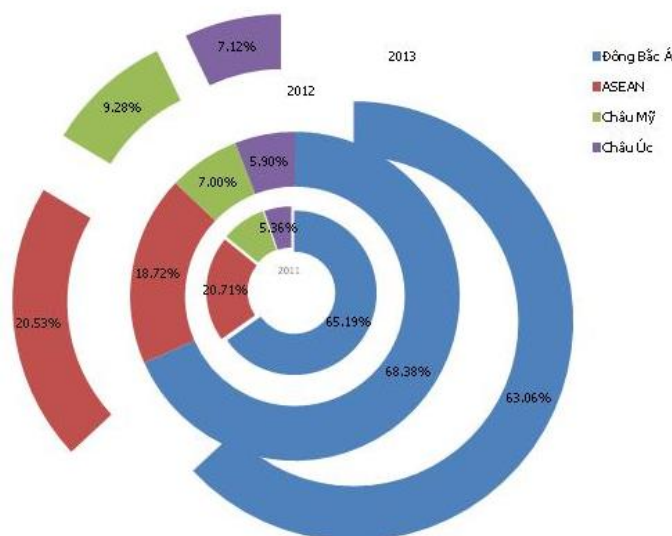
Phát triển du lịch địa phương là phát triển các điểm đến hấp dẫn và thu hút du khách đến nghỉ dưỡng và trải nghiệm các dịch vụ vui chơi giải trí hoặc thăm quan tại địa phương. Điểm đến thu hút, theo thứ tự được sắp xếp từ các điểm đến có lợi thế thiên nhiên hay địa hình đem lại cho đến các điểm đến có văn hóa và kiến trúc được lịch sử lâu đời để lại và cuối cùng là các điểm đến được tạo ra gần đây cho các hoạt động thăm quan, vui chơi giải trí kết hợp với nghỉ dưỡng. Do đặc điểm về địa hình Việt Nam trải dài, khí hậu khác nhau theo vùng nên các tỉnh/thành phố tại Việt Nam có những sự khác biệt tương đối giữa các vùng về cảnh quan thiên nhiên và di tích lịch sử do con người để lại, lại có bờ biển dài chạy dọc đất nước. Việt Nam đứng thứ 27 trong số 156 quốc gia có biển trên thế giới với 125 bãi tắm biển, hầu hết là các bãi tắm đẹp. Việt Nam là 1/12 quốc gia có vịnh đẹp nhất thế giới là vịnh Hạ Long và vịnh Nha Trang. Việt Nam có 400 nguồn nước nóng từ 40-150 độ. Nhiều suối có điều kiện hạ tầng tốt như: Suối nước nóng thiên nhiên Đam Rông (Lâm Đồng); suối nước nóng Kim Bôi (Hòa Bình), suối nước nóng Bình Châu (Bà Rịa-Vũng Tàu), suối nước nóng Kênh Gà (Ninh Bình), suối nước nóng Quang Hanh (Quảng Ninh). Có 30 vườn quốc gia và 8 khu dự trữ sinh quyển thế giới.

Mặc dù có được sự ưu đãi từ thiên nhiên dành cho các địa phương với nhiều cảnh quan đẹp, nhưng việc khai thác và sử dụng trong một quy hoạch không nhất quán, thiếu tầm nhìn và đầu tư cho dài hạn khiến du lịch tại các địa phương đều phát triển manh mún. Kế hoạch thu hút du khách (nội địa, quốc tế) cho mùa cao điểm và mùa thấp điểm không có giải pháp tối ưu hóa bằng cách tạo ra hoạt động, các lễ hội thu hút du khách vào mùa thấp điểm. Ngay cả các điểm đến đang thu hút du khách nội địa gần đây như quần thể Bái Đính – Tràng An (chùa Bái Đính – Ninh Bình) hay Khu du lịch Đại Nam (Bình Dương) đều thiếu yếu tố chiều sâu để tạo ra phần hồn cho du lịch, thiếu sự kết hợp với nghỉ dưỡng và giải trí để tạo ra cảm giác thư giãn cho du khách, thiếu nhiều dịch vụ quản lý chuyên nghiệp để không gian du lịch được thân thiện và thư giãn với khách hàng. Những điểm đến có lợi thế thiên nhiên ban tặng như vịnh Hạ Long (Quảng Ninh), Panxipang - Sapa (Lào Cai) thì công tác quản lý và dịch vụ hậu cần tại địa phương lại quá kém, đặc biệt công tác bảo vệ an toàn cho du khách. Vào mùa cao điểm cho du khách nội địa (mùa nghỉ hè), hầu hết người dân đều đánh giá vô cùng thấp các dịch vụ mà địa phương cung cấp.

Du lịch quốc tế

Kể từ sau khi Việt Nam trở thành thành viên của WTO, du lịch Việt Nam đã đánh dấu nhiều bước đổi mới mà một trong số đó là sức hút của Việt Nam đối khách du lịch quốc tế. Tổng số khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, ước đạt trên 600 nghìn lượt khách (9 tháng đầu năm 2013) với 60% có mục đích du lịch, nghỉ ngơi. Đường hàng không và đường bộ là hai phương thức di chuyển chủ yếu (lần lượt là 80% và gần 20%), đường biển có hơn 18 nghìn lượt khách đến nhưng chiếm tỷ trọng không đáng kể.

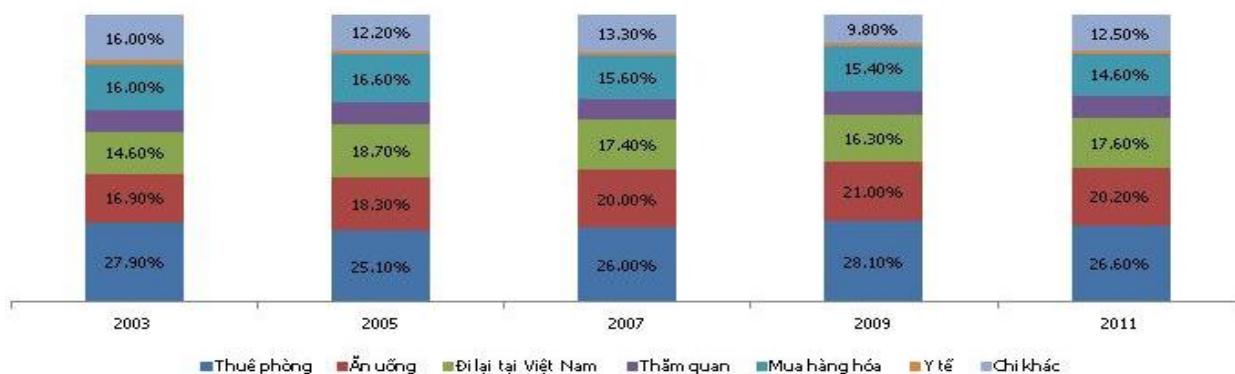
Hình 32 Tỷ lệ khách quốc tế đến Việt Nam



Khách đến Việt Nam đến từ nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ, và có sự tập trung ở một số các thị trường chính như Đông Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản) trong đó khách đến từ Trung Quốc là nhiều nhất (169 nghìn lượt, tăng 37% so với cùng kỳ năm 2012). Lượng khách đến từ Châu Úc (chủ yếu là từ Australia) và Châu Mỹ (chủ yếu đến từ Hoa Kỳ) cũng tăng đáng kể. Khách đến từ các quốc gia ASEAN (ngoại trừ Việt Nam) cũng ở mức tương đối ổn định.

Khách du lịch từ Nhật Bản có mức chi tiêu bình quân trên ngày cao nhất với 167.8 USD (2011) trong khi vị trí dẫn đầu này thuộc về khách đến từ Campuchia (149.3 USD, năm 2009), Malaysia (103.6 USD, năm 2005) và Thái Lan (96.1 USD, năm 2003). Điểm đáng chú ý là trong xu hướng chi tiêu của khách quốc tế đến Việt Nam thì việc chi trả cho việc mua hàng hoá giảm từ 16% (2003) xuống 14.6% (2011) trong khi chi tiêu cho đi lại và ăn uống lại ở hướng ngược lại. Từ đây, có thể thấy rằng, trong một chừng mực nào đó, khách quốc tế đánh giá những sản phẩm thuần Việt và mang bản sắc của riêng Việt Nam lại chưa đủ sức thuyết phục về chất lượng cốt lõi cũng như hình thức đối với các bạn bè quốc tế. Hơn nữa, với mức chi tiêu gần 60% cho thuê phòng, ăn uống và đi lại, du lịch Việt Nam thực sự không còn được đánh giá là du lịch giá rẻ so với các quốc gia du lịch khác như Thái Lan, Indonesia và Malaysia do khiến du khách ngoài các chi phí cần thiết thì còn phải chịu các khoản phát sinh bởi tính thiếu đồng bộ trong hoạt động du lịch.

Hình 33 Tỷ lệ chi tiêu bình quân của khách quốc tế (2003-2011)



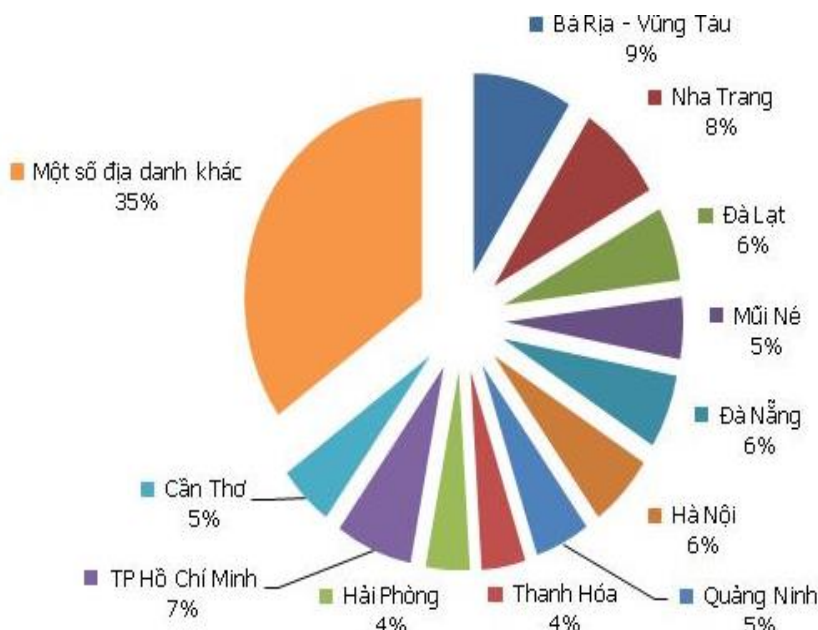
Du lịch nội địa

Bất chấp việc thắt chặt chi tiêu cho đi lại và giải trí, lượng khách du lịch nội địa đạt mức hơn 189 triệu lượt trong 5 năm (2007-2011), đạt doanh thu 317,623 tỷ đồng. Trong đó, Bà Rịa – Vũng Tàu, Bình Thuận, Đồng Nai, Hải Phòng, Thành phố Hồ Chí Minh, Nghệ An, Ninh Bình và Thanh Hoá là những địa phương dẫn đầu về số lượng khách du lịch nội địa. Với bề dày về các di tích lịch sử và nhiều đặc trưng văn hóa, nhưng Hà Nội hoàn toàn nằm ngoài nhóm này và chỉ là sự lựa chọn cho các đoàn nghỉ lễ hay thăm quan mang tính hình thức hoặc trở thành trạm trung chuyển nghỉ đêm cho khách quốc tế đi Hạ Long hoặc Sapa.

Xu hướng đi du lịch của người Việt Nam được thống kê theo hai xu hướng chính: (1) Du lịch nghỉ dưỡng với các điểm đến ở biển hoặc khu vực cao nguyên có khí hậu mát; và (2) Du lịch văn hoá lễ hội với các điểm đến tâm linh như đền, chùa. Với đặc điểm thời tiết đặc trưng, các địa phương có du lịch biển thường bắt đầu mùa cao điểm từ tháng 4 đến tháng 7 hàng năm trong khi du lịch văn hoá lễ hội thường bắt đầu từ sau Tết âm lịch (khoảng từ tháng 2 đến tháng 4 hàng năm). Bên cạnh đó, du lịch sinh thái (một loại hình khám phá bản sắc các dân tộc, thường ở một số địa phương thuộc Tây Bắc và Tây Nguyên, Đồng bằng sông Cửu Long) thì bắt đầu vào mùa từ tháng 9 đến tháng 11. Có thể thấy, với nhiều kỳ quan của thiên nhiên và của con người tạo dựng, người dân Việt Nam hoàn toàn có thể tự hào với vẻ đẹp kỳ thú của đất nước mình.

58.33% người dân đã và sẽ đi du lịch ra khỏi địa phương mình sinh sống trong khi có 33.55% người lại lựa chọn đi du lịch trong khu vực sinh sống. Đáng chú ý là 8.12% người lựa chọn đi du lịch nước ngoài mà 48% lựa chọn điểm đến là các nước ASEAN, 37% là các nước Đông Á và 10% là các nước thuộc khối EU. Mặc dù số liệu thống kê về lượt khách nội địa nhiều nhưng khi được hỏi về các điểm đến ưa thích thì Hải Phòng, Thanh Hoá lại đứng ở vị trí phía dưới (với 4% người lựa chọn). Trong khi đó, Bà Rịa – Vũng Tàu, Khánh Hoà và Thành phố Hồ Chí Minh đứng ở nhóm trên với lần lượt là 9% và 8% người lựa chọn. Khuyến hướng du lịch của người dân nội địa là đi xa hơn vì giao thông thuận lợi hơn và dịch chuyển đến những nơi có dịch vụ tốt hơn, toàn diện hơn trong chăm sóc du khách.

Hình 34 Các điểm đến nội địa ưa thích



70% chi tiêu bình quân của khách nội địa là dành cho các dịch vụ Thuê phòng, Đi lại và Ăn uống (2011), giảm hơn 2% so với các năm 2009 và 2007. Đáng chú ý là chi tiêu dành cho mua hàng hoá của khách nội địa có xu hướng tăng lên trong khi chi phí tham quan lại gần như không thay đổi. Các khoản dành cho Chi khác trong các dịch vụ vui chơi, giải trí cũng có mức tăng đáng kể. Điều này không quá xa lạ với phong tục tập quán của người dân Việt Nam khi thường có quà đặc

sản, quà địa phương mang về chia sẻ với gia đình, bạn bè. Đây cũng là dấu hiệu tốt để cho thấy người Việt Nam vẫn còn rất coi trọng đối với những nét riêng của từng vùng miền của đất nước. Tuy nhiên, giá phòng cao đang là một thách thức đối với thu hút du khách nước ngoài. Nếu so sánh tương đồng thì du lịch nghỉ dưỡng nội địa đang có khuynh hướng đắt hơn so với du lịch nước ngoài (khu vực châu Á) và đó là lý do khiến cho người dân có khuynh hướng ra nước ngoài vào mùa nghỉ thay vì lựa chọn du lịch nội địa.

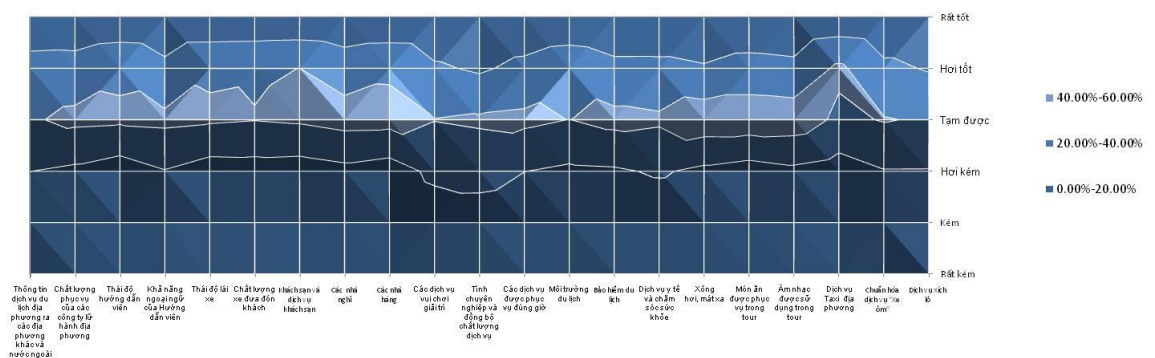
Mặc dù số liệu cho thấy sự tăng trưởng về lượt khách du lịch nội địa của địa phương rất đáng kinh ngạc nhưng câu hỏi đặt ra là "Liệu rằng có quan hệ thuận với doanh thu mà địa phương có được từ du lịch hay không? và có thể lý giải bởi lượng lao động trong ngành hay không?". Kiểm định tương quan giữa doanh thu nội địa, lượt khách nội địa và số lao động trong ngành du lịch thì thấy tồn tại mối quan hệ thuận, có nghĩa rằng khi tăng 100 lượt khách nội địa thì địa phương tăng thêm 71.8 triệu VNĐ và cần thêm trung bình 5,3 lao động.

Yếu tố hấp dẫn khách du lịch

Tính hấp dẫn trong du lịch được coi là sự tổng hoà và là kết quả của nỗ lực nhiều năm từ nhiều chủ thể khác nhau. Một điểm đến có thể được hấp dẫn bởi cảnh quan kỳ thú và hùng vĩ hoặc một bãi bờ biển đẹp trong những lần đầu tiên nhưng điều níu giữ và khiến cho khách du lịch quay trở lại, tựu chung, là các dịch vụ được cung cấp tại địa phương đó.

Giao thông liên tỉnh ở Việt Nam đã tốt hơn, đó là nhận định của rất nhiều người dân và doanh nghiệp tại các địa phương. Minh chứng cho thấy gần 30% đã đánh giá chất lượng phục vụ của công ty lữ hành địa phương ở mức khá trở lên. Tuy vậy, hầu hết các ý kiến vẫn cho rằng dịch vụ lữ hành vẫn chỉ mức trung bình và chưa thật sự có nhiều tiến triển. Chất lượng và sự phục vụ của các nhà hàng, khách sạn cũng đã nhận được nhiều đánh giá tốt, theo đó, mức khá là nhận định nhiều nhất được người dân và doanh nghiệp lựa chọn. Ngoài hoạt động tham quan, các dịch vụ giải trí cũng là một trong những yếu tố giữ chân và khiến cho du khách sẵn sàng chi trả nhiều hơn. Tuy vậy, chỉ có gần 24% nhận định là từ mức "hơi tốt" trở lên trong khi 40% nhận định chỉ ở mức trung bình và gần 30% nhận định ở mức kém trở xuống. Gốc rễ ở chỗ du lịch Việt Nam đang tận dụng những lợi thế sẵn có mà chưa biết cách khai thác hiệu quả để những điểm du lịch đó có thể mang lại nhiều tiền hơn cho địa phương thông qua hoạt động mua sắm và vui chơi của du khách. So sánh với các đánh giá từ năm 2010 thì mức độ cải thiện trong đánh giá chất lượng các dịch vụ du lịch đều không tăng.

Hình 35 Yếu tố hấp dẫn du khách



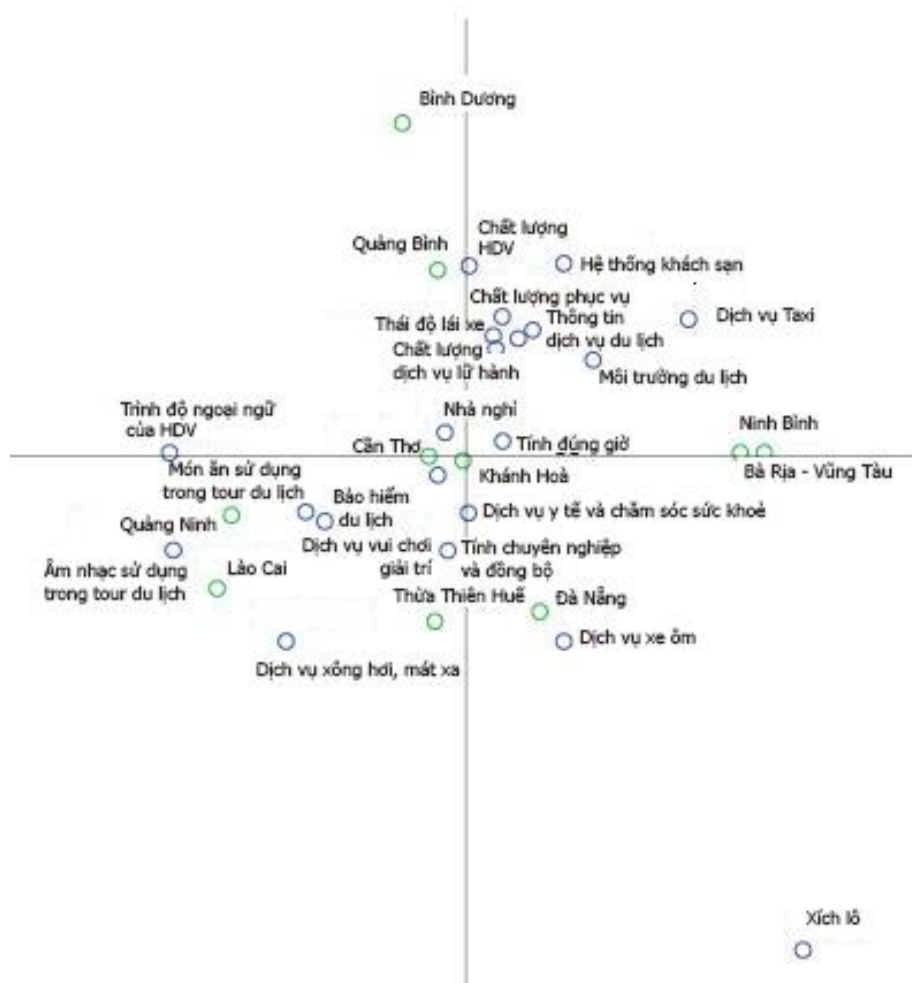
Xét theo cơ cấu các dịch vụ được đánh giá tốt hơn bao gồm việc cải thiện về hạ tầng phòng khách sạn, chất lượng xe ô tô, các nhà hàng, thái độ của hướng dẫn viên và taxi tại địa phương. Nhóm hoạt động được đánh giá thấp hơn bao gồm dịch vụ xông hơi mát xa, món ăn được phục vụ trong tour, các nhà nghỉ, các dịch vụ vui chơi giải trí, môi trường du lịch, được phục vụ đúng giờ. Nhóm các dịch vụ chưa được phát triển bao gồm việc lựa chọn và sử dụng âm nhạc trong tour, chưa chuẩn hóa hoạt động "xe ôm", chưa có hoạt động y tế và chăm sóc sức khỏe trong tour, tính đồng

bộ về chất lượng dịch vụ kém, khả năng ngoại ngữ hạn chế, mua bảo hiểm du khách và thông tin du lịch cung cấp không đầy đủ cũng là những hạn chế lớn cho phát triển du lịch Việt Nam.

Chất lượng xe đưa đón khách và hệ thống khách sạn tốt hơn nhưng dịch vụ của các nhà nghỉ vẫn còn rất kém. Đội ngũ hướng dẫn viên tốt hơn và có khuynh hướng tốt lên nhưng thái độ của lái xe vẫn còn bị phàn nàn. Một phần do trong gói dịch vụ không nêu trước và nêu rõ nên có tiền bo cho hướng dẫn viên và lái xe để cộng đồng du khách có thể công khai chấp nhận. Dịch vụ y tế chăm sóc sức khỏe kèm theo tour và sử dụng âm nhạc cũng như chuẩn hóa nội dung giới thiệu trong tour, các hoạt động vui chơi giải trí cũng có nhu cầu phát triển mạnh trong tương lai.

Hình 36 Đánh giá của người dân về thực trạng du lịch của 10 địa phương nhóm đầu

Trụ cột Du lịch

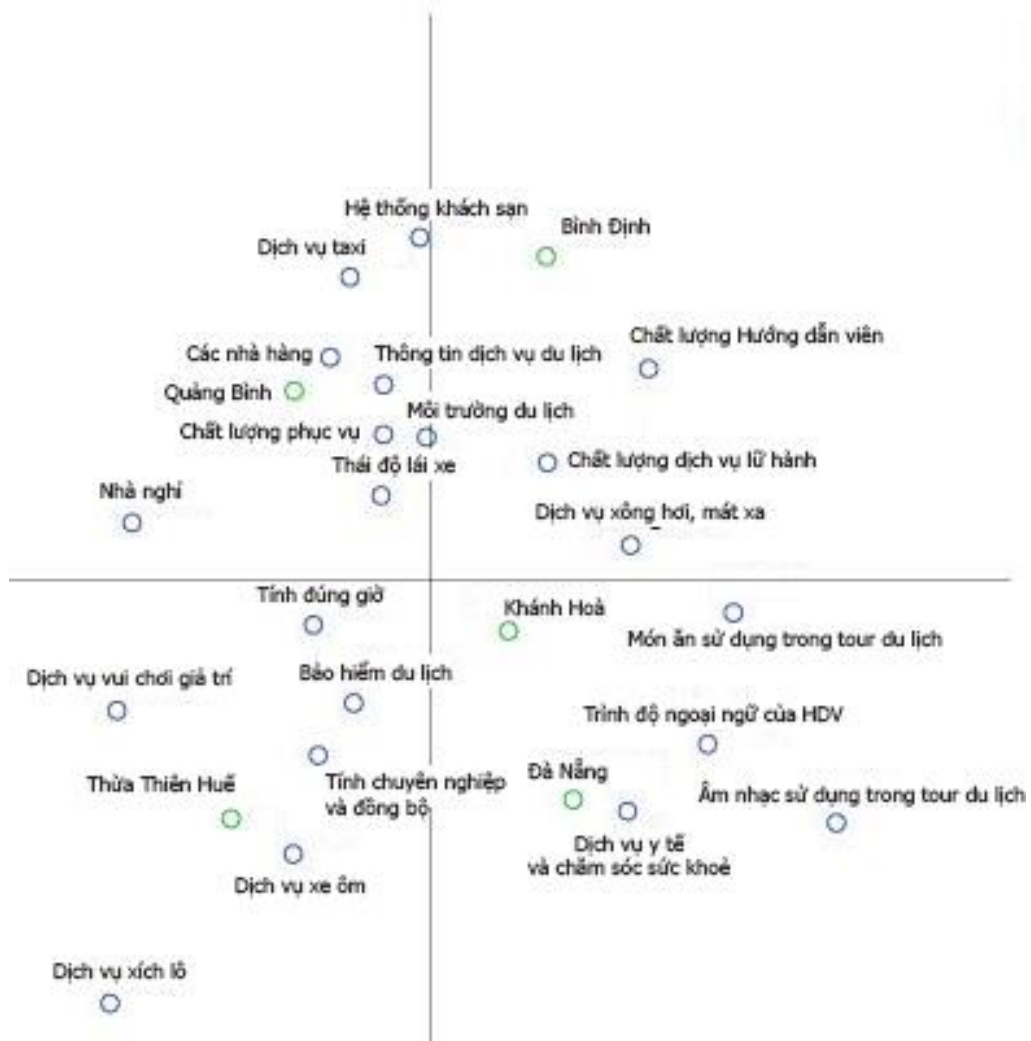


Trong nhóm 10 địa phương xếp hạng cao nhất trong trụ cột Du lịch, Quảng Bình được đánh giá tốt về Chất lượng hướng dẫn viên, Cần Thơ và Khánh Hoà nổi bật ở Sự đa dạng của các nhà nghỉ, Tính đúng giờ khi cung cấp dịch vụ, Bảo hiểm du lịch và Các dịch vụ y tế chăm sóc sức khỏe. Đà Nẵng và Thừa Thiên Huế được đánh giá cao ở Tính chuyên nghiệp và đồng bộ cùng Dịch vụ xe ôm. Lào Cai và Quảng Ninh được đánh giá tốt hơn ở Món ăn và Âm nhạc sử dụng trong tour. Bình Dương, Ninh Bình và Bà Rịa – Vũng Tàu chưa có yếu tố nào thực sự nổi bật.

Có thể dễ dàng thấy rõ rằng sức hấp dẫn du lịch của các địa phương này là có và đã được ghi nhận, tuy nhiên, ngoài hoạt động thăm quan thắng cảnh đẹp và hùng vĩ như ở Vịnh Hạ Long, Phong Nha - Kẻ Bàng thì hai địa phương này cần thể hiện sự nỗ lực hơn nữa đối với các dịch vụ đi kèm như: dịch vụ lưu trú, dịch vụ cung cấp thông tin và dịch vụ vui chơi khác.

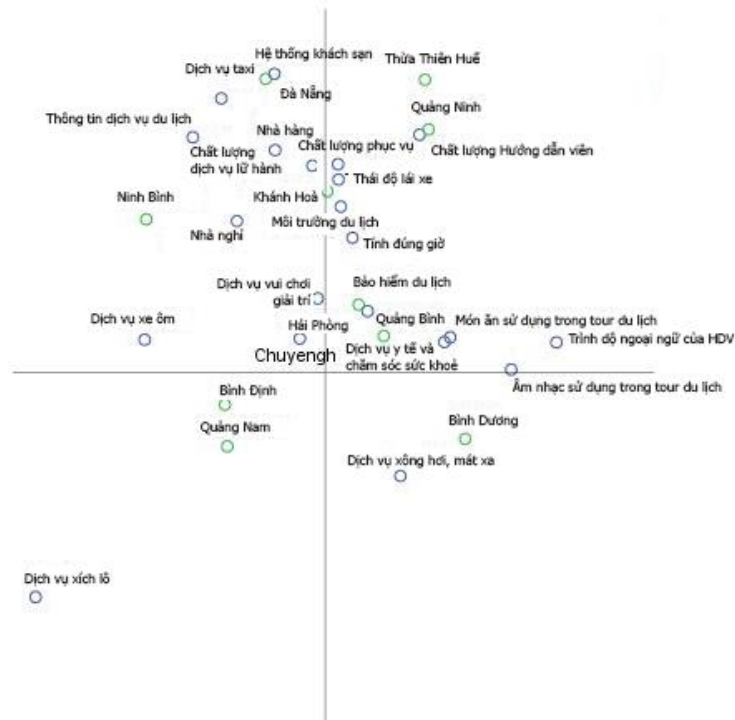
Tiếp tục xem xét nhóm 5 địa phương có sân bay và bờ biển đẹp là Đà Nẵng, Thừa Thiên Huế, Khánh Hòa, Quảng Bình, Bình Định để đối sánh về chất lượng các dịch vụ trong con mắt người dân. Ngoại trừ yếu tố đưa âm nhạc vào tour được rời hẳn ra ngoài thì kết quả chỉ ra rằng các đánh giá là không cố kết và phân bố khá rời rạc các địa danh trong mỗi tương quan chung với các biến trên cùng một bản đồ. Khánh Hòa gần trung tâm của các đánh giá du lịch trong khi Đà Nẵng gần dịch vụ ngoại ngữ và y tế tốt hơn, Thừa Thiên Huế thì chuyên nghiệp hơn trong khi Quảng Bình nhà hàng được ưa thích hơn. Riêng Bình Định thì các liên kết yếu và may ra chỉ mới thể hiện được ở sự cải thiện nhờ vào một loạt khách sạn xây mới.

Hình 37 Đánh giá của người dân về thực trạng du lịch 5 địa phương có sân bay và bờ biển đẹp



Nhằm mục tiêu tiếp tục xem xét các yếu tố thực trạng sẽ thay đổi thế nào khi bổ sung các đơn vị so sánh khác, chúng tôi lựa chọn 10 tỉnh là điểm đến thu hút để xem xét xem các cụm nhân tố xoay xung quanh các thương hiệu địa phương ra sao. 10 địa phương được chọn gồm: Thừa Thiên Huế, Quảng Ninh, Đà Nẵng, Ninh Bình, Khánh Hòa, Hải Phòng, Quảng Bình, Bình Định, Bình Dương, Quảng Nam.

Hình 38 Đánh giá của người dân về thực trạng du lịch 10 điểm đến của Việt Nam



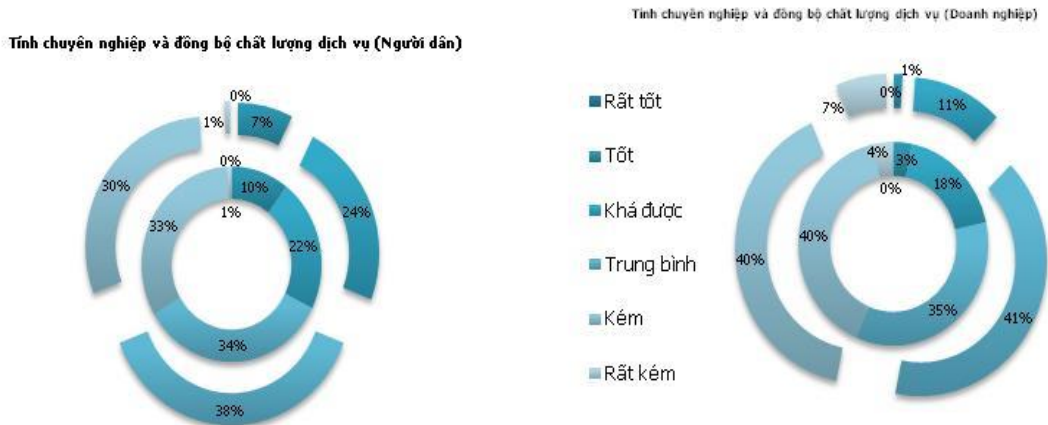
Kết quả chỉ ra là nếu ở trên Khánh Hòa gần với việc được đánh giá cao hơn về dịch vụ xông hơi mát xa thì khi mở rộng tỉnh và nhóm người dân đánh giá, Bình Dương lại gần hơn về đánh giá các dịch vụ xông hơi mát xa. Trong khi đó, Khánh Hòa được coi là sạch sẽ và có môi trường du lịch, chất lượng dịch vụ, thái độ phục vụ tốt hơn. Đà Nẵng được đánh giá cao với khách sạn, taxi và nhà hàng trong khi Hải Phòng nổi tiếng với dịch vụ giải trí và tính chuyên nghiệp trong phục vụ. Trên mẫu lớn hơn và tương quan lớn hơn, các nhân tố như ngoại ngữ, âm nhạc hoặc xe ôm đều tách hẳn ra ngoài xa so với các địa phương phản ánh rõ nét nhất các nhân tố này còn được đầu tư rất kém dù ở bất kỳ địa phương nào.

Thách thức trong phát triển du lịch

Nhìn chung, đánh giá của người dân và doanh nghiệp đối với tính chuyên nghiệp và đồng bộ trong chất lượng dịch vụ du lịch đều theo chiều hướng đi xuống, dịch chuyển về phía tiêu cực. Mặc dù bản thân các doanh nghiệp đã cố gắng thực hiện việc đồng bộ và chuyên nghiệp hóa dịch vụ du lịch, tuy nhiên, do nguồn lực hạn chế, khả năng tổ chức với quy mô nhỏ nên nhiều nguồn lực phải thuê ngoài, phân tán, do đó chất lượng dịch vụ du lịch không đồng bộ trong cùng một tour cũng như không đồng bộ giữa các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, tính chuyên nghiệp trong việc chuẩn hóa dịch vụ không cao. Việc tiết kiệm chi phí để thu hút khách trên quy mô nhỏ kéo theo chất lượng xuống thấp.

Ngoài việc năm 2012 mức đánh giá kém hơn so với năm 2010, có thể do các bi quan về nền kinh tế thì còn có sự khác nhau giữa mức độ đánh giá của doanh nghiệp có khuynh hướng bi quan hơn người dân về tính chuyên nghiệp và đồng bộ chất lượng dịch vụ. Đối với doanh nghiệp, mức trung bình tăng từ 35% (2010) lên 41% (2012) và người dân đánh giá mức trung bình phổ biến từ 34% (2010) lên đến 38% (2012). Trong khi đó mức đánh giá Khá giảm mạnh: doanh nghiệp giảm từ 18% (2010) xuống 11% (2012) và người dân giảm từ 10% (2010) xuống 7% (2012). Không ai đánh giá Rất tốt cho tiêu chí này: 0% dù là doanh nghiệp hay người dân.

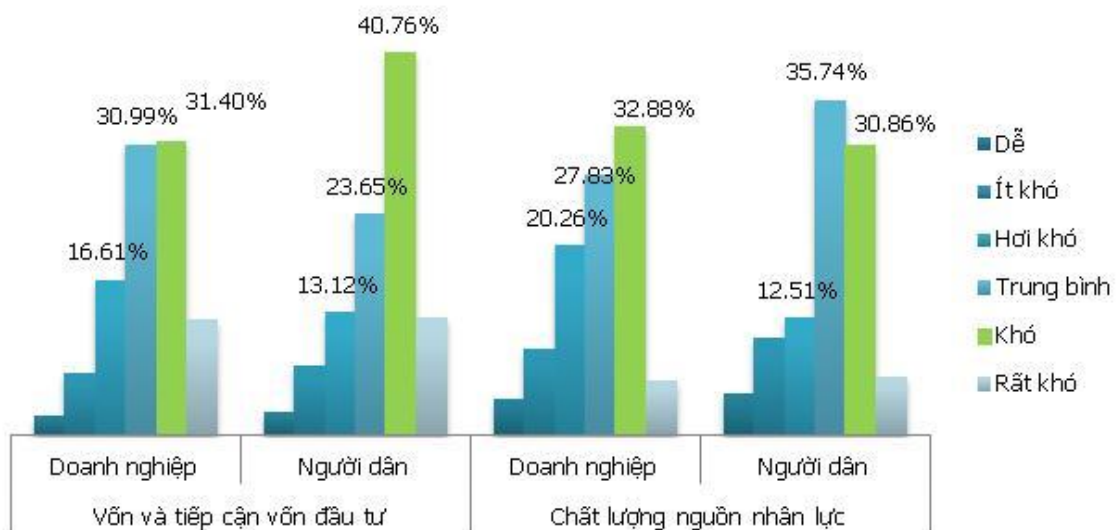
Hình 39 Đánh giá về tính chuyên nghiệp và đồng bộ chất lượng dịch vụ



Ba khó khăn lớn nhất và thách thức nhất đối với thu hút du lịch nước ngoài là thanh toán bằng thẻ (54,3% khá thách thức), thiếu vốn và khó tiếp cận nguồn vốn (43,4% khá thách thức) và chất lượng nguồn nhân lực (43,2% khá thách thức). Đòi hỏi của khách nước ngoài không phải là thách thức mà vấn đề là dịch vụ được cung cấp với mức giá nào, do đối tượng du khách nước ngoài vào Việt Nam hiện nay chủ yếu là khách bình dân. Tương tự, doanh nghiệp và người dân cho rằng quản lý nhà nước về du lịch không phải là thách thức mà cần tận dụng nó như công cụ tạo điều kiện cho thị trường du lịch phát triển. Đi kèm theo đó, vai trò của quản lý nhà nước cần phải hỗ trợ các tổ chức trung gian xây dựng tiêu chuẩn ngành và tiêu chuẩn về tính chuyên nghiệp cũng như đồng bộ của hoạt động du lịch. Một số ngành hỗ trợ như dịch vụ thanh toán thẻ quốc tế của ngân hàng và điểm bán, hạ tầng về giao thông đi lại, cơ sở hạ tầng phát triển sẽ thúc đẩy cho du lịch phát triển.

Nhóm thách thức thứ nhất, là thách thức về nguồn lực trong đó phải kể đến việc đánh giá về chất lượng nguồn nhân lực (đặc biệt là hướng dẫn viên) và nhận định về sự thiếu vốn hay khó tiếp cận nguồn vốn cho đầu tư phát triển du lịch.

Hình 40 Đánh giá về thách thức phát triển du lịch: Nhóm vốn đầu tư và chất lượng nguồn nhân lực

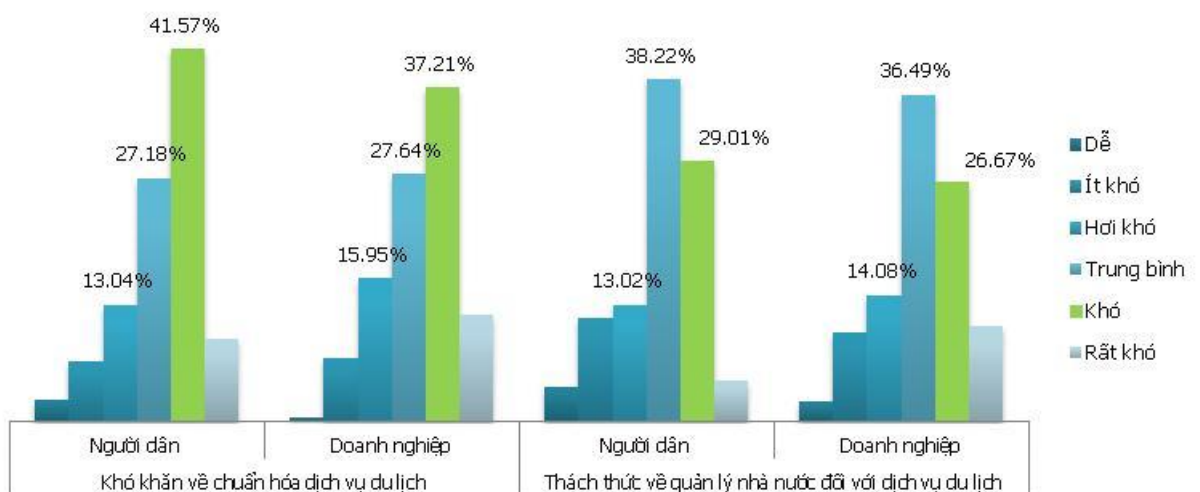


Nhìn chung các đánh giá chỉ ra trên 1/3 người dân hay doanh nghiệp đều cho rằng Khó trong cải thiện chất lượng nguồn nhân lực du lịch cũng như tiếp cận nguồn vốn. Xu hướng tiếp cận vốn

người dân (40,76% Khó) thấy khó khăn hơn doanh nghiệp (31,40% Khó) trong khi về chất lượng nguồn nhân lực doanh nghiệp (32,88% Khó) thấy khó khăn hơn dân cư (30,86% Khó).

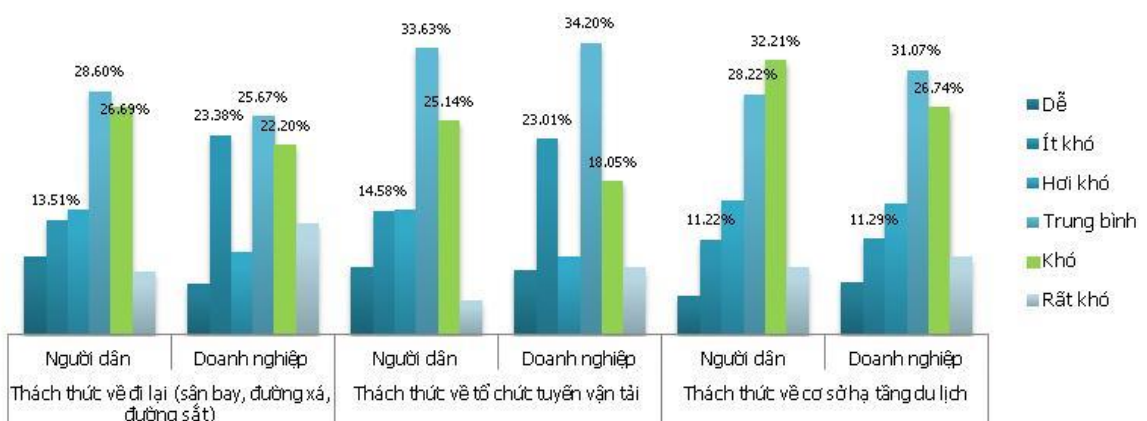
Nhóm các thách thức thứ hai, liên quan đến việc định hướng và tạo ra một môi trường hay các khuôn khổ cho hoạt động du lịch vận hành, được điều tiết và tham gia bởi nhà nước bao gồm các thách thức liên quan đến việc chuẩn hóa dịch vụ du lịch (ví dụ: "xe ôm"), quản lý nhà nước đối với dịch vụ du lịch. Cả doanh nghiệp (36,49% Trung bình) và người dân (38,22% Trung bình) đều có thiên hướng cho rằng quản lý nhà nước về du lịch là một việc không khó để cải thiện. Trong khi đó, người dân cho rằng thực sự rất khó để chuẩn hóa các hoạt động du lịch, vì nó tùy thuộc vào nhu cầu của bản thân mỗi du khách là khác nhau. Trong khi đó, doanh nghiệp cho rằng việc chuẩn hóa hoạt động du lịch là cần thiết về tổng thể ở mức cao và không phải là thách thức với: 15,95% Ít khó, 27,64% Trung bình, 37,21% Khó.

Hình 41 Đánh giá về thách thức phát triển du lịch: Nhóm Chuẩn hoá dịch vụ và quản lý Nhà nước



Nhóm thách thức thứ ba gắn với việc phát triển hạ tầng du lịch và giao thông nhằm kết nối giữa các điểm đến du lịch với các du khách. Nếu kg có đường xá thuận tiện kết nối từ trung tâm lớn, sẽ khó có thể phát triển được thu hút du lịch. Tuy nhiên, đầu tư cho hạ tầng đòi hỏi phải có nhiều ngân sách và khả năng thu hồi lâu. Nhiều hạ tầng kết nối giao thông là các dự án của trung ương triển khai và địa phương không thể kiểm soát được tiến độ thực hiện. Chúng tôi nghiên cứu 3 tiêu chí cơ bản là (1) về cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch; (2) thực trạng hệ thống sân bay, đường xá, đường sắt, cảng biển và (3) cách thức tổ chức các tuyến vận tải phục vụ du lịch theo mùa, theo phương pháp tối ưu hóa năng lực vận tải phù hợp với nhu cầu điểm đến.

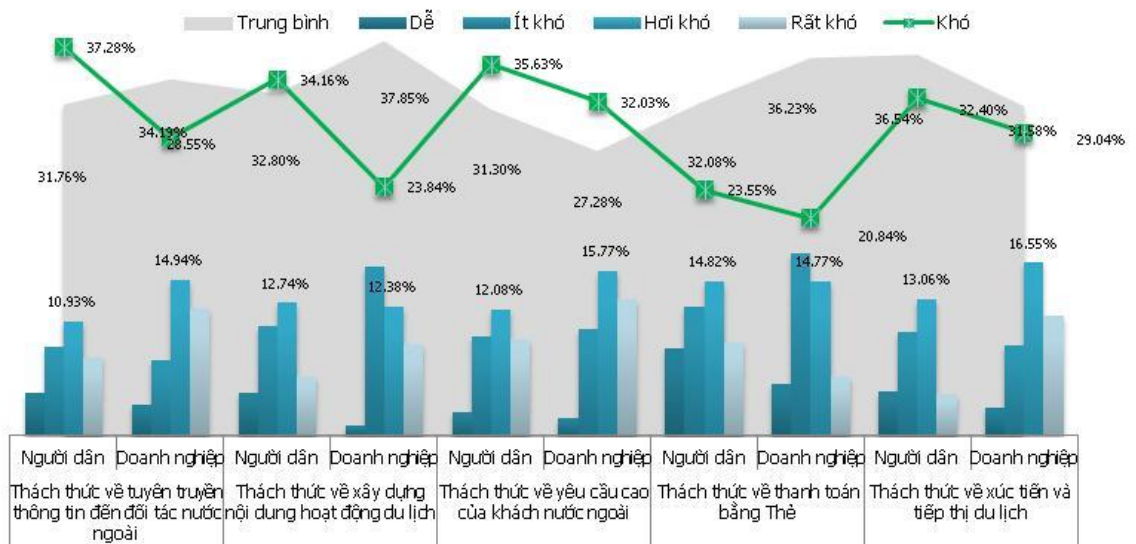
Hình 42 Đánh giá về thách thức phát triển du lịch: Nhóm cơ sở hạ tầng du lịch



Theo kết quả nghiên cứu, người dân có đánh giá khó tính hơn đối với cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch nên cho rằng phát triển hạ tầng là khó khăn (với 32,21% Khó) trong khi đó doanh nghiệp có thiên hướng lạc quan hơn với chỉ 26,74% Khó. Cách thức tổ chức các tuyến vận tải sao cho tối ưu được cả cư dân (33,63% Trung bình) và doanh nghiệp (34,20% Trung bình; 23,01% Ít khó) đều đánh giá dễ cải thiện. Đối với các thách thức về đi lại, cả hai nhóm cư dân và doanh nghiệp đều đánh giá đều trên mọi tiêu chí nên các mức đánh giá đều dưới 30%, hàm nghĩa với một số người thì vẫn còn khó khăn, với một số khác đã thuận tiện lên nhiều. Tuy nhiên, vẫn còn đến 13% doanh nghiệp đánh giá thách thức về đi lại là vô cùng khó khăn bởi các chi phí trung gian và giao dịch xã hội phát sinh đối với các hãng vận tải và điều này được tính vào chi phí giá vé cuối cùng cho du khách.

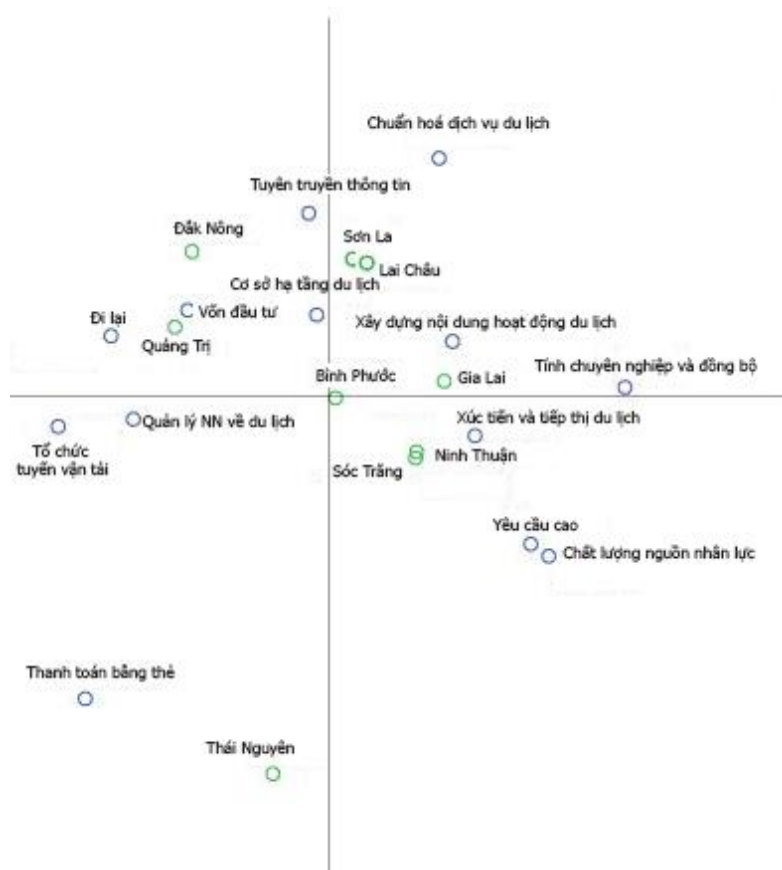
Nhóm thách thức cuối cùng mà chúng tôi xem xét là các thách thức từ đòi hỏi ở cầu đầu ra thông qua các yêu cầu của khách nước ngoài, làm chuẩn đối sánh cho dịch vụ nội địa và các phương pháp xây dựng nội dung tiếp thị, hoạt động du lịch phù hợp và phương pháp tuyên truyền đến đối tác nước ngoài.

Hình 43 Đánh giá về thách thức phát triển du lịch: Nhóm đáp ứng yêu cầu của du khách quốc tế



Để đáp ứng tiêu chuẩn du lịch Việt Nam tương đương với quốc tế là điều Khó (Doanh nghiệp nhận định chiếm 32,03%, Người dân 35,63%). Trong khi đó quan điểm giữa doanh nghiệp và người dân khác nhau đối với việc xây dựng nội dung cho du lịch, doanh nghiệp cho là dễ (37,85% Trung bình), trong khi người dân (34,16% Khó) cho là khó. Đánh giá về sử dụng bằng Thẻ năm 2010 còn nhiều hạn chế thì chỉ sau 2 năm, việc thanh toán bằng thẻ đã tiện dụng hơn nhiều và không còn là khó khăn hay thách thức đối với lĩnh vực du lịch. Các điểm bán lẻ đều có máy cà thẻ và đầu đọc thẻ được chuẩn hóa để phục vụ du khách quốc tế cũng như du khách nội địa. Thách thức về tiếp thị và tuyên truyền đến đối tác nước ngoài, người dân có khuynh hướng đánh giá Khó hơn so với doanh nghiệp.

Hình 44 Đánh giá của doanh nghiệp về những thách thức trong phát triển du lịch của địa phương nhóm cuối



Xem xét 9 tỉnh có điểm tổng hợp thấp nhất trong trụ cột năng lực hội nhập về du lịch tương quan với các đánh giá về nhận định thách thức của người dân để thấy được sự phân bố các yếu tố nào gắn với tỉnh nào nhiều hơn cho ưu tiên cải thiện. 9 tỉnh nhóm cuối bao gồm: Đắk Nông, Thái Nguyên, Sóc Trăng, Bình Phước, Sơn La, Quảng trị, Lai Châu, Gia Lai, Ninh Thuận. Nhìn trên bản đồ định vị, các khó khăn sẽ là ít hơn với Thái Nguyên. Sơn La, Lai Châu khó khăn về cơ sở hạ tầng hơn trong khi Bình Phước, Gia Lai, Sóc Trăng, Ninh Thuận khó khăn về nội dung hoạt động du lịch và xúc tiến tiếp thị các hoạt động này. Đối với Quảng trị là khó khăn về tiếp cận nguồn vốn đầu tư. Đồng thời yêu cầu cao của du khách với nguồn nhân lực chất lượng cao là yếu tố tách rời tất cả các tỉnh thể hiện ở khả năng khó có thể đạt tới trong tương lai gần.

Bảng xếp hạng Trụ cột Du lịch

- Tiếp tục dẫn đầu: Bà Rịa – Vũng Tàu, Khánh Hoà, Thừa Thiên Huế
- Giảm hạng: Bình Thuận, Thanh Hoá, Gia Lai (xuống top cuối)
- Tăng hạng: Bình Dương, Tp Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Quảng Bình, Lào Cai, Quảng Ninh

Thông số	DL1	DL2	Tổng điểm Du lịch
Giá trị trung bình	0.533434952	0.563650794	1.097085745
Phương sai	0.027573742	0.021608751	0.047164798
Trung vị	0.509143331	0.47	0.979143331
Độ lệch chuẩn	0.218859795	0.171514145	0.374358978
Độ nhọn Kurtosis	-1.030135287	1.435638005	-0.013248908
Độ lệch Skewness	0.415708474	1.697504752	1.054202708

Khoảng biến thiên	0.799467913	0.54	1.339467913
Giá trị nhỏ nhất	0.200532087	0.46	0.660532087
Giá trị lớn nhất	1	1	2
Tổng	33.60640197	35.51	69.11640197
Số bản ghi	63	63	63
Độ tin cậy (95%)	0.055119125	0.043195278	0.094281087

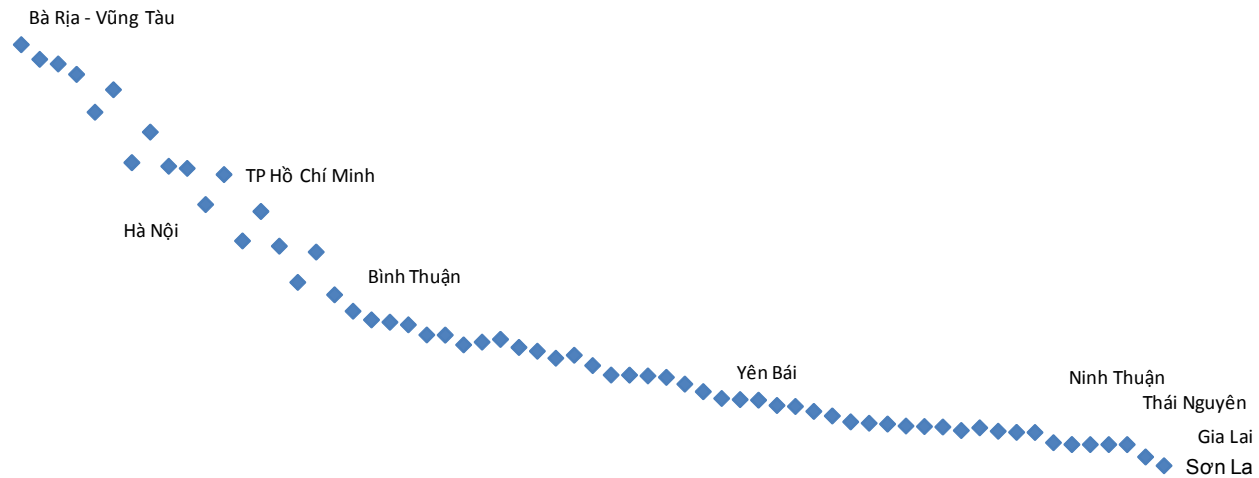
* DL1: Điểm quy đổi dữ liệu thứ cấp

* DL2: Điểm quy đổi dữ liệu khảo sát điều tra

Hình 45 Bảng xếp hạng Trụ cột Du lịch

Cao

BẢNG XẾP HẠNG TRỤ CỘT DU LỊCH



Thấp

Nhóm dẫn đầu gồm: Bà Rịa – Vũng Tàu, Đà Nẵng, Quảng Ninh, Ninh Bình, Bình Dương, Khánh Hoà, Thừa Thiên Huế, Cần Thơ, Quảng Bình, Lào Cai, Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội.

Nhóm cuối gồm: Ninh Thuận, Thái Nguyên, Gia Lai, Sơn La

Nhóm trung bình gồm các địa phương còn lại.

CON NGƯỜI

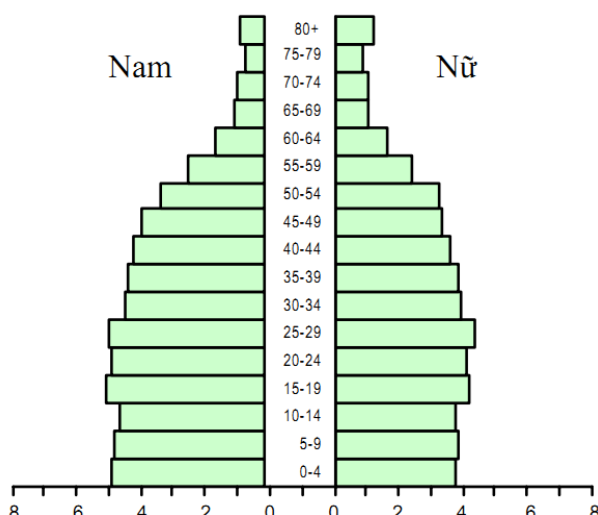
Thu hút nguồn lực con người có tri thức, trình độ cao và tay nghề thực hành giỏi gắn với định hướng phát triển của mỗi địa phương về sản xuất ra của cải vật chất của một ngành đặc thù là chiến lược vô cùng khôn khéo. Không phải địa phương nào cũng đặt ra kế hoạch về phương pháp thu hút người tài và nhân tài đến sống, lao động và làm việc tại địa phương. Về mặt kinh tế, nguồn lao động sẽ di cư đến nơi nào trả giá cao hơn. Đối với những người đã có thu nhập và lựa chọn nghỉ ngơi thay vì lao động, người ta sẽ đến sinh sống ở nơi nào cung cấp dịch vụ an dưỡng tốt nhất, thường là cho người già. Một số địa phương tại Việt Nam đã đặt ra những vấn đề về thu hút nhân tài đến lao động tại địa phương, tuy nhiên, phần lớn các chủ trương này mới dừng ở góc độ kêu gọi mà thiếu các chính sách cụ thể để "bù" lại các đánh đổi mà người lao động phải thay đổi khi di chuyển đến sống và làm việc tại địa phương khác. Chỉ tính riêng chính sách lương thưởng đã không có phương pháp vì nó mâu thuẫn với cách tính lương và trả lương công viên chức chung mà Bộ Nội vụ đã quy định. Mà mức lương này so với thực tế và yêu cầu của thị trường thì còn xa mới đáp ứng đủ. Có một nghịch lý phổ biến là, ai cũng biết lương thấp và không thể sống chỉ bằng lương, nhưng một trăm phần trăm hệ thống công viên chức vẫn sống tốt với một mức lương thấp. Trong khi đó, thị trường lao động tư nhân, với mức lương này là điều không thể.

Muốn phát triển và gia tăng sự thịnh vượng, các địa phương cần có đầu tư, nhưng trong tình hình chung và lâu dài vừa qua chúng ta đã chứng kiến thì các địa phương hầu như không thể có đủ tiền đầu tư để phát triển thành công. Muốn không có tiền mà thành công thì phải có người giỏi, người tài. Nhưng các địa phương lại không có cơ chế để trả lương, đãi ngộ cho người giỏi, người tài thì sự phát triển thành công là vô cùng khó khăn. Có chăng, các nguồn nhân lực tài năng vẫn chỉ tập trung sống và làm việc tại các trung tâm lớn như Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh.

Sự biến động của dân số Việt Nam

Tính đến năm 2012, Việt Nam có hơn 88 triệu người với tỷ lệ giới tính là ngang nhau, đang có xu hướng già hoá, tập trung chủ yếu ở khu vực nông thôn (75%). Số người trong hộ gia đình có xu hướng giảm dần xuống trung bình 3.8 người/ hộ.

Hình 46 Tháp dân số Việt Nam (tính đến 1/4/2012)



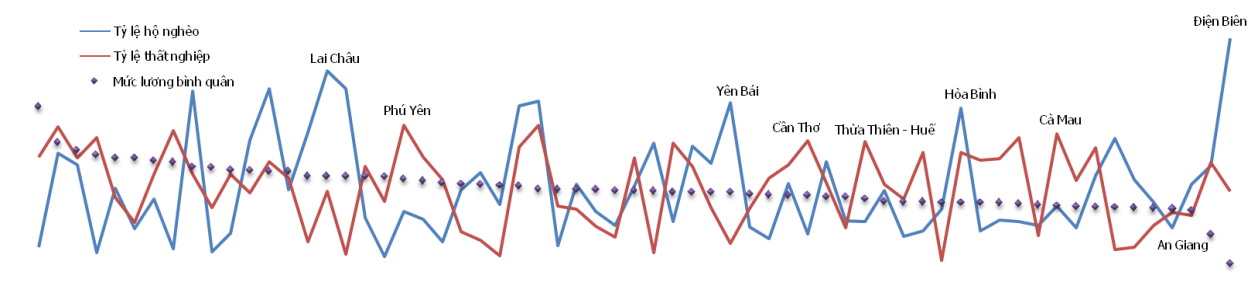
Gần 60% dân số trong độ tuổi lao động (từ 15 tuổi trở lên) với 76.7% trong số đó là tham gia lực lượng lao động. Khu vực nông thôn có tỷ lệ tham gia lao động của nam thấp hơn nữ và có tới hơn 1 triệu người thiếu lao động ở khu vực này. Những dân số trẻ ở khu vực thành thị có thời gian đi học dài hơn so với khu vực nông thôn và người lao động ở nông thôn ra khỏi lực lượng lao động muộn hơn so với ở thành thị.

Về lĩnh vực hoạt động, 46.8% lao động làm việc trong lĩnh vực nông – lâm nghiệp và thủy sản trong khi dịch vụ là 31.7% và công nghiệp xây dựng là 21.6%. Chủ yếu người dân ở khu vực Tây Nguyên và Tây Bắc đang sản xuất kinh doanh bằng trồng lúa và trồng rừng, các loại cây. Hà Nội và Tp Hồ Chí Minh tiếp tục là hai địa phương đứng đầu về số lao động trong lĩnh vực dịch vụ với tỷ lệ 47.3% và 63.1%.

Thu nhập, việc làm và thoát nghèo

Tồn tại hiện tượng không đồng nhất về số liệu báo cáo của bộ ban ngành và địa phương, dẫn đến một nghịch lý về việc đóng cửa của hàng ngàn doanh nghiệp khắp cả nước nhưng số việc làm tạo mới vẫn tăng lên theo từng năm. Bên cạnh đó, việc thay đổi và xác định các hộ nghèo và cận nghèo cũng dẫn đến nghi vấn về tương quan giữa tỷ lệ hộ nghèo, tỷ lệ thất nghiệp và mức lương bình quân của địa phương chi trả cho lao động, từ đó, chỉ ra những địa phương nổi trội ở hai thái cực: (1) tỷ lệ hộ nghèo và tỷ lệ thất nghiệp thấp, mức thu nhập bình quân cao và (2) ngược lại.

Hình 47 So sánh tỷ trọng của tỷ lệ thất nghiệp, tỷ lệ hộ nghèo và mức lương bình quân của lao động tại địa phương



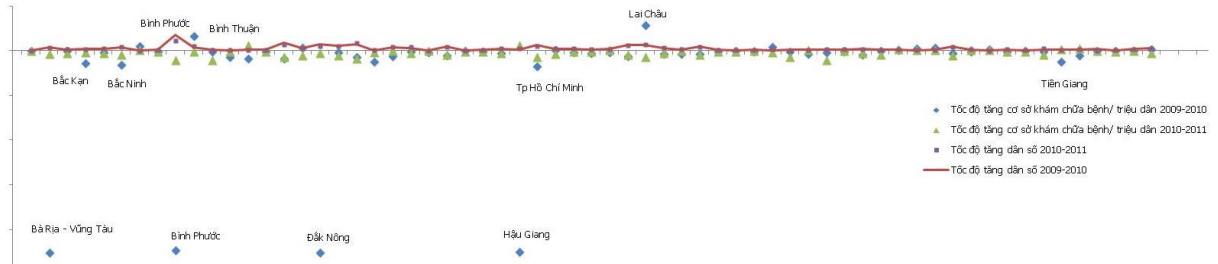
Các địa phương ở khu vực Tây Bắc như Lai Châu, Yên Bái, Điện Biên vẫn là những địa phương có tỷ lệ hộ nghèo cao nhất tính trong tương quan với toàn quốc. Trong đó, Điện Biên còn là tỉnh có mức lương bình quân thấp nhất và tỷ lệ thất nghiệp ở mức tương đối cao, thể hiện rằng đời sống kinh tế tại Điện Biên còn rất khó khăn và có xu hướng khó khăn hơn trong việc định hướng hoạt động sản xuất nông nghiệp bởi tác động từ việc di dân phục vụ cho xây dựng thủy điện Sơn La.

Các tỉnh Cần Thơ, Thừa Thiên Huế, Phú Yên và Cà Mau là những địa phương có tỷ lệ thất nghiệp cao nhất, xuất phát từ ảnh hưởng của suy thoái kinh tế, dẫn đến nhu cầu tuyển người ở các khu công nghiệp sụt giảm. Điều này dẫn tới dòng người rời Thừa Thiên Huế tăng nhanh trong giai đoạn 2010 – 2011 (5.2%), Phú Yên là 3.6% trong khi tỷ lệ này lại giảm ở Cần Thơ là 2.9%, và Cà Mau là 1.7% bởi lượng người đổ về hai địa phương này vẫn ở mức tương đối cao. Trong đối sánh về dòng người dịch chuyển, các trung tâm công nghiệp chính như Bình Dương vẫn tiếp tục hút thêm 6.9% lượng người nhập cư, Tp Hồ Chí Minh là 5.3%, còn Hà Nội là 1.5% ít hơn rất nhiều so với điểm đến mới đầy hấp dẫn Vĩnh Phúc (8.8%).

Tốc độ tăng dân số và hạ tầng của dịch vụ y tế

Việt Nam vẫn tiếp tục là một trong những quốc gia có mật độ dân số cao và có tính tập trung cao ở một số các điểm nút chính như Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội. Lượng người nhập cư và tỷ lệ tăng dân cư tự nhiên đã đẩy những địa phương này vào một hiện trạng là sự quá tải của các dịch vụ công cộng, mà trước hết là dịch vụ y tế.

Hình 48 Tốc độ tăng dân số và hạ tầng của dịch vụ y tế



Hình vẽ 46 cho thấy tương quan về tốc độ tăng cơ sở khám chữa bệnh/ triệu dân và tốc độ tăng dân số tự nhiên của toàn quốc. Nhìn chung, giai đoạn 2009 – 2011 đều chứng kiến tốc độ tăng dân số lớn hơn tương đối đáng kể so với tốc độ tăng các cơ sở y tế. Đặc biệt, Bình Phước là địa phương có tốc độ dân số cao nhất toàn quốc trong khi lại có giá trị âm đối với tốc độ tăng của cơ sở y tế tại địa phương này. Tương tự là Bà Rịa – Vũng Tàu, Đắk Nông và Hậu Giang. Điều này cho thấy sự thiếu hụt và không kịp đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe của người dân tại các tuyến y tế địa phương. Lý do căn bản là các cơ sở y tế phải có tương ứng chứng chỉ hành nghề, mà đào tạo về bác sỹ hàng năm lại có số lượng rất hạn chế trong khi tỷ lệ bệnh mãn tính và các căn bệnh thiên nhiên kỳ đều tăng nhanh tại Việt Nam.

Bình Thuận và Lai Châu là hai địa phương có tốc độ tăng về cơ sở khám chữa bệnh cao nhất trong giai đoạn 2009 – 2010 do có sự bổ sung thêm về phòng khám khu vực và trạm y tế xã, phường, cơ quan xí nghiệp. Trong khi đó, loại hình cơ sở y tế này lại có xu hướng giảm ở địa phương như Tp.Hồ Chí Minh và tăng thêm sự xuất hiện của bệnh viện mặc dù hầu hết cả nước đều không có lộ trình chuyển đổi mô hình bệnh viện và di chuyển trên nền tảng thực hiện hiện các DTM về đánh giá tác động môi trường và xả thải.

Hệ thống giáo dục và sức hút từ các thành phố lớn

Bên cạnh điều kiện về y tế, giáo dục là vấn đề tiếp theo được quan tâm, đặc biệt là đối với các hộ gia đình. Với truyền thống hiếu học và tâm lý trọng bằng cấp, các hộ gia đình đối xử với việc học của con cái họ theo hai xu hướng: (1) gửi con đi học xa trong thời gian dài, thông thường là bắt đầu sau khi kết thúc chương trình học phổ thông và (2) chuyển gia đình về gần các thành phố lớn nếu có đủ điều kiện.

Với mật độ lớn các trường đại học và cao đẳng hàng đầu trên cả nước, Hà Nội và Tp Hồ Chí Minh vẫn tiếp tục là những nơi đào tạo chủ yếu lao động trình độ đại học, cao đẳng và sau đại học. Với Hà Nội, là nơi có trụ sở của hầu hết các cơ quan quản lý Trung ương, do đó, số lượng chuyên gia về các lĩnh vực khoa học – công nghệ tập trung ở đây là chủ yếu. Mặc dù đã có sự phân bố một số các trường đại học ở các khu vực chính như Đại học Thái Nguyên, Đại học Đà Nẵng, Đại học Tây Nguyên, nhưng chưa thể đáp ứng được về chất lượng quản lý đào tạo cũng như chất lượng giảng viên.

Sự hài lòng về cuộc sống

Đối sánh với kết quả của nghiên cứu năm 2010, sự thoả mãn và hài lòng của người dân, doanh nghiệp trên toàn quốc đã có dấu hiệu cải thiện hơn khi tăng gần 16% (người dân), 35% (doanh nghiệp). Song, mức độ đánh giá bình thường (tạm được) cũng tăng lên đáng kể, cho thấy thực chất sự hài lòng về cuộc sống vẫn dừng ở mức trung bình. Điều này được gọi là kéo dài sự chịu đựng quen thuộc của người dân khi đã nếm trải đủ khó khăn từ giai đoạn 2008 đến 2011, để cuộc điều tra trong năm 2012 người ta chưa thấy có gì là khó khăn thêm nữa vì đang ở giai đoạn xuống đáy và đi ngang về mức độ thoả mãn với cuộc sống.

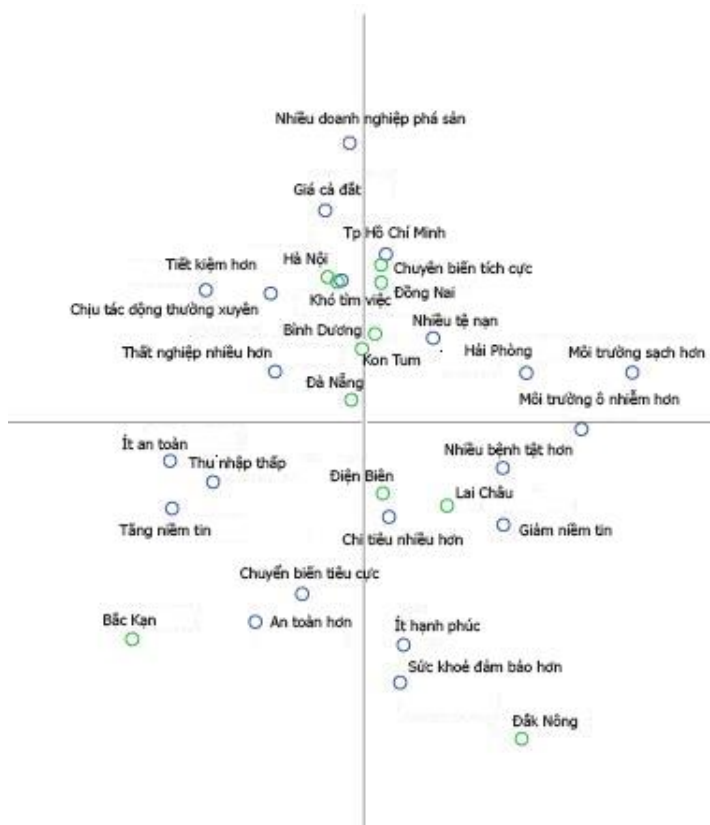
Hình 49 Sự hài lòng về cuộc sống



Khi so sánh kết quả khảo sát giữa nhóm 5 địa phương có thứ hạng cao nhất và nhóm 5 địa phương có thứ hạng thấp nhất, thấy rằng những chuyển biến về sự hài lòng trong cuộc sống của người dân có sự phân hoá khá rõ ràng. Các thành phố lớn như Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đồng Nai, Bình Dương chịu tác động của suy thoái kinh tế khi các cảm thấy khó tìm việc làm hơn, giá cả các mặt hàng đắt hơn so với ngày trước và nhạy cảm hơn với các thông tin về kinh doanh như doanh nghiệp phá sản và tỷ lệ thất nghiệp tăng. Vì vậy, phản ứng của những người dân này thường “tiết kiệm” (nhiều nhất ở Hà Nội). Mặc dù thừa nhận những chuyển biến tích cực trong đời sống nhưng tệ nạn xã hội là vấn đề mà người dân Đồng Nai lo ngại nhiều hơn.

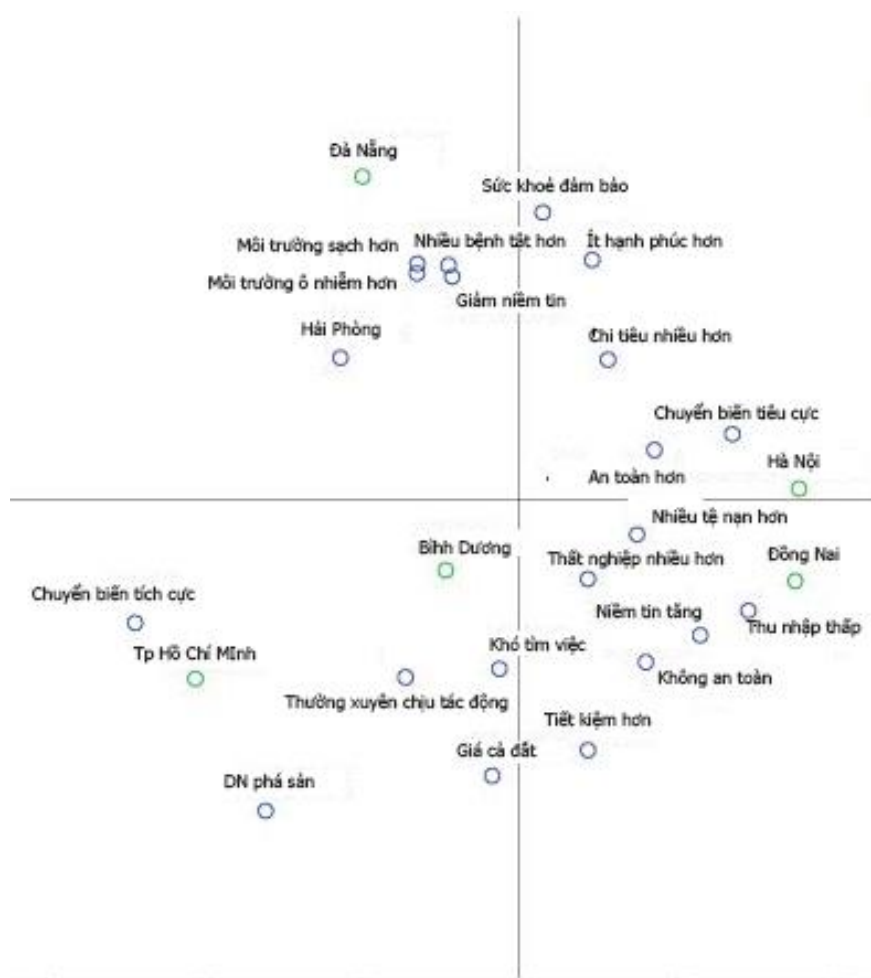
Đối với các địa phương ở nhóm dưới, người dân Điện Biên cảm thấy các khoản chi tiêu nhiều hơn, người dân Lai Châu thì thấy “giảm sút niềm tin”. Còn tại Bắc Kạn và Đắk Nông không có tương quan đánh giá nào nổi trội hơn. Đối với người dân Kon Tum, đánh giá về sự khó khăn trong tìm việc làm tại địa phương là lớn hơn so với các cảm nhận khác. Kết quả này cho thấy nếu các điều kiện vật chất cơ bản của cuộc sống không được cải thiện thì sự hài lòng của người dân và những tác động tích cực từ hội nhập kinh tế mang lại chỉ có ý nghĩa tương đối.

Hình 50 Sự hài lòng của người dân 5 địa phương nhóm trên và 5 địa phương nhóm cuối



Đi sâu hơn vào các địa phương được đánh giá cao về trụ cột Con người, thấy rằng người dân Đà Nẵng dường như “bình lặng” hơn trước các làn sóng thay đổi đến từ thế giới bên ngoài. Điều này có thể do nguyên nhân trong một thời gian dài Đà Nẵng không ngừng thu hút đầu tư và có thay đổi về cơ sở hạ tầng và đời sống kinh tế. Người dân Đà Nẵng đã quen với những điều “lạ” hay điều “đổi mới”, một số cái có thể phá bỏ cả các khuôn khổ chính sách của trung ương. Trong khi đó, tại Hà Nội, người dân cảm thấy nhiều sức ép hơn trong cuộc sống, cảm giác ngột ngạt và chật chội đang ngày càng tăng lên kèm theo các vấn đề về ô nhiễm môi trường sống đối với người dân Thủ đô. Còn người dân Đồng Nai, mà chủ yếu là các lao động trong các khu công nghiệp, thì nhận thấy mức thu nhập không còn đủ sức chi trả cho các nhu cầu thiết yếu và các hoạt động thường ngày. Người dân Bình Dương, thực chất, cảm thấy chịu tác động tiêu cực từ quá trình hội nhập hơn so với các địa phương khác trong nhóm mà nguyên nhân là do hậu quả từ việc cắt giảm lao động của các doanh nghiệp trong các khu công nghiệp, khu chế xuất. Còn đối với người dân Tp Hồ Chí Minh, với góc nhìn đa chiều, những chuyển biến tích cực trong đời sống và những quan ngại về số lượng doanh nghiệp phá sản tăng lên từng ngày, đều được thể hiện rõ ràng.

Hình 51 Sự hài lòng về cuộc sống của người dân tại 5 địa phương nhóm trên



Có một điểm đáng chú ý là những thái cực rõ ràng như “Hạnh phúc hơn” hoặc “Ít hạnh phúc hơn” không là nhận định của người dân địa phương nào trong nhóm. Điều này có thể xuất phát từ những kỳ vọng lớn hơn của người dân về kết quả tích cực mà hội nhập kinh tế quốc tế có thể mang lại cho địa phương nói chung và cho bản thân nói riêng.

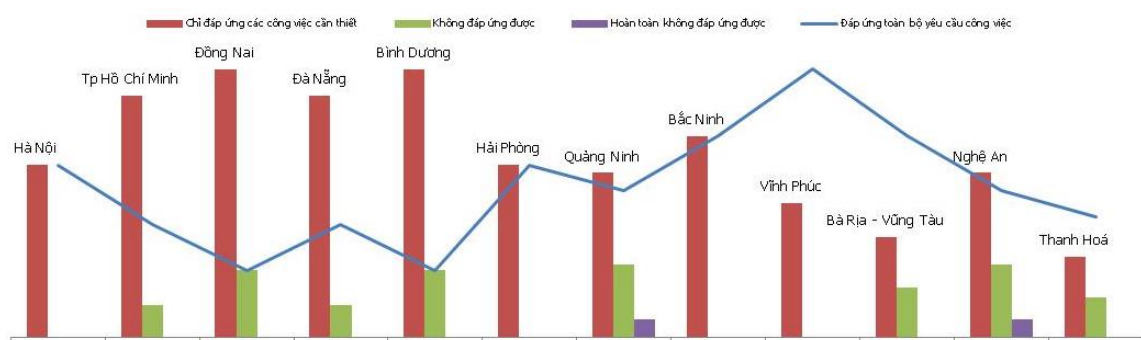
Chất lượng nguồn nhân lực

Trải qua thời kỳ nhân công giá rẻ được coi là lợi thế của địa phương mà thay vào đó là nhu cầu về lao động có trình độ và chuyên môn cao. Mặc dù trở thành lựa chọn của khá nhiều tập đoàn lớn trên thế giới, tuy nhiên, đánh giá chung, người lao động Việt Nam hiện tại chỉ đáp ứng ở mức

trung bình so với yêu cầu của các doanh nghiệp, mà đặc biệt là đối với các doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghệ cao. Thực tế, so với kết quả nghiên cứu năm 2010 thì những đánh giá này cũng không có sự thay đổi nhiều.

Trong nhóm các địa phương được đánh giá cao về lao động của nghiên cứu năm nay, Vĩnh Phúc nổi lên là địa phương có lực lượng lao động được đánh giá tốt khi đáp ứng toàn bộ các yêu cầu của công việc trong khi Đồng Nai và Bình Dương ở vị trí đối ngược. Lao động của Hà Nội và Tp Hồ Chí Minh chỉ nhận được mức đánh giá trung bình. Địa phương như Bắc Ninh, Nghệ An, Quảng Ninh, Hải Phòng với các khu kinh tế trọng điểm cũng ở tình trạng tương tự ở mức trung bình. Bên cạnh đó, Quảng Ninh và Nghệ An cũng nhận được đánh giá từ một bộ phận các doanh nghiệp khi cho rằng lao động địa phương hoàn toàn không đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp. Tuy nhiên, theo nghiên cứu của chúng tôi, những đánh giá này chỉ xuất phát từ những nhìn nhận của chính doanh nghiệp tại địa phương đó mà chưa có góc nhìn từ các doanh nghiệp từ địa phương khác hoặc từ bên ngoài lãnh thổ Việt Nam.

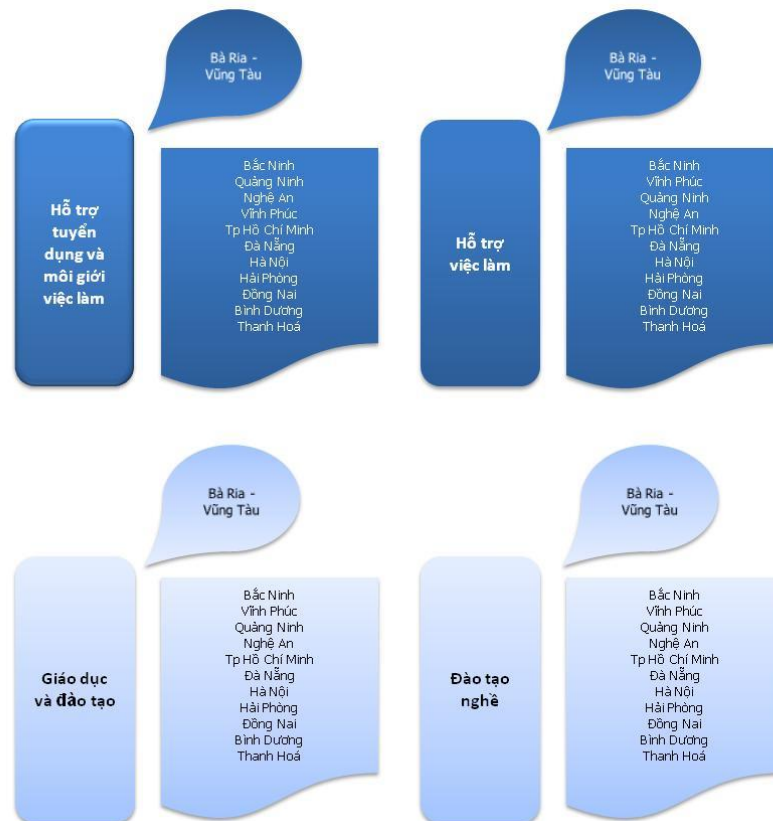
Hình 52 Đánh giá của doanh nghiệp về lao động địa phương



Mặc dù được đa số doanh nghiệp đánh giá cao, nhưng những dịch vụ hỗ trợ của Vĩnh Phúc đứng ở vị trí thứ 3, sau Bà Rịa – Vũng Tàu (vị trí số 1) và Bắc Ninh (vị trí số 2). Đồng Nai, Bình Dương, Thanh Hoá là những địa phương đứng ở vị trí sau cùng, hàm ý rằng lý do thu hút lao động nhiều về các địa phương này không hẳn xuất phát từ chính sách lao động hấp dẫn của địa phương mà là do sự xuất hiện của các dự án lớn (như dự án lọc hoá dầu ở Nghi Sơn, Thanh Hoá) hoặc từ lợi thế địa lý khi là đô thị vệ tinh của trung tâm kinh tế lớn.

Đáng chú ý là trường hợp của Bà Rịa – Vũng Tàu khi nhận được rất nhiều đánh giá tích cực trên 4 dịch vụ hỗ trợ: Hỗ trợ tuyển dụng và môi giới việc làm, Hỗ trợ việc làm, Giáo dục và đào tạo, Đào tạo nghề. Nguyên nhân là từ việc chính quyền quan tâm đến các phiên giao dịch việc làm, tổ chức các hoạt động hỗ trợ phát triển thị trường lao động để các khu công nghiệp, các cụm công nghiệp có thể tuyển dụng trực tiếp các lao động địa phương.

Hình 53 Nhóm địa phương được đánh giá cao về dịch vụ hỗ trợ lao động



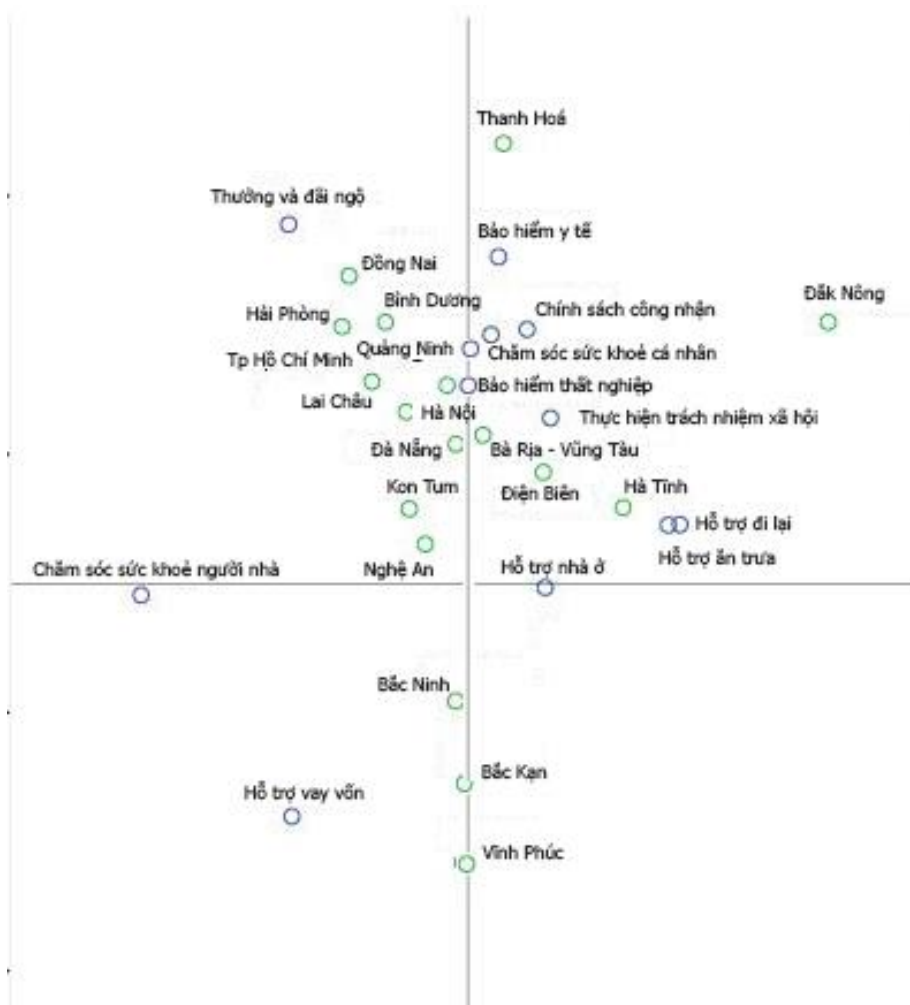
Chính sách nhân dụng của doanh nghiệp

Một trong những lý do thu hút người lao động đổ dồn về các địa phương là sự kỳ vọng vào một tương lai tốt hơn, bao gồm: tương lai về vật chất như cơ chế đãi ngộ bằng tiền, hỗ trợ nhà ở và các điều kiện khác; đáp ứng về tinh thần như sự công nhận và khen thưởng, các dịch vụ chăm sóc sức khoẻ.

Thực tế, chính sách nhân dụng của doanh nghiệp ở các địa phương được nhìn nhận khác nhau dưới góc nhìn của người lao động tại chính địa phương đó. Cụ thể, doanh nghiệp Đồng Nai được đánh giá cao ở chính sách thưởng và đãi ngộ, doanh nghiệp Thanh Hoá được đánh giá tốt về đóng bảo hiểm y tế cho người lao động (70% dân số toàn tỉnh tham gia BHYT). Người lao động Hà Nội đánh giá tốt cho doanh nghiệp địa phương về chính sách bảo hiểm thất nghiệp, doanh nghiệp Hà Tĩnh được ghi nhận về hỗ trợ đi lại và chính sách ăn trưa tại doanh nghiệp.

Điểm đáng chú ý là chính sách cho vay vốn của doanh nghiệp dành cho người lao động lại đứng ở rất xa so với các đánh giá khác, ngụ ý rằng doanh nghiệp chưa có định hướng giữ chân người lao động để gắn bó lâu dài. Kết quả, dẫn đến tỷ lệ nhảy việc của người lao động tại một số địa phương như Tp Hồ Chí Minh ở mức 25 – 30% (2012 -2013) và trở thành tâm lý hiển nhiên trong tuyển dụng lao động.

Hình 54 Đánh giá về chính sách nhân dụng của doanh nghiệp địa phương



Bản thân doanh nghiệp và người dân có đánh giá khác nhau về chính sách nhân dụng của doanh nghiệp tại địa phương theo hướng doanh nghiệp nhận thức một cách tích cực hơn còn người dân nhận thức một cách phê phán hơn. Có những điều hiển nhiên đúng do việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động còn rất hạn chế thì có sự đánh giá tương đồng cả từ hai phía. Chẳng hạn, chính sách cho vay vốn để mua sở hữu doanh nghiệp với lãi suất thấp nhằm làm người lao động trở thành chủ doanh nghiệp do đó sẽ phát huy tối đa năng lực; hoặc, chính sách y tế và chăm sóc sức khỏe đối với người nhà của cán bộ là còn kém.

Chính sách nhân dụng địa phương

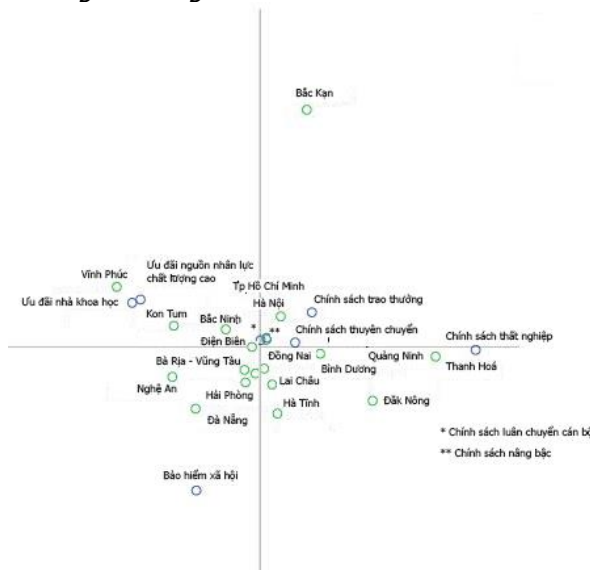
Bên cạnh sức hấp dẫn của chính sách nhân dụng doanh nghiệp thì chính sách lao động của địa phương cũng là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến dòng dịch chuyển nguồn chất xám của địa phương. Có sự đánh giá khác nhau giữa doanh nghiệp và người dân về chính sách nhân dụng của chính quyền địa phương.

Người dân có thiên hướng đánh giá tốt hơn các yếu tố nhân dụng từ chính quyền so với doanh nghiệp. Tuy nhiên, cả người dân và doanh nghiệp đều đánh giá thấp về chính sách dành cho người thất nghiệp của chính quyền địa phương. Đặc biệt, doanh nghiệp cho rằng chính sách luân chuyển, chuyển đổi và nâng bậc của chính quyền địa phương ở mức trung bình và kém là phổ biến. Một số địa phương thể hiện quyết tâm thu hút nhân tài, các nhà khoa học và đội ngũ lao động tri thức cao đến làm việc tại địa phương. Tuy nhiên, hạn chế do cơ chế về chính sách trao thưởng, công nhận và đãi ngộ khó thay đổi trong ngắn hạn nên về dài hạn việc dịch chuyển nhân tài còn rất khó khăn.

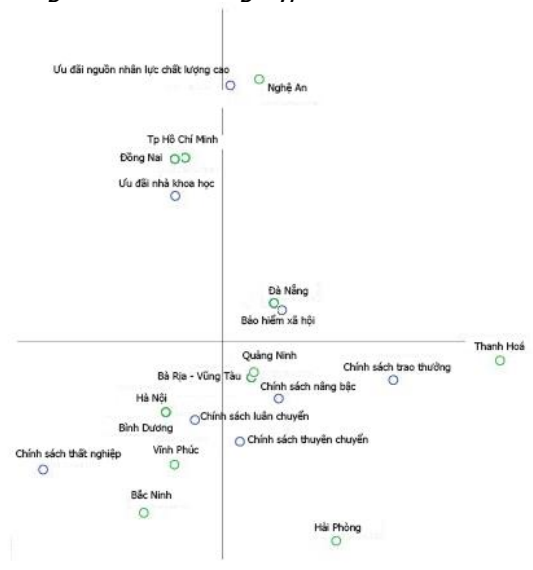
Một thực trạng khác là có một lượng lớn những người lao động có tri thức cao làm việc trong hệ thống chính quyền địa phương nhưng lại không đóng góp gì nhiều cho phát triển. Một phần lý do do cơ chế, một phần do bản thân những người này làm song song các công việc cá nhân bên ngoài. Sự thay đổi chỉ có thể thực hiện khi có một cơ chế giám sát công khai bởi công chúng và những người đóng thuế trả lương đối với các công chức làm việc dựa trên việc cụ thể các trách nhiệm gắn với vị trí công tác. Thiếu điều kiện và cơ chế công bằng, minh bạch sẽ rất khó thu hút nhân tài về địa phương làm việc.

Hình 55 Đánh giá về chính sách nhân dụng của 5 địa phương nhóm trên và 5 địa phương nhóm cuối

Đánh giá của Người dân



Đánh giá của Doanh nghiệp



Do hạn chế về không gian thể hiện, chúng tôi chọn ra 5 địa phương Top đầu và 5 địa phương Top cuối trong xếp hạng về trụ cột con người để xem xét bản đồ nhân thức của doanh nghiệp và người dân định vị về chính sách đãi ngộ của Chính quyền địa phương đối với vấn đề thu hút nhân tài. Đối với người dân: chính sách trao thưởng và luân chuyển là quan trọng hơn ở Hà Nội, TP.Hồ Chí Minh, nâng bậc là quan trọng hơn ở Điện Biên, Đồng Nai, luân chuyển là quan trọng hơn ở Quảng Ninh, Bình Dương, thất nghiệp là quan trọng hơn ở Thanh Hóa, Quảng Ninh; ưu đãi nguồn nhân lực chất lượng cao và nhà khoa học là quan trọng hơn ở Kon Tum, Bắc Ninh, Vinh Phúc. Đối với doanh nghiệp: Ưu đãi nguồn nhân lực chất lượng cao và nhà khoa học là mối quan tâm lớn của TP.Hồ Chí Minh, Đồng Nai và Nghệ An; chính sách trao thưởng là mối quan tâm của Thanh Hóa, chính sách thất nghiệp là Bình Dương, luân chuyển cán bộ là Hà Nội và Bà Rịa Vũng Tàu, nâng bậc là Quảng Ninh. Hải Phòng không có yêu cầu rõ nét với chính sách nào. Hà Nội trong nhận thức của người dân hay doanh nghiệp thì chính sách luân chuyển cán bộ là chính sách nhân dụng quan trọng để thu hút nhân tài.

Kết quả xếp hạng trụ cột Con người – Lao động

- Tiếp tục dẫn đầu: Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội,
- Nhóm giảm hạng: Cần Thơ, Thái Bình, Bình Thuận, An Giang
- Nhóm tăng hạng: Thừa Thiên Huế, Bà Rịa – Vũng Tàu, Sóc Trăng, Hà Giang, Cao Bằng

<i>Thông số</i>	<i>CNLD1</i>	<i>CNLD2</i>	<i>Tổng điểm trụ cột Con người</i>
Giá trị trung bình	0.278165469	0.970634921	1.248800389
Phương sai	0.026790576	0.005358968	0.030269485
Trung vị	0.201793552	1	1.201793552
Độ lệch chuẩn	0.212643602	0.042535489	0.240256591
Độ nhọn Kurtosis	1.823262739	-0.842195529	0.860363776
Độ lệch Skewness	1.429844897	-1.023323639	1.015318729
Khoảng biến thiên	0.956375157	0.1	1.056375157
Giá trị nhỏ nhất	0.043624843	0.9	0.943624843
Giá trị lớn nhất	1	1	2
Tổng	17.52442452	61.15	78.67442452
Số bản ghi	63	63	63
Độ tin cậy (95.0%)	0.053553597	0.010712424	0.060507838

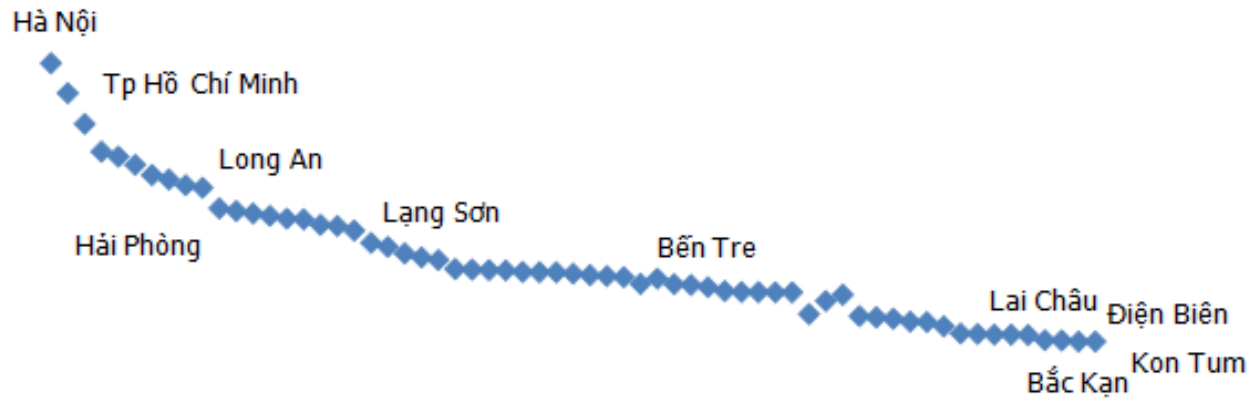
* CNLD1: Điểm quy đổi dữ liệu thứ cấp

* CNLD2: Điểm quy đổi dữ liệu khảo sát điều tra

Hình 56 Bảng xếp hạng Trụ cột Con người

Cao

BẢNG XẾP HẠNG TRỤ CỘT CON NGƯỜI



Thấp

Nhóm dẫn đầu gồm: Hà Nội, Tp Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đà Nẵng, Bà Rịa – Vũng Tàu, Quảng Ninh, Bắc Ninh, Đồng Tháp, Long An

Nhóm cuối gồm: Lai Châu, Bắc Kạn, Điện Biên, Kon Tum

Nhóm trung bình gồm các địa phương còn lại.

CƠ SỞ HẠ TẦNG

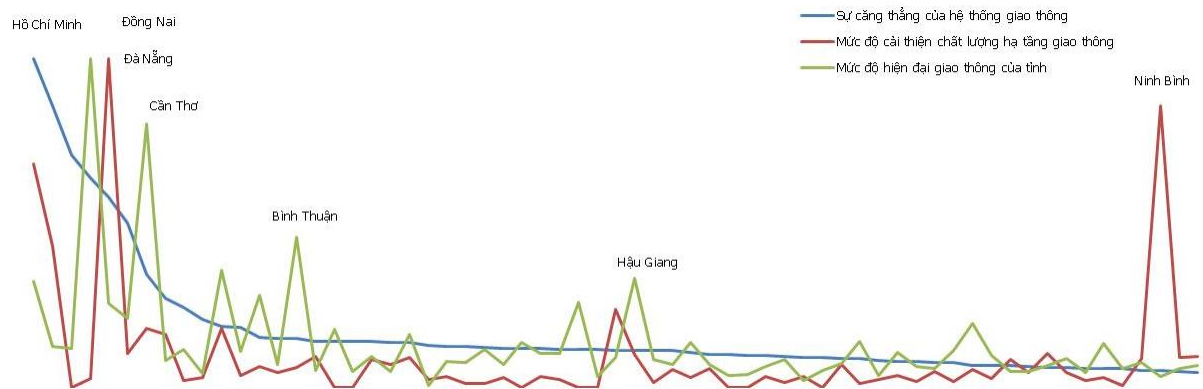
Kể từ lần công bố báo cáo đầu tiên vào năm 2011, tính đến nay đầu tư cho phát triển cơ sở hạ tầng có sự thay đổi không đáng kể, các địa phương ứng vốn của 2013 cho phát triển hạ tầng nhưng chưa được cấp, đồng thời các dự án chưa quyết toán kéo theo con số nợ đọng năm 2012 lên đến 91.000 tỷ VNĐ. Trong khi nguồn thu ngân sách càng thấp do tình hình kinh tế suy giảm, sự hỗ trợ từ các Chính phủ khác cũng khó khăn do suy giảm kinh tế toàn cầu diễn ra trên diện rộng, sức ép đến ngân sách nhà nước từ Trung Ương đến địa phương kéo theo tiến trình tiết kiệm “thắt lưng buộc bụng” và hạn chế chi tiêu lớn nhất là dành cho đầu tư cơ sở hạ tầng. Ngoại trừ các trường hợp vốn ODA được cấp kèm theo các ràng buộc về thi công bởi các đối tác của nước cấp vốn, các dự án phát triển cơ sở hạ tầng dùng vốn từ nguồn thu địa phương hay các hình thức hợp tác công tư, đổi đất lấy hạ tầng đều bị hạn chế và suy giảm nghiêm trọng. Đánh giá năm 2012 được thực hiện trong bối cảnh suy thoái chung, kéo theo sự không thay đổi và đánh giá về cơ sở hạ tầng với các lo lắng nghiêm trọng hơn. Lý do cơ bản là, không thể phát triển bền vững nếu không có đầu tư cho cơ sở hạ tầng để phục vụ và đảm bảo các an sinh tối thiểu. Các quốc gia đang phát triển như Việt Nam càng có nhu cầu cao hơn các quốc gia phát triển về vốn đầu tư cho cơ sở hạ tầng.

Hệ thống giao thông

Đường bộ

Trong giai đoạn 5 năm (2007 – 2011), hoạt động xây dựng cơ bản mà trong đó là xây dựng hệ thống giao thông đường bộ trong tỉnh và liên tỉnh được chú trọng đầu tư mà chủ yếu là từ nguồn vốn viện trợ ODA (Nhật Bản). Bên cạnh đó, các nguồn vốn từ xã hội cũng được bổ sung dưới các hợp đồng BOT, BT như dự án khôi phục và cải tạo QL 20 đoạn Bảo Lộc – Đà Lạt (Lâm Đồng), công trình QL1 (Km741+170 – km756+705) thuộc địa phận tỉnh Quảng Trị và đoạn Km672+600-Km704+900 thuộc địa phận tỉnh Quảng Bình.

Hình 57 Tương quan của sự căng thẳng hệ thống giao thông và mức độ cải thiện, mức độ hiện đại giao thông địa phương



Trong giai đoạn này cũng cho thấy những địa phương có nhiều sự thay đổi về hạ tầng giao thông đường bộ nhất là Ninh Thuận khi tỷ lệ km đường rải nhựa đã tăng lên trong số tổng km của toàn tỉnh. Kết quả này xuất phát từ dự án đầu tư cho nhà máy điện hạt nhân và dự án phát triển du lịch biển, và khiến cho tỷ lệ vốn đầu tư xây dựng trên 1 km đường của Ninh Thuận cao hơn so với các địa phương khác trong toàn quốc.

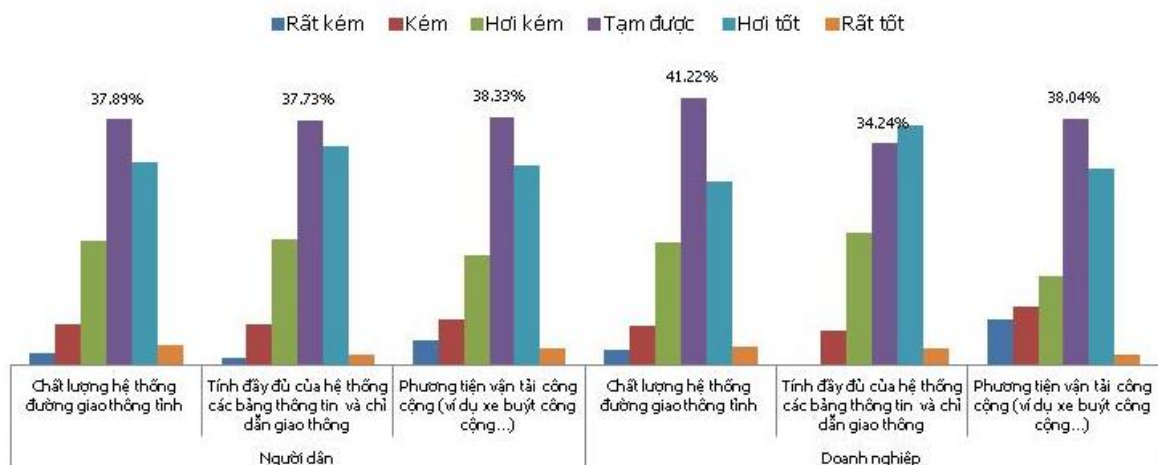
Tương tự, Quảng Trị với đường 9 Nam Lào, nối cửa khẩu quốc tế Lao Bảo và là trục đường của “Con đường di sản miền Trung” cũng đã đưa địa phương này có hệ thống giao thông đường bộ đáp ứng tốt hơn cho các loại xe hàng và xe chở khách. Trường hợp Ninh Bình là địa phương duy

nhất có tỷ lệ vốn đầu tư, nâng cấp lớn hơn so với tỷ lệ km đường rải nhựa, bởi Ninh Bình chủ yếu tập trung xây dựng các tuyến đường phục vụ cho khu du lịch Bái Đính – Tràng An, Tam Cốc – Bích Động và Cố đô Hoa Lư.

Thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ là những địa phương có tỷ lệ vốn đầu tư, cải tạo hệ thống giao thông đường bộ thuộc nhóm đầu của cả nước, do đây là đoạn cuối của quốc lộ 1A trong trục đường xuyên Á AH1 đi qua lãnh thổ phía Nam Việt Nam nên Cần Thơ trở thành điểm trung chuyển hàng hoá (trung bình 7 triệu tấn) và hành khách (trung bình trên 90 triệu lượt người) từ khu vực Đông Nam Bộ xuống Tây Nam Bộ và kết nối với phía Nam Campuchia. Còn đối với Tp Hồ Chí Minh, cũng như Hà Nội, sự quá tải khi lượng người và phương tiện tham gia giao thông đã khiến cho những địa phương này phải mở rộng thêm diện tích đường và thường xuyên cải tạo chất lượng của những tuyến đường chính.

Mặc dù đã có sự cải thiện so với kết quả nghiên cứu năm 2010 về chất lượng giao thông đường bộ nhưng nhìn chung, người dân và doanh nghiệp tại các địa phương vẫn chưa cảm thấy đáp ứng được với mong đợi của họ. Tình trạng ô nhiễm không khí, ô nhiễm âm thanh bên cạnh với thời gian thi công các công trình xây dựng đường kéo dài đã gây ra sự phiền hà và khó chịu của hầu hết người dân trên cả nước, đặc biệt là ở Hà Nội. Đối với các doanh nghiệp, đánh giá cao về các tuyến đường trung tâm nhưng doanh nghiệp lại gặp khó khăn ở các tuyến đường nhỏ, đặc biệt là đi vào các khu vực dân cư có các điểm phân phối hàng hoá.

Hình 58 Đánh giá về chất lượng giao thông đường bộ



Đường thủy

Với chiều dài 6658.8 km của các tuyến đường thủy nội địa được khai thác trên tổng số hơn 40 nghìn km đường sông bao gồm 2360 sông, kênh; 3260 km bờ biển, trên 100 cửa sông, nhiều hồ - đầm - phá, vịnh...tạo nên mạng lưới giao thông đường thủy xen lẫn đến hầu hết các thành phố, thị xã, các khu dân cư và các vùng kinh tế. Với sự phát triển mạnh của giao thông đường bộ nối liền chiều dài đất nước, giao thông đường thủy nội địa, hiện tại, vẫn được coi như là một kênh bổ sung và chủ yếu là có ý nghĩa với những địa phương ở miền sông nước Tây Nam Bộ. Các phương tiện di chuyển trên sông, hầu hết là xà lan, các ghe thuyền dạng nhỏ.

Bên cạnh đó, hệ thống cảng biển gắn với các khu kinh tế cũng đã được coi là điểm lợi và là đà phát triển cho các địa phương ven biển như Hải Phòng (Đình Vũ – Cát Hải), Thanh Hoá (Nghị Sơn), Hà Tĩnh (Vũng Áng), Quảng Nam (Chu Lai), Quảng Ngãi (Dung Quất) là các khu kinh tế được ưu tiên phát triển (Không tính đến Phú Quốc – Kiên Giang là KTT mới).

Hình 59 Đánh giá của người dân về chất lượng cơ sở hạ tầng

tại 5 địa phương có khu kinh tế biển



Theo đánh giá và nhận thức của người dân địa phương: Công nghệ và dịch vụ liên quan đến công nghệ, trung tâm cho thuê máy tính công cộng và hạ tầng phục vụ người dân thanh toán bằng thẻ là 3 nhân tố tách rời hẳn của các tỉnh thể hiện ở đánh giá kém về các nội dung này. Hải Phòng được đánh giá cao về đầu tư mới về cơ sở hạ tầng trong vòng 2 năm trở lại đây trong khi Thanh Hóa gần với nhóm phát triển các dịch vụ cơ bản về điện, nước, điện thoại cố định. Về nhóm tỉnh thì Hải Phòng, Thanh Hóa và Quảng Nam đạt được sự phát triển về hạ tầng và các điều kiện hạ tầng tốt hơn đối sánh với Quảng Ngãi và Hà Tĩnh ở các nhóm nhân tố đánh giá. Trong khi đó, có nhân tố lạ là sự đánh giá nổi trội của cư dân địa phương đối với hạ tầng dành cho người tàn tật và điện thoại công cộng tại Hà Tĩnh.

Đường hàng không

Tính đến thời điểm hiện tại, Việt Nam có 21 sân bay dân sự bao gồm 8 sân bay quốc tế. Năm 2011, hơn 420 nghìn chuyến bay (tăng 17% so với năm 2010), vận chuyển 23.7 triệu lượt hành khách, 600 nghìn tấn hàng hoá (tăng 13% về hành khách và 3.2% về hàng hoá). Có 51 hãng hàng không nước ngoài khai thác 54 đường bay từ 22 quốc gia, vùng lãnh thổ đến Việt Nam. Mạng đường bay nội địa do 4 hãng hàng không Việt Nam có 39 đường bay từ 3 trung tâm chính là Hà Nội, Đà Nẵng, Tp Hồ Chí Minh tới 17 cảng hàng không nội địa.

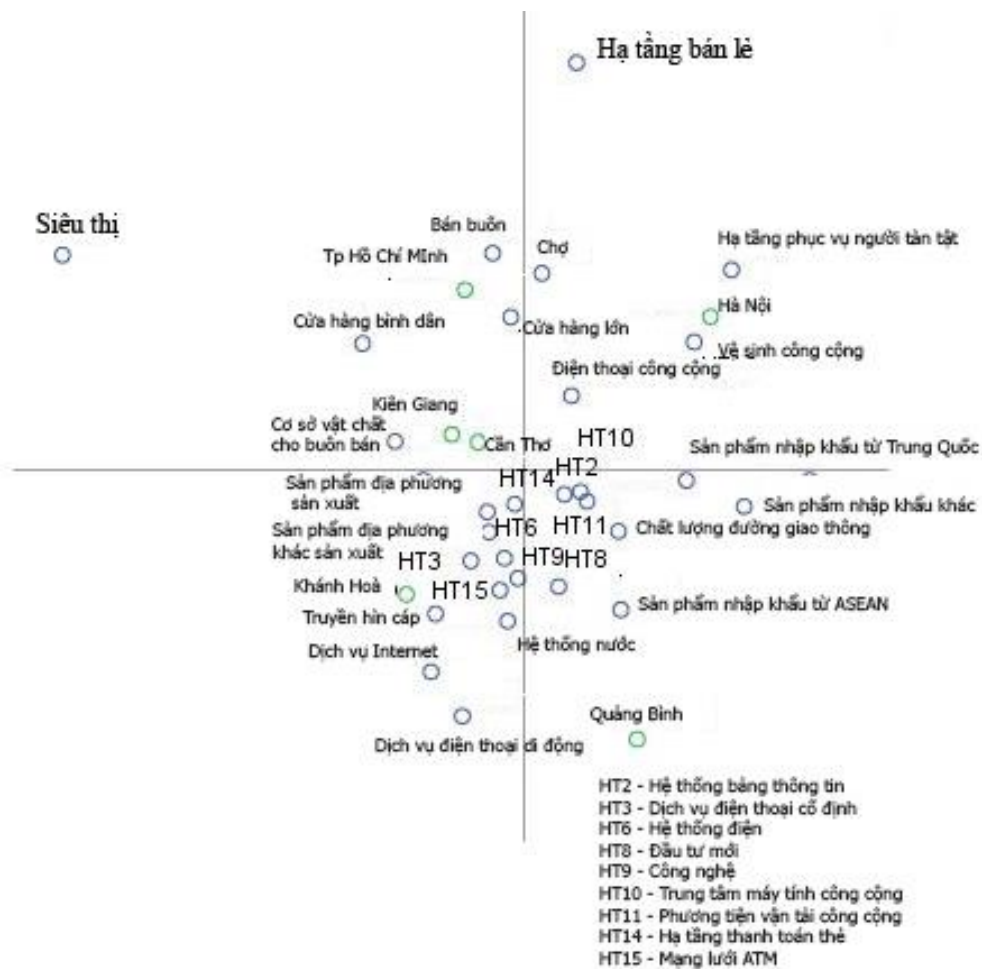
Ý nghĩa về mặt kinh tế - xã hội và đặc biệt là du lịch của địa phương có sân bay là điều không thể phủ nhận. Ví dụ như sân bay Đồng Hới (Quảng Bình), sân bay Phú Quốc (Kiên Giang) và sân bay Cần Thơ đã đóng góp không nhỏ trong định hướng phát triển kinh tế - xã hội của địa phương khi trở thành những điểm đến mới, hấp dẫn dành cho du khách, nhà đầu tư và doanh nghiệp trong và ngoài nước. Thực hiện đối sánh giữa cảm nhận của người dân của Quảng Bình, Kiên Giang, Cần

Thơ với người dân của các địa phương như Hà Nội, Tp Hồ Chí Minh và Khánh Hoà, thấy rằng với sự khác nhau tương đối rõ nét ở một số phần.

Cụ thể, Kiên Giang và Cần Thơ được đánh giá tốt hơn ở Cơ sở vật chất thương mại dành cho bán buôn và gần hơn với chất lượng giao thông ở hệ thống biển báo chỉ dẫn, hệ thống thông tin liên lạc (qua điện thoại công cộng và dịch vụ Internet), hệ thống thanh toán bằng thẻ. Điều này cho thấy sự ảnh hưởng của sân bay đến với những địa phương này khi xuất hiện những đòi hỏi cao hơn và chuyên nghiệp hơn từ phía những du khách, nhà đầu tư và doanh nghiệp từ bên ngoài.

Đối với Quảng Bình, sự có mặt của sân bay Đồng Hới, đồng thời với việc thông quan cửa khẩu Cha Lo, đã tạo cơ hội nhiều hơn cho người dân trải nghiệm và đánh giá tốt về các sản phẩm nhập khẩu từ ASEAN. Đồng thời, dịch vụ điện thoại di động và điều kiện về hệ thống cấp nước cho sản xuất kinh doanh và sinh hoạt cũng được đánh giá cao hơn.

Hình 60 Đánh giá của người dân về chất lượng cơ sở hạ tầng và nguồn gốc sản phẩm tại địa phương có sân bay



Cơ sở hạ tầng và sức hấp dẫn đối với đầu tư

Giả thiết đặt ra là liệu rằng có hay không mối quan hệ giữa các yếu tố tạo nên sức hấp dẫn đầu tư của những địa phương ở nhóm dẫn đầu trụ cột Đầu tư đối với cơ sở hạ tầng của địa phương đó.

Hình 61 Đánh giá về yếu tố hấp dẫn đầu tư trong tương quan với chất lượng cơ sở hạ tầng



Kết quả đã chỉ ra rằng khi đứng trong tương quan với các yếu tố hấp dẫn đầu tư của địa phương thì thấy rằng tính chuyên nghiệp trong giao tiếp và tinh thần sáng tạo trong kinh doanh gắn với đánh giá cao về chất lượng phương tiện vận tải công cộng của địa phương. Tương tự, chất lượng về hệ thống điện gắn với chất lượng cuộc sống tại địa phương và năng suất lao động tại địa phương. Nhóm hạ tầng khác như Vệ sinh công cộng, Trung tâm Internet công cộng, Các cơ sở hạ tầng công cộng phục vụ người tàn tật đứng ở vị trí khá xa so với các yếu tố khác nên có thể coi đó là kết quả của một nền kinh tế còn chưa quan tâm thực sự đến trách nhiệm đến các đối tượng bảo trợ xã hội. Đáng chú ý là nhóm 3 yếu tố hấp dẫn đầu tư được quan tâm nhất là Dịch vụ và mạng lưới hỗ trợ sản xuất kinh doanh, Có chiến lược và quy hoạch minh bạch, rõ ràng, Có các chương trình xúc tiến đầu tư thì đều nằm ở vị trí xa hơn so với các yếu tố gắn với cơ sở hạ tầng của địa phương, hàm ý rằng những điều kiện cơ bản này chỉ là một yếu tố đóng góp thêm trong sự lựa chọn của nhà đầu tư.

Bà Rịa – Vũng Tàu là địa phương duy nhất hội tụ khá nhiều các yếu tố hấp dẫn đầu tư quan trọng như Môi trường kinh doanh ổn định, ít biến động; Tốc độ hoạt động kinh doanh tốt và Có tinh thần kinh doanh sáng tạo, linh hoạt mà không có sự xuất hiện gần nào của yếu tố về cơ sở hạ tầng, có nghĩa rằng địa phương này thực chất đã là một điểm thu hút đầu tư có tính “bền vững” hơn là dựa vào lợi thế địa lý. Tương tự, Đồng Nai, địa phương đang dường như có lợi thế về chiến lược và thông tin quy hoạch dự án đầu tư minh bạch rõ ràng và trình độ Tiếng Anh của người lao động tốt hơn so với các địa phương khác.

Tp Hồ Chí Minh hấp dẫn bởi Năng suất lao động tại địa phương trong khi Hà Nội lại được bao quanh bởi nhiều yếu tố về cơ sở hạ tầng như Cơ sở hạ tầng về điện, nước; về hệ thống tài chính ngân hàng như rút tiền và thanh toán bằng thẻ. Tương tự, Bình Dương cũng có lợi thế đầu tư nhờ sự chỉ dẫn đầy đủ về hệ thống giao thông đường bộ, và lợi thế về công nghệ và các dịch vụ liên

quan đến công nghệ. Điều này xuất phát từ lợi thế của Bình Dương là công xưởng của toàn quốc và có các khu công nghiệp công nghệ cao.

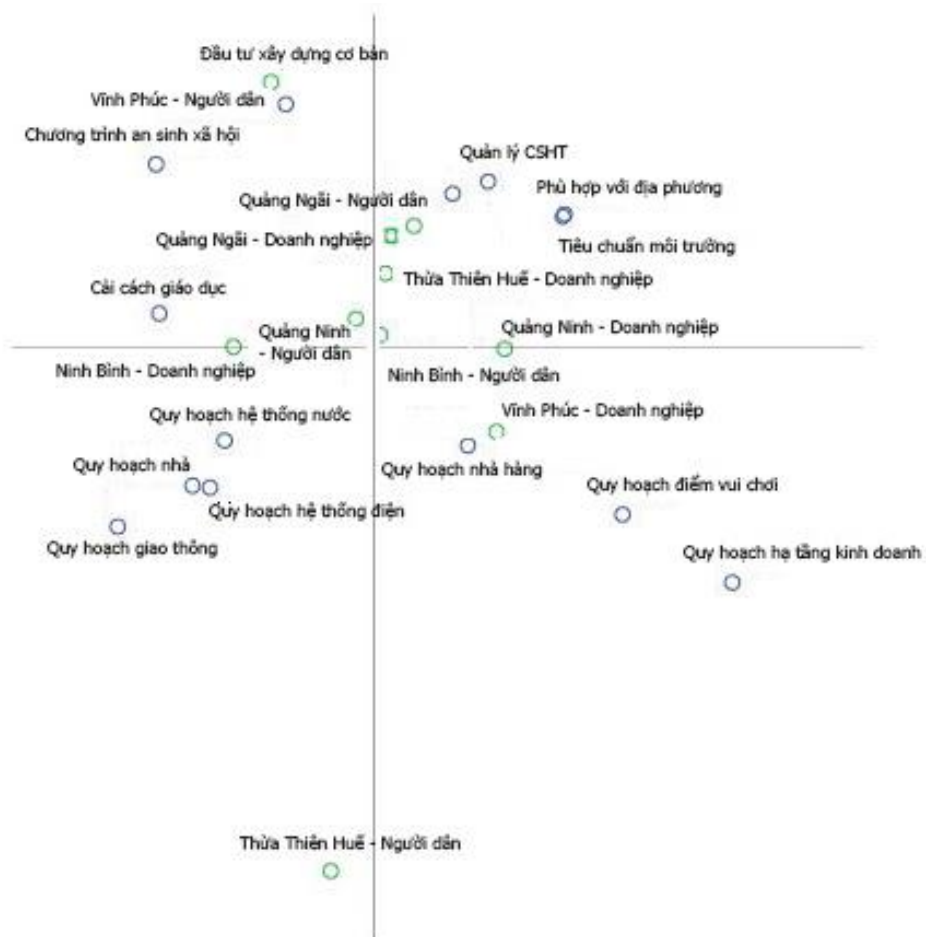
Nhu cầu và thách thức trong phát triển cơ sở hạ tầng

Đối với nhóm tăng thứ hạng

Đối sánh với kết quả nghiên cứu năm 2010, Thừa Thiên Huế, Quảng Ngãi, Vĩnh Phúc, Ninh Bình, Quảng Ninh là những địa phương tăng hạng trong trụ cột Hạ tầng.

Trong đó, người dân Vĩnh Phúc cho rằng địa phương đã làm tốt đầu tư xây dựng cơ bản và các chương trình an sinh xã hội trong khi doanh nghiệp Vĩnh Phúc lại cho rằng địa phương đang thực hiện tốt phân quy hoạch các dịch vụ nhà hàng, khách sạn trong 5 năm tới và quy hoạch các trung tâm vui chơi, giải trí tại địa phương. Doanh nghiệp Ninh Bình đồng ý rằng hệ thống cung cấp nước của địa phương đang ở mức tốt và đáp ứng với nhu cầu của doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất trong khi người dân Ninh Bình, cùng với người dân Quảng Ninh và người dân Thừa Thiên Huế không nghiêng về đánh giá nào rõ ràng. Tương tự là doanh nghiệp của Quảng Ninh và Thừa Thiên Huế. Một điểm đáng chú ý là người dân và doanh nghiệp Quảng Ngãi đều đồng ý rằng địa phương đang làm tốt khi đầu tư xây dựng hạ tầng cơ bản để đồng bộ cơ sở hạ tầng với các địa phương lân cận.

Hình 62 Đánh giá về nhu cầu trong phát triển cơ sở hạ tầng của nhóm địa phương tăng hạng

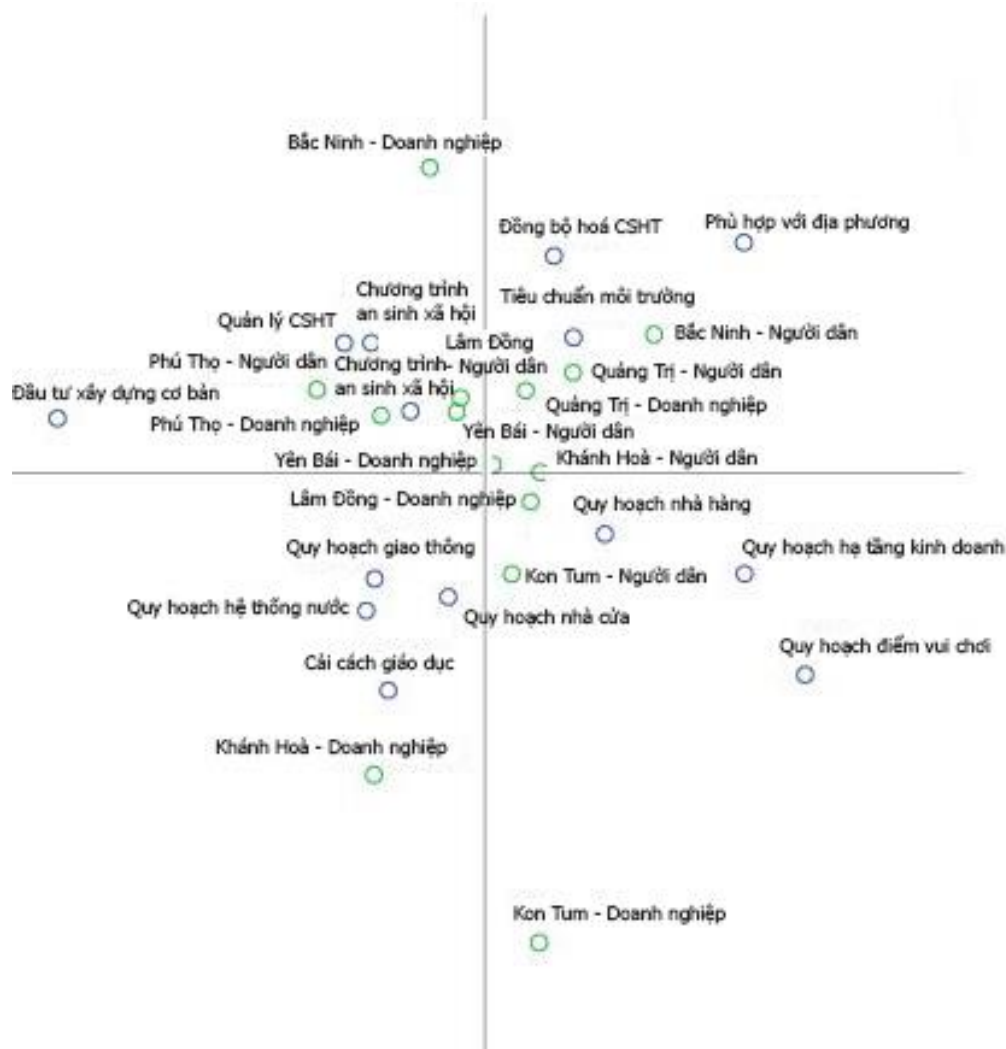


Đối với nhóm giảm hạng

Bắc Ninh, Khánh Hoà, Yên Bái, Lâm Đồng, Phú Thọ, Kon Tum, Quảng Trị là những địa phương đã giảm hạng so với kết quả của năm nghiên cứu đầu tiên. Trong đó, hầu hết người dân và doanh nghiệp ở những địa phương này đều cho rằng hoạt động đầu tư xây dựng cơ bản của địa phương

chưa thực sự mang lại hiệu quả như mong đợi và chưa thấy sự phù hợp với chính sách và chiến lược phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Việc quy hoạch các không gian giải trí cũng gặp nhiều vấn đề. Hạ tầng phục vụ cho hoạt động kinh doanh mà đặc biệt là dành cho các chương trình xúc tiến xuất khẩu còn nhiều yếu kém.

Hình 63 Đánh giá về thách thức trong phát triển cơ sở hạ tầng của nhóm địa phương giảm hạn



Có sự khác biệt giữa người dân và doanh nghiệp tại các địa phương khi đánh giá về thách thức phát triển cơ sở hạ tầng của địa phương. Doanh nghiệp Kon Tum đánh giá hoạt động đầu tư xây dựng cơ bản và sự phù hợp với tình hình địa phương là thách thức lớn nhất trong khi người dân lại cho rằng các hoạt động xây dựng và quy hoạch ở địa phương đều đang có vấn đề. Tương tự, doanh nghiệp Khánh Hoà thấy các khó khăn ở trong hệ thống hạ tầng của địa phương nhiều hơn là người dân. Trong khi đó, các địa phương còn lại, không có sự khác biệt nhiều về đánh giá.

Tựu chung lại, khi đánh giá về cơ sở hạ tầng, các nội dung đánh giá của người dân và doanh nghiệp đều xoay quanh 2 nội dung chính (1) xây dựng cơ sở hạ tầng cơ bản như hệ thống giao thông, điện nước và (2) vấn đề quy hoạch. Điều này cho thấy vấn đề trong xây dựng cơ bản của các địa phương cần được tính toán trên cơ sở dự báo tương lai phát triển của địa phương, đồng thời, cần những thông tin minh bạch, trung thực để người dân và doanh nghiệp cùng nắm bắt được tiến trình xây dựng.

Bảng xếp hạng Trụ cột Cơ sở hạ tầng

- Nhóm tiếp tục dẫn đầu: Đà Nẵng, Bà Rịa – Vũng Tàu, Đồng Nai

- Nhóm giảm hạng: Bắc Ninh, Khánh Hoà, Yên Bái, Lâm Đồng, Phú Thọ, Kon Tum, Quảng Trị
- Nhóm tăng hạng: Thừa Thiên Huế, Quảng Ngãi, Vĩnh Phúc, Ninh Bình, Quảng Ninh

Thông số	HT1	HT2	Tổng điểm Cơ sở hạ tầng
Giá trị trung bình	0.043731931	0.557732118	0.60146405
Phương sai	0.005085734	0.04401536	0.044167396
Trung vị	0.032882365	0.591430638	0.654
Độ lệch chuẩn	0.040366764	0.349361087	0.350567836
Độ nhọn Kurtosis	11.67410447	-1.52395114	-1.498855106
Độ lệch Skewness	3.003078955	-0.22774471	-0.272005255
Khoảng biến thiên	0.220480698	1.012569362	1.015151555
Giá trị nhỏ nhất	0.004775774	-0.012569362	0.01
Giá trị lớn nhất	0.225256472	1	1.025151555
Số bản ghi	2.755111675	35.13712345	37.89223512
Tổng	63	63	63
Khoảng tin cậy (95%)	0.010166238	0.08798545	0.088289365

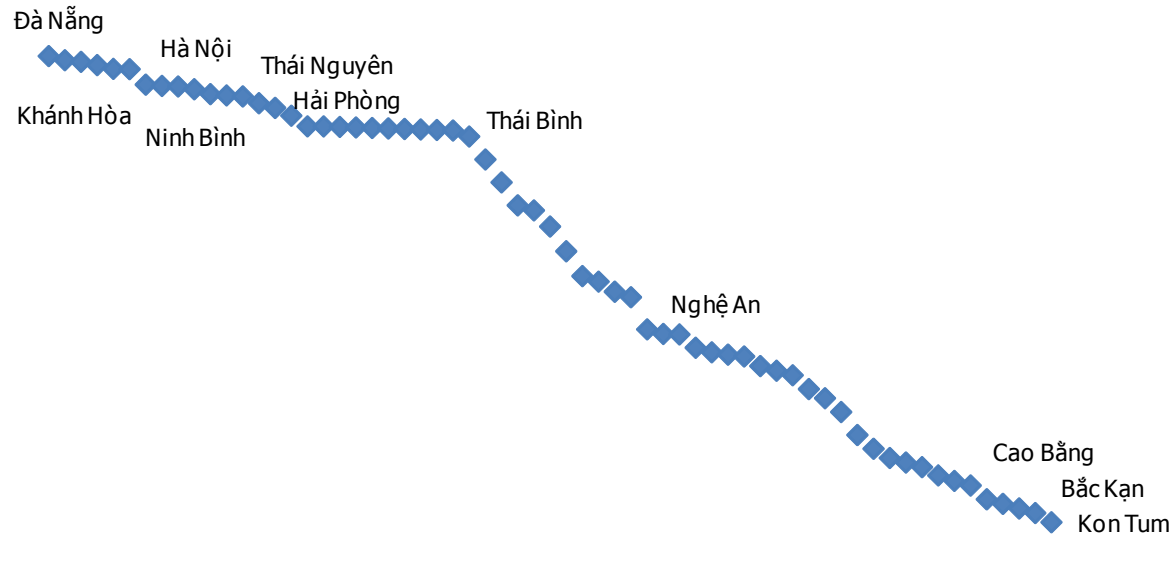
* HT1: Điểm quy đổi từ dữ liệu thứ cấp

* HT2: Điểm quy đổi từ dữ liệu khảo sát

Hình 64 Bảng xếp hạng trụ cột Hạ tầng

Cao

BẢNG XẾP HẠNG TRỤ CỘT HẠ TẦNG



Thấp

Nhóm dẫn đầu gồm: Đà Nẵng, Khánh Hoà, Bình Dương, Bà Rịa – Vũng Tàu, Đồng Nai, Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội, Cần Thơ, Thừa Thiên Huế, Quảng Ngãi, Vĩnh Phúc, Thái Nguyên, Ninh Bình, Quảng Ninh

Nhóm cuối gồm: Phú Thọ, Cao Bằng, Bắc Kạn, Kon Tum

Nhóm trung bình gồm các địa phương còn lại.

VĂN HOÁ

Đối tượng nghiên cứu về văn hóa là một phạm trù trừu tượng, gắn với nhiều khái niệm khác nhau nên có sự mâu thuẫn cũng như tranh cãi khi nghiên cứu. Trong nghiên cứu này, văn hóa xem xét thông qua năm nhóm nhân tố trên ba chiều kích. Năm nhóm nhân tố này là (1) biểu tượng và hình tượng địa phương trong nhận thức của cư dân, (2) di sản (lễ hội, di tích lịch sử và bản sắc nghề), (3) giá trị và tiêu chuẩn văn hóa địa phương, (4) tính đa dạng về dân tộc, tôn giáo và (5) tri thức truyền thống tích lũy qua các món ăn và bài thuốc gia truyền của địa phương. Ba chiều kích được xem xét là (1) thực trạng chất lượng các nhóm nhân tố, (2) khả năng duy trì và phát huy các nhân tố theo hướng tích cực và (3) sự dịch chuyển mối quan tâm giữa các nhóm nhân tố và trong bản thân mỗi nhóm nhân tố theo hướng tiếp cận một nền văn hóa hiện đại vì sự phát triển toàn diện của con người. Các dữ liệu thống kê thứ cấp về văn hóa không đầy đủ, nhiều địa phương do cách tính khác nhau, không có quy định chuẩn hóa thống kê quốc gia, nên dữ liệu báo cáo và thống kê cung cấp cũng khác nhau. Đặc biệt là việc tính toán số người theo một tôn giáo tại địa phương hoặc bài thuốc truyền thống. Có nhiều bài thuốc các địa phương đều coi là truyền thống nhưng lại được phổ biến đại trà. Do đó, rất khó khăn cho công tác thống kê và lọc sạch dữ liệu. Đối với các món ăn đặc trưng của địa phương, chúng tôi đã phải loại ra ngoài các địa phương có món ăn đặc trưng trùng nhau hoặc không có sự khác biệt gì đáng kể.

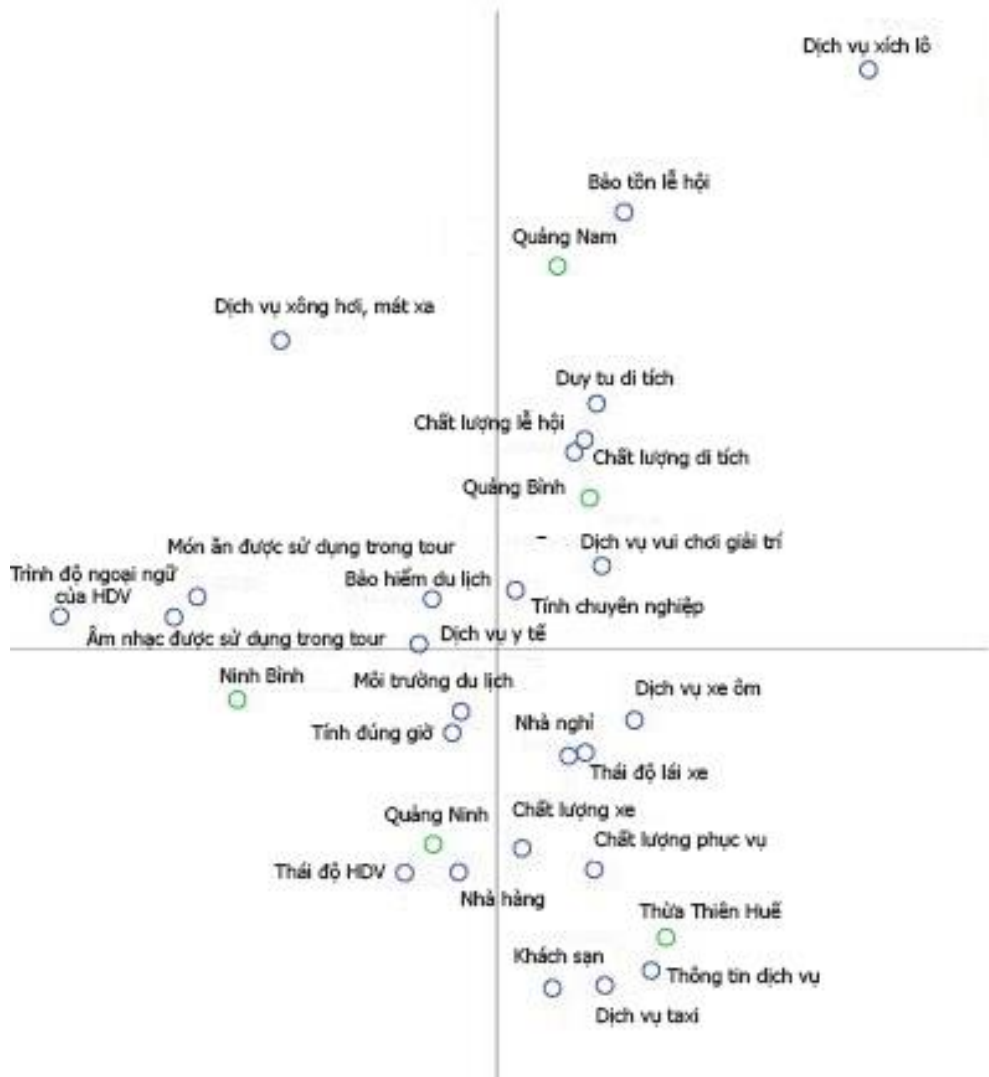
Việc tính điểm và đưa ra thứ hạng cao thấp không phải nhằm mục tiêu vinh danh cũng như đánh giá văn hóa của địa phương này cao hay thấp hơn địa phương khác. Nghiên cứu này muốn chỉ ra tác động của các yếu tố truyền thống thông qua trụ cột văn hóa tương tác như thế nào đến các yếu tố thu hút như thương mại, du lịch, đầu tư và con người để từ đó đưa ra các hàm ý chính sách và khuyến nghị cho thay đổi trong tương lai. Nếu lấy kết quả tổng hợp cuối cùng về trụ cột văn hóa để phân biệt văn hóa địa phương này là cao hay thấp hơn địa phương khác là một sai lầm và không hiểu được ý nghĩa của nghiên cứu. Vì thế ở phần sau chúng tôi sẽ chỉ ra nhiều chiều kích và góc nhìn khác nhau về vấn đề văn hóa thay vì chỉ xem xét ở điểm tổng hợp cuối cùng.

Di sản thế giới

Tính đến thời điểm hiện nay, Việt Nam đã có 2 di sản thiên nhiên thế giới là Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh) và vườn quốc gia Phong Nha – Kẻ Bàng (Quảng Bình); di sản văn hoá gồm Quần thể di tích cố đô Huế (Thừa Thiên Huế), Đô thị Hội An (Quảng Nam), Khu đền tháp Mỹ Sơn (Quảng Nam), Khu di tích trung tâm Hoàng thành Thăng Long (Hà Nội); di sản văn hoá phi vật thể gồm Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương (Phú Thọ), Nhã nhạc – âm nhạc cung đình Huế (Thừa Thiên Huế), Không gian văn hoá Công chiêng Tây Nguyên, Ca trù, Quan họ Bắc Ninh, Hội Gióng ở đền Phù Đổng và đền Sóc, Hát xoan (Phú Thọ); Di sản tư liệu gồm Bia đá các khoa thi tiến sỹ triều Lê và Mạc (Hà Nội), Mộc bản Triều Nguyễn, Mộc bản Kinh Phật Thiên phái Trúc Lâm chùa Vĩnh Nghiêm; Công viên địa chất toàn cầu Cao nguyên đá Đồng Văn (Hà Giang).

Nhằm làm rõ hơn mối quan hệ giữa việc đầu tư và bảo trì lễ hội, di tích với thực trạng du lịch của địa phương, các tỉnh Quảng Bình, Quảng Ninh, Quảng Nam, Thừa Thiên Huế, Ninh Bình được lấy làm điển hình phân tích. Riêng Ninh Bình, mặc dù chưa được công nhận là di sản thế giới với khu quần thể di tích Bái Đính – Tràng An nhưng những tiếng vang đã tạo được cùng thời gian xem xét của UNESCO cũng đang ở giai đoạn cuối cùng, cũng được đưa vào trong phép so sánh.

Hình 65 Đánh giá về thực trạng đầu tư, bảo tồn di tích gắn với thực trạng du lịch địa phương



Có thể thấy, Quảng Nam và Quảng Bình là hai địa phương có gắn nhiều hơn với các hoạt động duy tu và bảo tồn các giá trị văn hoá thể hiện ở lễ hội và di tích ở hướng tích cực, và điều đó còn tạo nên các đánh giá về tính chuyên nghiệp và đồng bộ trong hoạt động du lịch tại hai địa phương này. Trong khi đó, Thừa Thiên Huế được đánh giá hơn về các dịch vụ khách sạn, taxi và thông tin mang đến cho du khách hơn là những hoạt động bảo tồn di tích. Quảng Ninh cũng ở trong tình trạng tương tự khi địa phương này bị hấp dẫn bởi hệ thống nhà hàng và thái độ của các hướng dẫn viên trong tour hơn. Đối với Ninh Bình, chất lượng tour thông qua thực đơn và âm nhạc được đánh giá cao hơn so với nhìn nhận về chất lượng của di tích và lễ hội.

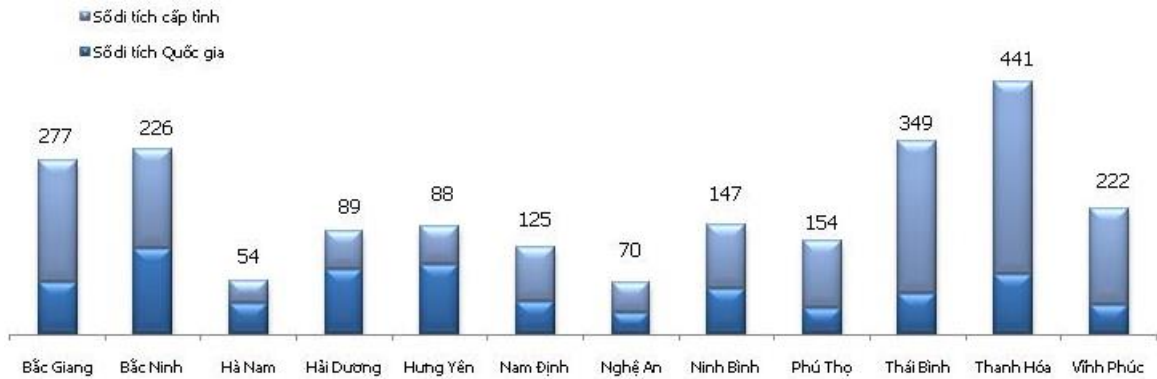
Di sản thế giới không chỉ giúp cho việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam đến với bạn bè quốc tế mà còn khơi dậy lòng tự hào, tự tôn dân tộc đối với người dân của địa phương có di sản. Kết quả khảo sát cho thấy khi được yêu cầu liệt kê biểu tượng của địa phương, câu trả lời đều trở nên rất quen thuộc như Vịnh Hạ Long đối với dân cư của tỉnh Quảng Ninh; Mỹ Sơn, Hội An đối với dân cư của tỉnh Quảng Nam; Cố đô Huế với dân cư của Thừa Thiên Huế. Tuy nhiên, vấn đề đối với di sản thế giới tại Việt Nam không phải nằm ở việc nhận biết mà là ở việc bảo tồn, duy trì như thế nào để những di sản đó tiếp tục trở thành những điểm mốc đánh dấu nền văn hoá Việt Nam trên bản đồ văn hoá các dân tộc trên thế giới.

Di tích và vấn đề trùng tu, tôn tạo

Việt Nam có hơn 40 nghìn di tích, thẳng cánh với hơn 3000 di tích được xếp hạng di tích quốc gia và hơn 5000 di tích được xếp hạng cấp tỉnh và 34 di tích quốc gia đặc biệt (7 di tích đã được công

nhân là Di sản thế giới). Xấp xỉ 70% số lượng các di tích là thuộc các tỉnh miền Bắc – nguồn gốc của nền văn minh lúa nước vùng châu thổ sông Hồng. Trong đó, Hà Nội là địa phương có số lượng di tích cấp tỉnh và di tích quốc gia nhiều nhất toàn quốc với tổng gần 4000 di tích (1200 di tích cấp tỉnh). Đứng ở vị trí tiếp theo về số lượng di tích là Thanh Hoá, Thái Bình và Bắc Ninh. Các loại di tích ở Việt Nam chủ yếu là chùa, đền, miếu, đình với hơn 15 nghìn ngôi chùa ở khắp cả nước và 1417 di tích có từ thời Hùng Vương gắn liền với đền, miếu thờ các vị Thần – Thánh.

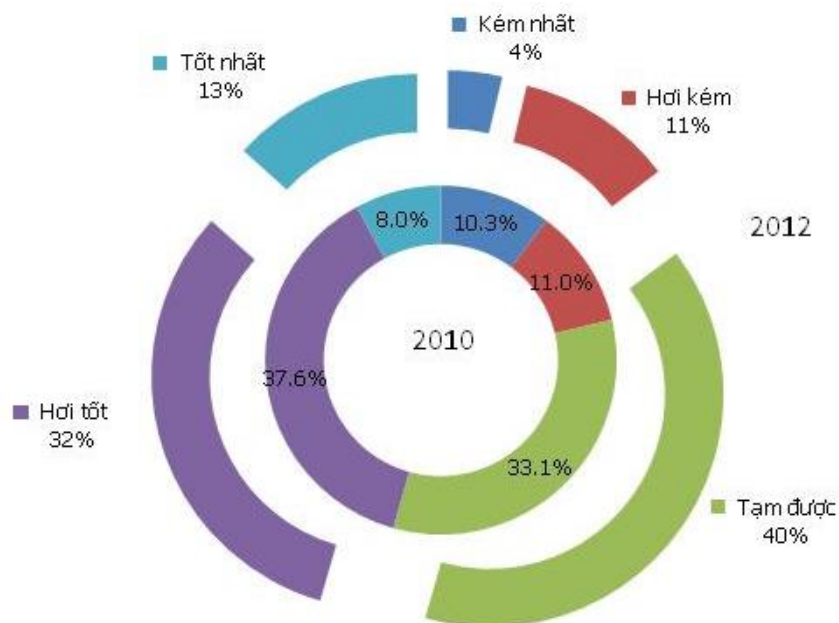
Hình 66 Số lượng di tích quốc gia và cấp tỉnh



Thực tế, vấn đề bảo tồn di tích thường vấp phải nhiều ý kiến trái chiều ở Việt Nam bởi một phần vì bản thân các cơ quan chủ quản không thể xác định được hướng duy tu đúng theo nguyên mẫu, phần vì nguồn kinh phí hạn hẹp mà nhiều di tích chỉ có thể trông vào nguồn viện trợ từ nước ngoài, phần vì các hoạt động kinh doanh trái phép của người dân và doanh nghiệp tạo nên sự biến dạng của di tích. Ví dụ như trường hợp chùa Dơi (Sóc Trăng), Chùa Trăm Gian (Bắc Ninh) hoặc như Thành Nhà Hồ (Thanh Hoá) cũng đều trở thành hiện tượng cho câu chuyện muôn thuở của di tích “quản lý như thế nào?”.

So sánh với kết quả nghiên cứu năm 2010, nhìn chung, tình hình đã có nhiều cải thiện khi số lượng người đánh giá ở mức “hơi tốt” và “tốt nhất” đều đã tăng lên. Tuy nhiên, vẫn là những đánh giá ở mức trung bình.

Hình 67 Đánh giá về hoạt động duy tu di tích lịch sử



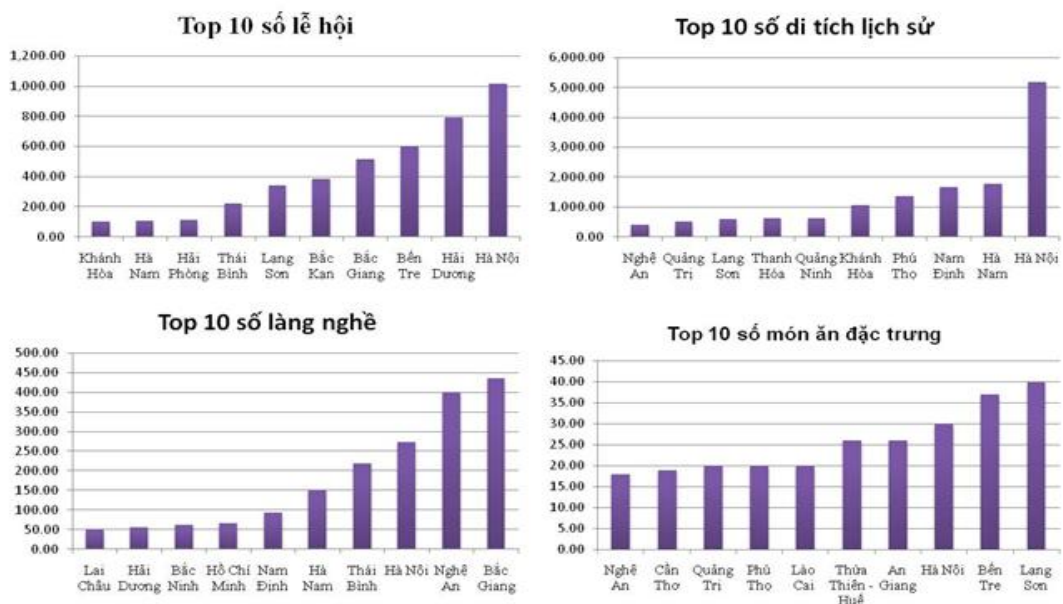
51.4% người trả lời đều cho rằng di tích lịch sử tại địa phương mình đang sinh sống đều ở trong tình trạng “khá tốt” trong khi cũng một tỷ lệ tương tự cho rằng số lượng di tích đang giảm xuống

đáng kể và hiện trạng cũng không còn nguyên vẹn. Tuy nhiên, số liệu cho thấy tỷ lệ người cho rằng hoạt động duy tu di tích lịch sử ở mức kém tăng lên còn ở mức hơi kém thì giữ nguyên. Điều đó hàm ý rằng nhu cầu tôn vinh các giá trị truyền thống của người dân ngày càng lớn trong khi biểu tượng vật chất mang những giá trị đó ngày càng suy giảm về chất lượng theo thời gian.

Lễ hội và sự tác động của hội nhập kinh tế

Cùng với sự đa dạng về dân tộc, số lượng lễ hội của các địa phương khá đa dạng và phong phú. Mặc dù mỗi lễ hội đều có những nét riêng nhưng tựu chung lại đều hướng tới một chủ thể nhất định như: Những vị anh hùng chống ngoại xâm, Những người có công trong việc dạy dỗ hoặc truyền nghề hoặc có nhiều công lao đối với dân chúng địa phương, etc. Lễ hội thể hiện sức mạnh cộng đồng làng xã, địa phương hay rộng hơn là quốc gia dân tộc thông qua việc thờ chung vị thần, có chung mục tiêu đoàn kết để vượt qua gian khó, giành cuộc sống ấm no, hạnh phúc. Đồng thời, lễ hội cũng là nhu cầu sáng tạo và hưởng thụ những giá trị văn hoá vật chất và tinh thần của mọi tầng lớp dân cư; là hình thức giáo dục, chuyển giao cho các thế hệ sau biết giữ gìn, kế thừa và phát huy những giá trị đạo đức truyền thống quý báu của dân tộc theo cách riêng, kết hợp giữa yếu tố tâm linh và các trò chơi đua tài, giải trí...

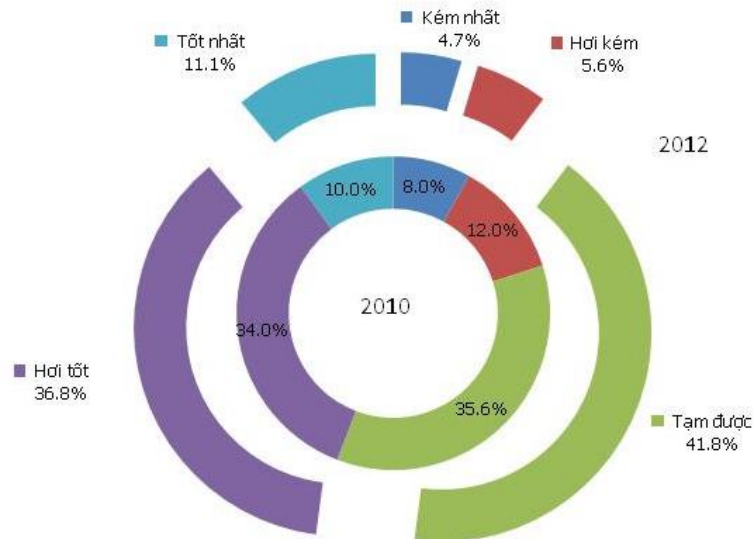
Hình 68 Nhóm địa phương có số lễ hội, di tích lịch sử, làng nghề và món ăn đặc trưng



Gần 8000 lễ hội trong năm với hơn 95% là lễ hội dân gian. Tuy nhiên, trong nhiều năm trở lại đây, sự biến tấu của các lễ hội dân gian đã đặt ra bài toán quản lý cho đơn vị chuyên trách. Từ phía người dân, đó là sự coi trọng của "lễ hội" khi việc chen lấn, xô đẩy, trang phục và ngôn từ không phù hợp với nơi tâm linh được coi là chuyện bình thường và không có hình thức lên án từ phía cộng đồng cũng như chính quyền. Bên cạnh đó, quan niệm về "lộc" về "thiên" đã chịu ảnh hưởng sâu sắc bởi giá trị vật chất khi "lễ to lộc nhiều" và "Phật nơi này thiên hơn nơi khác". Từ phía đơn vị quản lý, đó là sự buông lỏng quản lý dẫn đến tình trạng hỗn loạn, thậm chí là thiệt hại về người trong các lễ hội, chưa kể đến một số đối tượng lợi dụng để trục lợi thông qua các hoạt động trò chơi trúng thưởng trá hình.

Không có nhiều thay đổi so với năm 2010, người dân và doanh nghiệp đều đánh giá ở mức trung bình đối với hiện trạng lễ hội tại địa phương. Mặt bằng chung, các đánh giá đã tích cực hơn song mức khá và mức tốt đều dưới 50%. Đây là dấu hiệu cho thấy muốn trả lại sự trong sạch và lành mạnh cho lễ hội dân gian theo đúng nghĩa, cần nhiều hơn một tuyên bố - một chiến dịch và một khoản tiền nộp phạt hành chính.

Hình 69 Đánh giá về hoạt động bảo tồn lễ hội



Bên cạnh những lễ hội dân gian, cần nhìn nhận tác động của những lễ hội hiện đại – xuất phát từ những ngày lễ lớn của các nền văn hoá khác, đã và đang ảnh hưởng không nhỏ đến một bộ phận những người trẻ tuổi. Đây là những người “dễ tổn thương” bởi quá trình tiếp thu các nền văn hoá khác nhau từ trên thế giới, và hành vi của họ dễ dàng tạo nên trào lưu để người khác bắt chước theo ví dụ như lễ Halloween, lễ Giáng sinh, lễ Valentine. Các thành phố lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh là hai địa phương có thể thấy rõ sự tác động của những ngày lễ hiện đại này. Mặc dù chưa được coi là lễ hội chính thống ở Việt Nam chiếu theo quy định, nhưng không phủ nhận rằng các lễ hội mang tính tự phát chính là kết quả của sự hoà nhập văn hoá Việt Nam với nền văn minh toàn cầu.

Câu hỏi đặt ra rằng liệu rằng địa phương càng “giàu” giá trị văn hoá mà biểu hiện là lễ hội và di tích sẽ là nhân tố “kéo” khách du lịch, và từ đó là dòng chảy của hàng hoá và vốn đầu tư để phục vụ nhu cầu du khách hay không. Bảng 13 thể hiện mối quan hệ giữa đặc trưng văn hoá của địa phương và yếu tố về thương mại, đầu tư, và lượt khách du lịch nội địa, quốc tế. Đáng chú ý là quan hệ âm giữa Tổng du khách du lịch nội địa với Số lượng di tích, Số lượng lễ hội và Tổng mức bán lẻ hàng hoá, dịch vụ tiêu dùng, ngụ ý rằng càng nhiều di tích, lễ hội thì khách nội địa càng ít và mức tiêu thụ hàng hoá, sử dụng dịch vụ tại địa phương đó cũng ít theo.

Bảng 12 Tương quan giữa đặc trưng văn hoá địa phương với Tổng mức bán lẻ hàng hoá, dịch vụ tiêu dùng; Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, Tổng khách du lịch nội địa và Tổng khách du lịch quốc tế

Tiêu chí	Số lượng di tích	Số lượng lễ hội	Tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng	Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài	Tổng khách du lịch nội địa	Tổng khách du lịch quốc tế
Số lượng di tích	1					
Số lượng lễ hội	0.693743955	1				
Tổng mức bán lẻ hàng hoá, dịch vụ tiêu dùng	0.115969626	0.251959719	1			
Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài	0.148677932	0.172686192	0.172156915	1		
Tổng khách du lịch nội địa	-0.122928642	-0.092276517	-0.032938738	0.337785616	1	
Tổng khách du lịch quốc tế	0.130716583	0.359145377	0.224355761	0.243496325	0.039126221	1

Đặc trưng văn hoá và tính kế thừa truyền thống

Đặc trưng văn hoá của mỗi vùng đất được xem xét qua tính kế thừa truyền thống và tính đa dạng. Theo đó, tính kế thừa truyền thống là sự nổi tiếng của đặc trưng địa phương như món ăn đặc trưng, bài thuốc đặc trưng trong khi tính đa dạng lại thể hiện thông qua sự đa dạng về dân tộc và tôn giáo được thể hiện bởi các giá trị nghệ thuật.

Đối với các vùng đất có nhiều lễ hội và di tích như Thanh Hoá, Thái Bình, Bắc Ninh, Bắc Giang, Vĩnh Phúc, Ninh Bình, Nam Định và Phú Thọ, thái độ của người dân đối với đặc trưng văn hoá của địa phương được thể hiện ở hình vẽ phía dưới. Trong đó, người dân Bắc Ninh và Bắc Giang có nhiều nét tương đồng như nhau khi gắn với các món ăn đặc trưng và những làn điệu riêng của địa phương, trong khi Ninh Bình và Phú Thọ giữ giá trị truyền thống bằng các bài thuốc dân gian. Nam Định gắn với trang phục truyền thống trong khi Thái Bình dường như hơi mờ nhạt so với những bề dày lịch sử của địa phương mình.

Hình 70 Đánh giá về đặc trưng văn hoá của một số địa phương có nhiều di tích, lễ hội



Đối với những vùng đất có nét văn hoá đặc trưng như khu vực Tây Bắc gồm Lai Châu, Sơn La, Điện Biên, Bắc Kạn, Lào Cai, Tuyên Quang, Hà Giang, Yên Bái. Theo đó, người dân ở Lào Cai có nhiều hơn sự gắn kết và đa dạng từ các dân tộc khác nhau, trong khi các địa phương như Lai Châu, Yên Bái, Sơn La và Cao Bằng lại thể hiện giá trị văn hoá thông qua những bài thuốc, phương thức chữa bệnh truyền thống từ lá cây rừng và những phong tục, nếp nghĩ chi phối bởi các trưởng bản. Hà Giang, Bắc Kạn và Tuyên Quang đều không có sự đánh giá rõ rệt nào về đặc trưng của địa phương mặc dù Tuyên Quang được gắn nhiều với các danh nhân và di tích cách mạng.

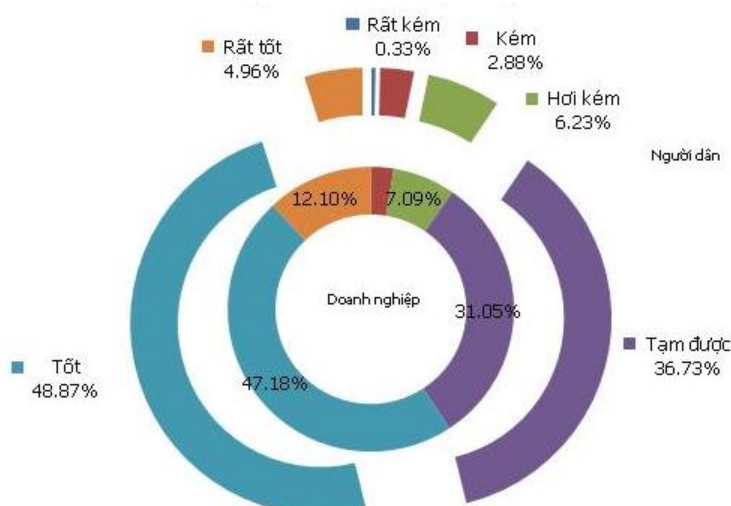
Hình 71 Đánh giá về đặc trưng văn hoá của địa phương khu vực Tây Bắc



Giá trị văn hoá và Chuẩn mực ứng xử

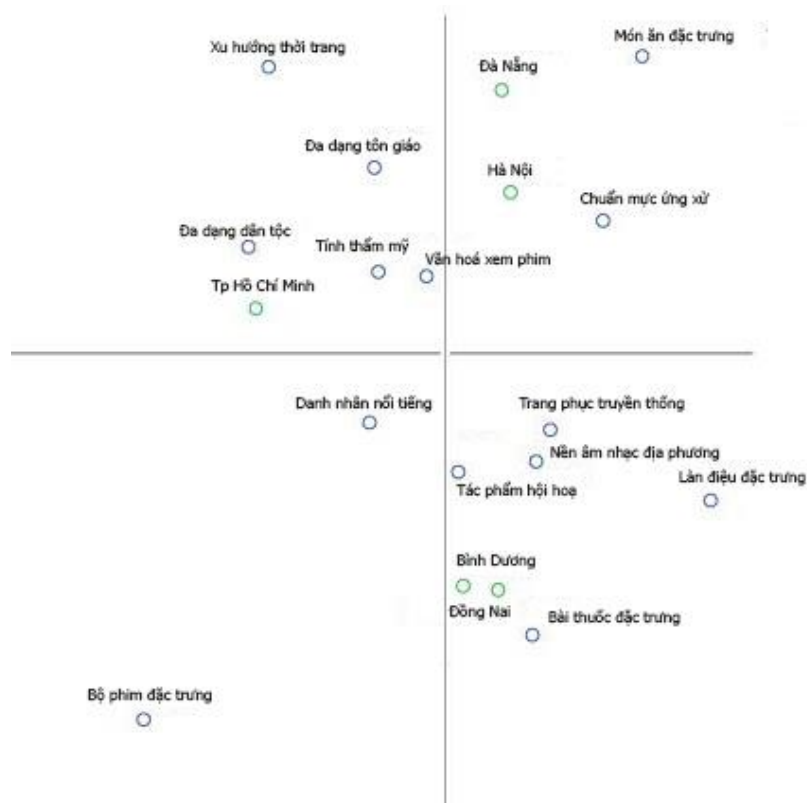
Đối với các địa phương có sự hội nhập cao về thương mại và đầu tư như Hà Nội, Tp Hồ chí Minh, các giá trị văn hoá còn tồn tại thông qua các ngôi chùa, đền hoặc các tự, linh xá. Song, những chuẩn mực về đạo đức và văn hoá ứng xử đã có sự thay đổi ngày một rõ nét. Những giá trị tinh thần truyền thống được thay thế bằng tinh thần hiện đại mang hơi hướng pha trộn giữa nhiều quốc gia, được mang lại bởi phim ảnh, bởi âm nhạc và bởi dòng người dịch chuyển giữa các vùng đất.

Hình 72 Đánh giá của người dân và doanh nghiệp về chuẩn mực ứng xử tại địa phương



Tuy nhiên, không có nhiều sự thay đổi trong đánh giá so với kết quả năm 2010. Xu hướng đánh giá tốt tăng lên nhưng đồng nghĩa với việc các địa phương đang có những lễ thói ứng xử phù hợp với môi trường năng động, hiện đại. Có hai khuynh hướng chính về thay đổi văn hóa là (1) khuynh hướng chấp nhận phổ biến và hành xử theo giá trị mặc dù biết là tiêu cực và (2) khuynh hướng cập nhật nhanh với giá trị văn hóa toàn cầu. Cả người dân và doanh nghiệp sống trong môi trường xã hội địa phương đều có đánh giá thấp về văn hóa nơi mình đang sống và phát triển thì địa phương đó đang có vấn đề nghiêm trọng về nền tảng của phát triển bền vững. Điều đáng buồn là tất cả các địa phương trong nghiên cứu này đều có phản hồi tiêu cực đối với giá trị văn hóa và chuẩn mực ứng xử đạo đức trong xã hội. Những hành vi thiếu văn hóa nhưng lại được thừa nhận một cách rộng rãi, được hành xử một cách phổ biến sẽ không thể là cơ sở minh chứng cho việc giáo dục các thế hệ tương lai. Trong khi đó, các giá trị văn hóa mới đang tràn vào Việt Nam, đặc biệt, thông qua phim truyền hình tác động một cách rõ nét đến văn hóa người xem. Tuy nhiên, người dân thu nhận thông điệp từ phim truyền hình một cách thụ động nên ảnh hưởng tới thời trang, ăn mặc và ứng xử một cách thụ động, hoặc thành trào lưu theo phim ảnh.

Hình 73 Đánh giá về tính kế thừa truyền thống tại một số địa phương có nhịp độ đô thị lớn



Kết quả đã cho thấy, đối với những địa phương có nhịp độ đô thị lớn cũng thiếu vắng những hình ảnh đặc trưng của địa phương từ phim ảnh. Thành phố Hồ Chí Minh được đánh giá cao về tính đa dạng dân tộc trong khi người dân Đồng Nai và Bình Dương thì coi trọng những bài thuốc gia truyền được để lại. Người Hà Nội vẫn với danh xưng “người Tràng An” được đánh giá về chuẩn mực ứng xử, còn người Đà Nẵng lại thể hiện sự mới mẻ về giá trị văn hoá nhiều hơn thông qua các món ăn mang hương vị truyền thống của địa phương.

Bảng xếp hạng Trụ cột Văn hoá

Thông số	VH1	VH2	Tổng điểm Văn hoá
Giá trị trung bình	0.154694454	0.535079365	0.689773819
Phương sai	0.021058163	0.030375591	0.048204278
Trung vị	0.101874618	0.5	0.601874618
Độ lệch chuẩn	0.167143985	0.241098782	0.382609596
Độ nhọn Kurtosis	11.07465956	-1.337422218	0.96663423
Độ lệch Skewness	2.966937282	0.031764061	0.916866774
Khoảng biến thiên	0.987308873	0.85	1.799803028
Giá trị nhỏ nhất	0.012691127	0.15	0.200196972
Giá trị lớn nhất	1	1	2
Tổng	9.745750594	33.71	43.45575059
Số bản ghi	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	0.042094667	0.060719941	0.096358978

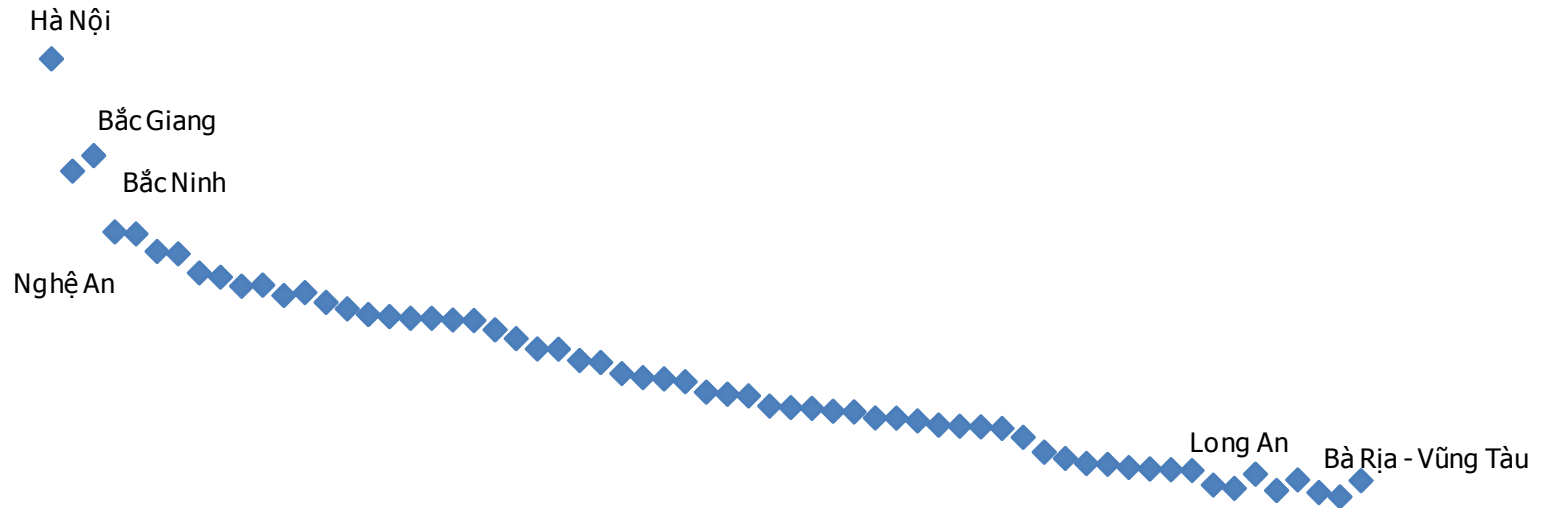
*VH1: Điểm quy đổi dữ liệu thứ cấp

* VH2: Điểm quy đổi dữ liệu khảo sát điều tra

Hình 74 Bảng xếp hạng trụ cột Văn hoá

Cao

BẢNG XẾP HẠNG TRỤ CỘT VĂN HOÁ



Thấp

Nhóm dẫn đầu gồm: Hà Nội, Bắc Giang, Bắc Ninh, Nghệ An, Thanh Hoá, Phú Thọ, Hưng Yên, Thừa Thiên Huế, Quảng Nam, Kon Tum, Ninh Bình, Hà Giang, Thái Bình, Yên Bái, Hải Dương, Nam Định, Gia Lai, Điện Biên, Bắc Cạn

Nhóm cuối gồm: Đồng Nai, Cà Mau, Cần Thơ, Bà Rịa – Vũng Tàu

Nhóm trung bình gồm các địa phương còn lại.

ĐẶC ĐIỂM ĐỊA PHƯƠNG

Trong nghiên cứu này, đặc điểm địa phương được nghiên cứu và đánh giá dựa trên 5 nhóm nhân tố (1) vị thế địa lý chiến lược cho hội nhập, (2) tài nguyên thiên nhiên, (3) ảnh hưởng của thời tiết đến sinh hoạt và sản xuất, (4) sản phẩm đặc trưng xuất xứ địa phương và (5) các điểm đến tại địa phương. Chúng tôi sẽ xem xét các nhóm nhân tố này có tương tác thế nào với các dòng dịch chuyển của thương mại, đầu tư và con người để thấy được các tương tác tích cực nhờ đặc điểm riêng có của địa phương đem lại.

Ảnh hưởng thời tiết

1.5% GDP là mức thiệt hại kinh tế và 450 người mất tích là mức thiệt hại về người hàng năm từ tác động tiêu cực của thời tiết trong giai đoạn 2000 – 2009³⁵. Khí hậu Việt Nam không hoàn toàn mang đặc điểm của khí hậu nhiệt đới điển hình. Gió mùa đông bắc là nguyên nhân cơ bản tạo ra các vùng khí hậu khác nhau từ Tây Bắc - vùng núi cao mùa lạnh kéo dài hơn nửa năm, đến Đông Bắc - vùng lạnh dần vào các tháng mùa đông, và kết thúc ở dải miền Trung - nơi mà gió lạnh tràn qua chỉ mang tính chất dịu mát. Tuy nhiên, miền Trung chịu ảnh hưởng của thời kỳ gió Lào, tạo nên những ngày khô hạn và nóng bức và đồng thời cũng là nơi chịu ảnh hưởng nặng nề nhất về bão lũ trong khi miền Nam lại chịu tác động mạnh mẽ của hiện tượng xâm lấn nước biển.

Sự biến động của khí hậu thể hiện bằng việc thay đổi cơ cấu mùa nhiệt khi mùa đông trở nên giá rét và mùa nóng trở nên oi bức hơn; thay đổi chế độ mưa ẩm khi cường độ mưa lớn xuất hiện với tần suất cao dẫn đến lũ quét, sạt lở đất, xâm lấn của nước biển; thay đổi ảnh hưởng của các thiên tai khi bão và lũ quét gia tăng cường độ, là những khó khăn chồng thêm khó khăn cho các địa phương ở khu vực chịu ảnh hưởng chính như Tây Bắc, Trung Trung Bộ và Nam Bộ.

Cũng cần nhìn nhận rằng, nếu đối sánh giữa những địa phương chịu ảnh hưởng nghiêm trọng của thời tiết và những địa phương có chịu hậu quả ít hơn thì khó mà thấy được những trở ngại của thời tiết gây ra đối với việc sinh sống của người dân và hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy, ảnh hưởng tiêu cực của thời tiết được đánh giá với 2 nhóm địa phương chủ yếu là: (1) Hà Giang, Điện Biên, Lai Châu, Sơn La, Yên Bái, Lào Cai, Tuyên Quang và (2) Thanh Hoá, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Nam, Đà Nẵng, Thừa Thiên Huế.

Hình 75 Đánh giá về ảnh hưởng tiêu cực của thời tiết



Theo đó, người dân Bắc Kạn đánh giá bị ảnh hưởng nhiều nhất bởi các dạng thời tiết tiêu cực như mưa đá, sương giá, sương muối và lũ quét. Hà Giang, Lai Châu và Sơn La là những địa phương mà người dân cảm thấy thời tiết khí hậu ngày càng khắc nghiệt trong khi ở các địa phương khác, người dân có những đánh giá ít tiêu cực hơn. Còn đối với các địa phương chịu thiệt hại do bão lũ ở miền Trung thì người dân Nghệ An cho rằng các tác động của thời tiết ngày càng nặng nề, tiếp theo là người dân Hà Tĩnh và Thừa Thiên Huế. Người dân Đà Nẵng, Thanh Hoá và Quảng Bình thì đánh giá lạc quan hơn.

³⁵ Văn phòng Ban chỉ đạo Phòng chống bão lụt Trung ương (2010), <http://www.nature.org.vn/vn/tai-lieu/restraining2013/1-Prof-Truong-Quang-Hoc-PPP.pdf>

Bên cạnh đó, do nhiều yếu tố mà một trong số đó là các kế thừa văn hoá mà những người dân ở miền Tây Nam Bộ có những đánh giá tương đối lạc quan khi so sánh với các địa phương khác cùng chịu tác hại của thời tiết, mặc dù nguy cơ xâm lấn từ nước mặn và hệ quả của nước biển dâng sẽ thực sự ảnh hưởng nghiêm trọng đến Tây Nam Bộ. Tương tự, người dân Tây Nguyên chưa ý thức được hậu quả của việc hạn hán trong dài hạn, khi ngắn hạn hút hệ thống nước ngầm dành cho việc tưới tiêu cho các cây công nghiệp mà không có cơ chế bù đắp lại.

Lợi thế địa lý

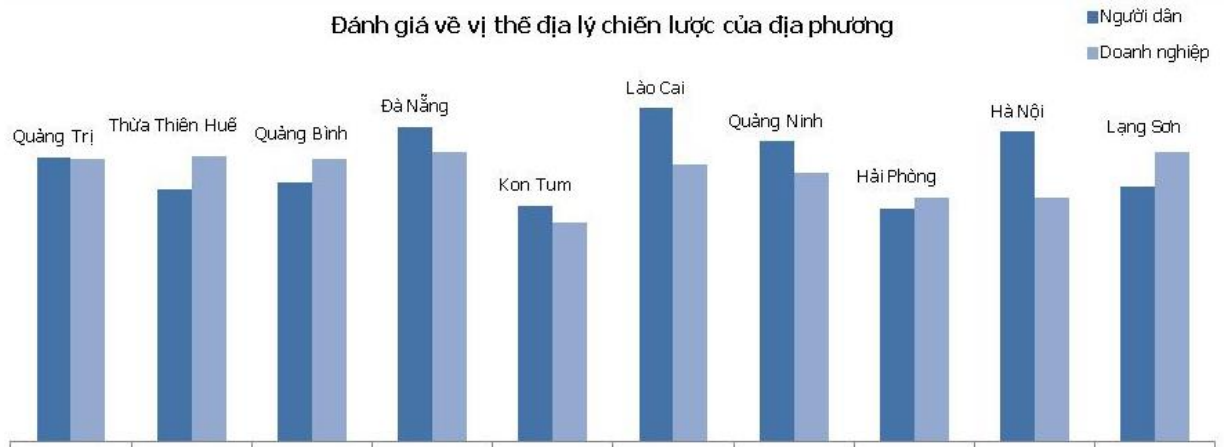
Đánh giá vai trò quan trọng của vị thế địa lý chiến lược không chỉ nhìn nhận vào các kết quả hiện tại mà còn phải xem xét các động cơ thay đổi trong tương lai, đặc biệt, thông qua việc xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng. Việc chúng ta mong ước thế nào về tương lai qua các định hướng chiến lược sẽ ảnh hưởng đến chính kết quả trong tương lai, chúng ta không chỉ định hướng mà còn tham gia vào quá trình kiến tạo tương lai. Vị thế địa lý chiến lược của một địa phương dựa trên góc nhìn địa kinh tế cho phép quan sát vai trò của đặc điểm địa lý tự nhiên tác động đến các khuynh hướng phát triển về kinh tế xã hội. Trong hội nhập, các địa phương là cửa ngõ thông thương và kết nối giữa bên trong với bên ngoài quốc gia, kết nối giữa các vùng kinh tế đóng vai trò quan trọng của các trạm trung chuyển hàng hóa và con người. Các địa phương trung gian nơi các dòng hàng hóa và con người dịch chuyển qua này, có nơi đủ gần để chỉ đi qua và có nơi đủ xa để phải tập kết.

Các địa phương nằm ở cuối các trục kinh tế như hành lang kinh tế Đông Tây, Hai hành lang một vành đai, hoặc địa phương có cảng biển tiếp xúc với Lào, các địa phương có hệ thống kênh rạch kết nối các thương lái với Campuchia có các lợi thế hiện tại và tương lai nơi các dòng hàng hóa sẽ đi qua. Những con đường kinh doanh phát triển ổn định sẽ thúc đẩy du khách đến thăm quan và trải nghiệm. Có một số xu thế hội nhập là không thể đảo ngược, cần phải đón lấy thời cơ và chuẩn bị một cách kỹ lưỡng cho nó. Cần nhìn nhận Việt Nam như một không gian kinh tế trung chuyển huyết mạch hàng hóa giữa Trung Quốc và các nước ASEAN, giữa phương Bắc và phương Nam, giữa Đông và Tây để thấy được vai trò quan trọng của nó trong tương lai. Để chuẩn bị cho tương lai này, hiện tại, chúng ta cần đưa ra các chiến lược phát triển phù hợp đặc biệt là đầu tư cho cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển các vùng không gian kinh tế.

Sự phát triển kết nối trong Việt Nam mạnh theo hướng Nam – Bắc và yếu hơn theo hướng Đông – Tây. Tuy nhiên, các dự báo về khí hậu và thời tiết toàn cầu đang chỉ ra một đặc điểm trong tương lai xa là chúng ta sẽ phải từ bỏ nhiều vùng đồng bằng để di chuyển lên miền núi bởi việc mực nước biển dâng do khí hậu toàn cầu nóng lên và băng ở Bắc cực đang tan nhanh. Để hiểu được vai trò quan trọng của vị trí địa lý, phải tưởng tượng ra một tương lai 30 năm hoặc 50 năm nữa chúng ta đang sống trong một trái đất như thế nào? Các khuynh hướng lớn sẽ khuyến khích chúng ta đưa ra các giải pháp chuẩn bị cho tương lai một cách an toàn.

Dù chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ hội nhập kinh tế quốc tế, hội nhập Trung Quốc với ASEAN, hội nhập Tây Nam Bộ với Đông Nam Bộ, cơ hội hội nhập kinh tế của ngư dân thương của các quốc gia trong khu vực với thế giới bên ngoài bằng đường bộ. Trong quá trình hội nhập kinh tế, việc khai thác và tận dụng vị thế địa lý chiến lược được các địa phương đặc biệt quan tâm, khi mà kinh tế biển cũng như kinh tế cửa khẩu đã có chiến lược quy hoạch rõ ràng. Khi hành lang kinh tế Đông – Tây được khơi thông, con đường vận chuyển nối Nam Lào – Đông Bắc Thái Lan đã trở thành động lực cho hoạt động giao thương tại các địa phương như Quảng Trị (cửa khẩu Lao Bảo), Quảng Bình (cửa khẩu Cha Lo), Kon Tum (cửa khẩu Bờ Y), Thừa Thiên Huế (cảng Chân Mây) và Đà Nẵng (cảng Đà Nẵng). Trong đó, Đà Nẵng là địa phương được người dân và doanh nghiệp trân trọng những lợi thế mà mình có được so với các địa bàn lân cận khi là điểm nối cho hàng hoá Đông Dương ra biển Đông. Đồng thời, người dân Đà Nẵng, Quảng Trị và Kon Tum có cảm nhận về vị trí của địa phương mình hơn so với doanh nghiệp địa phương. Ngược lại, doanh nghiệp của Thừa Thiên Huế và Quảng Bình cảm thấy có cơ hội phát triển mạnh hơn hơn khi địa phương mình nằm ở những điểm nút quan trọng.

Hình 76 Đánh giá về vị thế chiến lược của địa phương

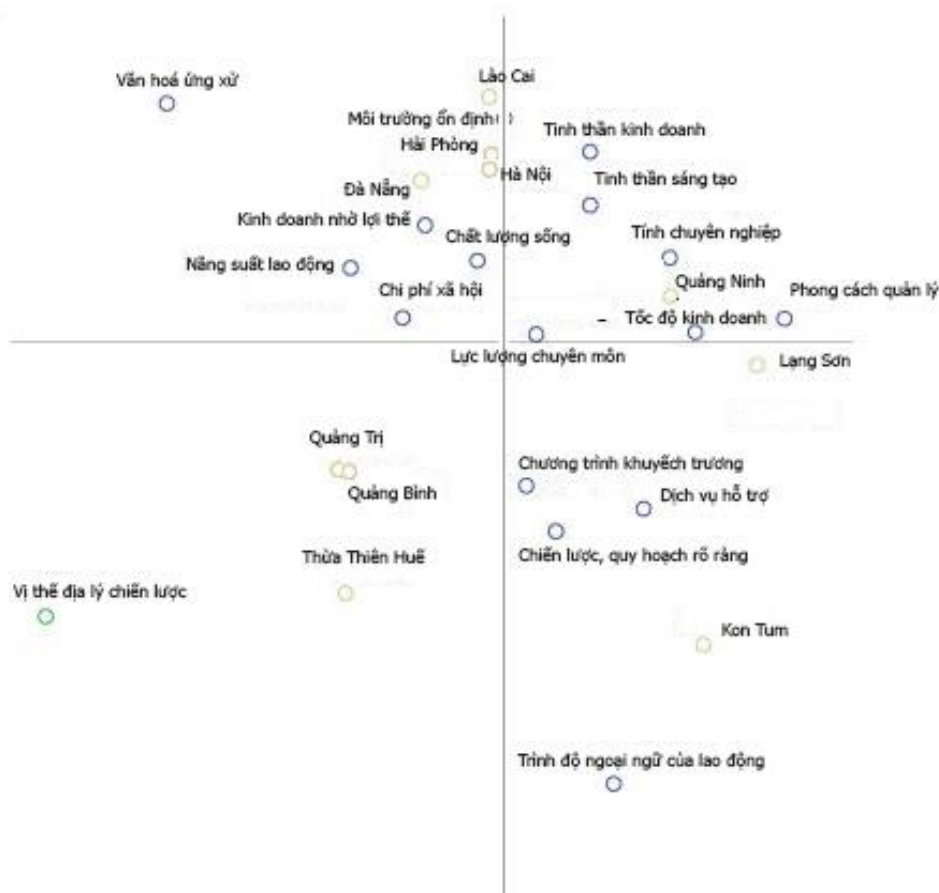


Tương tự, “hai hàng lang một vành đai kinh tế” nối liền một số địa phương của Việt Nam với Trung Quốc qua cửa khẩu Lào Cai, cửa khẩu Tân Thanh, cửa khẩu Móng Cái và Vân Đồn (Quảng Ninh) đi về trung tâm Hà Nội thành một vòng tròn kinh tế phát triển. Doanh nghiệp Lào Cai, Quảng Ninh và Hà Nội đánh giá cao về vị thế chiến lược của địa phương mình, là cơ sở để từ đó mở rộng các hoạt động trao đổi, buôn bán trong khi các doanh nghiệp tại Hải Phòng và Lạng Sơn thì ở phía ngược lại.

Nhìn chung, nằm ở vị trí địa lý đặc thù, người dân và doanh nghiệp của các địa phương này đều hiểu và biết những giá trị mang lại cho cuộc sống và hoạt động kinh doanh của mình. Tuy nhiên, đây mới chỉ là phần cứng mà phần mềm - thứ được tạo ra từ các chính sách, cơ chế và hoạt động triển khai - mới là yếu tố quan trọng để thúc đẩy việc tận dụng và khai thác các lợi thế này trong tương lai.

Nhằm mang lại những góc nhìn rõ hơn về sức hấp dẫn của địa phương giữa những đánh giá về vị thế địa lý chiến lược và các yếu tố hấp dẫn đầu tư, hình vẽ 76 cho thấy lý do lựa chọn đầu tư vào địa phương này mà không phải vào địa phương khác chưa chắc đã phụ thuộc vào vị trí địa lý.

Hình 77 Đánh giá về sức hấp dẫn đầu tư của địa phương trong tương quan với vị thế địa lý chiến lược



Doanh nghiệp Quảng Trị, Quảng Bình và Thừa Thiên Huế có đánh giá cao hơn về tiềm năng của địa phương khi tận dụng cơ hội do vị trí địa lý mang lại, trong khi doanh nghiệp của các địa phương khác như Đà Nẵng, Hà Nội, Hải Phòng lại cho rằng yếu tố hấp dẫn đầu tư của địa phương không hẳn nằm ở vị trí mà ở môi trường ổn định, tinh thần kinh doanh, tinh thần sáng tạo, chất lượng cuộc sống và định hướng biết khai thác lợi thế của địa phương mình. Đối với Quảng Ninh thì đó là tính chuyên nghiệp trong kinh doanh và tốc độ kinh doanh, còn Lạng Sơn là phong cách quản lý và làm việc.

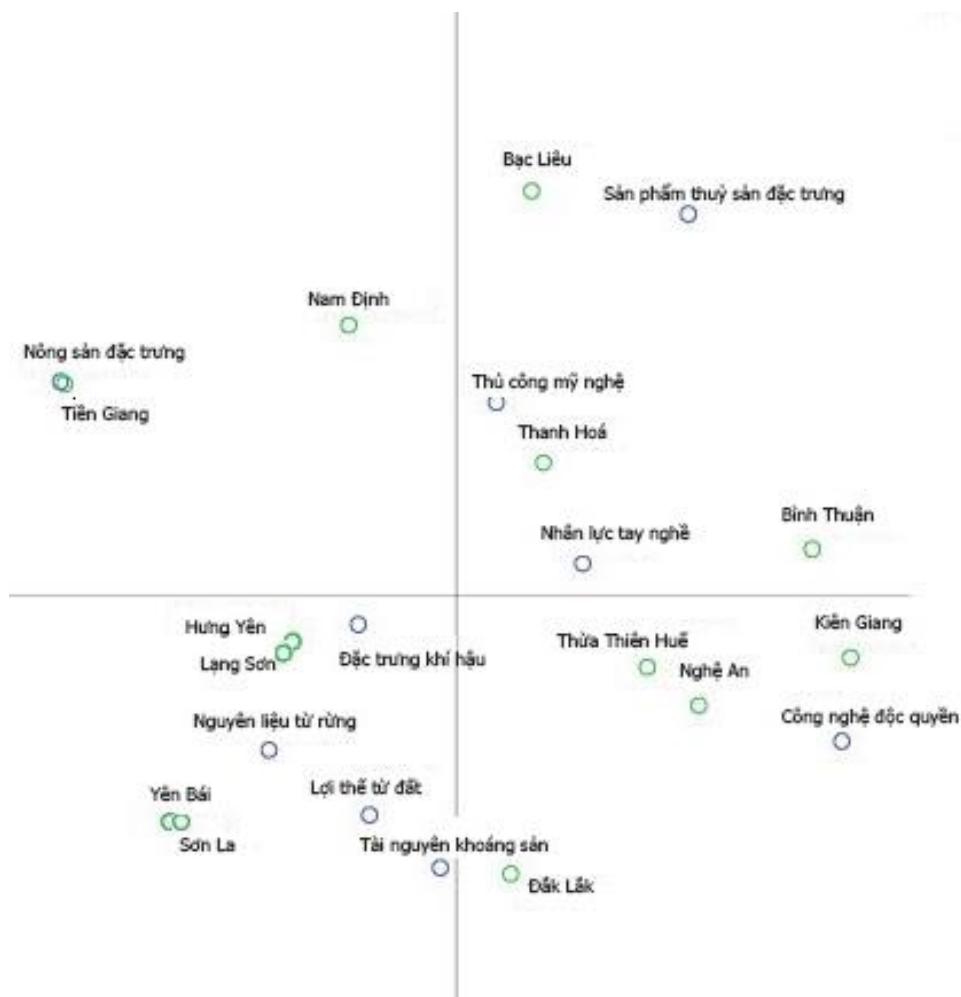
Tựu chung lại, thu hút về đầu tư không chỉ dành cho những địa phương nằm ở những vị trí “đẹp” mà còn dành cho những địa phương biết cách tạo thương hiệu riêng cho mình.

Sản phẩm đặc trưng

Sự đa dạng về thời tiết tạo nên sự phong phú cây trái. Hội tụ của những yếu tố về đất, về nước là sự kết tinh và tạo nên các sản phẩm đặc trưng của địa phương. Trong những năm vừa qua, vấn đề về xây dựng thương hiệu cho hàng nông sản của Việt Nam được đề cập đến như một giải pháp chiến lược nhằm giúp cho hàng hoá thế mạnh của Việt Nam vững vàng hơn trên thị trường quốc tế. Có thể kể đến những tên tuổi như nước mắm Phú Quốc (là chỉ dẫn địa lý và đồng thời đã được bảo hộ tên gọi xuất xứ ở Châu Âu), nhãn lồng Hưng Yên, vải thiều Thanh Hà, etc.

Đánh giá các chất lượng các sản phẩm đặc trưng của địa phương có sản phẩm đã được cấp văn bằng bảo hộ chỉ dẫn địa lý của Việt Nam để thấy rằng thực sự người dân của địa phương đó có đánh giá cao chính sản phẩm tiêu biểu của địa phương mình hay không.

Hình 78 Đánh giá về chất lượng sản phẩm đặc trưng của địa phương



Theo đó, hai chi dẫn địa lý là Gạo một bụi Hồng Dân (Bạc Liêu) và Gạo Hải Hậu (Nam Định) đã không thực sự được người dân đánh giá cao như người dân Tiền Giang đối với xoài Hoà Lộc. Trong khi đó, chiếu cói Nga Sơn (Thanh Hoá) được ghi nhận chất lượng khi người dân địa phương này đều thể hiện thái độ tích cực đối với mặt hàng thủ công mỹ nghệ và đòi hỏi nhân lực có tay nghề. Bên cạnh đó, nước mắm Phú Quốc (Kiên Giang) cũng được đánh giá tốt hơn ở công nghệ độc quyền, mà thực chất chính là quy trình chế biến và sản xuất nước mắm truyền thống nhưng vẫn đảm bảo các yêu cầu khắt khe về vệ sinh an toàn thực phẩm.

Hưng Yên với cây nhãn lồng và Lạng Sơn với hoa hồi dường như được coi trọng hơn bởi hưởng các lợi thế đặc trưng từ khí hậu trong khi Yên Bái, Sơn La lại có lợi thế nguyên liệu từ rừng và đất. Đối với cà phê Buôn Ma Thuột là một mặt hàng nông sản có tiếng của Đắk Lắk nhưng người dân lại đánh giá địa phương có sản phẩm lợi thế được hưởng từ khai thác khoáng sản.

Đối sánh với những đánh giá về sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ của người dân thì thấy rằng các sản phẩm nông sản đặc trưng của địa phương được đánh giá cao và gần với các sản phẩm do địa phương sản xuất và được nhập khẩu (trừ Trung Quốc). Trong khi đó các sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc ở gần hơn với Nam Định và Bạc Liêu, ngụ ý rằng các sản phẩm này vẫn được đánh giá tốt và chấp nhận bởi người dân ở hai địa phương này hơn là các địa phương khác trong phép so sánh.

Hình 79 Đánh giá về chất lượng sản phẩm đặc trưng trong tương quan với nguồn gốc sản phẩm



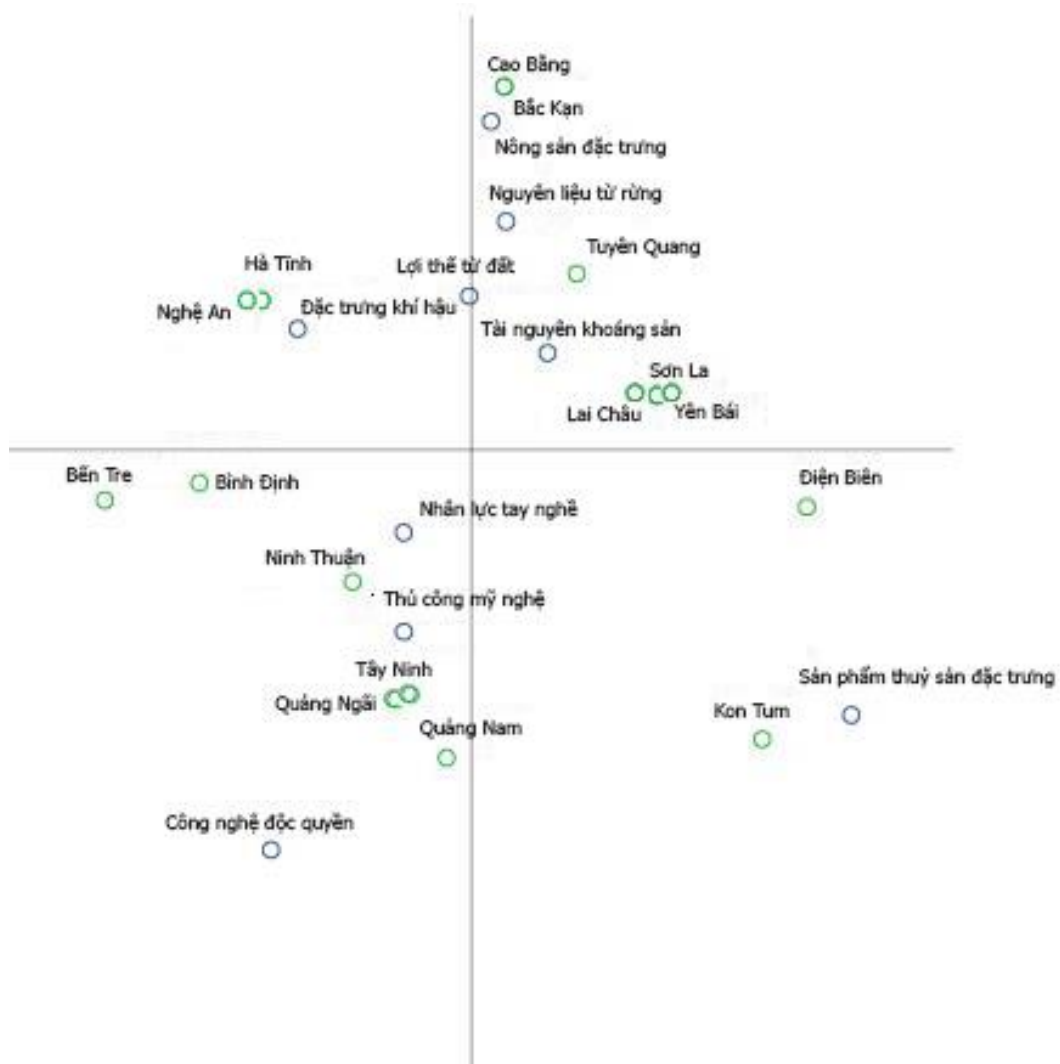
Nhìn chung, sản phẩm đặc trưng là niềm tự hào của mỗi địa phương và để trở thành chỉ dẫn địa lý thì không phải địa phương nào cũng có đủ nguồn lực và định hướng chiến lược phù hợp. Đồng thời, điều này cho thấy vấn đề đối với các mặt hàng đặc trưng của địa phương không hẳn nằm ở chất lượng của sản phẩm, mà là ở công tác quản lý và truyền thông. Quản lý không chỉ nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm được đồng nhất mà còn hướng đến việc khơi thông kênh phân phối, giúp cho người tiêu dùng được hưởng đúng sản phẩm mà họ kỳ vọng; công tác truyền thông cung cấp thông tin chính xác và tạo ấn tượng đúng mực với những gì mà sản phẩm có thể mang lại.

Tài nguyên thiên nhiên

Do đặc điểm tự nhiên địa lý, các địa phương Việt Nam đều chạy dọc theo chiều dài đất nước và trải ra theo hướng Đông – Tây, do đó, nhiều địa phương, đặc biệt là miền Trung có đủ các loại tài nguyên rừng, tài nguyên đồng bằng, khoáng sản và tài nguyên biển. Khai thác và sử dụng tài nguyên một cách bền vững là mục tiêu mà nhiều địa phương đặt ra, tuy nhiên, giải quyết bài toán này như thế nào trong thực tiễn lại là một vấn đề tương đối phức tạp. Các lợi ích ngắn hạn và trước mắt gắn với các chỉ tiêu tài chính quan trọng và quyết định hành vi hiện tại hơn là các mối quan tâm trừu tượng về tương lai khó lượng hóa được.

Với mặt hàng xuất khẩu chủ lực là các nguyên liệu thô, tài nguyên thiên nhiên của Việt Nam trong gần 30 năm qua đã trở thành nguồn phát triển nền kinh tế còn non yếu. Tuy nhiên, những bất cập trong công tác quản lý và ý thức bảo vệ môi trường kém đã tạo nên tình trạng khai thác bừa bãi và gây ảnh hưởng nghiêm trọng tới tình trạng đất, nước và khoáng sản.

Hình 80 Đánh giá về chất lượng sản phẩm đặc trưng của một số địa phương có khai thác tài nguyên khoáng sản



Đều là những địa phương có hoạt động khai thác tài nguyên khoáng sản, tuy nhiên, doanh nghiệp tại mỗi địa phương này có những đánh giá khác nhau về các sản phẩm đặc trưng, ngụ ý rằng doanh nghiệp chưa được hưởng lợi từ việc khai thác.

Điển hình là trường hợp của Kon Tum, với sự đa dạng của nhóm khoáng sản kim loại và đá quý, tiềm năng khai thác của Kon Tum được đánh giá cao. Tuy nhiên, phản ứng của doanh nghiệp lại cho thấy điều ngược lại rằng, họ chưa nhận được những lợi ích từ việc khai thác nguồn lợi này, mà thay vào đó, các sản phẩm thủy sản đặc trưng từ dòng Sê San đang được đánh giá cao hơn.

Ngược lại, các doanh nghiệp của địa phương ở khu vực Tây Bắc như Sơn La, Lai Châu, Yên Bái, Tuyên Quang lại đang đánh giá cao các sản phẩm từ tài nguyên khoáng sản, lợi thế đất và nguyên liệu từ rừng.

Do đặc điểm tự nhiên, tài nguyên này đối với địa phương này là quan trọng nhưng đối với địa phương khác lại chưa chắc đã là quan trọng, ví dụ địa phương có biển với địa phương không có biển, vậy xem xét như thế nào mức độ quan trọng trung bình đối với từng loại tài nguyên của các địa phương là vấn đề cần quan tâm.

Điểm đến tại địa phương

Điểm đến của các địa phương thường gắn với đời sống và phát triển du lịch, văn hóa, trong đó phải kể đến cảnh quan thiên nhiên ưu đãi cho địa phương, những nhà bảo tàng, các công trình kiến trúc, các sự kiện lớn, các hoạt động thể thao, các điểm vui chơi giải trí, điểm mua sắm,... sự tích hợp một cách nhuần nhuyễn các điểm đến này xuyên chuỗi và đan xen với nhau để tạo ra "hồn đất" nơi địa phương đó có. Thông qua các hoạt động và điểm đến này, con người được trải nghiệm và cảm nhận về một nét văn hóa đời sống đặc trưng riêng có của địa phương. Từ đó, địa phương có bản sắc riêng hấp dẫn du khách, nhà đầu tư, doanh nhân, giới tri thức đến sinh sống và làm việc tại địa phương.

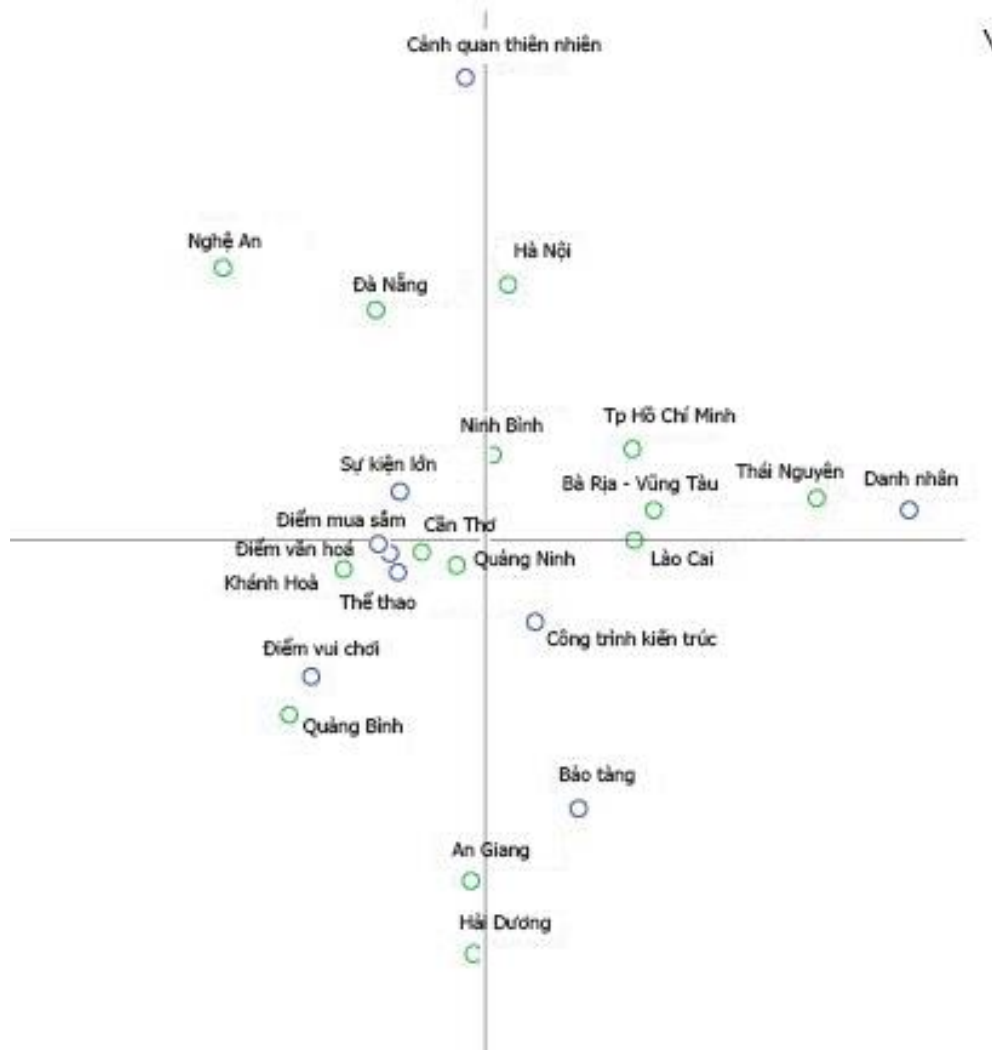
Mỗi vùng đất nơi đã sinh ra những con người "danh nhân" trở thành những biểu tượng tạo nên hồn người của vùng đất đó. Có một đặc điểm là, đối tượng điều tra thường đánh giá tốt về các danh nhân nơi mình sinh ra và đánh giá tốt về các đặc điểm tự nhiên ưu đãi cho "quê hương" của người được điều tra. Trên bình diện tổng thể chung, doanh nghiệp và người dân đánh giá chất lượng điểm đến tại địa phương mới đạt ở mức độ chất lượng trung bình là chủ yếu.

Bên cạnh những sản phẩm đặc trưng có nguồn gốc từ địa lý, những đặc trưng khác của địa phương như cảnh quan thiên nhiên, những điểm đến văn hoá, các trung tâm mua sắm cũng là những yếu tố góp phần tạo nên diện mạo hiện đại cho địa phương.

Gắn với cảnh quan thiên nhiên nổi tiếng có Quảng Bình, Quảng Ninh, Ninh Bình, Lào Cai; gắn với địa phương có danh nhân nổi tiếng và di tích cách mạng là Nghệ An, Hải Dương, An Giang, Thái Nguyên; gắn với địa phương có điểm vui chơi giải trí, mua sắm, thể thao và các sự kiện lớn là Tp Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Đà Nẵng, Hà Nội, Khánh Hoà, Bà Rịa – Vũng Tàu.

Kết quả cho thấy Nghệ An, Đà Nẵng, Hà Nội là những địa phương được cư dân đánh giá cao bởi Cảnh quan thiên nhiên trong khi Ninh Bình lại có nhiều sự kiện lớn được biết đến. Khánh Hoà với nhiều điểm vui chơi giải trí trong khi An Giang và Hải Dương lại ở gần với các giá trị do bảo tàng đem lại.

Hình 81 Đánh giá về đặc trưng địa phương



Bảng xếp hạng Trụ cột Đặc điểm địa phương

- Nhóm tăng hạng: Kiên Giang, Vĩnh Phúc, Kon Tum, Ninh Bình, Cần Thơ, Gia Lai, Bắc Giang

Thông số	DDDP1	DDDP2	Tổng điểm Đặc điểm địa phương
Giá trị trung bình	0.253565016	0.739163624	0.886580543
Phương sai	0.031165494	0.031283065	0.010254375
Trung vị	0.1596932	0.829485213	0.8373108
Độ lệch chuẩn	0.247368442	0.24830163	0.081391576
Độ nhọn Kurtosis	0.750785122	0.719495675	-1.627345006
Độ lệch Skewness	1.152177956	-1.14369506	0.451868369
Khoảng biến thiên	0.999991167	1.003461593	0.2026668
Giá trị nhỏ nhất	8.83286E-06	-0.011728	0.7973332
Giá trị lớn nhất	1	0.991733593	1
Tổng	15.97459604	46.56730828	55.85457424
Số bản ghi	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	0.062298935	0.062533955	0.020498203

* DDDP1: Điểm quy đổi dữ liệu thứ cấp

* DDDP2: Điểm quy đổi dữ liệu khảo sát điều tra

Hình 82 Bảng xếp hạng trụ cột Đặc điểm địa phương

Cao

BẢNG XẾP HẠNG TRỤ CỘT ĐẶC ĐIỂM ĐỊA PHƯƠNG



Thấp

Nhóm dẫn đầu gồm: Kiên Giang, Quảng Ninh, Lạng Sơn, Bà Rịa – Vũng Tàu, Hải Phòng, Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Cần Thơ, Nghệ An, Thanh Hoá, Khánh Hoà, Tiền Giang, Long An, Quảng Trị, Vĩnh Phúc, Kon Tum, Hải Dương, Bình Dương.

Nhóm cuối gồm: Phú Thọ, Đắk Nông, Yên Bái, Phú Yên

Nhóm trung bình gồm các địa phương còn lại.

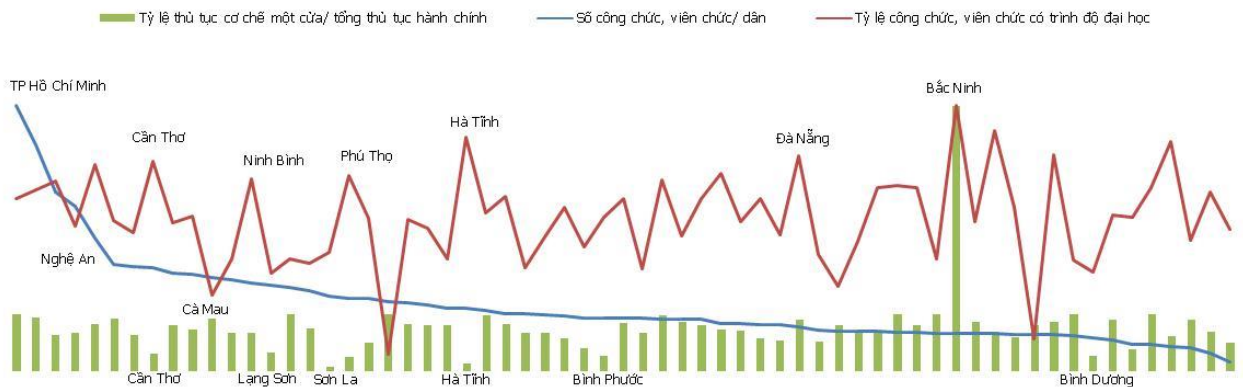
THỂ CHẾ

Trong nghiên cứu này, trụ cột thể chế được xem xét thông qua các yếu tố: (1) việc thực hiện trách nhiệm pháp lý của bốn nhóm đối tượng (chính quyền địa phương, doanh nghiệp địa phương và người dân địa phương), (2) nguyên tắc lao động và ứng xử trong công việc được cộng đồng địa phương chấp nhận, (3) cải cách thủ tục hành chính ở địa phương và (4) thái độ phục vụ nhân dân của công chức địa phương. Thể chế địa phương phục vụ điều gì? Trong nghiên cứu này chúng tôi xem xét đến việc tạo lập ra các thể chế phục vụ nhân dân phát triển cuộc sống, phục vụ doanh nghiệp phát triển kinh doanh và xa hơn là phục vụ địa phương hội nhập tích cực, chủ động và có hiệu quả vào nền kinh tế toàn cầu.

Công chức, viên chức và thủ tục hành chính

Quy mô về số lượng và chất lượng của công chức, viên chức đại diện cho khả năng đáp ứng đối với yêu cầu và nhu cầu ngày càng lớn của người dân. Tuy nhiên, chất lượng cán bộ Nhà nước là vấn đề đặt ra với không chỉ các cơ quan Trung ương mà còn là vấn đề của các cơ quan địa phương. Một số địa phương đặt vấn đề về bằng cấp của cán bộ để coi đó là điều kiện cần để có thể làm "công bộc" của dân. Hiện tượng này cũng xuất phát từ thực tế chất lượng giáo dục đào tạo nguồn nhân lực của các cơ sở giáo dục hiện nay của Việt Nam còn nhiều bất cập và yếu kém, dẫn đến tình trạng lý thuyết nhiều mà thực hành ít, và nhiều cán bộ tuy đứng ở những vị trí công việc đòi hỏi hàm lượng chuyên môn nhưng kiến thức và kỹ năng lại còn rất nhiều thiếu sót. Dù vậy, ở một mức độ nào đó, thước đo về tỷ lệ công chức, viên chức có trình độ đại học phần nào có thể hình dung về sự đầu tư cho đội ngũ cán bộ của địa phương.

Hình 83 Tương quan giữa tỷ công chức, viên chức/ dân; công chức, viên chức có trình độ đại học và tỷ lệ thủ tục hành chính áp dụng cơ chế một cửa



Thành phố Hồ Chí Minh với quy mô lớn đòi hỏi lượng cán bộ nhiều hơn so với các tỉnh thành khác, tuy nhiên, tỷ lệ cán bộ có trình độ từ đại học trở lên chỉ đạt mức trung bình trong tương quan so sánh. Ngược lại, Bắc Ninh là địa phương có ít số cán bộ công chức nhưng trình độ học vấn của phần lớn số cán bộ này đều ít nhất là từ đại học trở lên. Đồng thời, Bắc Ninh cũng là địa phương có số thủ tục được "một cửa" lớn.

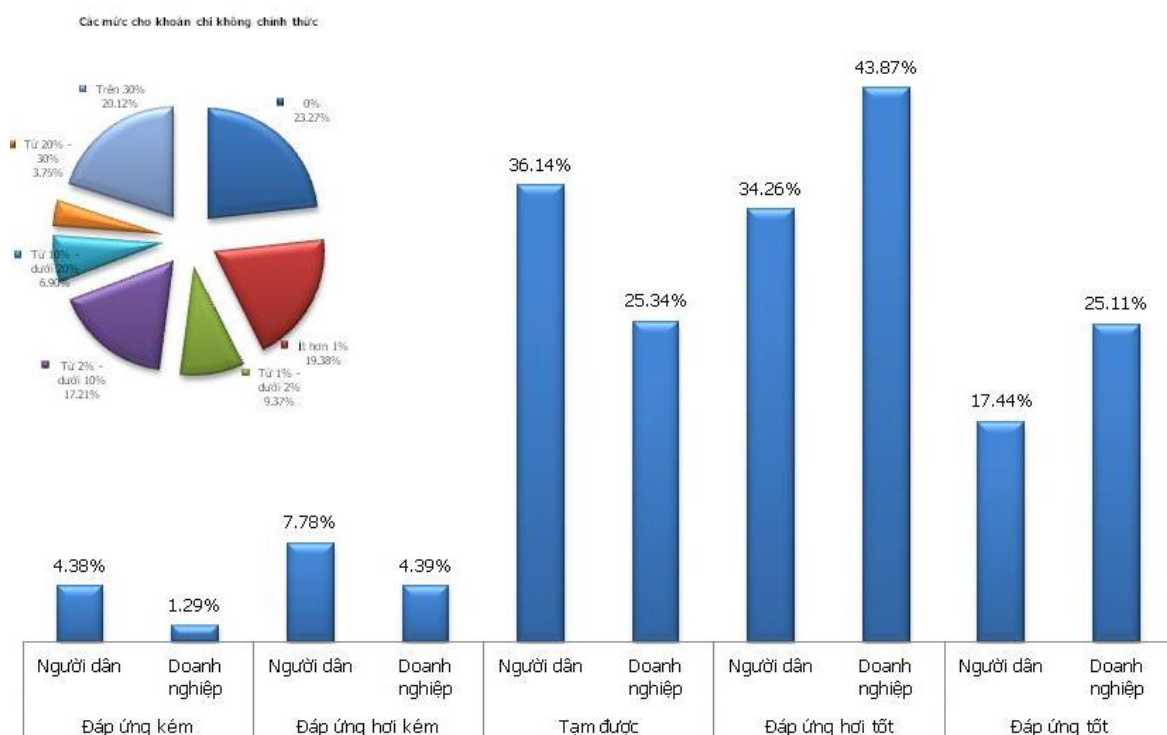
Nghệ An, Cà Mau và Thái Bình là những địa phương có số lượng cán bộ công viên chức ở nhóm đầu nhưng tỷ lệ cán bộ có trình độ trên đại học thấp hơn so với các địa phương khác, cho thấy bộ máy hiện tại chủ yếu gồm những cá nhân có kinh nghiệm thực tế nhiều hơn là nền tảng cơ bản.

Điểm đáng chú ý là trường hợp của Hà Tĩnh, khi đây là địa phương có số cán bộ ở trình độ từ Đại học trở lên lớn nhưng tỷ lệ thủ tục hành chính áp dụng cơ chế một cửa theo Đề án 30 lại gần như

thấp nhất. Trái ngược lại với trường hợp của Hà Tĩnh là Cà Mau khi địa phương này mặc dù tỷ lệ cán bộ có trình độ Đại học trở lên thấp nhưng số thủ tục hành chính áp dụng cơ chế một cửa lại nhiều hơn. Kết quả này có ý nghĩa rằng việc thực hiện đề án 30 không chỉ phụ thuộc vào “tấm bằng” đẹp của cán bộ công chức, viên chức mà còn phụ thuộc vào phương thức thực hiện và sự chỉ đạo quyết liệt của địa phương, nhằm mang lại sự thuận tiện nhất cho người dân đang sinh sống và các doanh nghiệp, các nhà đầu tư trong tương lai.

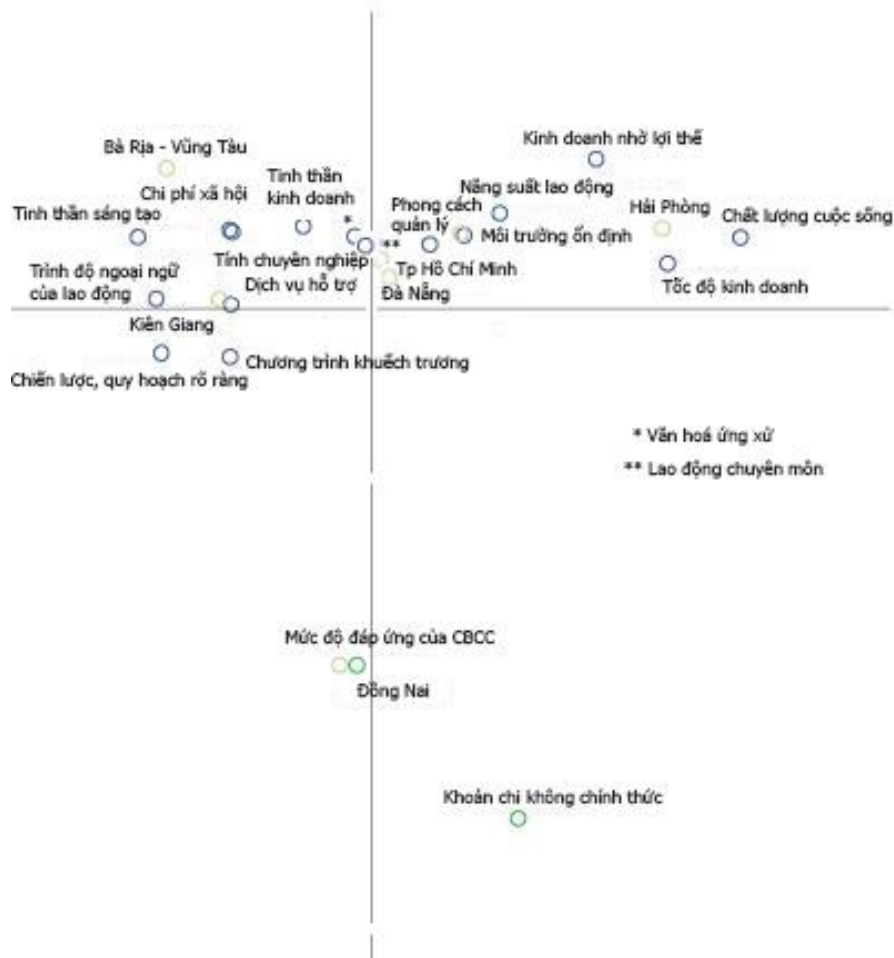
Số lượng thủ tục hành chính trung bình trên cả nước vào khoảng 1400 thủ tục, trong đó số lượng áp dụng theo cơ chế một cửa vào khoảng 950 thủ tục (chiếm 67%). Việc công khai thông tin biểu mẫu và quy trình xử lý đã được thực hiện đầy đủ ở các địa phương và các bộ ban ngành, tuy nhiên, đòi hỏi về yếu tố thời gian và giấy tờ đã tạo nên hiện tượng tồn tại những khoản chi không chính thức cho các cán bộ xử lý thủ tục. Đặc biệt đối với các doanh nghiệp trong quá trình tiếp cận thông tin và xin phép giấy tờ. Kết quả khảo sát đã cho thấy, các mức cho khoản chi không chính thức từ 2% trở lên chiếm xấp xỉ 50% lựa chọn của các doanh nghiệp, trong đó, mức chi trên 30% chiếm tới 20.12%. Với chi phí bôi trơn này thì có tới 94% doanh nghiệp cho rằng đã đáp ứng trên trung bình để công việc được thuận lợi hơn trong khi chỉ có khoảng 88% người dân đồng ý.

Hình 84 Đánh giá mức độ các khoản chi không chính thức và thái độ của người dân, doanh nghiệp



Những khoản chi không chính thức này gần như không có ảnh hưởng tới đánh giá của doanh nghiệp về sức hấp dẫn đầu tư của địa phương nằm ở nhóm trên và nhóm dưới của trụ cột Thể chế. Điều này cho thấy, thực chất, các khoản chi không chính thức đã trở thành một “điều hiển nhiên” trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp tại thị trường Việt Nam, và sự chênh lệch giữa các mức chi không hẳn là rào cản đầu tư giữa các địa phương.

Hình 85 Tương quan của các khoản chi không chính thức và yếu tố hấp dẫn đầu tư địa phương



Thực hiện trách nhiệm pháp lý

Đánh giá về hoạt động điều hành địa phương, các doanh nghiệp ở các địa phương có các góc nhìn khác nhau. Theo đó, doanh nghiệp của Bà Rịa – Vũng Tàu và Yên Bái đều đánh giá cao chủ động đề xuất những chính sách phù hợp với tình hình đặc thù của địa phương trong khi đó doanh nghiệp Phú Thọ lại cho rằng hoạt động tuân thủ pháp luật trong tỉnh là khá tốt. Đồng thời, doanh nghiệp Phú Thọ và Kiên Giang đánh giá cao những sự chuyển hoá nhanh chóng của chính sách từ Chính phủ thông qua việc ban hành các văn bản hướng dẫn tại địa phương. Trong khi đó, doanh nghiệp của Đà Nẵng, Tp Hồ Chí Minh và Hải Phòng đánh giá tình hình thực hiện các cải cách thủ tục hành chính, giảm ách tắc cho doanh nghiệp trong quá trình làm giấy tờ là tốt hơn.

Hình 86 Đánh giá của người dân về tình hình thực hiện trách nhiệm pháp lý tại địa phương nhóm trên và nhóm cuối



Khác với doanh nghiệp, người dân tại nhóm các địa phương đứng đầu và đứng dưới của trụ cột Thể chế có góc nhìn nhận khác. Người dân Hải Phòng thì cho rằng tình hình thực thi pháp luật của người dân và doanh nghiệp, cũng như sự điều hành của chính quyền là khá tốt trong khi Bà Rịa – Vũng Tàu lại có những nhận xét tích cực hơn về việc thực thi cải cách thủ tục hành chính cho người dân và việc ban hành các văn bản hướng dẫn. Người dân Tuyên Quang thì đánh giá rằng chính quyền địa phương đã rất nỗ lực khi cố gắng tìm kiếm và đề xuất những giải pháp phù hợp với địa phương.

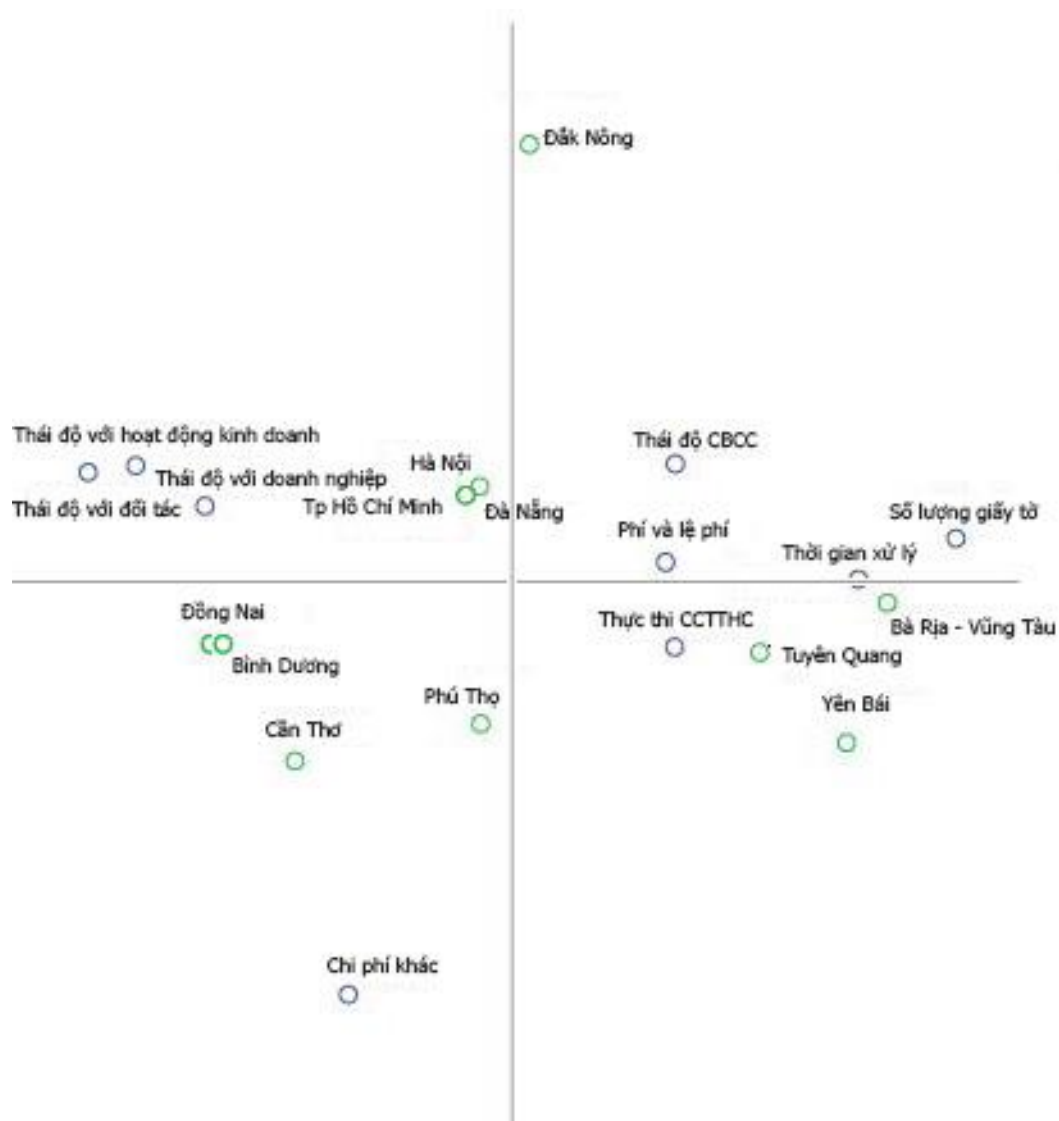
Hình 87 Đánh giá của doanh nghiệp về tình hình thực thi trách nhiệm pháp lý tại địa phương nhóm trên và nhóm cuối



Cải cách thủ tục hành chính là nhiệm vụ trọng tâm của Chính phủ và các Bộ ban ngành, các địa phương. Thời gian qua, với sự cố gắng không ngừng, thông tin về các biểu mẫu, quy trình cũng như các điều kiện xem xét đều đã được công khai. Tuy nhiên, địa phương có số lượng thủ tục hành chính áp dụng cơ chế một cửa nhiều chưa hẳn đã là địa phương được đánh giá tốt hơn về chất lượng của công tác cải cách thủ tục hành chính bởi: (1) chất lượng cải cách thủ tục hành chính phụ thuộc chủ yếu vào yếu tố con người, mà ở đây chính là những cán bộ tiếp dân và giải quyết xử lý khiếu nại; (2) chất lượng cải cách thủ tục hành chính phụ thuộc vào việc định hướng cụ thể và chỉ đạo sát sao từ phía lãnh đạo địa phương cũng như các đơn vị cơ sở và (3) khi xem xét và đánh giá phản hồi hài lòng từ doanh nghiệp và người dân, ở một chừng mực nào đó, chưa thực sự là khách quan và bí mật thông tin nên dẫn đến việc có những địa phương công bố số liệu hài lòng lên tới 60% nhưng sự hài lòng đó chưa được chuyển hoá thành những hành động cụ thể để mang lại thêm nhiều nguồn lợi về tiền, về hàng và về người cho địa phương đó.

Kết quả khảo sát đã cho thấy doanh nghiệp Bà Rịa – Vũng Tàu đánh giá cao về việc công khai số lượng giấy tờ cần có và thời gian chờ đợi của doanh nghiệp đã được giảm xuống trong khi doanh nghiệp Đà Nẵng, Tp.Hồ Chí Minh và Hải Phòng đánh giá tốt ở thái độ của chính quyền địa phương với hoạt động kinh doanh, với doanh nghiệp địa phương khác và với đối tác nước ngoài.

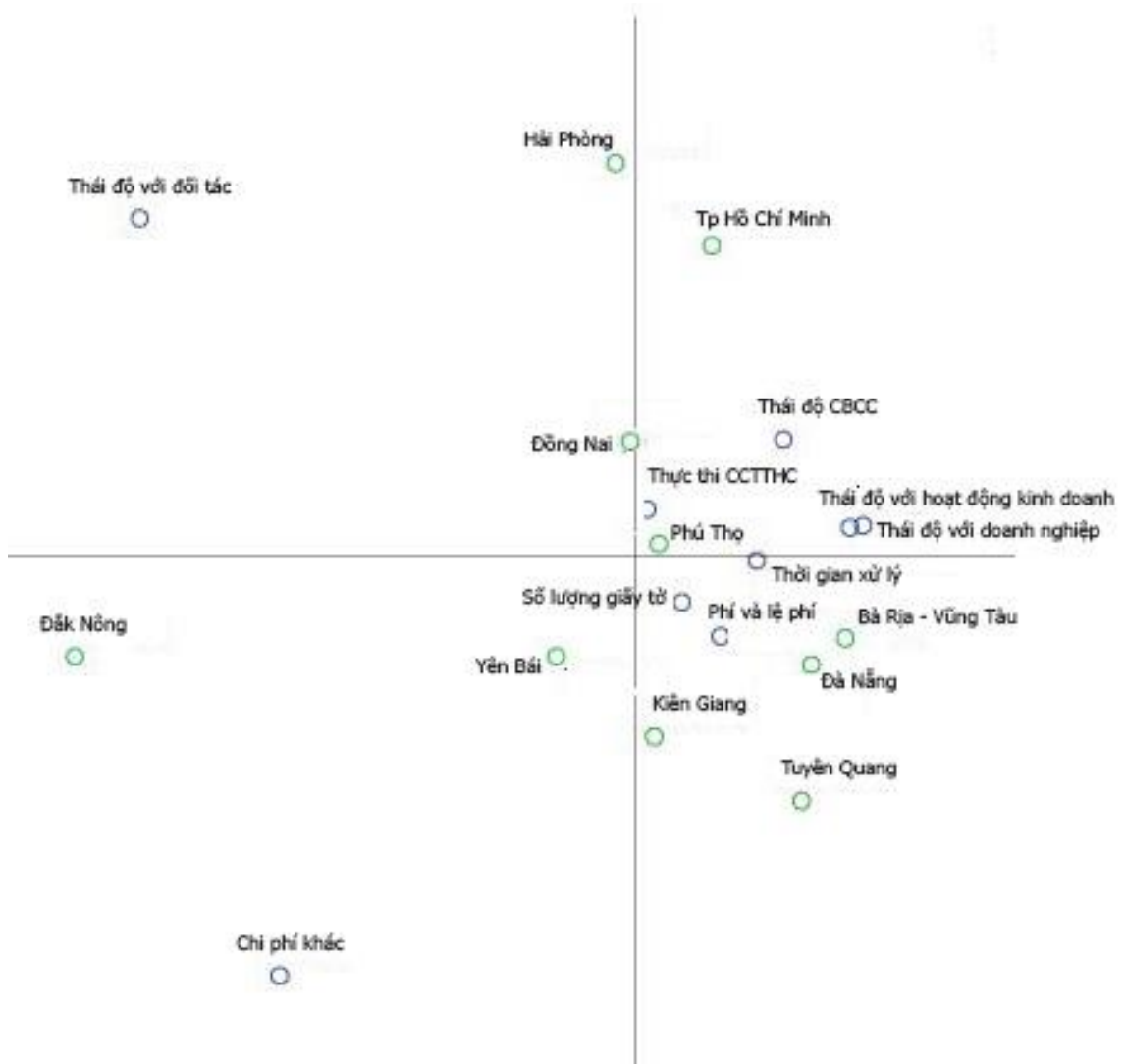
Hình 88 Đánh giá về chất lượng cải cách thủ tục hành chính của người dân tại địa phương nhóm trên và nhóm cuối



Bên cạnh đó, doanh nghiệp của Kiên Giang, Đồng Nai thuộc nhóm các địa phương dẫn đầu trụ cột Thể chế thì dường như không quá thiên về một đánh giá nào cụ thể mà thay vào đó là sự công nhận ở trên nhiều tiêu chí. Còn đối với nhóm cuối như Tuyên Quang thì được đánh giá tốt ở nỗ lực của địa phương trong cải cách thủ tục nhưng chưa thực sự mang lại hiệu quả về kinh tế và xã hội cho địa phương đó. Ngoài ra, Đắk Nông và Yên Bái lại ở vị trí tương đối xa với các đánh giá, ngụ ý rằng doanh nghiệp ở đây chưa thấy được sự nổi trội và cố gắng của chính quyền địa phương.

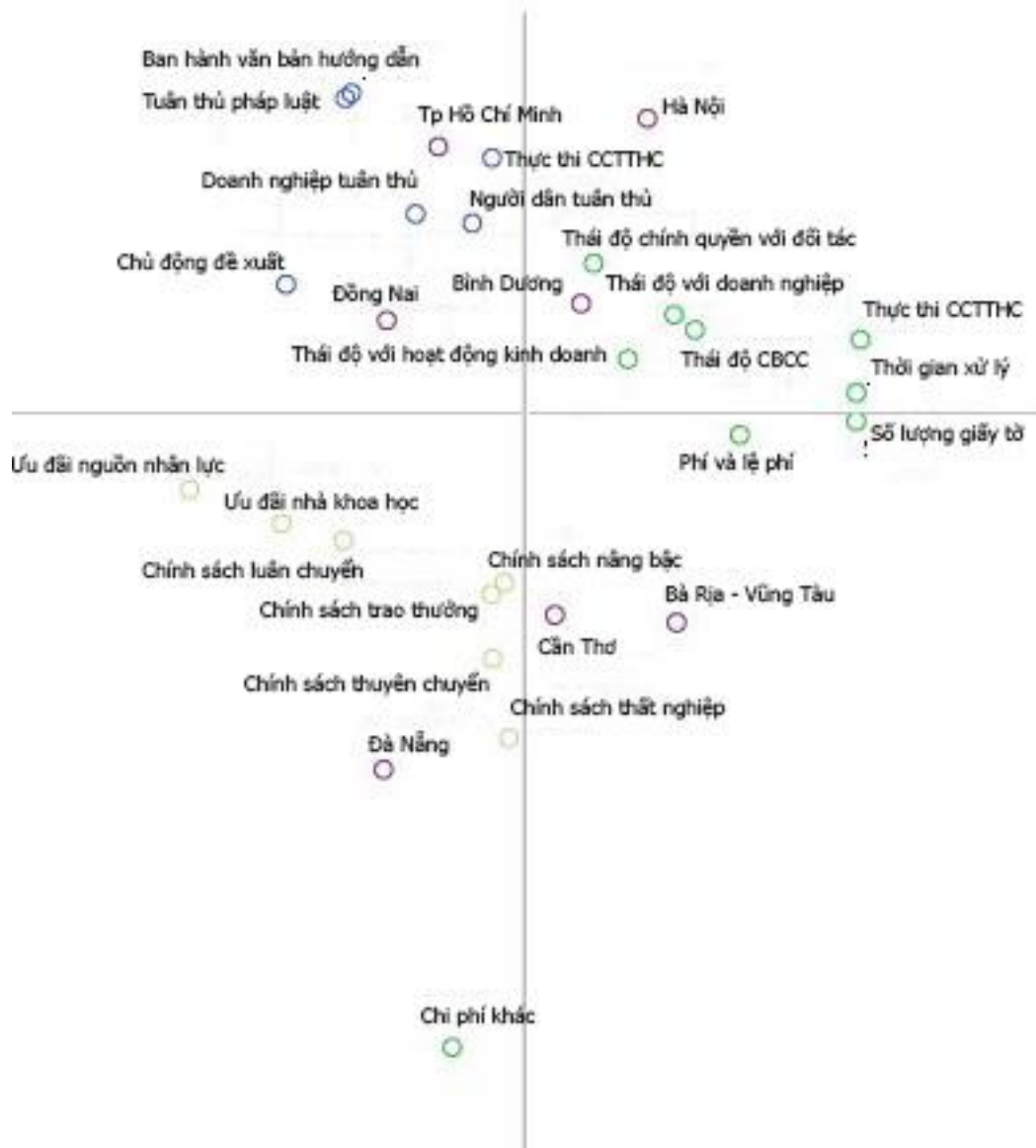
Khi doanh nghiệp có nhiều ý kiến đánh giá khác nhau thì người dân lại có khá nhiều điểm tương đồng. Cụ thể, người dân Đà Nẵng, Bà Rịa – Vũng Tàu, Kiên Giang đều đánh giá cao thủ tục cơ bản như giấy tờ, phí và lệ phí cũng như thời gian chờ đợi mà chính quyền đang cải thiện. Và đồng thời, người dân ở các địa phương này đánh giá tốt về thái độ và sự ủng hộ của chính quyền đối với các doanh nghiệp trong địa bàn tỉnh cũng như ngoài tỉnh. Đáng chú ý là những đánh giá về thái độ đối với đối tác nước ngoài, tuy nhiên, cần nhìn nhận rằng không phải người dân nào cũng có đầy đủ sự hiểu biết và có cơ hội tiếp xúc đối với những đối tượng này.

Hình 89 Đánh giá về chất lượng cải cách thủ tục hành chính của doanh nghiệp tại địa phương nhóm trên và nhóm cuối



Đánh giá tương quan giữa Đánh giá về Thể chế & Chính sách nhân dụng của địa phương có thứ hạng cao trong trụ cột Con người – Lao động với trụ cột Thể chế để xem xét giả thiết về lực hấp dẫn của địa phương đối với những người trình độ chuyên môn và kỹ năng tốt.

Hình 90 Đánh giá về Chính sách nhân dụng của địa phương có thứ hạng cao trong Trụ cột Con người – Lao động

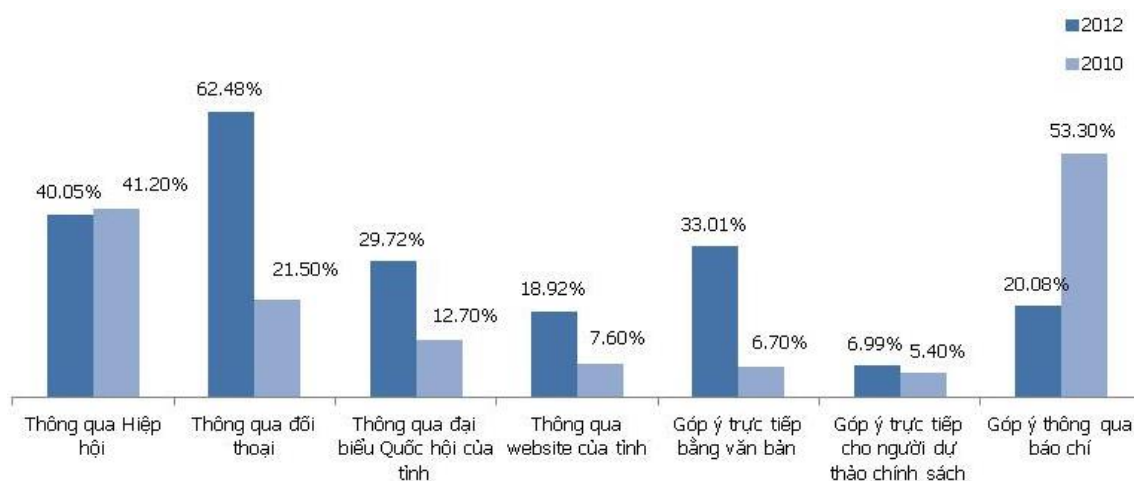


Thấy rằng, Đà Nẵng, Căn Thơ và Bà Rịa – Vũng Tàu là những địa phương được đánh giá cao về chất lượng chính sách thu hút nhân tài mà ngụ ý rằng đây cũng là những địa phương có sự đầu tư về mặt chiến lược nguồn nhân lực, để từ đó tạo thành lợi thế cạnh tranh bền vững của địa phương mình. Trong khi đó, Hà Nội mặc dù được đánh giá cao ở Trụ cột Con người nhưng lại không nhận được đánh giá tích cực về Thể chế. Tp Hồ Chí Minh, Đồng Nai và Bình Dương cũng nhận được nhiều đánh giá tốt về hoạt động cải cách thủ tục hành chính nói riêng và về chất lượng các chính sách nói chung.

Đối thoại của chính quyền

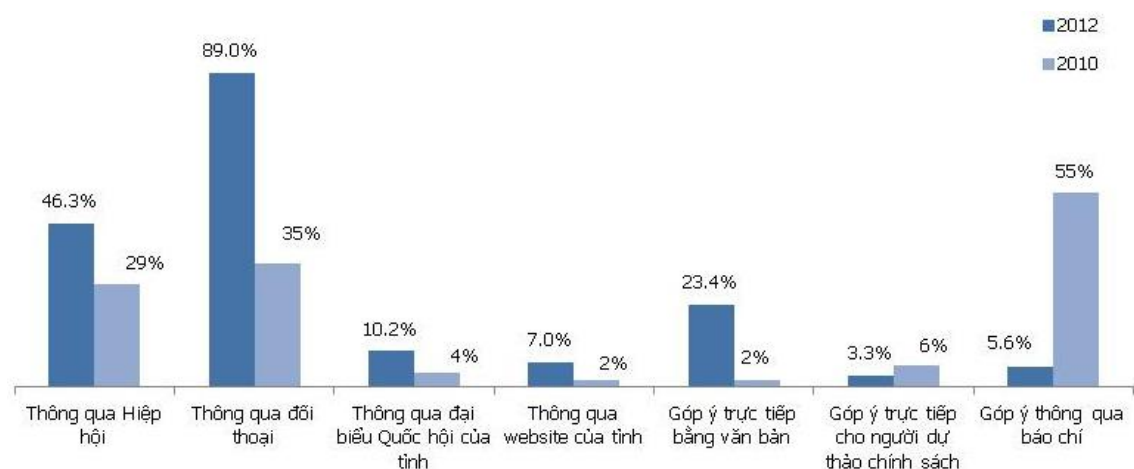
Trong quá trình thực hiện ân dân để quản lý và điều hành địa phương, các chính quyền vừa đóng vai trò điều phối giải quyết các xung đột (chủ yếu là lợi ích) của các đối tượng (pháp nhân, thể nhân) vừa phải dựa trên pháp luật để giải quyết chính những mâu thuẫn về mặt chính sách ảnh hưởng đến quyền lợi của nhân dân. Vì đại diện cho quyền lợi của nhân dân, nên nhân dân cần có quyền giám sát và thay đổi khi người đại diện không thực hiện đúng các mong mỏi của dân. Các giám sát này thực hiện thông qua đối thoại về mặt chính sách (1) trước khi ban hành, (2) triển khai trong thực tiễn và (3) đề xuất thay đổi.

Hình 91 Các kênh góp ý với chính quyền của người dân



Có sự thay đổi đáng kể từ nghiên cứu 2012 so với nghiên cứu 2010 khi người dân chuyển từ các hình thức góp ý thông qua báo chí bằng hình thức đối thoại với Chính quyền, có thể do việc triển khai phong trào dân chủ từ cơ sở và thực hiện lắng nghe ý kiến và nguyện vọng từ nhân dân của các đoàn đại biểu được tổ chức công khai và thông tin đầy đủ. Bên cạnh đó, việc góp ý bằng văn bản cũng được lựa chọn nhưng góp ý trực tiếp cho người dự thảo chính sách vẫn còn là điều khó khăn. Điều này hàm ý các chính sách của trung ương cần đưa đến tận tay các đối tượng bị ảnh hưởng để họ có thể biết đến các sửa đổi để góp ý.

Hình 92 Các kênh góp ý của doanh nghiệp với chính quyền địa phương



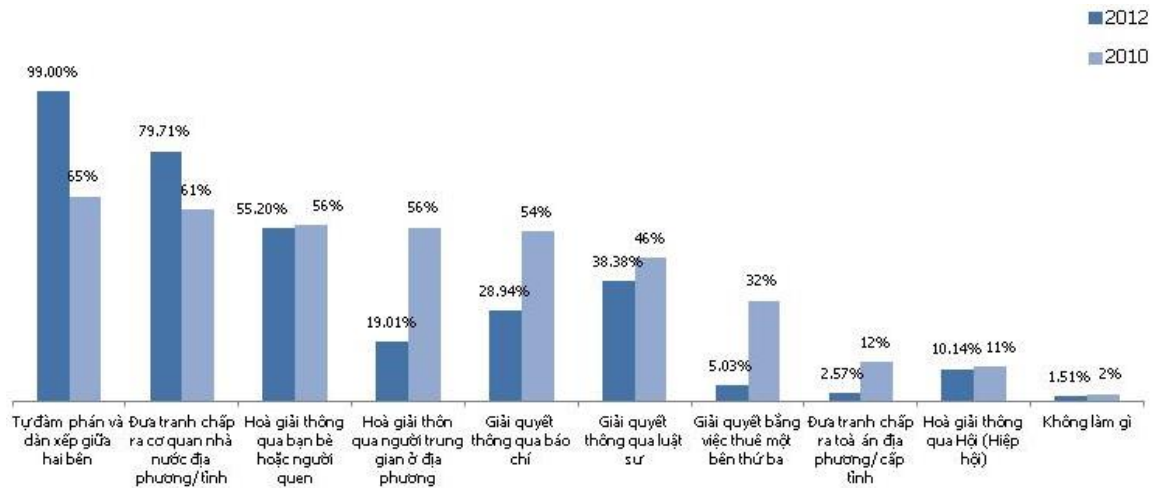
Tương tự với nhóm người dân, bản thân các doanh nghiệp cũng có sự chuyển đổi đáng kể từ góp ý thông qua báo chí trước đây được sử dụng (2010) sang góp ý thông qua đối thoại trực tiếp, góp ý bằng văn bản và góp ý thông qua vai trò là thành viên của 1 hội/hiệp hội ngành nghề.

Cách thức giải quyết tranh chấp tại địa phương

Do đặc điểm văn hóa và môi trường kế thừa các giá trị phương Đông sâu sắc, người Việt Nam vẫn ưa thích phương pháp tự hòa giải, đàm phán và dàn xếp giữa hai bên. Một thực tế là khi đưa ra các bên thứ ba giải quyết, chi phí thường tốn kém rất nhiều. Phần đông mọi người khi không thể giải quyết được bằng hòa giải thì lựa chọn hình thức đưa tranh chấp ra cơ quan chính quyền cấp địa phương mà không lựa chọn thuê luật sư. Điều này phản ánh thực trạng nền văn minh pháp trị của Việt Nam. Mọi người có khuynh hướng dùng từ “đám đơn kiện” ra phường/xã thay vì sử dụng đơn “khiếu nại, tố cáo”, trong khi thực tế một số việc không phải vai trò hòa giải và thẩm quyền xử lý của xã/phường. So với đánh giá năm 2010, có sự thay đổi đáng kể nhận thức của người dân khi từ bỏ dần các khuynh hướng tự hòa giải, giải quyết qua báo chí, hay luật sư, hay thuê một bên

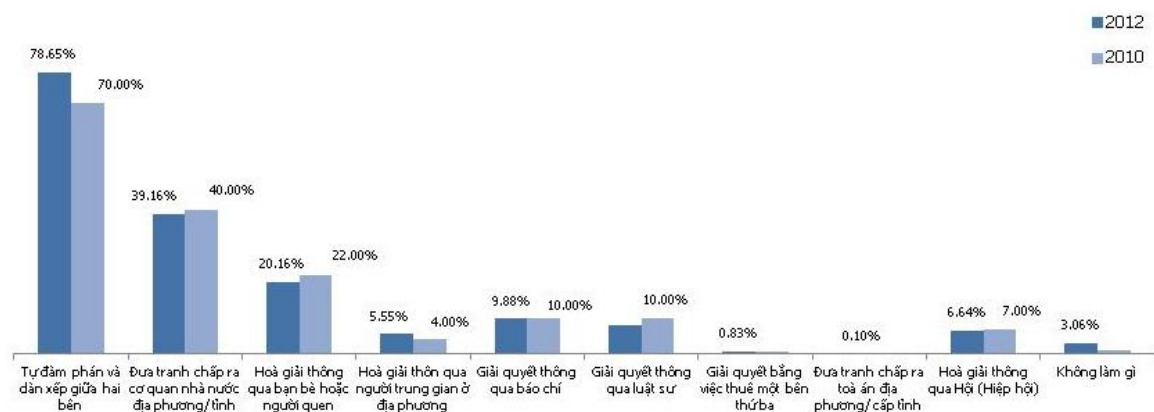
thứ ba mà lại sử dụng việc đưa tranh chấp ra chính quyền. Lý do cơ bản là trong vòng 2 năm, số lượng các vụ vay tín dụng dân sự giữa các cá nhân là nhiều, nhiều chuỗi đồ võ đã kéo theo tình trạng nợ nần chồng chất và người ta không thể tự hòa giải nên đưa tranh chấp ra chính quyền là cách thức cuối cùng nhưng họ bắt buộc phải lựa chọn.

Hình 93 Cách thức giải quyết tranh chấp của người dân



Có một thực tế là, khi có kiến nghị và đối thoại với chính quyền, người dân sử dụng việc góp ý thông qua các tổ chức trung gian như Hội phụ nữ, Mặt trận tổ quốc, Hội cựu chiến binh,... trong khi giải quyết tranh chấp thì lại không lựa chọn các tổ chức trung gian này. Một trong các nguyên nhân chủ yếu là các tranh chấp thường là tranh chấp đất đai mới dẫn đến tình trạng khiếu nại kéo dài và tràn lan. Bản thân các chính quyền địa phương khi thực hiện mục tiêu phát triển thường phải đánh đổi bằng giải phóng mặt bằng nhưng phần “đền” và “bù” không xứng đáng với giá trị thực mà người dân đang nắm giữ. Do đó, người dân phải tìm mọi cơ quan có liên quan để khiếu nại. Trong khi đó, giải quyết mâu thuẫn giữa các cá nhân về vấn đề tranh chấp, hiệp hội không có đủ quyền lực và tiếng nói, nên không được lựa chọn làm cơ quan hòa giải. Cuối cùng, sau khi không còn giải pháp nào khác, giải pháp đưa tranh chấp ra tòa được lựa chọn.

Hình 94 Cách thức giải quyết tranh chấp của doanh nghiệp



Không có sự thay đổi nào đáng kể giữa nghiên cứu 2010 với nghiên cứu trong năm 2012 về cách thức giải quyết tranh chấp của doanh nghiệp. Một bộ phận các doanh nghiệp, sau các vụ đổ vỡ, đã ý thức được vấn đề về pháp lý liên quan đến các thỏa thuận và điều khoản trong hợp đồng nên đã sử dụng luật sư, các văn phòng luật sư cho việc tư vấn pháp lý. Một số lựa chọn việc thành lập cả phòng pháp chế trong doanh nghiệp để giải quyết các vấn đề pháp lý nhằm giảm thiểu tối đa các yếu tố không chắc chắn và rủi ro khi thực hiện hợp đồng.

Bảng xếp hạng Trụ cột Thể chế

- Nhóm tăng hạng: Đồng Nai, Bà Rịa – Vũng Tàu, Kiên Giang

- Nhóm xuống hạng: Bạc Liêu, Thanh Hoá, Bắc Giang, Bình Định, Lào Cai, Lai Châu

<i>Thông số</i>	<i>TC1</i>	<i>TC2</i>	<i>Tổng điểm Thể chế</i>
Giá trị trung bình	0.250191	0.848286	1.100075692
Phương sai	0.019826	0.015205	0.016615408
Trung vị	0.210208	0.867116	1.075
Độ lệch chuẩn	0.157363	0.120686	0.131880709
Độ nhọn Kurtosis	15.80601	21.32124	35.7206218
Độ lệch Skewness	3.740008	-3.76018	5.442235353
Khoảng biến thiên	0.89	0.88	0.987
Giá trị nhỏ nhất	0.11	0.12	1.013
Giá trị lớn nhất	1	1	2
Tổng	15.76202	53.44201	69.30476862
Số bản ghi	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	0.039631	0.030394	0.033213726

* TC1: Điểm quy đổi dữ liệu thứ cấp

* TC2: Điểm quy đổi dữ liệu khảo sát điều tra

Hình 95 Bảng xếp hạng Trụ cột Thể chế

Cao

BẢNG XẾP HẠNG TRỤ CỘT THỂ CHẾ



Thấp

Nhóm dẫn đầu gồm: Tp Hồ Chí Minh, Bà Rịa – Vũng Tàu, Kiên Giang, Đồng Nai, Hải Phòng, Đà Nẵng, Bình Dương, Quảng Ninh, An Giang, Cần Thơ

Nhóm cuối gồm: Tuyên Quang, Phú Yên, Đắk Nông, Yên Bái

Nhóm trung bình gồm các địa phương còn lại.

**PHẦN III - ĐỀ XUẤT KHUNG CHIẾN LƯỢC, LỘ TRÌNH VÀ CÁC
GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC
TẾ CẤP ĐỊA PHƯƠNG**

Suy đến tận cùng, bất kỳ một giải pháp nào cho phát triển cũng nhằm mục tiêu nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân địa phương. Một địa phương càng hội nhập thì đòi hỏi năng lực càng phải mạnh và có sức cạnh tranh với bên ngoài, không chỉ với địa phương khác ở Việt Nam mà còn với các địa phương khác trên toàn cầu. Yếu tố năng lực địa phương được chúng tôi chỉ ra trong báo cáo một phần chính là năng lực hội nhập thông qua việc tổ hợp, sắp xếp và sử dụng các nguồn lực tĩnh và động để địa phương trở thành một trường hấp dẫn cho thu hút nguồn lực để phát triển. Nhiều người muốn sử dụng khái niệm năng lực cạnh tranh thay cho năng lực hội nhập, tuy nhiên, địa phương khác với doanh nghiệp ở đặc điểm cạnh tranh có diệt vong phá sản, còn địa phương trường tồn với thời gian dù địa phương đó có năng lực kém hay phúc lợi người dân thấp.

Hội nhập tích cực là hút ngoại lực và tăng nội lực, để hướng tới mục đích sau cùng là nâng cao chất lượng cuộc sống của cư dân địa phương. Mỗi địa phương có một cấu trúc các nguồn lực khác nhau và cách thức sắp xếp các nguồn lực tạo ra năng lực hội nhập của địa phương là khác nhau.

Từ nghiên cứu đến giải pháp nâng cao năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương

Kết quả báo cáo đánh giá và xếp hạng năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp tỉnh, thành phố

Trong phần báo cáo đánh giá năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương, sau khi phân tích hồi quy và sử dụng phương pháp nhân tố để tính toán trọng số cho các trụ cột đóng góp vào điểm năng lực hội nhập của mỗi tỉnh thành phố. Phương trình cuối cùng chỉ ra một vài ý nghĩa quan trọng cũng như các tương tác mang tính nổi bật giữa các trụ cột.

Thứ nhất, hai trụ cột chính là Thể Chế và Con Người là yếu tố then chốt và quyết định đối với năng lực hội nhập của Địa phương. Trên mô hình thể hiện, nếu thay đổi 1% cải thiện điểm chất lượng của trụ cột Thể chế, khi các yếu tố khác không đổi, thì điểm năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của địa phương cải thiện 119%. Như vậy, các nội dung đánh giá về mặt cải cách, cải thiện hay đổi mới các nhân tố thể chế sẽ giúp ích rất nhiều cho địa phương cải thiện năng lực và chất lượng hội nhập. Không kém phần quan trọng, trụ cột Con người chỉ ra rằng, nếu thay đổi tích cực 1% điểm chất lượng của trụ cột Con người, khi các yếu tố khác không đổi, thì điểm năng lực hội nhập địa phương thay đổi 118%. Như vậy, chất lượng, số lượng và việc sử dụng nguồn lực con người hiệu quả tại địa phương sẽ giúp cải thiện chất lượng hội nhập. Đồng thời, chất lượng của chính sách nhân dụng nhằm thu hút con người đến sống, lao động và làm việc của Chính quyền cũng như Doanh nghiệp địa phương gắn với ngành sản xuất đặc trưng nổi trội có hiệu quả của địa phương sẽ là nhân tố quan trọng cho gia tăng chất lượng hội nhập của Địa phương đó.

Thứ hai, ba trụ cột về Thương mại, Đầu tư và Du lịch, có hệ số quan trọng nhóm thứ 2 quyết định chất lượng và điểm số năng lực hội nhập của các địa phương. Tùy theo đặc thù địa phương mà có thể trụ cột này quan trọng hơn trụ cột kia nhưng tổ hợp Thương mại, Đầu tư và Du lịch có kết quả khá tương đồng và phổ biến ở các địa phương có GDP bình quân trên đầu người trong nhóm tốt hơn hẳn. Điều này ngụ ý rằng, đối với các địa phương có lịch sử phát triển kinh tế chưa tốt, thì do 2 nhóm Trụ cột này đã khiến cho kết quả nếu so sánh và xếp hạng thì địa phương đó ở nhóm dưới hoặc thấp về năng lực hội

nhập. Hiểu ý nghĩa này để chúng ta thực sự bình tĩnh với kết quả so sánh xếp hạng của Báo cáo này. Điều quan trọng hơn cả là, cần phải tìm cách cải thiện từ Nhóm trụ cột Thể chế, Con Người để làm nền tảng cải thiện Nhóm trụ cột Thương mại, Đầu tư và Du lịch.

Thứ ba, các tương tác và cải thiện trong báo cáo đánh giá năng lực, đặc biệt khi xem xét tương quan cặp giữa các trụ cột đã chỉ ra rằng Trụ cột Con người chịu ảnh hưởng sâu sắc từ Đầu tư, Cơ sở hạ tầng và Thương mại. Trụ cột Đầu tư đang cho thấy sức chi phối đến từ Trụ cột Con người, hàm ý rằng nguồn vốn sẽ chảy về nơi mà có lực lượng lao động chuyên môn đặc thù với trình độ và kỹ năng thực hành tốt. Trụ cột này cũng chịu ảnh hưởng đáng kể bởi Thể chế, với ý nghĩa về môi trường lao động và làm việc tại địa phương nào được đánh giá tốt hơn thì địa phương đó sẽ là điểm đến đầu tư nhiều hơn các tỉnh thành khác. Đáng chú ý là tương quan âm giữa Đầu tư – Văn hoá và Văn hoá – Cơ sở hạ tầng, cho thấy những giá trị truyền thống về phong tục, tập quán và các lễ thói cũ sẽ là rào cản cho các địa phương hoà mình vào dòng chảy hiện đại khi cần phải thích nghi với các chuẩn mực xã hội mới. Tương tự, mối quan hệ Văn hoá – Du lịch mang dấu âm và với trị số nhỏ, đồng nghĩa với dấu hiệu về những chương trình du lịch mang đậm bản sắc dân tộc như thông qua các lễ hội sẽ không còn là điểm hấp dẫn đối với các du khách trong một tương lai gần trong khi đó tương quan nghịch với Thể chế, hàm ý rằng địa phương nào càng giàu truyền thống thì địa phương đó càng khó phá bỏ các quan điểm cũ để hỗ trợ cho đổi mới và phát triển. Một trong các lý do cơ bản của kết quả này là do phạm vi nghiên cứu của báo cáo đang tập trung nhiều hơn vào các giá trị mang tính lịch sử, kế thừa từ quá khứ mà ít tập trung hơn vào các hoạt động văn hoá mang tính giải trí hiện đại, một phần do hạn chế của công tác thống kê về văn hoá.

Từ đây thấy rằng các trụ cột động có tương tác qua lại với nhau chặt chẽ trong khi đó các trụ cột tĩnh cho thấy chiều hướng ngược lại. Mặc dù vẫn có ảnh hưởng với nhau, nhưng chủ yếu những giá trị văn hoá truyền thống mà trụ cột Văn hoá truyền tải đang kéo lùi lại tiến độ hội nhập của địa phương. Còn trụ cột Thể chế, Cơ sở hạ tầng và Đặc điểm địa phương thì lại cho thấy có tương quan thấp, phản ánh sự thay đổi của Thể chế không có tác động nhiều đến Cơ sở hạ tầng và Đặc điểm địa phương.

Bảng 13 Tương quan giữa các trụ cột và điểm tổng hợp

	Thương mại	Đầu tư	Du lịch	Con người	Cơ sở hạ tầng	Văn hoá	Đặc điểm địa phương	Thể chế	Tổng hợp
Thương mại	1	0.75723 2648	0.12780 2399	0.66409 7946	0.38314 8051	0.02604 6854	0.445061154	0.8937 3651	0.69277 6189
Đầu tư	0.75723 2648	1	0.33885 832	0.80087 9075	0.62039 936	- 0.04252 3956	0.544620969	0.7572 8016	0.83161 9128
Du lịch	0.12780 2399	0.33885 832	1	0.38432 8482	0.39265 7845	- 0.06596 6848	0.31228297	0.1062 924	0.56936 2538
Con người	0.66409 7946	0.80087 9075	0.38432 8482	1	0.70603 8005	0.08540 5622	0.635904554	0.5927 6223	0.87774 5072
Cơ sở hạ tầng	0.38314 8051	0.62039 936	0.39265 7845	0.70603 8005	1	- 0.01576 3579	0.562966914	0.3979 7502	0.76991 657

Văn hoá	0.02604 6854	- 0.04252 3956	- 0.06596 6848	0.08540 5622	- 0.01576 3579	1	0.042260314	- 0.1430 847	0.27931 7312
Đặc điểm địa phương	0.44506 1154	0.54462 0969	0.31228 297	0.63590 4554	0.56296 6914	0.04226 0314	1	0.4516 2763	0.66090 0491
Thể chế	0.89373 6512	0.75728 0158	0.10629 2405	0.59276 2227	0.39797 502	- 0.14308 4682	0.45162763	1	0.62199 367
Tổng hợp	0.69277 6189	0.83161 9128	0.56936 2538	0.87774 5072	0.76991 657	0.27931 7312	0.660900491	0.6219 9367	1

Tuy nhiên, khi xem xét tương quan giữa 4 biến cụ thể của 4 trụ cột động: Trụ cột Thương mại (Giá trị kim ngạch xuất khẩu), Trụ cột Đầu tư (Số lượng dự án FDI), Trụ cột Du lịch (Số khách quốc tế) và Trụ cột Con người (Mức lương bình quân của người lao động), thì thấy rằng Trụ cột Thương mại thể hiện mối tương quan chặt chẽ với Đầu tư và biến Kim ngạch xuất khẩu cũng có tương quan đáng kể với số dự án FDI, chứng tỏ rằng các địa phương của Việt Nam hiện tại đang chỉ là "xưởng" cho các doanh nghiệp lớn trên thế giới, và hàm ý về nền kinh tế phụ thuộc lớn vào các nhà đầu tư nước ngoài. Bên cạnh đó, không có quan hệ đáng kể tồn tại giữa 3 biến còn lại, hàm nghĩa rằng đời sống của người lao động làm công ăn lương không được cải thiện bởi sự gia tăng xuất khẩu hay số khách quốc tế đến nhiều hơn. Đáng chú ý là Mức lương bình quân của lao động này còn mang tương quan âm với số dự án đầu tư FDI. Trường hợp của Tp.Hồ Chí Minh, Vĩnh Phúc, Bình Dương, Bắc Ninh, Đồng Nai, Đà Nẵng, Hưng Yên, Long An, Hải Phòng là những địa phương có số lượng dự án FDI lớn nhưng mức lương bình quân của người lao động tại những nơi này không có nhiều chênh lệch so với mức lương trung bình của người lao động địa phương khác, dẫn đến một câu hỏi về những lợi ích thực sự mà các dự án FDI mang lại cho người dân tại địa phương trong thời gian qua .

Tương tự, trụ cột Thể chế có quan hệ mật thiết với trụ cột Đầu tư và Thương mại, cũng như giữa biến cán bộ công chức có trình độ Đại học và Kim ngạch xuất khẩu, Số dự án FDI. Hàm ý của mối tương quan đáng kể này là kiến thức và kỹ năng của cán bộ công chức càng tốt thì sẽ gia tăng được lợi ích cho các doanh nghiệp nói riêng và hoạt động kinh doanh nói chung trên địa bàn tỉnh thông qua việc đẩy nhanh thủ tục giấy tờ và định hướng chính sách phù hợp với tình hình của địa phương.

Trong khi đó, Vốn đầu tư nâng cấp giao thông đường bộ (Trụ cột Cơ sở hạ tầng) có tương quan âm với Số dự án FDI nhưng lại có tương quan dương với Số khách quốc tế. Trên thực tế, hiện tượng này có thể được lý giải bởi chỉ có một số các dự án lớn như Khu liên hiệp gang thép và cảng Sơn Dương Formosa (Hà Tĩnh), Nhà máy lọc hoá dầu Bình Sơn (Quảng Ngãi) thì phần đóng góp cho xây mới và nâng cấp hạ tầng là đáng kể, còn lại các dự án có số vốn nhỏ hơn thì đang tận dụng hệ thống cơ sở hạ tầng đã có của địa phương. Còn đối với khách quốc tế, do yêu cầu cao và những đòi hỏi nhiều hơn về lộ trình di chuyển, nên có thể hiểu địa phương nào càng có nhiều khách quốc tế đến thì địa phương đó cần số tiền lớn hơn để bảo trì và duy tu chất lượng giao thông.

Tiếp tục xem xét bản đồ định vị của các địa phương trong quan hệ tổng thể với 8 trụ cột, có 2 điểm nổi bật:

(1) Điểm chính của 2 trung tâm lớn Tp Hồ Chí Minh và Hà Nội - hai địa phương dẫn đầu bảng xếp hạng, cũng là hai địa phương không nghiêng về bất kỳ trụ cột nào trong hệ thống, thể hiện sự hội nhập khá toàn diện. Tuy nhiên, kết quả này cũng là dấu hiệu tới hạn của nguồn lực cho hội nhập.

(2) Sự gắn gũi giữa Đầu tư, Thương mại, Đặc điểm địa phương, Con người, Du lịch cho thấy khi một trụ cột thay đổi sẽ dẫn theo sự thay đổi của các trụ cột khác và chỉ ra hiện trạng phát triển địa phương đang dựa phần nhiều vào các lợi thế về tự nhiên (đất đai, khí hậu, khoáng sản) để thu hút các nguồn lực từ bên ngoài.

Tóm lại, mỗi địa phương đều có thế mạnh cho riêng mình trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Thành quả hiện tại là những nỗ lực của quá khứ, quan trọng hơn là giá trị kỳ vọng tương lai – được quyết định bởi lộ trình và chiến lược hội nhập KTQT phù hợp với bối cảnh thị trường và năng lực lõi của địa phương đó.

Giả thiết nền tảng cho các giải pháp nâng cao năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương

Từ các phân tích năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương và các tương tác giữa các trụ cột cũng như đóng góp của từng trụ cột vào kết quả tổng thể, chúng tôi tìm cách kiến thiết một khuôn khổ các đối tượng, hoạt động và giải pháp với mô hình phân tích phù hợp cho việc nâng cao năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của địa phương. Trước hết, nhóm các giải pháp này phải khoa học, thông tin dữ liệu phải dễ tiếp cận và có thể đối sánh. Thứ hai, nhóm các giải pháp phải phù hợp với năng lực thực thi hiện tại đặc thù của mỗi địa phương, nhằm đảm bảo lộ trình được thực hiện một cách bài bản và đầy đủ, cũng như có tiến độ dành nguồn lực cho nghiên cứu phát triển. Thứ ba, nhóm các giải pháp phải được xem xét trong bối cảnh chung chính sách của Trung ương được áp dụng trên cả nước và đặc thù vận hành cho mỗi địa phương và Cuối cùng, hệ thống giải pháp phải đồng bộ và có ưu tiên cho từng chính sách được thực thi.

Các thách thức đối với hoạch định và thực thi chiến lược Hội nhập KTQT cấp địa phương

Thiếu tầm nhìn và hạn chế của tư duy nhiệm kỳ

Hình ảnh khác biệt hoá của địa phương chưa được xác định. Nói đến Paris là nhắc đến thành phố của sự lãng mạn với lịch sử lâu đời, các trung tâm mua sắm, kiến trúc nghệ thuật, đặc trưng về ẩm thực và sự náo nhiệt của Kinh đô ánh sáng; Nói đến Sydney là nhắc đến thành phố của sự tự do, sinh động và gắn gũi thiên nhiên với hệ sinh thái biển độc đáo, công trình kiến trúc nổi tiếng và sự phóng khoáng của nghệ thuật.

Cần có một tầm nhìn xuyên suốt để đạt được hình ảnh khác biệt hoá của mỗi vùng đất đó. Khi xây dựng tầm nhìn cho một chiến lược hội nhập, cần nhìn lại quá khứ, xem xét các triển vọng, tưởng tượng và chia sẻ với các chủ thể về tương lai của địa phương, từ đó thấu hiểu mong ước của các chủ thể và sáng tạo ra tầm nhìn hội nhập. Tương lai có thể tưởng tượng, nhưng không thể dự đoán, tầm nhìn cũng mang ý nghĩa tương tự. Vì vậy, tầm nhìn phải vừa được gắn kết và hài hoà trên cơ sở các phân tích, khuynh hướng, nhân khẩu học, lối sống, những quy định mới, sự biến đổi về công nghệ, và những phân tích này phải tạo ra được một cơ sở vững chắc. Từ việc có tầm nhìn, bản thân địa phương có

được định hướng với giá trị khác biệt. Tầm nhìn đưa ra như lời hứa cam kết với chính bản thân địa phương về những giá trị và cam kết cốt lõi mà nó hướng đến. Nhận thức được tầm nhìn sẽ giúp nhà lãnh đạo định hướng chiến lược, kế hoạch xây dựng, phát triển trong tương lai. Để có được sự chia sẻ về tầm nhìn phải có được sự quan tâm chung của các chủ thể trong địa phương. Như vậy, mới thực sự có ý nghĩa đối với tập thể và từng cá nhân, đồng thời liên kết các hoạt động trong địa phương đó. Nhưng để là cam kết được thừa nhận chung thì cam kết đó cần tránh được xác định trong sự áp đặt những gì là mong ước của tương lai.

Tư duy nhiệm kỳ cũng là một rào cản đối với việc xác định tầm nhìn hội nhập của địa phương. Xuất phát từ tư tưởng ngắn hạn mà các chính sách, kế hoạch cho hội nhập chỉ được xác định trong 5 năm, 10 năm. Điều này dẫn đến việc không thống nhất trong lộ trình hội nhập của địa phương đối với thế giới bên ngoài, kéo theo kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương với các điểm tương đồng với nhau còn chung chung và không có thứ tự ưu tiên trong từng giai đoạn cụ thể.

Thiếu thông tin và nghiên cứu

Thực tế, các thông tin và số liệu thống kê của Việt Nam đang ở trong tình trạng “lượng nhiều nhưng chất ít”. Báo cáo cùng một lĩnh vực cho cùng một địa phương nhưng Báo cáo của Bộ ngành và của địa phương có sự chênh lệch kết quả rõ rệt. Bản thân địa phương khi muốn có thông tin đối sánh với các địa phương khác cũng gặp khó khăn trong việc tiếp cận nguồn cũng như xác thực được chất lượng dữ liệu. Kết quả là địa phương muốn bắt đầu mà không biết cần bắt đầu từ vị trí nào và đi theo lộ trình nào.

Bên cạnh đó, tự trong địa phương, việc ra quyết định cho các chính sách, xây dựng kế hoạch còn thiếu mất một cơ sở đối chứng quan trọng là chủ thể của địa phương đó. Sự kỳ vọng của người dân, mong muốn của du khách, khó khăn của doanh nghiệp và đánh giá của nhà đầu tư cần được coi như tiêu chuẩn để xác định hiệu quả chính sách địa phương.

Thiếu năng lực xây dựng kế hoạch

Việc tư vấn xây dựng chiến lược, kế hoạch Hội nhập KTQT của địa phương có thể do địa phương tự thực hiện hoặc thuê ngoài. Tuy nhiên, do hạn chế về khả năng tiếp cận thông tin nên các địa phương thường khó có thể xây dựng một chiến lược hoàn chỉnh, độc đáo và khác biệt. Một số địa phương sử dụng giải pháp thuê các chuyên gia trong nước và quốc tế để tư vấn việc hoạch định chiến lược. Nhưng do hạn chế về ngân sách và các định mức tài chính, nên việc thuê ngoài còn gặp khó khăn hoặc chưa được thực hiện một cách đầy đủ.

Trong khi đó, công tác hoạch định và xây dựng kế hoạch hội nhập của các địa phương chưa nhận được sự hỗ trợ từ phía các Cơ quan Trung Ương thông qua một mô hình hội nhập hoặc hình mẫu thành công với các chỉ dẫn cụ thể và hoạt động đào tạo cán bộ chủ chốt. Điều này dẫn đến sự lúng túng của không chỉ đơn vị chuyên trách mà còn là của hệ thống chính quyền khi định hướng hội nhập cho địa phương mình.

Thiếu cơ chế phân quyền và thực thi chiến lược

Do vấn đề về trách nhiệm, để thực thi các kế hoạch, các đơn vị chủ trì thường phải lấy ý kiến nhiều đầu mối liên quan và trình đề xuất cho lãnh đạo phê duyệt. Công việc này thường mất nhiều thời gian và làm chậm tiến độ và hiệu quả thực thi. Xét ở góc độ hiệu

quả của việc phục vụ người dân hoặc doanh nghiệp thì việc thực hiện đúng trách nhiệm, đúng thẩm quyền sẽ khiến cho việc thực thi không hiệu quả. Một số lãnh đạo địa phương, nhiều trường hợp, vì lựa chọn thực hiện hết trách nhiệm nên kéo theo phục vụ người dân và doanh nghiệp không hiệu quả.

Để tăng tính hiệu quả của việc phục vụ nhân dân, đòi hỏi phải có một cơ chế phân quyền rõ ràng, công khai, minh bạch. Việc phân quyền này phải được giám sát không chỉ bởi lãnh đạo cấp cao hơn mà còn bị giám sát bởi công chúng, nhân dân. Kết quả giám sát công khai phải trở thành tiêu chí đo lường đánh giá năng lực của lãnh đạo thì việc phân quyền mới đạt hiệu quả.

Tuy nhiên, các hạn chế về việc phân quyền nhiều khi lại phụ thuộc vào chính sách, các quy định của Trung Ương. Sự thay đổi các quy định này thường đòi hỏi nhiều thời gian và làm mất đi chi phí cơ hội cho việc thực hiện đúng ngay lập tức.

Bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ở cấp độ quốc gia

Địa phương là một phần cơ thể của quốc gia khi hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu. Do đó, quốc gia tham gia các hiệp định hợp tác song phương, khu vực và đa phương thì các chính sách và cam kết đều có ảnh hưởng đến Địa phương. Tùy vào độ mở của chính sách, hội nhập kinh tế được chia thành 5 mức độ khác nhau: Thỏa thuận thương mại ưu đãi (PTA), Khu vực mậu dịch tự do (FTA), Liên minh thuế quan (CU), Thị trường chung, Liên minh tiền tệ.

Để hiểu mức độ hội nhập kinh tế của Việt Nam, có thể điểm qua các dấu mốc chính sau:

- (1) Từ 25-7-1995, Việt Nam gia nhập ASEAN và sau đó là tham gia Khu vực Thương mại tự do ASEAN (AFTA).
- (2) Từ 11-1998, Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Diễn đàn Hợp tác kinh tế Châu Á-Thái Bình Dương (APEC).
- (3) Năm 2000, ký kết hiệp định thương mại tự do song phương Việt Nam - Hoa Kỳ. Từ 2006, Mỹ chính thức bình thường hóa quan hệ thương mại với Việt Nam. Đây là một dấu mốc quan trọng giúp đẩy nhanh tiến trình Việt Nam gia nhập WTO.
- (4) Đầu năm 2007, Việt Nam trở thành thành viên chính thức của WTO sau hơn 12 năm theo đuổi (bắt đầu từ cuối năm 1994 khi gửi đơn xin gia nhập tổ chức Hiệp định chung về Thương mại và Thuế quan (GATT) – tiền thân của WTO).
- (5) Bên cạnh đó, Việt Nam hiện đã ký kết tham gia nhiều khu vực mậu dịch tự do khác như ASEAN- Ấn Độ, ASEAN-Hàn Quốc, ASEAN-Trung Quốc, ASEAN-Australia/New Zealand, và là đối tác kinh tế với Nhật Bản, Chile. Tham gia 8 Hiệp định thương mại tự do khu vực và song phương:
- (6) Khu vực thương mại tự do ASEAN (AFTA)
- (7) Hiệp định khung về hợp tác kinh tế ASEAN-Trung Quốc vào năm 2002 và Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN-Trung Quốc vào năm 2004 để thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN-Trung Quốc
- (8) Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN-Hàn Quốc vào năm 2006 để thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN-Hàn Quốc
- (9) Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện ASEAN-Nhật Bản năm 2008 để thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN-Nhật Bản
- (10) Hiệp định thành lập Khu vực thương mại tự do ASEAN-Úc-Niu Di-lân vào năm 2009
- (11) Hiệp định khung về hợp tác kinh tế toàn diện ASEAN-Ấn Độ năm 2003

- (12) *Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN-Ấn Độ năm 2009 để thành lập khu vực thương mại tự do ASEAN-Ấn Độ*
- (13) *Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam-Nhật Bản (VJEPA) năm 2008 và Hiệp định FTA song phương Việt Nam-Chi lê năm 2011.*
- (14) *Hiện Việt Nam đang trong quá trình đàm phán FTA với Hàn Quốc, EU, Liên minh Thuế Quan Nga-Belarus-Kazakhstan, v.v.. và đàm phán Hiệp định đối tác thương mại xuyên Thái Bình Dương (TPP)*

Như vậy về mức độ, Việt Nam đang ở 02 mô hình hội nhập kinh tế đầu tiên (PTA, FTA). Xem xét FTA với khuôn khổ của WTO, cho thấy đây là sự bổ sung cần thiết cho nhau. WTO đề cao tính hiệu quả trong phân bổ nguồn lực trong khi FTA coi trọng việc gia tăng thương mại giữa các nước. Các quy tắc WTO và FTA, do đó, cần được thiết lập một cách hài hòa nhằm thúc đẩy sự phát triển nói chung của kinh tế thế giới. WTO và FTAs có mối liên hệ khá phức tạp, vừa có quan hệ bổ túc, vừa đối lập nhau. FTA giúp đẩy nhanh tiến trình tự do hóa thương mại ở các lĩnh vực mà tất cả các thành viên WTO không tìm được tiếng nói chung như đầu tư trực tiếp, trợ cấp, môi trường, v.v..

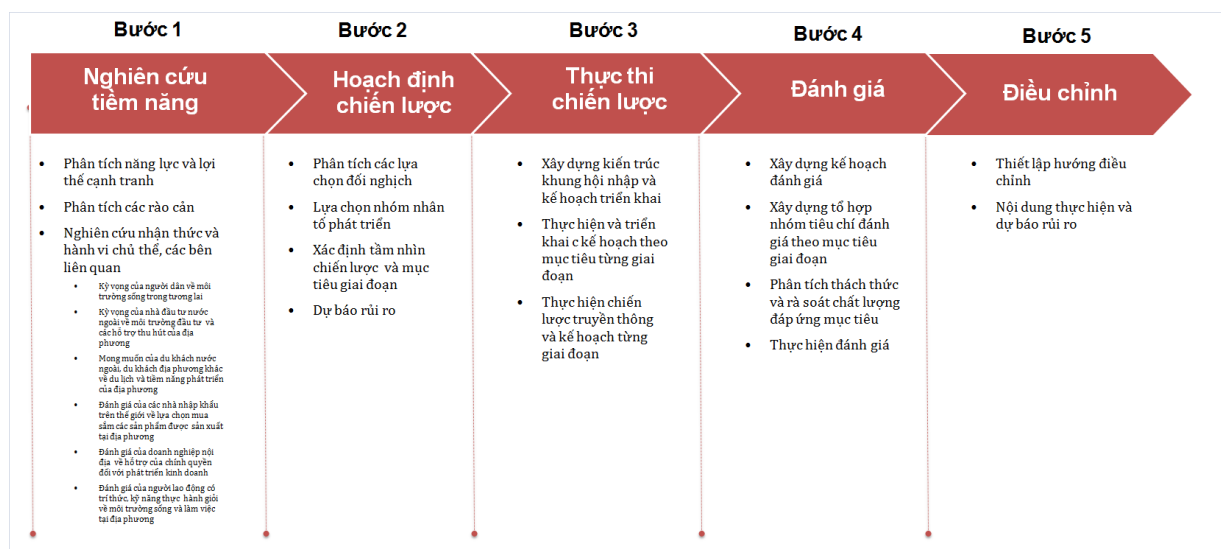
Hiện nay, Việt Nam đang tiếp tục đàm phán tham gia Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP). TPP bắt nguồn từ Hiệp định hợp tác Kinh tế chiến lược Xuyên Thái Bình Dương được ký kết giữa 04 nước Singapore, Chile, New Zealand, Brunei ngày 3/6/ 2005. Hiện nay số thành viên tham gia đàm phán gồm 11 thành viên (New Zealand, Brunei, Chile, Singapore, Australia, Peru, Hoa Kỳ, Malaysia, Việt Nam, Canada và Mexico). Đối với nhóm lợi ích khai thác từ thị trường nước ngoài, khi tham gia TPP, Việt Nam có thể hưởng được các lợi ích về thuế quan và tiếp cận thị trường. Trong đó mức thuế quan có thể giảm xuống còn 0 và sẽ có ít rào cản hơn đối với hàng hóa và dịch vụ từ Việt Nam. Trong nhóm các lợi ích khai thác được tại thị trường nội địa (Việt Nam), có thể kể đến các lợi ích chính yếu khi tham gia là khả năng tiếp cận với hàng hóa, dịch vụ giá rẻ từ nước ngoài giúp giảm chi phí sinh hoạt và sản xuất, từ đó có thể giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của từng ngành kinh tế; Việt Nam cũng có thể tranh thủ các nguồn vốn đầu tư nước ngoài phục vụ sự phát triển chung của ngành sản xuất, dịch vụ trong nước.

Mỗi địa phương trong xu thế chung đó cần khai thác các lợi thế mà hội nhập đem lại, đặc biệt là việc cải cách thể chế và nền hành chính của địa phương nhằm thúc đẩy và tạo động lực cho Địa phương trở thành khác biệt được định vị rõ nét trên bản đồ địa kinh tri toàn cầu. Để cho mỗi đối tượng khi nhắc đến địa phương, người ta nhắc đến việc địa phương đang vận động để mong ước trở thành gì khác biệt, thu hút trong dài hạn.

Mô hình hóa Lộ trình xây dựng và triển khai chiến lược Hội nhập KTQT cấp địa phương

Căn cứ vào các lợi thế cạnh tranh, lợi thế về nguồn lực, năng lực thực thi, mỗi địa phương có thể tiến hành chiến lược Hội nhập KTQT gồm các bước cơ bản sau đây:

Hình 96 Các bước thực hiện Chiến lược HNKTQT địa phương



Bước 1 – Nghiên cứu tiềm năng

Mỗi vùng đất là sự kết hợp của điều kiện tự nhiên và điều kiện xã hội, tạo nên “linh khí” địa phương – một thứ vô hình được thể hiện qua khí chất của những con người sinh ra, lớn lên tại đó, qua văn hoá ứng xử giữa con người và qua thái độ đối với luồng tri thức từ thế giới bên ngoài. Trải qua thời gian, tính phù hợp trở nên khó kết luận và đòi hỏi sự liên tục chuyển biến nhằm thích ứng với quá trình vận động không ngừng của một thế giới không ngừng cách. Vì vậy, nghiên cứu tiềm năng là điều kiện tiên quyết, mở ra cánh cửa khai phá sức mạnh phát triển nội sinh của mỗi địa phương.

Phân tích năng lực và lợi thế cạnh tranh. Để trả lời câu hỏi duy nhất: Địa phương có những gì mà địa phương khác không có? Hay chính là trong tham chiếu về không gian địa lý, địa phương có điểm khác biệt gì? Tham chiếu về không gian kinh tế, địa phương có ưu điểm gì? Tham chiếu về không gian du lịch, địa phương hấp dẫn ở điều gì?, ect Và liệu rằng đó có phải là lợi thế mà địa phương đang nắm giữ để cạnh tranh trong thu hút nguồn lực với các địa phương khác hay không?

Phân tích rào cản. Để làm rõ vấn đề: Địa phương cần vượt qua những điều gì để hoà mình vào thế giới sôi động? Rào cản có thể đến từ bên ngoài như tình hình biến động của khu vực, của thế giới hoặc có thể đến từ chính bên trong như sự bất hợp tác của người dân – doanh nghiệp, sự trì trệ trong quá trình học tập và chuyển hoá các tinh thần mới, etc

Nghiên cứu nhận thức và hành vi chủ thể, các bên liên quan. Nghiên cứu về kỳ vọng của người dân về môi trường sống trong tương lai; nghiên cứu kỳ vọng của nhà đầu tư nước ngoài về môi trường đầu tư và các hỗ trợ thu hút của địa phương; nghiên cứu mong muốn của du khách nước ngoài, du khách địa phương khác về du lịch và tiềm năng phát triển của địa phương; nghiên cứu các nhà nhập khẩu trên thế giới về lựa chọn mua sắm các sản phẩm được sản xuất tại địa phương; nghiên cứu doanh nghiệp nội địa về hỗ trợ của chính quyền địa phương đối với phát triển kinh doanh; nghiên cứu về phát triển môi trường sống tại địa phương để thu hút lao động có tri thức, kỹ năng thực hành giỏi.

Hình 97 Các chủ thể liên quan



Nhà đầu tư

Nhà đầu tư trong nước và nước ngoài quan tâm đến việc đầu tư tại một địa phương phụ thuộc vào các cơ hội sinh lời và tỷ lệ hoàn vốn nhanh mà việc đầu tư đến địa phương đó đem lại. Do đó, cần thực hiện việc điều nghiên các nhà đầu tư trong và ngoài nước để đánh giá mức độ nhận thức và hiểu biết hiện tại về địa phương, thông tin nào đúng sai, đối sánh với các địa phương khác, để tìm kiếm các giải pháp giới thiệu các cơ hội tốt cho việc đầu tư tại địa phương vừa mang tính khác biệt, có lợi ích dài hạn lại đồng thời có tỷ lệ hoàn vốn nhanh.

Đối với nhà đầu tư doanh nghiệp hay cá nhân trong nước có thể dễ dàng hơn về thủ tục, còn đối với nhà đầu tư nước ngoài thì thủ tục đầu tư phức tạp hơn song địa phương có thể có được nguồn lực và công nghệ đến từ bên ngoài. Tuy nhiên, Địa phương không nên chấp nhận thu hút bất cứ loại đầu tư nước ngoài nào mà nên có chọn lọc gắn với định hướng phát triển bền vững của địa phương. Điều này kéo theo các khó khăn do việc tiếp cận đúng đối tượng và cơ hội đầu tư đưa ra có đủ hấp dẫn hay không. Tránh tình trạng đầu tư khiến địa phương trở thành bãi rác công nghệ, sử dụng công nghệ thấp, thâm dụng lao động cao và chỉ lợi dụng các ưu đãi trong ngắn hạn cũng như nhân công giá rẻ. Các thực tế này khiến cho nhà đầu tư khi rút nhanh khỏi thị trường thì hậu quả để lại sẽ do các Địa phương phải giải quyết, đặc biệt đối với các địa phương nào không làm chặt chẽ về vấn đề môi trường và xã hội.

Nhà phân phối, nhập khẩu nước ngoài

Một địa phương định hướng sản xuất hướng ra xuất khẩu cần tiếp cận được đến các người mua. Trên thế giới, các nhà nhập khẩu và các nhà phân phối chính là các người mua lớn vì họ có hệ thống phân phối rộng khắp và sản phẩm được chuẩn hóa. Nghiên cứu nhà phân phối và nhập khẩu nước ngoài nếu được thực hiện thì phải được thực hiện ở tầm quy mô quốc gia, đối với mỗi Địa phương thì chi phí này sẽ đắt đỏ hơn. Cần thấu hiểu hành vi lựa chọn nhà sản xuất hay gia công của các công ty phân phối và nhập khẩu để phát triển xúc tiến thương mại và tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu. Có hai khó khăn, thứ nhất, danh sách các nhà phân phối và nhập khẩu chính xác để có thể tiếp cận cho từng mặt hàng đặc thù; thứ hai là việc tham gia và tham dự các Hội chợ chuyên ngành, các sự kiện chuyên ngành lớn trên thế giới để tiếp cận và điều nghiên các đối tượng này đòi hỏi chi phí tốn kém.

Địa phương có thể thực hiện gián tiếp việc điều nghiên các nhà phân phối hay nhập khẩu thông qua các đại diện thương mại, tham tán kinh tế hoặc cơ quan xúc tiến thương mại của phía quốc gia, vùng lãnh thổ đối tác nhập khẩu. Hoặc giả, nhà chính quyền địa phương thực hiện việc cung cấp các danh bạ và thẩm định năng lực đối tác theo danh bạ và cung cấp cho doanh nghiệp có thể tiếp cận rộng rãi. Ngoài ra, địa phương có thể tổ chức hội nghị, chương trình đoàn vào, các hoạt động kết nối kinh doanh để thông qua đó thực hiện việc thăm dò, điều tra, tìm hiểu về các người mua trên thế giới. Địa phương có thể hỗ trợ các chi phí mời vào liên quan đến ăn ở đi lại và xây dựng nội dung tài liệu giới thiệu về nền sản xuất kinh doanh của địa phương.

Du khách

Sẽ dễ dàng hơn với một địa phương khi thực hiện điều tra du khách nội địa. Tuy nhiên, điều tra từ xa đến gần đang là xu thế để thu hút lượng khách nội địa ở các địa phương xa hẳn du lịch dài ngày đến một địa phương. Đối với du khách quốc tế, nghiên cứu nên chia ra thành du khách đã đến địa phương, du khách quay lại địa phương và du khách có tiềm năng sẽ đến du lịch tại địa phương. Các đánh giá của du khách phải trở thành căn cứ quan trọng cho các thay đổi về chất lượng dịch vụ du lịch của địa phương theo hướng phục vụ tốt hơn cho du khách.

Hiện nay, có thể có cách điều tra tiếp cận qua mạng xã hội và các trang giới thiệu và tư vấn về du lịch để tiến hành các đánh giá đối với chất lượng dịch vụ và hạ tầng dịch vụ phục vụ du lịch của Địa phương. Đồng thời, việc thực hiện điều tra du khách quốc tế tại chính các khách sạn Địa phương cũng giúp giảm thiểu chi phí bố trí và thực hiện các cuộc phỏng vấn. Một số trường hợp có thể kết hợp với Hàng không để thực hiện điều tra du khách quốc tế đến hoặc đi từ Địa phương.

Người lao động

Một địa phương muốn thu hút lao động phải là lao động phục vụ cho một ngành sản xuất đặc thù mà địa phương đó hướng đến việc thu hút đầu tư. Nguồn lao động có thể có sẵn tại địa phương, cũng có thể đến từ địa phương khác hoặc quốc tế. Điều khó khăn cho địa phương chính là lựa chọn ngành sản xuất đặc trưng phát triển bền vững thì phải gắn với công nghệ cao như công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, công nghệ phân tử và nano, công nghệ sạch và đòi hỏi kỹ năng lực hành giỏi của người lao động. Mà các ngành này nhân sự lại thường chỉ tập trung ở các Thành phố lớn. Về mặt thị trường, giá cả lao động cao thông qua mức lương cao hơn sẽ thu hút được người lao động, kèm theo những chính sách nhân dụng đặc thù để đền bù cho phần tổn thất về tinh thần khi xa gia đình, bạn bè hoặc di trú đến nơi làm việc mới.

Nghiên cứu đặc thù từng nhóm người lao động để thấy động cơ thực sự của họ cho việc di trú và sẵn sàng gia nhập một vùng đất mới để lao động và định cư. Tránh tình trạng một số địa phương chú trọng ngành công nghiệp đại trà thâm dụng lao động lớn như dệt may, da giày,... vào các dịp tết khi công nhân về và không có dự định quay lại làm việc thì các nhà máy sẽ bị thiếu hụt lực lượng lao động ghê gớm. Ngoài việc thực hiện nhân dụng bằng chính sách hỗ trợ của Chính quyền địa phương, bản thân các chính sách nhân dụng của doanh nghiệp cũng phải thiết thực và hấp dẫn với người lao động để đảm bảo việc trao thưởng và đãi ngộ là xứng đáng từ phía doanh nghiệp.

Cư dân

Cư dân của mỗi địa phương chính là người chủ thực sự của địa phương đó, họ thực hiện quyền làm chủ thông qua việc đóng thuế và bỏ phiếu bầu ra người đại diện là chính quyền địa phương. Công chức là công bộc của nhân dân, đại biểu của nhân dân để thực thi quyền làm chủ của nhân dân. Do đó, việc nghiên cứu động cơ và mong ước, thói quen và hành vi của cư dân địa phương là thiết yếu cho việc cung cấp các giải pháp dịch vụ công hoàn hảo vì việc phục vụ người dân phát triển cuộc sống.

Hạn chế từ xưa đến nay là các cuộc lấy ý kiến thường mang tính hình thức, các định hướng phát triển dài hạn về mặt chiến lược của địa phương không được tổ chức lấy ý kiến sâu rộng để thấy được kỳ vọng toàn dân về mơ ước một địa phương trong tương lai ra sao. Điểm hạn chế là người dân mặc dù là chủ thực sự của vùng đất, nhưng lại không có đủ tri thức và kinh nghiệm để có thể hiểu được đâu là một hình ảnh dự kiến trong tương lai xa và địa phương của tương lai sẽ bao gồm các yếu tố nào phục vụ cuộc sống và làm việc. Vì thế, vai trò của chính quyền địa phương là quan trọng trong việc đưa ra, giải thích và vận động để cả địa phương có đầy đủ quyết tâm chính trị và đồng lòng đưa, dẫn dắt địa phương tiến đến hình ảnh mong ước trong tương lai đó. Vai trò nghiên cứu ở đây còn thêm một tác dụng đào tạo và chia sẻ với cư dân.

Doanh nghiệp

Mỗi địa phương phát triển kinh tế phải gắn với sự tham gia của hợp tác công tư, đặc biệt là doanh nghiệp. Dịch vụ hay sản phẩm nào mà tư nhân có thể làm được thì nhà nước không cần tham gia vào làm mà chỉ cần tạo hành lang pháp lý để doanh nghiệp vận hành. Ngoài việc doanh nghiệp trở thành nhà cung cấp hay thực hiện dự án cho chi tiêu chính quyền địa phương thì doanh nghiệp còn tham gia vào việc sản xuất ra của cải vật chất theo định hướng phát triển của chính quyền địa phương.

Điều nghiên doanh nghiệp để chia sẻ việc doanh nghiệp sẵn sàng cùng tham gia với chính quyền địa phương đầu tư xây dựng một hình ảnh mới, một diện mạo mới với quy hoạch dài hạn cho phát triển bền vững. Chính quyền cũng cần tránh các dự án mang tính khai thác tài nguyên mà hướng đến những dự án cam kết không ngừng cải tiến sản phẩm chất lượng và dịch vụ để đem lại cuộc sống tốt đẹp hơn cho con người. Thiếu sự sẵn sàng của doanh nghiệp, các chiến lược và kế hoạch sẽ không khả thi trong việc thực hiện.

Cơ quan truyền thông và thông tấn

Việc truyền tải các thông điệp và niềm đam mê của mỗi địa phương đến được các đối tượng hữu quan đòi hỏi vai trò quan trọng của các cơ quan thông tấn và truyền thông. Việc điều tra và chia sẻ các quan điểm của địa phương qua các cơ quan truyền thông để các dự định và ý định chiến lược hay tầm nhìn được cọ sát với thực tiễn và có các góc nhìn đa chiều, có phản biện đối với kế hoạch, để chính quyền lập các phương án dự phòng rủi ro có thể có cho cải thiện hay sửa chữa trong tương lai.

Ngoài ra, đối tượng nào sẽ có những cơ quan thông tấn phù hợp dành cho đối tượng đó. Và cơ quan thông tấn báo chí chuyên ngành, chuyên đề có quan hệ sâu và đủ thân thiết với các đối tác trong lĩnh vực để giúp Địa phương tiếp cận được nhanh hơn tri thức về ngành mà mình mong muốn thu hút và phát triển.

Bước 2 - Hoạch định chiến lược

Với tư duy hệ thống và toàn diện, chiến lược HNKTQT sẽ định hướng cho chính sách, hành động của các chủ thể tại địa phương, từ đó, sẽ góp phần thay đổi nhận thức và hành vi, tạo niềm tin không chỉ với những con người gần bó mà còn đối với đối tác bên ngoài.

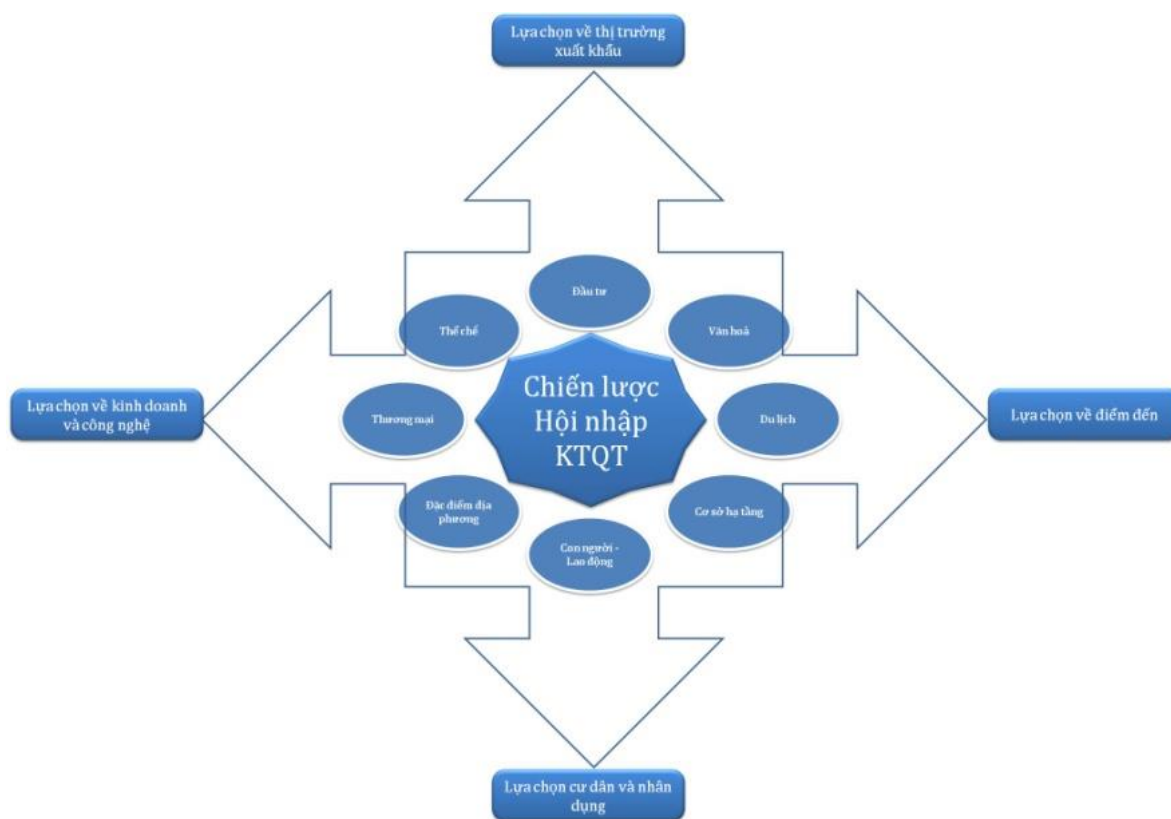
Phân tích các lựa chọn đôi nghịch. Mỗi địa phương có thể có nhiều lợi thế về các lĩnh vực khác nhau, vấn đề đặt ra là lựa chọn lợi thế nào cho phát triển. Địa phương có thể trở thành điểm đến du lịch, địa phương công nghiệp, thành phố văn hiến, đô thị cảng, trung tâm trung chuyển,... Mỗi lựa chọn đều đòi hỏi phải dành tốt nhất nguồn lực theo định hướng phát triển đó, điều này có thể kéo theo việc lấy bớt nguồn lực dành cho sự phát triển của một lựa chọn khác. Như đã là công xưởng sản xuất thì không thể trở thành thành phố du lịch nghỉ dưỡng hay thành phố văn hiến thì không thể trở thành địa phương công nghiệp, thành phố mua sắm thì không thể trở thành địa phương nông nghiệp,...

Lựa chọn nhóm nhân tố phát triển. Để trở thành một địa phương khác biệt hoá trên một lĩnh vực nhất định, địa phương đó phải lựa chọn có điều kiện một nhóm các nhân tố để đầu tư cho phát triển một cách dài hạn, đồng bộ, toàn diện. Ví dụ, một điểm đến du lịch hấp dẫn sẽ phải đòi hỏi...(từ BCH). Thang đo lường và đánh giá các nhân tố này được cụ thể hoá trong Báo cáo Năng lực hội nhập KTQT cấp địa phương năm 2013 và chi tiết tại mô hình điều tra, bao gồm 8 trụ cột - 150 chiều kích - 300 tiêu chí.

Trong đó, 4 hướng đích chính Hội nhập KTQT của địa phương là:

- (1) Kinh doanh và công nghiệp: các thương nhân, khuyến khích các ngành công nghiệp, gia tăng hàm lượng giá trị sản phẩm tại mức chi phí biến tối thiểu hóa hiệu quả*
- (2) Thị trường xuất khẩu: các thị trường trọng điểm và thị trường quốc tế, tiến tới đạt được lợi thế so sánh dựa trên trao đổi các nguồn lực đầu vào và đầu ra của sản xuất*
- (3) Du khách: khách thương nhân đến quốc gia để làm việc, hội thảo, khảo sát, mua bán hàng hóa, du lịch và lễ hành*
- (4) Cư dân và nhân dụng: các nhà khoa học, chuyên gia, công nhân tay nghề cao, nhân dụng trong viễn thông và sinh hóa, các nhà đầu tư, nhà kinh doanh, cá nhân giàu có, công nhân tay nghề thấp, người già và người hưởng trợ cấp*

Hình 98 Tâm nhìn hội nhập KTQT



Xác định tầm nhìn chiến lược và mục tiêu giai đoạn. Là sự cụ thể hoá một cách tổng thể những bước đi trong chiến lược HNKTQT của địa phương bằng các mục tiêu được chia thành các giai đoạn tiếp nối và có tính chất kế thừa nhau.

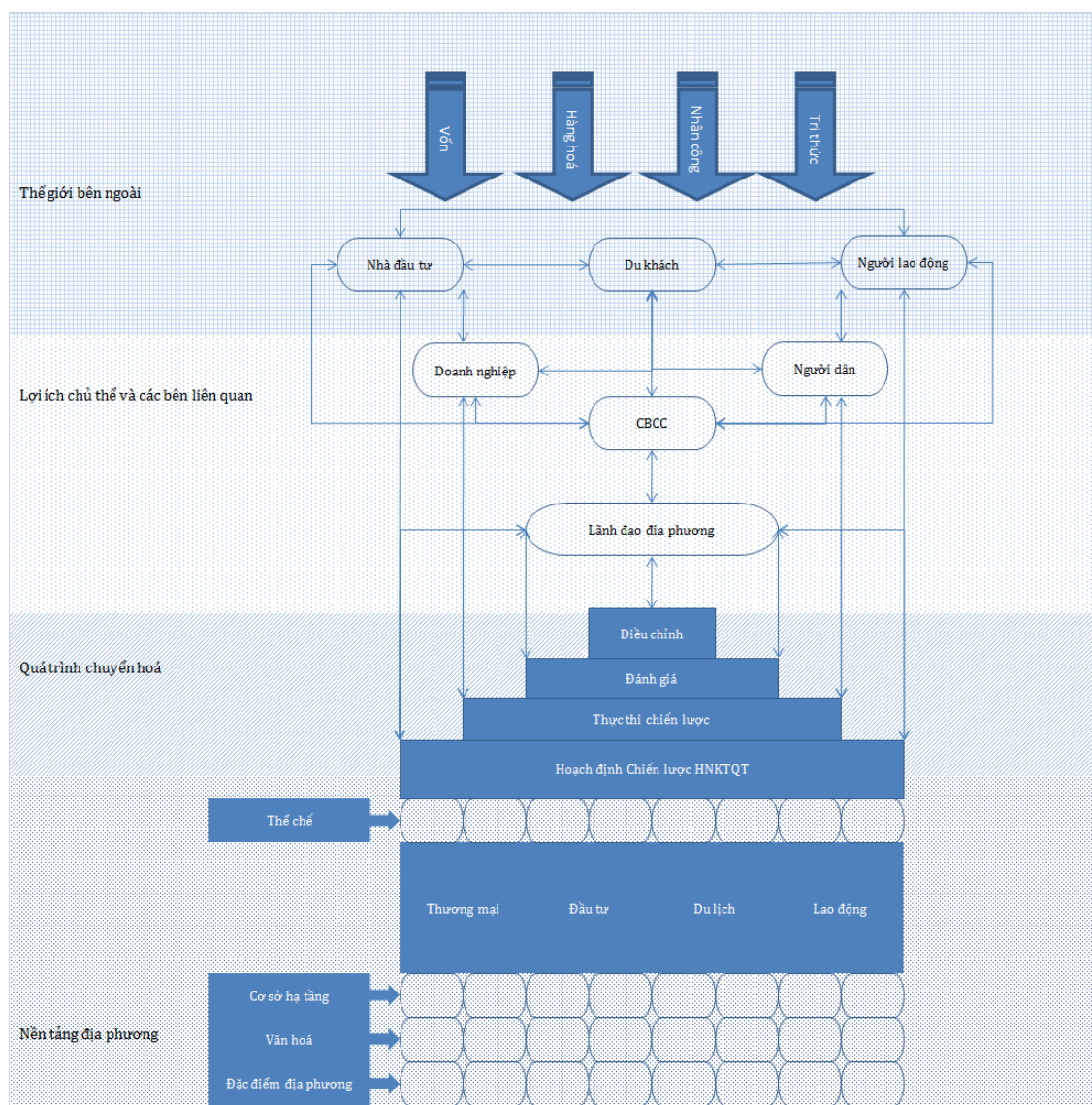
Dự báo rủi ro. Bản chất chính là dự báo tình hình thế giới, quốc gia và địa phương trong khoảng thời gian tương lai. Rủi ro có thể đến từ nhiều nguồn, từ nhiều nguyên nhân và trong nhiều góc độ: Rủi ro trong thực thi chiến lược HNKTQT, rủi ro trong quá trình hoạch định, trong quá trình đánh giá và điều chỉnh. Phương án dự phòng và các thước đo chiến lược giúp địa phương sẵn sàng ứng phó với các tình huống bất ngờ.

Bước 3 - Thực thi chiến lược

Xây dựng kiến trúc khung hội nhập và kế hoạch triển khai. Để thấy được tổng thể những mối quan hệ, những tác động và ảnh hưởng của các bên có liên quan, cũng như lộ trình thực hiện của mỗi địa phương trong quá trình hội nhập KTQT. Trả lời câu hỏi "Cần làm gì để địa phương hội nhập với thế giới bên ngoài?" Trong quá trình xây dựng kiến trúc khung hội nhập, cần quan tâm tới 4 nguyên tắc chính sau:

- (1) *Phát triển một vị thế địa phương, một hình tượng mạnh mẽ, hấp dẫn đối với cộng đồng.*
- (2) *Đặt ra những hình thức khuyến khích hấp dẫn cho khách hàng hiện tại và tiềm năng mua và sử dụng sản phẩm, dịch vụ xuất xứ địa phương*
- (3) *Chuyển tải các sản phẩm và dịch vụ của địa phương theo phương thức hữu hiệu và dễ tiếp cận.*
- (4) *Phát triển lợi ích và tính hấp dẫn của địa phương theo hướng đảm bảo rằng những đối tượng sử dụng tiềm năng nhận thức đầy đủ về lợi thế cạnh tranh của địa phương đó*

Hình 99 Khung thực thi chiến lược HNKTQT



Thực hiện và triển khai kế hoạch hội nhập theo mục tiêu từng giai đoạn. Là sự cụ thể hoá nội dung và mục tiêu từng giai đoạn mà địa phương đã xác định trong chiến lược hội nhập của mình. Các kế hoạch này là kế hoạch về cơ chế phối hợp giữa các đơn vị liên quan, là kế hoạch triển khai của từng đơn vị quản lý Nhà nước tại địa phương với các mảng nội dung chuyên môn riêng, là kế hoạch báo cáo lộ trình và là kế hoạch phân bổ nguồn lực.

Thực hiện chiến lược truyền thông và kế hoạch từng giai đoạn. Lý do kế hoạch truyền thông được tách riêng để thấy rằng đây là điểm chính yếu của phần lớn các địa phương Việt Nam, khi mà chúng ta có nhiều lợi thế nhưng chưa biết cách khai thác, chưa biết cách sử dụng và đặc biệt là chưa biết cách làm cho những nhà đầu tư tương lai cảm thấy hứng thú và quan tâm tới vùng đất của chúng ta. Truyền thông một cách toàn diện và có hệ thống sẽ giải quyết vấn đề về niềm tin không chỉ đối với các chủ thể bên ngoài mà còn có ý nghĩa quan trọng đối với các chủ thể bên trong. 4 điều kiện trong hoạt động marketing truyền thông Hội nhập địa phương gồm:

- (1) Cung cấp các dịch vụ cơ sở hạ tầng và dịch vụ cơ bản tốt để thỏa mãn nhu cầu công dân, doanh nghiệp và du khách
- (2) Hình thức để thu hút doanh nghiệp, đầu tư và công dân mới
- (3) Thông tin những lợi ích của quốc gia thông qua một hình tượng sống động và chương trình truyền thông tốt
- (4) Tạo sự ủng hộ từ phía công dân, chính phủ và những tổ chức để hoạt động năng động và hiệu quả

Bước 4 - Đánh giá

Xây dựng kế hoạch đánh giá. Là căn cứ và cơ sở để hướng địa phương đạt được đúng tầm nhìn đã xác định. Kế hoạch đánh giá bao gồm các nội dung về thời gian đánh giá, đơn vị đánh giá và quy trình đánh giá.

Xây dựng tổ hợp nhóm tiêu chí đánh giá theo mục tiêu giai đoạn. Đây là nội dung quan trọng nhất vì các tiêu chí được đưa ra để đánh giá phải (1) có khả năng đo lường bằng các con số định lượng và (2) phản ánh được tính phù hợp với chiến lược hội nhập của địa phương. Mỗi chiều kích sẽ là một bộ tổ hợp nhóm tiêu chí đánh giá dựa trên những yếu tố hấp dẫn của địa phương và được thể hiện trên thẻ điểm cân bằng của địa phương.

Hình 100 Yếu tố hấp dẫn địa phương

Yếu tố hấp dẫn cứng	Yếu tố hấp dẫn mềm
Ổn định kinh tế	Chất lượng cuộc sống
Năng suất	Năng lực và chuyên môn của lực lượng lao động
Chi phí biên hiệu quả	Văn hóa quốc gia
Quan niệm về tài sản của quốc gia	Quan hệ giữa con người
Dịch vụ và mạng lưới hỗ trợ địa phương	Phong cách quản lí
Cơ sở hạ tầng thông tin liên lạc	Tinh thần kinh doanh, sự năng động và linh động
Vị thế địa lý chiến lược	Tinh chuyên nghiệp khi giao tiếp thị trường và kinh doanh
Kế hoạch và các chương trình khuyến khích thu hút	Tinh thần sáng tạo trong kinh doanh
	Phát triển kinh tế đặc thù

Phân tích thách thức và rà soát chất lượng đáp ứng mục tiêu giai đoạn. Để cho thấy, trong từng giai đoạn thực thi chiến lược, kết quả đã đạt được ở mức độ nào và tình trạng khẩn cấp để thiết lập hướng điều chỉnh. Đồng thời, thiết lập khoảng tin cậy để quyết định rằng trong khoảng nào sẽ điều chỉnh và khoảng nào là dung sai của lựa chọn.

Thực hiện đánh giá. Địa phương có thể lựa chọn việc tổ chức đánh giá này thông qua đội ngũ chuyên gia tư vấn và giám sát hoặc chính đội ngũ cán bộ công chức thực hiện với cơ chế đặc thù cho phép mang đến kết quả đánh giá là trung thực và tin cậy nhất trong khoảng có thể.

Bước 5 - Điều chỉnh

Thiết lập hướng điều chỉnh. Là nội dung giải quyết vấn đề khi có hiện tượng lệch hướng trong quá trình chuyển hoá và tồn tại sự mâu thuẫn không dung hoà giữa lợi ích của các chủ thể có liên quan. Lựa chọn hướng điều chỉnh là kết quả của các nội dung đánh giá.

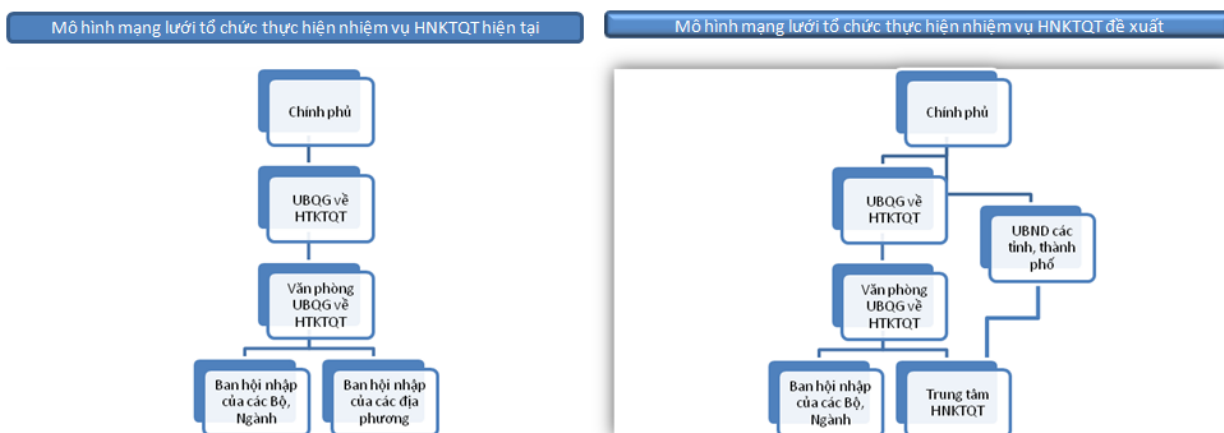
Nội dung thay đổi và dự báo rủi ro. Là làm rõ điều chỉnh ở bước nào, khâu nào, đơn vị nào và điều chỉnh nội dung nào. Song song với hoạt động điều chỉnh là hoạt động dự báo rủi ro mà bản chất là dự báo tình hình biến động của thị trường, của tâm lý công chúng và sự thay đổi về hành vi của các chủ thể.

Một số đề xuất

Lựa chọn mô hình mạng lưới tổ chức thực hiện nhiệm vụ HNKTQT

Xuất phát từ những hạn chế của mô hình mạng lưới tổ chức thực hiện nhiệm vụ HNKTQT hiện tại cùng những thách thức trong quá trình triển khai công tác Hội nhập KTQT trong thời gian qua và dự báo những trở ngại trong thời gian tới, nhóm nghiên cứu đưa ra đề xuất về mô hình mạng lưới mới. Điểm chính yếu trong mô hình mới này là kiến nghị thành lập Trung tâm HNKTQT cấp địa phương trực thuộc UBND tỉnh, thành phố và Giám đốc TT có chức danh ngang bằng với Giám đốc Sở.

Hình 101 Mô hình mạng lưới đề xuất



Trung tâm HNKTQT có chức năng và nhiệm vụ như sau:

- (1) Tham gia xây dựng và góp phần thực hiện kế hoạch, chương trình hội nhập KTQT, theo chỉ đạo của Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố.
- (2) Phối hợp đề xuất các chương trình, kế hoạch 5 năm và hàng năm về hội nhập KTQT của địa phương
- (3) Tham mưu cho Ủy ban nhân dân địa phương các chính sách hỗ trợ, khuyến khích công tác hội nhập KTQT
- (4) Triển khai các giải pháp, chương trình hội nhập KTQT
- (5) Thu thập thông tin và nghiên cứu về thị trường, cơ hội đầu tư và thông tin kinh tế, các thông tin về an sinh xã hội và các thông tin phục vụ cho công tác hội nhập KTQT khác.
- (6) Xây dựng cơ sở dữ liệu về các đặc điểm tự nhiên của địa phương, chỉ tiêu về văn hoá và cơ sở hạ tầng, các chính sách và quyết định của địa phương, thống kê về thương mại – du lịch – đầu tư và lao động; các kết quả đánh giá về cư dân sinh sống tại địa phương, doanh nghiệp, nhà đầu tư, du khách nội địa và du khách quốc tế, nhà phân phối và nhập khẩu, người lao động từ địa phương và quốc gia khác
- (7) Phát hành bản tin, các ấn phẩm về hội nhập.
- (8) Tổ chức thông tin về hội nhập qua mạng

Bên cạnh đó, Trung tâm HNKTQT cung cấp các dịch vụ và hoạt động khác sau:

- (1) Tổ chức bồi dưỡng về nghiệp vụ hoặc giới thiệu các tổ chức cung cấp các dịch vụ nhằm giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp

- (2) Tổ chức đón tiếp, bố trí chương trình cho các doanh nghiệp, các tổ chức và cơ quan nước ngoài vào thành phố tìm hiểu môi trường đầu tư, thương mại, lao động và sinh sống tại địa phương
- (3) Tổ chức hội thảo, hội nghị chuyên đề
- (4) Cung cấp hoặc giới thiệu cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp nước ngoài và trong nước: phòng hội nghị, văn phòng làm việc; dịch vụ thư ký, phiên dịch và chuyên viên nghiệp vụ; lập dự án đầu tư; tham quan; gặp gỡ doanh nghiệp.
- (5) Thu thập ý kiến của cộng đồng doanh nghiệp trong nước và nước ngoài về chủ trương, chính sách nhằm cải thiện môi trường kinh doanh và đầu tư của thành phố; giải quyết các khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp.
- (6) Thu thập ý kiến của người dân về môi trường sinh sống và những kỳ vọng để cải thiện chính sách an sinh xã hội
- (7) Thu thập ý kiến của người lao động về môi trường lao động tại địa phương
- (8) Phát triển hợp tác quốc tế với các tổ chức trong và ngoài nước về các vấn đề phát triển thương mại, hợp tác đầu tư, phát triển xã hội,..

Đề xuất khác với Chính phủ và UBND về HTKTQT

Tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế phù hợp với lộ trình HNKTQT

Nhanh chóng kiện toàn bộ máy, nâng cao năng lực, tính đại diện và hiệu quả hoạt động của Ủy ban Quốc gia về Hợp tác kinh tế quốc tế nhằm giúp Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo, phối hợp các Bộ, ngành, địa phương trong các hoạt động HNKTQT một cách nhất quán và hiệu quả; xác định rõ cơ chế hoạt động và phối hợp giữa các Bộ, ngành và địa phương; thể chế thực thi, giám sát, rà soát lại các chủ trương lớn; các điều kiện đảm bảo thực thi, đặc biệt là nguồn lực tài chính.

Sớm xây dựng Chiến lược HNKTQT và Chiến lược đàm phán các hiệp định khu vực thương mại tự do. Gắn các chủ trương về HNKTQT với kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội hàng năm. Rà soát, củng cố, hoàn thiện một cách căn bản thể chế chỉ đạo, điều phối, thực thi và giám sát thực hiện các hoạt động HNKTQT.

Lồng ghép chương trình hành động HNKTQT vào kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội với những điều chỉnh cần thiết để thực hiện có hiệu quả các hiệp định khu vực thương mại tự do và hiệp định tự do hóa thương mại đa phương đã ký kết. Định kỳ rà soát, đánh giá kết quả thực hiện chương trình hành động để phát hiện và xử lý kịp thời các vấn đề cấp bách nảy sinh trong quá trình HNKTQT. Tiếp tục tăng cường công tác tuyên truyền về HNKTQT

Tiếp tục xây dựng, hoàn thiện hệ thống pháp luật, chính sách phù hợp với yêu cầu HNKTQT. Hoàn thiện tổ chức, cơ chế hoạt động và nâng cao năng lực của cơ quan quản lý cạnh tranh, chống trợ cấp, chống bán phá giá, giải quyết tranh chấp thương mại, các lực lượng quản lý thị trường. Cải cách tư pháp theo hướng tiếp cận dần với thông lệ quốc tế.

Tăng cường cải cách trong nước

Tiếp tục cải cách hành chính theo chiều sâu, nâng cao năng lực cạnh tranh; bảo đảm ổn định kinh tế vĩ mô; giải quyết vấn đề nhập siêu một cách cơ bản để đến năm 2020 đạt

được cân bằng cán cân thương mại một cách bền vững, trên cơ sở xử lý đồng bộ quan hệ tiết kiệm, tiêu dùng và đầu tư cùng áp dụng một chính sách tỷ giá cạnh tranh, linh hoạt, kết hợp với việc nâng cao năng lực sản xuất và xuất khẩu của doanh nghiệp trong nước, đẩy mạnh phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ; nâng cao chất lượng sản phẩm; tái cơ cấu khu vực tài chính, ngân hàng; hoàn thiện và nâng cao năng lực giám sát tài chính, hoàn thiện hệ thống kế toán, kiểm toán, công bố thông tin theo chuẩn mực và thông lệ quốc tế; giảm thiểu rủi ro bất ổn tài chính; phát triển đồng bộ kết cấu hạ tầng, gắn phát triển kết cấu hạ tầng trong nước với mạng lưới hạ tầng trong các liên kết khu vực; thúc đẩy, thu hút đầu tư vào các ngành dịch vụ hỗ trợ kinh doanh; giảm thiểu các rào cản sau biên giới kết hợp với đẩy mạnh hoạt động tạo thuận lợi hóa thương mại và thuận lợi hóa đầu tư.

Đẩy nhanh và tạo chuyển biến căn bản trong việc tái cơ cấu nền kinh tế, chuyển đổi mô hình tăng trưởng. Nâng cao chất lượng giáo dục và chất lượng nguồn nhân lực. Nâng cao hiệu quả đầu tư, đặc biệt là tái cơ cấu đầu tư công; điều chỉnh lại phân cấp đầu tư. Tiếp tục thay đổi tư duy, quan niệm và quan điểm về thu hút và sử dụng vốn đầu tư trong và ngoài nước; gắn chiến lược thu hút vốn với giám sát quá trình thực thi, hoạt động; đề ra các chính sách phù hợp, khách quan, công bằng để loại bỏ các dự án không có lợi cho quốc gia; khuyến khích các dự án trong các ngành, lĩnh vực tháo gỡ các ách tắc, yếu kém của nền kinh tế; tăng cường công tác xúc tiến đầu tư, nhất là đầu tư nước ngoài, và hoàn thiện chính sách đầu tư của Việt Nam ra nước ngoài; làm tốt công tác xây dựng quy hoạch và quản lý quy hoạch.

Cải thiện chất lượng hàng xuất khẩu thông qua việc tận dụng các cơ hội tiếp cận công nghệ tiên tiến, nâng cao hàm lượng giá trị gia tăng, cải thiện an toàn vệ sinh thực phẩm. Tận dụng tốt hơn các cơ hội mới để mở rộng thị trường. Tối đa hóa liên kết với các doanh nghiệp có vốn ĐTNN, tham gia sâu vào các liên kết trong khu vực để chuyển dần lên các vị trí có nhiều hàm lượng giá trị gia tăng hơn.

Phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững

Thực hiện có hiệu quả Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn. Đẩy nhanh chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn một cách hiệu quả, bền vững. Nghiên cứu, đề xuất chính sách phát triển hiệu quả các ngành công nghiệp chế biến nông sản có tiềm năng và lợi thế tại các vùng nguyên liệu lớn. Tăng cường các biện pháp hỗ trợ phù hợp với các cam kết HNKTQT.

Đẩy mạnh thực hiện các chính sách an sinh xã hội và xóa đói giảm nghèo

Xây dựng, áp dụng hệ thống an sinh xã hội toàn dân, linh hoạt và hiệu quả; hỗ trợ người nghèo và các nhóm dễ bị tổn thương khác, thực hiện giảm nghèo bền vững, bảo đảm cho người nghèo được thụ hưởng thành quả của sự tăng trưởng. Trước mắt, triển khai đảm bảo y tế tối thiểu và giáo dục tối thiểu toàn dân đồng bộ, về dài hạn, tăng cường sự tham gia của doanh nghiệp vào tiến trình phối hợp với nhà nước thực hiện các trách nhiệm an sinh xã hội và phát triển cộng đồng.

Sử dụng hiệu quả, hợp lý tài nguyên thiên nhiên và bảo vệ môi trường

Hoàn thiện hệ thống pháp luật phục vụ quản lý và sử dụng tài nguyên đất, tài nguyên nước, khoáng sản và bảo vệ môi trường theo hướng tiếp cận dần với tiêu chuẩn quốc tế; xây dựng và triển khai các đề án bảo vệ môi trường, phát triển công nghệ môi trường và ngành công nghiệp môi trường; nghiên cứu, ban hành chính sách nhằm đẩy mạnh xã hội hoá công tác bảo vệ môi trường; nâng cao năng lực thanh tra, kiểm tra việc thực hiện các quy định về bảo vệ môi trường.

Bảo vệ và phát huy giá trị văn hoá dân tộc

Thiết lập cơ chế thuận lợi cho phát triển ngành công nghiệp văn hóa và các dịch vụ văn hoá. Tiếp tục củng cố, phát triển hệ thống thông tin đại chúng nhằm nâng cao nhận thức về HNKTQT.

Bảo đảm an ninh, quốc phòng

Áp dụng các phương án bảo đảm vững chắc an ninh chính trị, an ninh thông tin, ổn định trật tự và an toàn xã hội trước những biến đổi nhanh, phức tạp của xu thế toàn cầu hoá, vừa đáp ứng các yêu cầu và nhiệm vụ của HNKTQT. Nâng cao nhận thức và xây dựng cơ chế phối hợp, hợp tác trên quy mô khu vực và toàn cầu để xử lý hiệu quả các vấn đề an ninh phi truyền thống.

Đề xuất với UBND tỉnh, thành phố

Tăng cường chỉ đạo các đơn vị có liên quan, đặc biệt đối với đơn vị đầu mối chuyên trách về công tác Hội nhập KTQT sớm hoàn thiện cơ cấu tổ chức, cơ chế phân quyền và cơ chế phối hợp với các đơn vị có liên quan.

Thúc đẩy việc hoàn thành chiến lược HNKTQT cho địa phương dựa trên những đặc thù địa phương và lợi thế cạnh tranh.

Chỉ đạo và giám sát quyết liệt trong việc thực thi lộ trình HNKTQT của địa phương, có cơ chế đặc thù đối với các đơn vị quản lý và chuyên trách khi thực hiện các nhiệm vụ về HNKTQT được giao phó.

Phối hợp tích cực và thường xuyên với UBQG về HTKTQT để cập nhật các thông tin về tình hình trong nước cũng như thế giới trong quá trình hội nhập, đồng thời, chủ động đề xuất kế hoạch và chương trình riêng phục vụ cho công tác hội nhập của địa phương.

Nhóm giải pháp gắn với 8 trụ cột

Nhóm giải pháp khuyến khích xuất khẩu và tăng trưởng thương mại địa phương

Nguyên tắc lựa chọn hoạt động khuyến khích và thúc đẩy xuất khẩu. Doanh nghiệp đặt mục tiêu tối đa doanh thu và lợi nhuận nên nguyên tắc lựa chọn hoạt động xúc tiến thương mại đầu tiên cần đảm bảo là hiệu quả. Việc lựa chọn sử dụng loại hình hoạt động xúc tiến thương mại nào cũng phải đảm bảo nguyên tắc hiệu quả cho doanh nghiệp. Để đảm bảo tính hiệu quả, hoặc với chi phí thấp mà vẫn đảm bảo các yêu cầu công việc, doanh nghiệp cần tôn trọng một số nguyên lý cơ bản sau:

- (1) Địa phương phải lựa chọn các hoạt động xúc tiến thương mại phù hợp với khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp
- (2) Địa phương phải lựa chọn các tổ chức cung cấp dịch vụ xúc tiến xuất khẩu hiệu quả có uy tín và đảm bảo chất lượng các dịch vụ được cung cấp;
- (3) Hỗ trợ doanh nghiệp chuẩn bị kỹ lưỡng và đầy đủ các tài liệu cũng như các công việc cần thiết cho mỗi hoạt động xúc tiến thương mại;
- (4) Hướng dẫn sử dụng các hoạt động xúc tiến thương mại phù hợp với không gian và thời gian nơi diễn ra hoạt động; và
- (5) Hướng dẫn doanh nghiệp sử dụng hoạt động xúc tiến thương mại phù hợp với năng lực tài chính và nhân lực của bản thân doanh nghiệp.

Trong các trường hợp không thể tuân thủ toàn bộ các nguyên tắc và tiêu chuẩn đặt ra, doanh nghiệp bắt buộc phải có lựa chọn thì cần nhấn mạnh nguyên tắc hiệu quả khi lựa chọn hoạt động xúc tiến thương mại.

Tận dụng lợi thế chính sách và hỗ trợ từ Chính phủ trung ương cho Địa phương. Địa phương có thể tận dụng việc hỗ trợ của Chính phủ thông qua các chương trình khuyến công, chương trình xúc tiến thương mại quốc gia hoặc chương trình tương tự để có thể tăng cường khả năng bán hàng và ký các hợp đồng lớn. Tham gia vào các Đoàn xúc tiến thương mại cùng các Đoàn Chính phủ sẽ khuyến khích việc dễ dàng tìm kiếm đối tác hợp tác kinh doanh.

Một số chương trình có hỗ trợ ngân sách từ phía Chính phủ, tài trợ gián tiếp thông qua các hoạt động. Khi tham gia các chương trình này, Địa phương cần hướng dẫn doanh nghiệp chú ý các thủ tục cần thiết cho việc thanh quyết toán sau chương trình. Thông thường việc này có thể kéo dài và ảnh hưởng đến công việc quyết toán thuế của doanh nghiệp. Một số chương trình hàng đổi hàng hoặc thực hiện việc bán hàng theo các Hiệp định tài trợ hoặc hỗ trợ có thể được tiến hành. Tuy nhiên, theo các đơn hàng này thường không bền vững nhưng lại là điều kiện tiền đề để doanh nghiệp có thể có được nguồn đầu ra chắc chắn.

Xem xét các hiệp định cắt giảm hàng rào thuế quan và kỹ thuật để có thể thực hiện các chiến lược phù hợp với các cam kết và lộ trình đưa hàng vào các thị trường mục tiêu. Các cam kết này thường được bổ sung và cập nhật liên tục, do đó, Địa phương cần lấy thông tin tổng hợp và cung cấp thông tin kịp thời cho doanh nghiệp địa phương. Đồng thời, thông qua các định chế của địa phương, hướng dẫn doanh nghiệp tận dụng các kết quả đàm phán, lộ trình thực hiện các cam kết song phương, đa phương của Chính phủ Việt Nam với các quốc gia mà doanh nghiệp có hoạt động xuất khẩu.

Thực hiện một số giải pháp đặc thù cho điều kiện doanh nghiệp Việt Nam. Doanh nghiệp Việt Nam phần lớn là doanh nghiệp nhỏ và vừa, do đó không có đủ nguồn

lực tài chính và nhân lực giỏi cần thiết để thực hiện thành công các chiến lược và kế hoạch cạnh tranh với các đối thủ lớn. Tuy nhiên, doanh nghiệp nhỏ và vừa có lợi thế về tính linh hoạt và chủ động trong việc điều chỉnh các hoạt động cũng như quá trình ra quyết định. Dưới đây liệt kê một số khuyến nghị chính mà Địa phương cần chú ý khi thực hiện các dịch vụ công hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thị trường, xúc tiến xuất khẩu:

- *Hỗ trợ cải tiến phương pháp đánh giá điều kiện cầu và dự đoán doanh thu thị trường:* Do hiện tại doanh nghiệp mới chỉ dựa trên những dữ liệu cứng như kết quả kinh doanh, doanh số bán và thống kê để đánh giá cầu, vì thế nó chỉ phản ánh được kết quả quá khứ mà không chỉ ra được động thái tương lai. Giải pháp ưu tiên cho lựa chọn phương pháp là đưa nhóm phương pháp xác định kỳ vọng và nhu cầu của người dùng, thấu hiểu thông qua lực lượng bán, phương pháp Delphi là nhóm phương pháp ưu tiên bậc nhất. Sử dụng phương pháp thử hàng mẫu và lấy ý kiến các lãnh đạo doanh nghiệp. Phương pháp thu thập thông tin dựa trên dữ liệu cứng và dữ liệu quá khứ trở thành nhóm phương pháp ưu tiên bậc ba. Tuy nhiên, trong quá trình phân tích, để có được cái nhìn toàn diện, cần tiếp cận theo nhiều chiều khác nhau. Nghĩa là sử dụng tất cả các phương pháp, nhưng đưa ra thứ bậc ưu tiên lựa chọn cho các phương pháp theo cách luận giải ở đây để đạt được hiệu quả tốt nhất cho mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp.

- *Hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi sự tập trung đầu tư để xác định các nhóm yếu tố ảnh hưởng đến điều kiện cầu:* Đối với điều kiện về nhu cầu, sự thay đổi trong tiêu dùng được quyết định bởi bản thân nhu cầu tiêu dùng sản phẩm cuối cùng và hệ thống kênh cũng như các hoạt động xúc tiến qua kênh. Tuy nhiên, do lập luận rằng doanh nghiệp muốn tìm kiếm các phân đoạn thị trường thích hợp về mặt giá trị vô hình thay vì giá cả, do đó, muốn thấu hiểu phân đoạn thị trường mà mình theo đuổi, doanh nghiệp cần quan tâm đến những nhóm nhân tố khác ngoài hệ quy chiếu dành cho đặc tính sản phẩm.

- *Hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi hệ thống kênh phân phối sản phẩm:* Để tiết kiệm các chi phí trung gian, xã hội chuyển hướng từ các kênh truyền thống sang các kênh hiện đại. Vì thế, doanh nghiệp phải tập trung đẩy mạnh đưa hàng vào hệ thống bán lẻ, siêu thị và bán hàng trực tuyến cần ưu tiên bậc nhất; trong khi nhóm bán hàng qua các nhà phân phối, qua đại lý, qua các nhà bán buôn và các nhà nhập khẩu sẽ được dần đẩy xuống bậc ưu tiên thấp hơn. Nhóm ưu tiên bậc cuối chủ yếu tập trung vào hình thức bán hàng trực tiếp thông qua nhân viên, thông qua điện thoại và catalog.

- *Hỗ trợ doanh nghiệp cải thiện chiến lược định giá sản phẩm:* Một lộ trình xuyên suốt của nhóm giải pháp là sau khi đã xác định và định vị được nhu cầu trong phân đoạn riêng lẻ, thấu hiểu cách tiếp cận hiệu quả thì phải xác định được chiến lược giá thích hợp. Do đặc điểm của doanh nghiệp Việt Nam là nhỏ và yếu về nhiều mặt nên không thể thực hiện chiến lược giá hạ (giảm thiểu chi phí để giảm giá liên tục cạnh tranh với đối thủ). Vì vậy, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam phải chuyển đổi sang các chiến lược định giá phân biệt theo từng phân khúc thị trường và đó là ưu tiên nhất. Trong khi cách thức định giá đối sánh với giá có sẵn trên thị trường sẽ xuống hàng ưu tiên thứ hai cùng với việc xem xét đối sánh với các đối thủ cạnh tranh. Trò chơi về giá là một trò chơi kinh tế đặc biệt thiệt hại cho doanh nghiệp quy mô nhỏ mà thực hiện chiến lược giảm giá. Do đó, doanh nghiệp không thực hiện việc giảm giá liên tục trong một khoảng thời gian dài hay bán giá dưới chi phí.

- Thúc đẩy sự phát triển ngành công nghiệp phụ trợ và hỗ trợ doanh nghiệp tiến hành thay đổi cơ cấu nguồn nguyên liệu và sản phẩm đầu vào: Việc điều tiết và quy hoạch vùng nguyên liệu là một điều quan trọng nhằm ổn định đầu vào và đảm bảo năng suất ổn định đồng đều về chất lượng. Trong khi đó, việc mua gom sẽ bị hạn chế do tăng chi phí trung gian và chất lượng không đồng đều, không ổn định; việc tự nuôi trồng gặp phải trở ngại do khả năng tiếp cận và mở rộng quỹ đất. Do đó, xét trong bối cảnh hội nhập, coi thị trường Việt Nam là một phần không tách rời của thị trường toàn cầu thì việc mua nguyên liệu tại Việt Nam hay nhập khẩu nguyên liệu tại nước ngoài đều đơn giản và chỉ cần tuân thủ các nguyên tắc đảm bảo số lượng chất lượng đầu vào cũng như hiệu quả chi phí. Do chi phí biên trong sản xuất nguyên liệu đầu vào của một số sản phẩm Việt Nam cao hơn chi phí biên của quốc gia khác, khi thương mại tự do hơn, hàng hóa sẽ dịch chuyển đến nơi tốt nhất cần thiết. Và việc ứng dụng cách thức tạo nguồn nguyên liệu đầu vào do doanh nghiệp chủ động nắm bắt bằng cách nhập khẩu.

Tận dụng các lợi thế hỗ trợ từ các Tổ chức xúc tiến xuất khẩu trong và ngoài nước. Mạng lưới các tổ chức xúc tiến thương mại và hỗ trợ doanh nghiệp ở trong nước đã khá đầy đủ và toàn diện từ cấp trung ương đến địa phương hay ngành hàng. Mặc dù chất lượng dịch vụ cung cấp của các tổ chức này còn hạn chế, tuy nhiên, với vai trò là tổ chức trung gian hay đại diện cho một ngành, một địa phương nên các tổ chức này đủ "chính danh" và thẩm quyền để có thể thực hiện một số hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp cũng như đại diện cho doanh nghiệp trong việc tiếp cận và sử dụng các dịch vụ dùng chung hoặc các chính sách ưu đãi cần thiết.

Bên cạnh việc mỗi địa phương hiện nay đều có Cơ quan chịu trách nhiệm đối với hoạt động xúc tiến thương mại, du lịch và đầu tư, thì kết nối của các Trung tâm này với nhau và với các cơ quan quốc tế còn hạn chế. Đối với các nước phát triển, Chính phủ không chỉ thành lập tổ chức xúc tiến xuất khẩu mà họ còn có tổ chức xúc tiến nhập khẩu, ví dụ như CBI của Hà Lan. Do đó, các tổ chức này có chức năng hỗ trợ doanh nghiệp các quốc gia khác tìm kiếm đối tác để có thể bán được hàng vào quốc gia họ. Bản thân JETRO Nhật Bản cũng đã tổ chức triển lãm ngược và các hoạt động trưng bày nhu cầu mua sắm từ Nhật Bản đối với các công ty Việt Nam. Một số phòng trưng bày hoặc các tổ chức xúc tiến thương mại hỗ trợ doanh nghiệp các nước khác theo hướng xúc tiến nhập khẩu có thể được thực hiện thông qua các tổ chức xúc tiến thương mại. Do đó, doanh nghiệp cũng cần cập nhật thường xuyên các thông tin hỗ trợ từ phía các tổ chức xúc tiến thương mại và hỗ trợ doanh nghiệp để xem xét khả năng tham gia phù hợp.

Cải thiện các Chương trình khuyến khích xuất khẩu của Địa phương

Thể chế và môi trường hỗ trợ doanh nghiệp kinh doanh và phát triển xuất khẩu đã được nhiều quốc gia và nền kinh tế quan tâm thực hiện. Chính sách hướng ra xuất khẩu nhằm thu nguồn ngoại tệ về cho quốc gia và cải thiện cán cân thanh toán. Mặc dù, trên bình diện toàn cầu, thâm hụt thương mại của quốc gia này là thặng dư thương mại của quốc gia khác, tổng thặng dư và thâm hụt trên toàn cầu là bằng không. Tuy nhiên, đối với một quốc gia thâm hụt cán cân thương mại trong dài hạn sẽ kéo theo việc thâm hụt cán cân thanh toán và tạo áp lực lên tỷ giá và lãi suất.

Đối với Chương trình khuyến khích xuất khẩu:

- (1) *Lập Chương trình hành động cải cách thủ tục hành chính nhằm tạo hành lang pháp lý thông thoáng cho hoạt động kinh doanh xuất khẩu của doanh nghiệp*
- (2) *Chính quyền địa phương tiếp tục tăng cường đầu tư kết cấu hạ tầng phục vụ sản xuất kinh doanh*
- (3) *Đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong xu thế hội nhập và phát triển bền vững, đổi mới mô hình tăng trưởng dựa trên ngành xuất khẩu có hàm lượng giá trị gia tăng cao và mang tính đặc thù cho mỗi địa phương. Trong cùng một ngành công nghệ cao, lại có thể lựa chọn các mũi nhọn riêng cho từng vùng, ví dụ lựa chọn phát triển công nghệ sinh học phân tử trong công nghệ sinh học nói chung.*
- (4) *Phát triển các ngành bổ trợ sản xuất, công nghiệp phụ trợ và chính sách thương mại thuận lợi cho doanh nghiệp xuất khẩu gắn kết với các cụm ngành kinh tế và vùng kinh tế*
- (5) *Chính quyền địa phương với vai trò phối hợp, liên kết các nhà liên quan và đầu tư quảng bá cho các ngành công nghiệp chủ đạo và mũi nhọn của Địa phương.*
- (6) *Tăng cường cơ sở vật chất khoa học - kỹ thuật phục vụ nghiên cứu và phát triển sản phẩm của Địa phương.*

Đối với chính sách hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại

Sự phát triển nhanh chóng của các hoạt động xúc tiến thương mại trong những năm gần đây đã và đang có những đóng góp tích cực hỗ trợ cho các hoạt động sản xuất và kinh doanh, đặc biệt là trong việc mở rộng thị trường đẩy mạnh xuất khẩu. Sự phát triển của các hoạt động xúc tiến thương mại cũng là đòi hỏi khách quan nhằm đáp ứng nhu cầu của cộng đồng doanh nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng quyết liệt của thị trường trong nước và quốc tế. Tuy nhiên, chính sự phát triển nhanh chóng đó đã và đang đặt ra nhiều vấn đề bất cập đối với các tổ chức và cơ quan quản lý nhà nước về xúc tiến thương mại, trong đó có hệ thống pháp luật điều chỉnh các hoạt động thương mại nói chung và xúc tiến thương mại nói riêng mặc dù đã hình thành nhưng chưa hoàn chỉnh và trong một số trường hợp chưa theo kịp sự phát triển rất nhanh của thị trường.

Thách thức trong giai đoạn hiện nay đối với công tác xúc tiến thương mại chính là vấn đề hoàn thiện thể chế, nâng cao năng lực của các Tổ chức xúc tiến thương mại và kiện toàn hệ thống xúc tiến thương mại toàn quốc nhằm phát huy hơn nữa hiệu quả của các hoạt động xúc tiến thương mại. Hoàn thiện chính sách hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại phải được dựa trên nền tảng định hướng chiến lược xúc tiến thương mại quốc gia trong một giai đoạn 10 năm. Trên nền tảng chiến lược quốc gia về xúc tiến thương mại, xác định các lộ trình và kế hoạch phù hợp gắn chặt và phù hợp với việc tái cấu trúc ngành kinh tế, chuyển đổi mô hình tăng trưởng kinh tế theo hướng không ngừng nâng cao hàm lượng giá trị gia tăng, tri thức và năng suất trong sản phẩm. Trong khuôn khổ các nội dung chiến lược này sẽ làm rõ các nội dung và chương trình hành động cụ thể hỗ trợ các ngành hàng, các doanh nghiệp trong việc phát triển xuất khẩu cũng như phát triển kinh doanh.

Lành mạnh và thúc đẩy môi trường liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp tại địa phương

Hợp tác đôi bên cùng có lợi đòi hỏi các doanh nghiệp học cách tin tưởng vào nhau ở một chừng mực nào đó và cần có tầm nhìn dài hạn trong chiến lược kinh doanh. Đặc thù của Việt Nam, khi ảnh hưởng của văn hoá kinh doanh nhỏ lẻ manh mún và thái độ với kinh doanh là chộp giật, xôi thì, thì việc bắt tay giữa các doanh nghiệp không thể chỉ là sự tự phát, mà cần có định hướng và vai trò trung gian của các Tổ chức, Hiệp hội tại địa phương và đặc biệt là từ lãnh đạo chính quyền của địa phương đó.

Ngoài các hoạt động tổ chức các hội thảo xúc tiến, tiếp xúc giữa các doanh nghiệp trong nội bộ địa phương, cần có cơ chế khuyến khích và xử phạt đối với các trường hợp gây ảnh hưởng đến cộng đồng doanh nghiệp của địa phương. Cơ chế này tùy thuộc vào môi trường kinh doanh đặc thù mà có thể là sự ưu đãi điều kiện vật chất hoặc là sự ghi nhận đóng góp từ cộng đồng chung.

Cải thiện chất lượng hệ thống phân phối tại địa phương

Hệ thống phân phối thương mại địa phương là kênh tiếp xúc chủ yếu của các doanh nghiệp đối với người tiêu dùng. Chất lượng ở đây nên được hiểu là các điều kiện cứng như cơ sở cơ bản như diện tích mặt sàn, không gian, vị trí và các điều kiện mềm như dịch vụ trông giữ phương tiện, dịch vụ vui chơi giải trí, dịch vụ mua sắm thông minh. Ngoài ra, đảm bảo an ninh và an toàn trong quá trình mua sắm cũng là một điều kiện để tăng thêm chất lượng cảm nhận cho người tiêu dùng địa phương. Hơn nữa, quy hoạch chợ, siêu thị và các trung tâm thương mại cần căn cứ vào dự báo nhu cầu tiêu dùng cũng như hành vi mua sắm lâu đời của người tiêu dùng tại địa phương.

Tăng cường niềm tin cho người tiêu dùng đối với các sản phẩm có nguồn gốc địa phương

Niềm tin tiêu dùng được cấu thành bởi nhiều yếu tố, một trong số đó là trải nghiệm tiêu dùng sản phẩm. Để tạo dựng niềm tin, đòi hỏi quá trình lâu dài và sự cam kết bền bỉ về chất lượng sản phẩm từ phía doanh nghiệp địa phương. Bên cạnh đó, chính quyền địa phương cần có kế hoạch cụ thể và dài hạn về định hướng phát triển cũng như truyền thông cho các sản phẩm đặc trưng của vùng đất mình – bởi đây đồng thời là điểm nhấn và là thứ thu hút đối với người tiêu dùng của các địa phương khác.

Hình 102 Nhóm giải pháp về thương mại

NHÓM GIẢI PHÁP

Về nhân lực	Về tiếp cận tài chính
Đào tạo kỹ năng thực hành giỏi	Tăng cường hình thức hợp tác công tư trong việc đầu tư vào lĩnh vực thương mại và cơ sở hạ tầng thương mại
Nâng cao kiến thức, tri thức về nghề cho cán bộ thương mại của Nhà nước và doanh nghiệp tại địa phương	Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các nguồn vốn quốc tế giá rẻ để đầu tư cho lĩnh vực thương mại
Đẩy mạnh các cơ chế, chính sách bồi dưỡng và đãi ngộ với nhân lực chất lượng cao	Tận dụng tối đa các nguồn vốn chính thức (từ TW và địa phương) để phát triển thương mại
Có chính sách đào tạo và hỗ trợ chuyển đổi nghề nghiệp	Dành nguồn lực ưu tiên trong NSDP để phát triển thương mại địa phương
Phát huy vai trò kết nối cơ hội việc làm đến người lao động thông qua việc nâng cao chất lượng dịch vụ môi giới việc làm, tư vấn việc làm	Thu hút đầu tư vào thương mại địa phương từ doanh nghiệp, cá nhân trên cả nước
Về đầu vào	Về thương mại
Tiếp cận nguồn nguyên vật liệu có chi phí hạ và chất lượng cao	Đa dạng hoá loại hình thương mại và phương thức kinh doanh thương mại
Đa dạng hoá các nguồn nguyên vật liệu để giảm rủi ro	Chuyển dịch hệ thống thương mại từ truyền thống sang hiện đại, từ việc bán hàng trực tiếp sang bán hàng công nghệ cao qua mạng
Tận dụng các nguyên vật liệu tái chế, tái sử dụng	Chuẩn hoá các dịch vụ và hoạt động thương mại tại địa phương
Giảm thiểu chi phí giao dịch xã hội trong lĩnh vực thương mại	Hỗ trợ doanh nghiệp thương mại nâng cao hiệu quả hoạt động
Tiếp cận và đưa vào sử dụng các nguyên vật liệu mới có khả năng thay thế	Hỗ trợ doanh nghiệp thương mại khai thác cơ hội kinh doanh mới, tìm kiếm các đối tác hợp tác đầu tư
Về công nghệ quản lý	Về khả năng đáp ứng yêu cầu của thị trường
Cải cách thủ tục hành chính theo hướng cung cấp dịch vụ công thuận tiện đến người dân và doanh nghiệp	Hỗ trợ doanh nghiệp trong công tác dự báo về xu hướng thị trường và các khuynh hướng thay đổi trong lĩnh vực thương mại
Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, hệ thống quản lý hiện đại, phần mềm quản lý vào công tác quản lý thương mại	Đảm bảo các hoạt động thương mại được đồng bộ, xuyên suốt trong môi trường của địa phương với địa phương khác cũng như với thế giới
Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các công nghệ quản lý hiện đại (ví dụ: ERP, CRM,...) để tăng năng suất và hiệu quả kinh doanh	Hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thương mại bền vững, thương mại xanh
Tiến tới áp dụng các công cụ giám sát công khai của cư dân đối với sản phẩm: chất lượng, nguồn gốc, giá cả,...chống các hành vi gian lận thương mại và hành vi cạnh tranh không lành mạnh	Cung cấp thông tin chi tiết và cập nhật về quy hoạch và phát triển thương mại, các điều chỉnh về quy hoạch thương mại
Tích cực hỗ trợ doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực thương mại	

Nhóm giải pháp thu hút đầu tư

Xác định yếu tố hấp dẫn đầu tư

Mỗi địa phương đều có lợi thế riêng mình để thu hút một nhóm đối tượng riêng đến kinh doanh. Vì vậy, địa phương cần biết rằng vùng đất của mình hấp dẫn nhóm nhà đầu tư nào? vào lĩnh vực gì? và hấp dẫn bởi điều gì? Trên quan điểm nhà đầu tư là tỷ suất sinh lời cao và khả năng thu hồi vốn nhanh. Trong khi các dự án đầu tư bền vững lại cần vốn lớn, thời gian triển khai lâu và đảm bảo việc dự án đầu tư tạo ra của cải vật chất hoặc dịch vụ theo hướng không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Từ đó, mới xác định được hướng phát triển của địa phương mình để hút được nguồn lực đó.

Một số địa phương, do tính chất của khu kinh tế mở, có thể xin các cơ chế đặc thù cho đặc khu kinh tế để các yếu tố này trở thành nhân tố then chốt cho thu hút đầu tư. Tuy nhiên, thường các đặc khu cần phải có quyền lập pháp, tạo ra luật lệ riêng của đặc khu mà không lệ thuộc vào luật pháp của trung ương thì mới có khả năng phát triển nhanh, hiệu quả. Ví dụ: cho phép người nước ngoài mua và sở hữu nhà trong đặc khu, chế độ hai quốc tịch trong đặc khu, không có kiểm soát giao dịch ngân hàng với thế giới trong đặc khu, cho phép mở casino và đánh bài cho người Việt trong đặc khu, tự quyết định về mức lương cho cán bộ công chức quản lý đặc khu theo giá thị trường, biến đặc khu thành 1 công ty tư nhân đa sở hữu trong và ngoài nước,....

Bên cạnh đó, phát triển công nghiệp hỗ trợ là một trong những hướng đi chiến lược nhằm nâng cao giá trị gia tăng của sản xuất công nghiệp, hướng tới ngành công nghiệp phát triển bền vững. Bởi các nhà đầu tư không thể đầu tư toàn diện trên một quy mô lớn cho toàn bộ hệ thống kinh doanh của tỉnh, thay vào đó, họ sẽ cân nhắc đến những yếu tố phụ trợ giúp trong quá trình sản xuất kinh doanh đặt tại địa phương.

Chú trọng triển khai nhiều dự án đầu tư nhằm bảo vệ môi trường và sự phát triển bền vững của tỉnh: thoát nước, xử lý nước thải, đặc biệt là rác thải công nghiệp và hỗ trợ tối đa cho nhà đầu tư. Trường hợp mạnh tay như Bình Dương đề nghị tất cả các nhà máy phải vào Khu Công nghiệp, nơi có hệ thống xử lý nước thải và thu thập rác thải tập trung đảm bảo tiêu chuẩn thay vì các Nhà máy nằm gần các khu dân cư hoặc bên ngoài tự vận hành các hệ thống xả thải riêng không đảm bảo. Hỗ trợ nhà đầu tư đẩy nhanh tiến độ triển khai thực hiện dự án, thúc đẩy chuyển vốn đăng ký sang vốn thực hiện, tập trung giải quyết tốt công tác bồi thường giải phóng mặt bằng để sớm giao mặt bằng cho nhà đầu tư; hỗ trợ đầu tư hạ tầng kỹ thuật ngoài hàng rào dự án, đặc biệt là các tuyến đường giao thông kết nối vào vùng dự án.

Chất lượng và hiệu quả dịch vụ hỗ trợ đầu tư

Tích cực cải cách hành chính và các điều kiện ưu đãi, chủ động thực hiện các giải pháp nhằm cải thiện môi trường đầu tư, tạo môi trường đầu tư thông thoáng, thuận lợi cho các nhà đầu tư, thực hiện theo quy trình một đầu mối và hỗ trợ các nhà đầu tư triển khai thực hiện dự án được thuận lợi nhất. Đồng thời tập trung giải quyết các khó khăn vướng mắc của các nhà đầu tư, tăng cường gỡ gỡ, đối thoại với doanh nghiệp để nắm bắt kịp thời thông tin về khó khăn của doanh nghiệp để có biện pháp hỗ trợ giải quyết kịp thời.

Hiện nay, các trung tâm xúc tiến đầu tư các tỉnh mới làm được một phần công việc là căn cứ trên danh mục các dự án đầu tư tình hình Thủ tướng phê duyệt trong khuôn khổ quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội của tỉnh, dịch sang tiếng Anh và in ấn thành các ấn phẩm tuyên truyền phục vụ cho các đoàn khảo sát trong và ngoài nước. Về dài hạn, địa phương cần đầu tư cho các trung tâm xúc tiến đầu tư về cơ sở vật chất, trang thiết bị

công nghệ và con người có đủ trình độ cũng như ngân sách hàng năm cho các hoạt động xúc tiến để có thể tìm được các nhà đầu tư phù hợp trên thế giới đến đầu tư vào mỗi dự án phù hợp đúng thời điểm dự kiến triển khai của địa phương.

Khả năng tiếp cận vốn và thủ tục giải ngân vốn

Bài toán luẩn quẩn của rất nhiều địa phương khi muốn thúc đẩy hoạt động kinh doanh là không có nhiều doanh nghiệp đáp ứng được các yêu cầu để nhận các chương trình ưu đãi. Ví dụ, doanh nghiệp phải đóng đầy đủ bảo hiểm cho người lao động, trong khi nhiều nhân viên (chủ yếu là lao động phổ thông) chỉ làm việc từ 2 - 3 tháng đã xin nghỉ nên chưa đủ thời gian để đóng bảo hiểm (theo luật phải đủ tối thiểu 6 tháng). Bên cạnh đó, doanh nghiệp thường xuất khẩu ra nước ngoài nên khó có được hóa đơn đầu vào, đầu ra để chứng minh hiệu quả kinh doanh với Ngân hàng. Chưa kể tới tài sản thế chấp đang là đòi hỏi bắt buộc của hầu hết các Ngân hàng ở Việt Nam hiện nay.

Ngoài ra, các doanh nghiệp khó khăn cần vốn thường là các doanh nghiệp mới thành lập, có quy mô nhỏ, kinh nghiệm quản lý về tài chính và về nhân lực còn hạn chế,... dẫn đến mức độ rủi ro khi đầu tư vào những doanh nghiệp này cũng tăng lên. Trong bối cảnh thị trường khó khăn, không phải Ngân hàng nào cũng sẵn sàng mạo hiểm. Mặc dù có nhiều hội thảo và cuộc tiếp xúc giữa Ngân hàng và Doanh nghiệp, song bản thân hai bên vẫn có những lý lẽ riêng mình, mà nếu không bên nào chịu nhún mình thì khó lòng mà hợp tác.

Bên cạnh bài toán tiếp cận vốn, vấn đề thủ tục giải ngân vốn luôn là nội dung đau đầu của các doanh nghiệp. Nguyên nhân là từ giải phóng mặt bằng, đặc biệt là ở các thành phố lớn như Hà Nội, Tp Hồ Chí Minh. Các mâu thuẫn về lợi ích nhóm trong việc bàn giao mặt bằng thi công cho các nhà thầu khiến cho hầu hết các dự án đầu tư đều bị chậm tiến độ. Ngoài ra, là do các chủ đầu tư phải hoàn tất các thủ tục chuẩn bị, hoàn thiện hạ tầng vào công trường, hoàn thiện bản vẽ thi công và trình tư vấn quốc tế, và thậm chí là năng lực của các nhà thầu quốc tế. Việc giải ngân chậm trễ dẫn đến hai tác động xấu: Chủ đầu tư các dự án phải "phình" vốn để đạt mục tiêu ban đầu hoặc chấp nhận "bóp" quy mô để đảm bảo phù hợp với nguồn vốn được phân bổ; thời gian thực hiện dự án bị kéo dài, gây phát sinh thêm chi phí tư vấn. Rõ ràng, hiện tượng này khiến không ít dự án giao thông trọng điểm, quy mô lớn đang phải đối mặt với việc thời gian hoàn vốn kéo dài hơn nhiều so với dự kiến.

Để khắc phục tình trạng trên thì cần xác định rõ: Vai trò, năng lực của chủ đầu tư là tiêu chí ưu tiên hàng đầu đối với các dự án giao thông. Nếu chủ đầu tư làm tốt, chuyên nghiệp thì chắc chắn tiến độ dự án sẽ được cải thiện. Bản thân các địa phương là người nắm rõ nhất tình trạng và tiến độ thực hiện các dự án, do đó, chủ động đề xuất và đưa ra các phương án giải quyết được coi là điều kiện cần để các dự án thực hiện đúng lộ trình.

Năng lực giải ngân vốn còn phụ thuộc vào nguồn lực có khả năng thực thi và triển khai tại địa phương gắn với không chỉ con người mà còn là hệ thống máy móc và trang thiết bị vật chất cũng như điều kiện cơ sở hạ tầng. Đầu tư đến một vùng đất mới thì các điều kiện về cơ sở hạ tầng đặc biệt là giao thông là yếu tố khó khăn với nhà đầu tư. Trong khi các nguồn lực phục vụ của địa phương không đảm bảo khả năng thực hiện nhanh, từng khâu một, điều này làm giảm rất nhiều thời gian giải ngân đầu tư và thực hiện dự án, kéo theo hiệu quả kinh tế không được đảm bảo.

Hành vi cạnh tranh không lành mạnh

Hành vi cạnh tranh không lành mạnh có thể là việc lợi dụng lòng tin của người dân, doanh nghiệp để tiến hành những trục lợi bất chính trong hoạt động kinh doanh, hoặc có thể là việc tung tin đồn, tin sai sự thật gây ảnh hưởng đến các đối thủ cạnh tranh. Ảnh hưởng của hành vi cạnh tranh không lành mạnh này sẽ là điểm trừ tiêu cực tới hình ảnh của cộng đồng doanh nghiệp địa phương nói chung và sự gắn kết giữa doanh nghiệp với các đối tác bên ngoài nói riêng. Do đó, đối với các hành vi cạnh tranh không lành mạnh, Hiệp hội và các Tổ chức tại địa phương cần loại bỏ nghiêm túc những con sâu ảnh hưởng đến uy tín của địa phương, đồng thời, có cơ chế xử phạt phù hợp với tập tục và văn hoá kinh doanh tại địa phương.

Việc tại một số địa phương có nhiều trường hợp “bảo kê” độc quyền cung cấp dịch vụ đầu vào về một số hoạt động khiến cho thị trường kém lành mạnh do không đạt được hiệu quả tối ưu. Các trường hợp này phần nhiều là sản phẩm của một số nhóm lợi ích, mang tính cục bộ tại địa phương. Do đó, chính quyền địa phương phải có quyết tâm cao độ trong việc cải cách thủ tục hành chính, công khai các quyền của doanh nghiệp và đảm bảo quyền lợi doanh nghiệp được thực thi đầy đủ, minh bạch hóa vai trò của cán bộ công chức, đến từng người, nhằm giảm thiểu việc gây áp lực từ việc thực hiện chính sách nhằm đánh đổi lấy một hợp đồng sản phẩm hay cung ứng.

Minh bạch hóa để thu hút đầu tư

Nhà đầu tư quan tâm đến các thủ tục hành chính cần được minh bạch hóa và công khai, được giám sát bởi công chúng. Do đó, nhóm nghiên cứu đề xuất tất cả các địa phương nên cho công bố công khai tất cả các hồ sơ cấp phép, các giấy phép mà địa phương đã cấp lên trên mạng internet, để không chỉ người dân địa phương mà bất kỳ ai cũng có thể giám sát việc thực thi trách nhiệm của chính quyền địa phương trong phục vụ nhân dân. Hồ sơ nào sau cấp phép cũng lưu trên máy tính, vậy không có lý do gì để không thể công khai trong khi mỗi bộ hồ sơ đều được lưu trữ và tham khảo rất nhiều ý kiến các bên liên quan.

Bên cạnh đó, nhằm giảm các chi phí giao dịch xã hội cho doanh nghiệp để thu hút đầu tư, các địa phương nên có cải thiện đơn giản nhưng thiết thực với doanh nghiệp như giảm bớt các giấy tờ công chứng và xác nhận, khai báo và thu thuế VAT tính theo nửa năm hoặc cả năm,...

Hình 103 Nhóm giải pháp về đầu tư

NHÓM GIẢI PHÁP

Về nhân lực	Về tiếp cận tài chính
Đào tạo kỹ năng thực hành giỏi	Hỗ trợ hoạt động huy động vốn từ các nguồn khác nhau
Nâng cao kiến thức, tri thức về nghề cho cán bộ quy hoạch, đầu tư của Nhà nước và doanh nghiệp tại địa phương	Đa dạng hoá các phương thức đầu tư
Đẩy mạnh cơ chế, chính sách bồi dưỡng và đãi ngộ với nhân lực chất lượng cao	Sử dụng hiệu quả các nguồn vốn đầu tư, khai thác nguồn vốn xã hội
Có chính sách đào tạo và hỗ trợ chuyển đổi nghề nghiệp	
Phát huy vai trò kết nối cơ hội việc làm đến người lao động thông qua việc nâng cao chất lượng dịch vụ môi giới việc làm, tư vấn việc làm	
Về đầu vào	Về đầu tư
Nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh	Đa dạng hoá các loại hình đầu tư
Giảm thiểu chi phí giao dịch xã hội trong lĩnh vực đầu tư	Hỗ trợ doanh nghiệp và các đối tác trong quá trình tìm kiếm đối tác kinh doanh và định hướng đầu tư
	Lựa chọn và tìm kiếm các lĩnh vực đầu tư trọng điểm, phù hợp với quy hoạch và tiềm năng của địa phương
Về công nghệ quản lý	Về khả năng đáp ứng yêu cầu của thị trường
Cải cách thủ tục hành chính theo hướng cung cấp dịch vụ công thuận tiện đến người dân và doanh nghiệp	Hỗ trợ doanh nghiệp trong công tác dự báo về xu hướng thị trường và các khuynh hướng thay đổi nhằm phát hiện và khai thác hiệu quả các hướng đầu tư tiềm năng
Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, hệ thống quản lý hiện đại, phần mềm quản lý vào công tác quản lý quy hoạch, đầu tư	Đảm bảo các hoạt động đầu tư được đồng bộ trước, trong và sau trong môi trường địa phương, kết nối với môi trường đầu tư của địa phương khác
Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các công nghệ quản lý hiện đại (ví dụ: ERP, CRM,...) để tăng năng suất và hiệu quả kinh doanh và mở rộng đầu tư	Hỗ trợ doanh nghiệp phát triển kinh doanh bền vững, thực hiện các hoạt động đầu tư trong dài hạn
Minh bạch hoá các thông tin về quy hoạch, các hoạt động và hiệu quả đầu vào các ngành nghề, lĩnh vực tại địa phương	Cung cấp thông tin chi tiết và cập nhật về quy hoạch và các hoạt động đầu tư, các điều chỉnh về quy hoạch
Tích cực hỗ trợ doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chuyển giao công nghệ	

Nhóm các giải pháp thu hút du khách và phát triển du lịch của địa phương

Xác định nhóm đối tượng du khách

Mỗi địa phương có tiềm năng thu hút nhóm đối tượng khách du lịch riêng. Các tỉnh thành miền Bắc với hệ thống di tích lịch sử và nền tư tưởng Phật giáo hấp dẫn với các khách du lịch nội địa theo chiều hướng tâm linh, trở về cội nguồn. Trong khi đó, các tỉnh thành miền Nam với sự đan xen nhiều dân tộc và tôn giáo, các điểm đến văn hoá ít hơn mà thay vào đó là các trung tâm du lịch hiện đại gắn với du lịch biển, du lịch sinh thái. Vì vậy, không hẳn cứ thu hút khách quốc tế là địa phương đó sẽ có lợi thế hơn các địa phương khác mà cần đặt mình vào trong bối cảnh vùng địa lý để hiểu rằng, ai sẽ là người muốn trải nghiệm các thắng cảnh, các danh lam, các di tích của địa phương mình, để từ đó có chiến dịch truyền thông hợp lý và trúng đích.

Chiến lược tiếp thị và truyền thông du lịch

Luôn là điểm được nhắc đến trong các kế hoạch, báo cáo của cơ quan quản lý Nhà nước và đơn vị có liên quan, nhưng thực tế, việc xây dựng hình ảnh du lịch điểm đến địa phương còn yếu và thiếu. Yếu ở khâu lên ý tưởng, xác định mục tiêu và các kênh hiệu quả; thiếu ở quy trình phối kết hợp, quản lý đồng bộ và chuyên nghiệp.

Các chủ thể liên quan đến hoạt động này không chỉ là cơ quan quản lý mà còn là các doanh nghiệp và các cư dân sinh sống tại địa phương. Tăng cường nhận thức, thay đổi hành vi nên được coi là mục tiêu dài hạn mà lãnh đạo địa phương hướng đến để cung cấp một điểm đến du lịch an toàn, chất lượng và phù hợp với đối tượng khách mục tiêu.

Hơn nữa, vấn đề ngân quỹ dành cho truyền thông và tiếp thị du lịch không nên dừng ở ngân sách của Nhà nước, mà cần có sự huy động từ các nhóm trong cộng đồng. Ngoài mục đích khiến cho toàn bộ cộng đồng có liên quan và có trách nhiệm với từng hành động của mình thì đây cũng sẽ là phương án giúp cho hoạt động truyền thông có khả năng được duy trì đều đặn, liên tục và nhất quán.

Hạn chế khó khăn trong phát triển du lịch bền vững tại địa phương

Khó khăn thứ nhất có thể nhìn thấy rất rõ đó là các địa phương Việt Nam chưa có một hệ thống cơ sở hạ tầng bao gồm có đường xá giao thông đi lại, với đủ các tiêu chuẩn an toàn và dễ tiếp cận cho khách du lịch để thực hiện việc di chuyển nhanh chóng, an toàn và thuận tiện. Ví dụ: Vườn Quốc gia Tràm Chim ở Đồng Tháp là một trong những khu vườn có nhiều loài chim quý hiếm, như sếu đầu đỏ, có khu rừng tràm, có đồng lúa ma, đồng cỏ ống. Vườn Quốc gia Tràm Chim được ví như một Đồng Tháp Mười thu hẹp với sự đa dạng cả về động thực vật quý hiếm. Tuy nhiên, để vào được sâu bên trong khu vực và tìm hiểu về sự đa dạng về động thực vật ở vườn, hệ thống đi lại cùng với các tuyến xe bus trong ngày còn chưa thật thuận tiện. Năm trong dự án về việc phát triển vườn trong những năm tới, vườn Tràm Chim dự tính sẽ có dự án gói kín từ sân bay Tân Sơn Nhất tới thẳng Tràm Chim nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch có thể tiếp cận được Tràm Chim một cách dễ dàng. Tuy nhiên việc tiếp cận sâu bên trong vườn có thể gây ảnh hưởng đến một số loài chim di cư.

Khó khăn thứ hai là việc người dân khi ở những khu vực du lịch này thường xâm phạm đến các tài sản của khu vực du lịch mà không ý thức được hết ảnh hưởng lâu dài đến vấn đề môi trường sinh thái và những lợi ích lâu dài cho cộng đồng. Cũng là vấn đề về việc người dân khai thác và sử dụng tài nguyên bên trong của vườn Tràm Chim, người dân trong vùng xâm lấn và đánh bắt cá bằng điện, hay đốt tổ ong lấy mật gây ra cháy rừng, đặc biệt trong mùa khô. Điều này cũng diễn ra tương tự với rừng U Minh Thượng gây trở

ngại rất nhiều cho việc kiểm soát rừng một cách cẩn thận và gặt gao trong những mùa cao điểm.

Việc nâng cao nhận thức đối với người dân và cộng đồng đã được đề cập khá rõ trong tài liệu của tổ chức phi chính phủ như WWF, Care International, Ausaid hay GIZ với những chương trình có mục tiêu thậm chí lớn và cụ thể hơn. Đây cũng là những tổ chức phi chính phủ có nhiều hỗ trợ và đóng góp đối với các vườn quốc gia có sự đặc biệt về đa dạng sinh học trong khu vực đồng bằng sông Mekong. Nhưng qua tìm hiểu và phỏng vấn của chúng tôi đối với bà con vườn quốc gia Cà Mau cho thấy, người dân hoàn toàn hiểu về điều không nên đánh bắt các loại thủy hải sản và đặc biệt những loài còn nhỏ và quý hiếm. Vấn đề rác thải và môi trường cũng được bà con đề cập tới, đó là để dọn lại từng nơi rồi xử lí. Đối với từng loài cây như cây đước, cây mắm, cây tràm, người dân địa phương đều thể hiện sự hiểu biết về giá trị sử dụng, cách chúng xâm lấn ra biển bằng nguồn phù sa do hệ thống kênh rạch mang đến.

Nguyên nhân chính và chủ yếu khiến cho việc phát triển du lịch bền vững ở các địa phương còn gặp nhiều khó khăn và thực hiện chậm chạp là sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan, và đặc biệt là vai trò lãnh đạo địa phương. Phát triển du lịch bền vững đòi hỏi sự tham dự hiểu biết của tất cả những nhóm được ảnh hưởng bởi du lịch, cũng như sự lãnh đạo mạnh mẽ để đảm bảo sự tham gia sâu rộng và xây dựng sự đồng thuận. Đạt được du lịch bền vững là một quá trình liên tục và đòi hỏi sự giám sát không ngừng của những ảnh hưởng, giới thiệu những biện pháp phòng tránh và/ hoặc sửa chữa bất kì khi nào cần thiết. Yếu tố lãnh đạo dường như là một yếu tố còn khá nhạy cảm và khó đề cập ở đây. Một ví dụ điển hình là số lượng khách du lịch hàng năm đến Cà Mau rất lớn với đặc điểm nổi bật của vườn là có Cột mốc tọa độ ở cực Nam của Tổ quốc và vừa trở thành khu Ramsar thứ 2088 của thế giới. Số lượng vé bán hay cách khai thác về du lịch đem lại nguồn thu rất lớn được Sở Văn Hóa tỉnh Cà Mau nắm và quản lí.

Ngược lại, tài nguyên rừng nằm trong phạm vi quản lí của vườn quốc gia, vì vậy bất kì vấn đề gì liên quan đến rừng và tài nguyên, kiểm lâm hay các cán bộ vườn luôn phải chịu trách nhiệm. Ví dụ: việc người dân xâm nhập hay cây đổ. Điều khiến cho việc quản lí này trở nên khó khăn là vườn và cán bộ vườn không nhận được sự hỗ trợ về vật chất của Sở Văn hóa tỉnh Cà Mau. Sự bất hợp lí này cũng khiến cho việc cán bộ nhân viên và nhân dân gặp khó khăn trong việc xây dựng vườn trở thành một nơi giữ được vẻ đẹp đa dạng sinh học thu hút khách du lịch từ khắp mọi nơi.

Phát triển du lịch bền vững là một chính sách lớn, dùng các khu bảo tồn và vườn quốc gia làm chủ lực và mọi nhóm người liên hệ - quản lí các khu bảo tồn và vườn quốc gia, các cơ quan hành chính và an ninh địa phương, chính quyền trung ương trong việc xây dựng cơ sở hạ tầng, các công ty du lịch, các nhân viên làm việc du lịch, đại diện các cộng đồng nhân dân địa phương - tất cả mọi người liên hệ đều phải được huấn luyện và giáo dục kỹ càng, và phải làm việc đồng bộ với nhau. Đồng thời du lịch bền vững có sức thu hút khách nước ngoài rất cao, vì họ muốn thăm những hệ sinh thái đặc biệt, những nền văn hóa đặc biệt, những động vật và thực vật quý hiếm đặc biệt. Cho nên khả năng liên kết với các cơ quan du lịch và công ty du lịch ở nước ngoài là điều tất yếu. Chính vì vậy mà vai trò lãnh đạo chính quyền mạnh mẽ không thể thiếu sót. Trong ví dụ điển hình của Đất Mũi, Cà Mau, tình trạng thiếu phát triển của vùng Đất Mũi cho thấy lãnh đạo Cà Mau (Ủy ban Nhân dân) và lãnh đạo các khu bảo tồn và vườn quốc gia cần làm việc chung để có một chính sách lớn về phát triển du lịch bền vững tại vùng Đất Mũi - dùng cột mốc tọa độ

0, Vườn Quốc Gia Tràm Chim, Rừng Ramsar, rừng tràm, U Minh Thượng, đồng lúa ma, đồng cỏ ống - và làm việc với mọi nhóm được ảnh hưởng từ du lịch bền vững, đặc biệt là các cộng đồng dân cư địa phương, và với chính quyền trung ương để kêu gọi đầu tư cơ sở hạ tầng và các tiện nghi du lịch. Đất Mũi là vùng có rất nhiều tài nguyên sinh thái và cột mốc tọa độ 0 của nước Việt Nam.

Hình 104 Nhóm giải pháp về du lịch

NHÓM GIẢI PHÁP

Về nhân lực	Về tiếp cận tài chính
Đào tạo kỹ năng thực hành giỏi	Tăng cường các hình thức hợp tác trong kinh doanh du lịch (từ cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch đến các dịch vụ du lịch)
Nâng cao kiến thức, tri thức về nghề cho cán bộ văn hoá và du lịch của Nhà nước và doanh nghiệp tại địa phương	Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các nguồn vốn khác nhau để đầu tư vào du lịch
Đẩy mạnh cơ chế, chính sách bồi dưỡng và đãi ngộ với nhân lực chất lượng cao	Dành nguồn lực ưu tiên trong NSDP để phát triển du lịch địa phương
Có chính sách đào tạo và hỗ trợ chuyển đổi nghề nghiệp	Thu hút đầu tư vào du lịch từ doanh nghiệp và các cá nhân trong nước và quốc tế
Phát huy vai trò kết nối cơ hội việc làm đến người lao động thông qua việc nâng cao chất lượng dịch vụ môi giới việc làm, tư vấn việc làm	
Về đầu vào	Về sản phẩm du lịch
Nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch	Lựa chọn và tập trung đầu tư truyền thông cho sản phẩm du lịch chủ lực
Giảm thiểu chi phí giao dịch xã hội trong lĩnh vực du lịch	Kết nối du lịch địa phương với các điểm phụ cận, tạo chuỗi liên kết du lịch và đa dạng hoá lựa chọn cho du khách
Tìm kiếm và khai thác các giá trị văn hoá nổi bật của địa phương gắn với phát triển du lịch	Chuẩn hoá dịch vụ du lịch và các nhà cung cấp dịch vụ
	Đổi mới và đa dạng hoá sản phẩm du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu thay đổi của du khách mục tiêu
Về công nghệ quản lý	Về khả năng đáp ứng yêu cầu của thị trường
Cải cách thủ tục hành chính và giảm thiểu các thủ tục đối với doanh nghiệp và du khách	Hỗ trợ doanh nghiệp trong công tác dự báo về nhu cầu du khách và khả năng khai thác du lịch địa phương trong tương lai
Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, hệ thống quản lý hiện đại, phần mềm quản lý vào công tác quản lý dịch vụ du lịch (dịch vụ lễ hành, lưu trú và vui chơi giải trí)	Đảm bảo các hoạt động du lịch đồng bộ, xuyên suốt và thống nhất với các thông điệp truyền thông
Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các công nghệ quản lý hiện đại (ví dụ: ERP, CRM,...) để tăng năng suất và hiệu quả kinh doanh và mở rộng kinh doanh	Hỗ trợ doanh nghiệp và cá nhân phát triển kinh doanh du lịch
Minh bạch hoá các thông tin về quy hoạch, các điểm đến được lựa chọn để đầu tư cho du lịch	Cung cấp thông tin chi tiết và cập nhật về quy hoạch và các phương án triển khai cụ thể của địa phương về du lịch
Tích cực hỗ trợ doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chuyển giao công nghệ	

Nhóm các giải pháp nhân dụng, lao động việc làm và phát triển cuộc sống địa phương

Hệ thống giáo dục và đào tạo nghề

Chủ yếu lực lượng lao động của Việt Nam đang ở các khu vực nông thôn. Do đó, bài toán đặt ra là đào tạo nghề phi nông nghiệp cho lao động nông thôn. Tuy nhiên, chương trình đào tạo nghề đang gặp rất nhiều khó khăn.

Các ngành nghề đào tạo phi nông nghiệp chỉ mang tính chất truyền nghề hơn là đào tạo nghề như nghề cạo mủ cao su, nhựa thông, kỹ thuật, chăm sóc lúa, trồng ném, trồng chuối, trồng dứa, sắn, ngô, trồng rau an toàn...; kỹ thuật nuôi và phòng trừ bệnh cho bò, lợn, kỹ thuật sử dụng thuốc thú y trong chăn nuôi, nữ công gia chánh... Các nghề này được đào tạo ngắn hạn dưới 3 tháng nên sau khi được đào tạo, người học nghề chỉ áp dụng vào quá trình sản xuất nông nghiệp vốn trước đây đã gắn bó với họ. Các ngành nghề phi nông nghiệp như kỹ thuật chế biến món ăn, kỹ thuật xây dựng, điện tử, điện lạnh, gò hàn, sửa chữa máy nổ, xe máy được đào tạo thời gian ngắn, một số ngành nghề chỉ dừng lại ở mức độ đào tạo sơ cấp. Với thời gian và cấp độ đào tạo nên hầu hết số lao động được đào tạo nghề phi nông nghiệp chưa sống được với nghề đào tạo. Chính vì vậy, câu hỏi đặt ra là có bao nhiêu người được đào tạo nghề tìm được việc làm mới, có thu nhập thêm từ nghề được đào tạo, số hộ gia đình thoát nghèo nhờ đào tạo nghề vẫn đang còn bỏ ngõ.

Nguyên nhân của tình trạng trên là do các cấp, ngành chưa đặc biệt quan tâm đến công tác đào tạo nghề nói chung và đào tạo nghề cho lao động nông thôn nói riêng. Theo quy định mỗi huyện có 1 cán bộ chuyên trách công tác đào tạo nghề lao động nông thôn nhưng đến nay chỉ có 2 địa phương triển khai là Gio Linh và thị xã Quảng Trị, còn lại đều kiêm nhiệm. Một số địa phương, công tác đào tạo nghề cho lao động nông thôn còn nặng tính hình thức, công tác khảo sát và lập kế hoạch dạy nghề có nơi còn chưa sát thực tế. Nhận thức của người dân về học nghề chưa cao. Chương trình, giáo trình đào tạo nghề xây dựng quá đơn giản, chưa phù hợp với mục tiêu đào tạo của nghề và trình độ, khả năng tiếp thu của người học. Giáo viên dạy nghề vừa thiếu vừa không có kinh nghiệm sư phạm dạy nghề. Công tác tổ chức lớp học đôi lúc còn bị buông lỏng nên chất lượng đào tạo nghề còn thấp. Nguồn lực đào tạo nghề đang bị phân tán với nhiều cơ quan, đơn vị, tổ chức cùng tham gia đào tạo nghề cho lao động nông thôn khiến hiệu quả đào tạo giảm sút. Việc nguồn lực đào tạo bị phân tán, không tập trung là nguyên nhân dẫn đến tình trạng có trung tâm được đầu tư, trang bị hệ thống thiết bị dạy nghề nhưng lại thiếu người dạy và ngược lại.

Hiện tại, các trung tâm hướng nghiệp dạy nghề trực thuộc ngành giáo dục tại các huyện thừa giáo viên nhưng lại không có trang thiết bị máy móc, còn các trung tâm dạy nghề tổng hợp có máy móc nhưng thiếu các giáo viên cơ hữu đứng lớp. Việc thiếu giáo viên cơ hữu tại các trung tâm dạy nghề tổng hợp cấp huyện dẫn đến tình trạng không hội đủ điều kiện để cấp phép hoạt động dạy nghề. Hiện tại hầu hết các trung tâm đào tạo nghề cấp huyện vẫn chưa được cấp phép đào tạo nghề. Tuy nhiên, do yêu cầu bức thiết về đào tạo nghề, các trung tâm này vẫn tiến hành hoạt động đào tạo nghề nhưng các học viên sau khi được đào tạo lại không được cấp chứng chỉ nghề. Đây là một thực trạng đáng quan tâm về đào tạo nghề cho lao động nông thôn hiện nay. Mặt khác, trang thiết bị được đầu tư khá đồng bộ nhưng lại "đắp chiếu" nằm chờ do thiếu giáo viên giảng dạy gây xuống cấp, hư hỏng. Một số thiết bị được đầu tư nhưng không thể sử dụng do đã lỗi thời, không phù hợp với thực tiễn đào tạo nghề, gây lãng phí.

Từ thực trạng công tác đào tạo nghề cho lao động nông thôn hiện nay cần phải có những giải pháp mang tính đột phá nhằm tháo gỡ những vướng mắc, tồn tại để đạt được các mục tiêu, lộ trình mà Đề án đào tạo nghề cho lao động nông thôn đã đặt ra. Cụ thể là: Cần có sự phát triển đồng bộ mạng lưới đào tạo nghề cả về số lượng, bậc đào tạo, ngành nghề đào tạo, đi đôi với nâng cao chất lượng đào tạo; định hướng qui hoạch nhu cầu nhân lực gắn với đào tạo nghề; đào tạo theo địa chỉ, đào tạo theo đơn “đặt hàng” giữa các cơ sở đào tạo với doanh nghiệp; giải pháp về thông tin thị trường lao động, kích cầu lao động, xây dựng môi trường lao động; tổ chức các chương trình đào tạo bồi dưỡng để cập nhật kiến thức... Bên cạnh đó, từ góc độ đào tạo, cần những giải pháp về nâng cao chất lượng đào tạo, thay đổi cách đánh giá về kết quả học tập trong trường nghề, về đánh giá xếp loại uy tín các cơ sở đào tạo nghề trên địa bàn, mở rộng cơ hội làm việc cho sinh viên trường nghề...

Hỗ trợ việc làm cho thanh niên

Hiện nay, thanh niên lao động ở khu vực kinh tế ngoài nhà nước chiếm tỷ lệ 87,7%; khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài là 4% (tăng 4 lần so với năm 2000). Trình độ chuyên môn, kỹ thuật của thanh niên tham gia hoạt động kinh tế ngày càng tăng. Cụ thể, lực lượng lao động thanh niên có trình độ trung cấp chuyên nghiệp năm 2008 là 4,1%, năm 2009 là 6,2%, năm 2012 là 7,5%; tương tự qua các năm, trình độ cao đẳng, đại học là 5,5%, 7,8% và 8,7%. Trung bình mỗi năm có khoảng 70 đến 80 nghìn sinh viên cao đẳng, 143 đến 160 nghìn sinh viên đại học tốt nghiệp bổ sung cho lực lượng lao động là thanh niên.

Bên cạnh một số kết quả đạt được, vấn đề lao động và việc làm của thanh niên nông thôn vẫn trong tình trạng thiếu ổn định, thất nghiệp có chiều hướng gia tăng. Số liệu điều tra về lao động và việc làm của thanh niên nông thôn cho thấy cả nước hiện có trên 22,5 triệu thanh niên chiếm 26% dân số, 33,7% lực lượng lao động xã hội thì trong đó 75% là thanh niên nông thôn. Những năm qua, đất nông nghiệp thuộc diện thu hồi để xây dựng các khu công nghiệp, khu chế xuất, khu đô thị, và các công trình công cộng,... tăng mạnh nên thanh niên nông thôn càng thêm thiếu việc làm.

Tại 49 tỉnh, thành phố trong cả nước từ năm 2004 đến năm 2013 đã thu hồi 750.000 héc-ta đất để thực hiện 29.000 dự án đầu tư, trong đó 80% là đất nông nghiệp, 50% diện tích trong số đó là đất thuộc vùng kinh tế trọng điểm, đất đai màu mỡ trồng hai vụ lúa một năm. Điều đáng nói là, đất bị thu hồi đưa vào dự án nhưng không được triển khai kịp thời, đất bị bỏ hoang trong nhiều năm nên “kỳ vọng” của những lao động bị đưa ra khỏi mảnh đất của họ để sau đó sẽ được thu hút vào làm việc tại các khu công nghiệp như lời hứa của các doanh nghiệp bị rơi vào im lặng. Công tác bồi thường, đào tạo chuyển đổi nghề, hỗ trợ giải quyết việc làm, tái định cư,... cũng có nhiều bất cập. Hệ lụy là thanh niên nông thôn vẫn không có việc làm hoặc có việc làm nhưng thu nhập không ổn định bởi công tác đào tạo nghề chưa được đáp ứng đủ để thanh niên có đất bị thu hồi chuyển đổi nghề nghiệp phù hợp. Một bộ phận lớn thanh niên nông thôn không có khả năng tìm kiếm việc làm mới, không chuyển đổi được nghề nên đời sống khó khăn, làm nảy sinh nhiều vấn đề tiêu cực cho xã hội.

Thiếu việc làm, không ít thanh niên nông thôn chơi bời, lêu lổng sa vào cờ bạc, rượu chè, nghiện hút và các tệ nạn xã hội khác. Đây là nhóm người được đánh giá là có nguy cơ cao về các tệ nạn xã hội. Trước những khó khăn về việc làm, nhiều người đã ra thành phố, đến các khu đô thị, khu công nghiệp để tìm kế mưu sinh. Tuy nhiên, đại đa số việc

làm không ổn định, thu nhập bấp bênh, bởi trình độ học vấn thấp, quan hệ xã hội hạn hẹp, ít có điều kiện tiếp cận và sử dụng các tư liệu lao động hiện đại nên họ chỉ có thể làm được những công việc giản đơn theo vụ việc với mức lương thấp, đời sống khó khăn, tạm bợ... Số liệu điều tra xã hội học về lao động và việc làm với đối tượng là lao động thanh niên ở nông thôn thì số người không được đào tạo nghề chiếm 68,4%, số người không có đất để sản xuất - kinh doanh là 53,1%, loại khó khăn tiếp cận các nguồn vốn là 22,3%, thiếu kinh nghiệm sản xuất là 26,5%, thiếu thông tin về thị trường lao động là 23,3%.

Có một thực tế là các doanh nghiệp chưa coi thanh niên nông thôn là lực lượng lao động chủ chốt nên chưa nhiệt tình và tin cậy để hỗ trợ tài chính cho các hoạt động sản xuất - kinh doanh. Số thanh niên được vay vốn để phát triển sản xuất chưa nhiều. Việc phổ biến nghề mới, đào tạo nghề, tư vấn nghề và hỗ trợ các kỹ năng nghề cũng như hỗ trợ, khuyến khích đầu tư vào khu vực nông thôn còn rất hạn chế.

Một bất cập khác cần quan tâm là trình độ học vấn, nhận thức, năng lực quản lý, trách nhiệm của cấp ủy đảng, chính quyền và Đoàn Thanh niên ở cơ sở nông thôn còn hạn chế, dẫn đến tình trạng thiếu khả năng tìm cách giải quyết việc làm cho thanh niên, thậm chí trong quá trình thực thi làm chính sách, pháp luật còn có sai lệch, tiêu cực, như cục bộ, bảo thủ, lạch hậu, chậm đổi mới, không thu hút và giữ chân được lực lượng lao động trẻ đã qua đào tạo có năng lực làm việc tại địa phương.

Giải pháp khắc phục đối với các cơ quan quản lý và Hiệp hội, Tổ chức của địa phương

Cần xây dựng chương trình việc làm trên cơ sở phát triển sản xuất, các chương trình kinh tế - xã hội trên địa bàn. Chương trình được xây dựng ở ba cấp: tỉnh, huyện, xã; gắn kế hoạch sản xuất với kế hoạch giải quyết việc làm cho thanh niên nông thôn.

Chú trọng giáo dục ý thức tổ chức, kỷ luật, kỹ năng lao động, tay nghề, ngoại ngữ cho thanh niên ở các doanh nghiệp có vốn đầu tư của nước ngoài và thanh niên đi lao động theo hợp đồng có thời hạn ở ngoài nước; đồng thời, có biện pháp quản lý, giáo dục, giúp đỡ cho thanh niên nông thôn.

Có cơ chế và chính sách linh hoạt để huy động từ nhiều nguồn lực để tăng vốn Quỹ quốc gia hỗ trợ việc làm cho thanh niên nông thôn; đầu tư ngân sách thỏa đáng để mở rộng mạng lưới dạy nghề, phổ cập nghề cho thanh niên, hỗ trợ vốn cho doanh nhân trẻ nông thôn. Có chính sách tín dụng ưu đãi cho các cơ sở dạy nghề, đặc biệt là các nghề kỹ thuật cao. Đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng dịch vụ thị trường lao động, tín dụng ưu đãi cho thanh niên nông thôn vay vốn tạo việc làm. Tạo môi trường thuận lợi và khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư vào khu vực nông thôn để phát triển sản xuất, tạo việc làm mới, tăng thu nhập cho thanh niên nông thôn cải thiện đời sống.

Xây dựng chiến lược truyền thông quốc gia về định hướng nghề nghiệp và việc làm cho thanh niên nông thôn, trong đó chú trọng những thông tin về thị trường lao động, cung cấp cho họ những số liệu tin cậy về lao động, việc làm đến các địa phương để có căn cứ xây dựng chương trình hướng nghiệp cho thanh niên nông thôn, giúp họ có điều kiện tiếp xúc với thông tin và những cơ hội tìm kiếm việc làm một cách đầy đủ và chính xác. Mở rộng các hình thức tư vấn nghề, nâng cao năng lực cũng như hiệu quả hoạt động các trung tâm dịch vụ việc làm cho thanh niên nông thôn.

Đào tạo, nâng cao kiến thức và năng lực cho đội ngũ cán bộ cơ sở theo định hướng chuẩn hóa đội ngũ này. Nội dung đào tạo, bồi dưỡng cho đội ngũ cán bộ xã chủ yếu là kiến thức pháp luật, quản lý kinh tế - xã hội, kỹ năng tổ chức thực hiện các chủ trương, đề án của cấp trên ở địa bàn thôn, xã.

Hoàn thiện hệ thống an sinh xã hội từ cơ sở. Hệ thống an sinh xã hội cần tập trung vào các chính sách đối với lao động nông thôn bị mất việc làm, thiếu việc làm do có đất bị thu hồi hoặc gặp rủi ro bởi những bất cập khi xây dựng các khu công nghiệp và đô thị hóa đối với lao động dôi dư và các chính sách về bảo hiểm xã hội, đặc biệt là bảo hiểm thất nghiệp.

Chính sách nhân dụng của địa phương

Thực tế, những người lao động có trình độ chuyên môn và kỹ năng tốt thường dồn về hai trung tâm lớn là Hà Nội và Tp Hồ Chí Minh. Điều này dẫn đến tình trạng các địa phương khác bị thiếu hụt nguồn nhân lực giỏi trên nhiều lĩnh vực, gây ra khó khăn trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội và là rào cản cho quá trình hội nhập KTQT của địa phương. Để khắc phục và giảm bớt điều này, mỗi địa phương cần nhận thức rõ hai vấn đề chính yếu sẽ tạo nên sức kéo hoặc lực đẩy đối với người lao động. Đó là trách nhiệm của người đứng đầu và cơ chế chính sách.

Về trách nhiệm của người đứng đầu cơ quan, đơn vị. Để xây dựng chính sách khuyến khích tài năng và thu hút người có trình độ cao. Trước hết, cần xác định được các tiêu chí để đánh giá, xác định người tài, bên cạnh đó cũng cần xác định rõ lĩnh vực, chuyên ngành, trình độ đào tạo nào cần khuyến khích, thu hút. Thực tế cho thấy việc này không thể chỉ dựa vào một số cán bộ làm công tác tổ chức - cán bộ, mà thủ trưởng cơ quan, đơn vị phải đích thân thực hiện; coi đây là trách nhiệm của cá nhân với tổ chức, với sự nghiệp chung của đất nước. Người lãnh đạo, lấy sự phát triển của đất nước làm trọng, giữ vững tinh thần đổi mới, khắc phục triệt để tư duy giáo điều, duy ý chí.

Thứ hai, về thể chế, chính sách: (i) Chính phủ sớm quy định cụ thể chính sách đối với người có tài năng, làm cơ sở để địa phương xây dựng và hoàn thiện chính sách thu hút, sử dụng, đãi ngộ người tài phù hợp với điều kiện cụ thể của địa phương. (ii) hoàn thiện chính sách quản lý cán bộ, công chức, viên chức; đổi mới chế độ đánh giá cán bộ, công chức hàng năm theo hướng gắn với hiệu quả công việc; đề cao vai trò trách nhiệm đánh giá cán bộ, công chức, viên chức của người được giao thẩm quyền quản lý, sử dụng. (iii) cải cách cơ bản chế độ tiền lương, tiền tệ hoá tiền lương và các chế độ theo lương; ban hành chính sách về nhà ở, nhà công vụ đối với những người tài năng, có trình độ cao.

Trọng dụng nhân tài cần tiếp tục đổi mới tư duy về nhân tài, về vai trò của nhân tài đối với sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước. Cần xây dựng một hệ thống chính sách đồng bộ, có giải pháp mạnh về bồi dưỡng, thu hút, sử dụng nhân tài; xây dựng các thiết chế đặc thù để đào tạo, bồi dưỡng; có chính sách khuyến khích việc phát hiện và tiến cử nhân tài; tạo điều kiện thuận lợi để người tài phát huy được năng lực, sở trường; đãi ngộ xứng đáng công sức, thành quả họ mang lại. Nhìn xa hơn, hiền tài phải được hướng tới lớp người trẻ tuổi bởi vì họ mới là lớp người có khả năng tiếp thu cái mới, sáng tạo, tràn đầy nhiệt huyết và khát vọng cống hiến cho đất nước, cho dân tộc. Để phát triển đất nước, nhất thiết phải phát hiện, bồi dưỡng, trọng dụng nhân tài.

Hình 105 Nhóm giải pháp về lao động

NHÓM GIẢI PHÁP

Về nhân lực	Về tiếp cận tài chính
Đào tạo kỹ năng thực hành giỏi	Dành nguồn lực ưu tiên trong NSDP để phát triển và nâng cao chất lượng các dịch vụ hỗ trợ người lao động
Nâng cao kiến thức, tri thức về nghề cho cán bộ tổ chức và nhân sự của Nhà nước và doanh nghiệp tại địa phương	Tìm kiếm và khai thác các nguồn đầu tư vào chất xám lao động tại địa phương
Đẩy mạnh cơ chế, chính sách bồi dưỡng và đãi ngộ với nhân lực chất lượng cao	
Có chính sách đào tạo và hỗ trợ chuyển đổi nghề nghiệp	
Phát huy vai trò kết nối cơ hội việc làm đến người lao động thông qua việc nâng cao chất lượng dịch vụ môi giới việc làm, tư vấn việc làm	
Về đầu vào	Về lao động
Nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng cho hoạt động sinh sống và kinh doanh tại địa phương	Lựa chọn và định hướng có tính tập trung người lao động đối với ngành nghề là trọng điểm đầu tư của địa phương
Giảm thiểu chi phí giao dịch xã hội	Kết nối các nguồn lao động của địa phương và các vùng phụ cận nhằm đảm bảo nguồn cung lao động cho doanh nghiệp
	Chuẩn hoá các yêu cầu về kỹ năng và kiến thức của người lao động
Về công nghệ quản lý	Về khả năng đáp ứng yêu cầu của thị trường
Cải cách thủ tục hành chính và giảm thiểu các thủ tục đối với doanh nghiệp, người dân và người lao động	Hỗ trợ người lao động định hướng nghề nghiệp cùng với các thông tin cần thiết về nhu cầu thị trường lao động
Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, hệ thống quản lý hiện đại, phần mềm quản lý vào công tác quản lý người lao động	Tạo điều kiện phát triển và dành các ưu đãi đối với các ngành nghề cần lao động có tay nghề và kiến thức chuyên môn cao
Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các công nghệ quản lý hiện đại (ví dụ: ERP, CRM, ...) để tăng năng suất và hiệu quả kinh doanh và mở rộng kinh doanh	Cung cấp thông tin chi tiết về chiến lược phát triển nguồn nhân lực của địa phương
Giám sát và minh bạch hoá các thông tin về các chế độ đãi ngộ cơ bản, các điều kiện làm việc cùng các quy định đối với người lao động và người sử dụng lao động	Tích cực hỗ trợ doanh nghiệp trong quá trình tuyển dụng và người lao động trong quá trình tìm việc
Phối kết hợp đồng bộ, xuyên suốt và thống nhất với các chương trình đào tạo kiến thức, kỹ năng thực hành	

Nhóm các giải pháp về phát triển cơ sở hạ tầng phù hợp với định hướng và tầm nhìn phát triển địa phương

Hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại có một tầm quan trọng đặc biệt đối với sự phát triển của mọi nền kinh tế, vì nó đảm bảo vận tải nhanh chóng với chi phí thấp, đảm bảo các quan hệ liên lạc thông suốt kịp thời, cung cấp đủ điện nước cho toàn bộ hoạt động của nền kinh tế đất nước... Chính vì tầm quan trọng như vậy, nên các quốc gia phát triển đã ngay từ đầu ưu tiên xây dựng cơ sở hạ tầng hiện đại trong một thời gian ngắn 20-30 năm, tạo ra những tiền đề cho sự bứt phá phát triển. Đối với Việt Nam nói chung và các địa phương nói riêng, hệ thống cơ sở hạ tầng được ví như mạch máu nối liền các cơ quan của một khối thể với nhau.

Tuy nhiên, xuất phát từ thực tế, nhận thấy rằng phát triển cơ sở hạ tầng của địa phương nói riêng đang gặp một số vấn đề sau:

Thứ nhất, công tác quy hoạch xây dựng cơ sở hạ tầng. Đây được ví như hoa tiêu dẫn đường cho định hướng phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Trong công tác quy hoạch xây dựng cơ sở hạ tầng của địa phương Việt Nam hiện còn nhiều khiếm khuyết như: thiếu quy hoạch đồng bộ tổng thể, thiếu hợp tác liên kết với các tổ chức quy hoạch hàng đầu thế giới, việc làm quy hoạch có tính khép kín trong các ngành và lĩnh vực có tính kỹ thuật, thiếu một tầm nhìn kinh tế tổng thể.

Thứ hai, định hướng phát triển giao thông vận tải nên theo các hướng: Trước hết các đường giao thông nên trước hết theo hướng Đông – Tây, hướng ra các cảng biển. Vận tải hàng hoá phải lấy vận tải đường biển là chính, Việt Nam có 3260 km bờ biển với hàng chục cảng biển nối với nhiều con sông vào sâu nội địa. Vận tải thủy, pha sông biển, đa phương thức kết hợp phải là định hướng chính, vừa đảm bảo chi phí thấp, vừa giảm tải cho các tuyến đường bộ, đường sắt. Hệ thống đường sắt phải được hiện đại hoá theo hướng nâng tốc độ tàu chạy trên 100 km.giờ, với hai chiều, xây thêm các tuyến đường sắt mới theo hướng Đông Tây. Hệ thống vận tải hàng không phải được điều chỉnh theo hướng – liên kết với các hãng hàng không quốc tế mở thẳng đường bay từ Hà Nội, Tp Hồ Chí Minh đến tất cả các thành phố lớn trên thế giới, cần có phương án mở cửa bầu trời cho vận tải hàng hoá quốc tế, xây dựng một số sân bay quốc tế hiện đại – có thể kêu gọi vốn FDI ngang tầm khu vực.

Thứ ba, quy hoạch phát triển đô thị phải theo quy hoạch phát triển hạ tầng cơ sở. Các đô thị Việt Nam hiện phát triển đã vượt qua các hạ tầng cơ sở, đô thị hoá đã đi xa hơn tốc độ phát triển hạ tầng cơ sở. Tình trạng tắc nghẽn giao thông, thiếu điện, thiếu nước là điều khó tránh khỏi. Do vậy quy hoạch phát triển hạ tầng cơ sở phải đi trước, và quy hoạch xây dựng đô thị phải dựa trên quy hoạch hạ tầng cơ sở.

Quy hoạch hệ thống cơ sở hạ tầng

Về nguyên tắc, nội dung của quy hoạch kết cấu hạ tầng trong quy hoạch vùng cũng tương tự như nội dung quy hoạch các ngành, lĩnh vực này trên phạm vi toàn quốc. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng, kết cấu hạ tầng, nhất là kết cấu hạ tầng kỹ thuật (hạ tầng kinh tế), có những đặc điểm cần đặc biệt quan tâm trong nghiên cứu. Cụ thể là:

Tính hệ thống cao. Kết cấu hạ tầng mang tính hệ thống chẳng những trong nội bộ một phân ngành, mà còn đối với cả lĩnh vực (ngành) kết cấu hạ tầng. Ngành điện là một ví dụ về tính hệ thống rất cao trong một phân ngành kết cấu hạ tầng. Hạ tầng giao thông là một ví dụ khác. Để đảm bảo hiệu quả trong phát triển và khai thác các dịch vụ vận tải,

kết cấu hạ tầng giao thông phải được đầu tư phát triển đảm bảo tính hệ thống nhằm phát triển vận tải đa phương thức, logistics, nâng cao hiệu quả vận tải...

Tính vượt trước. Đây là vấn đề quan trọng. Khi xác định hướng khai thác lãnh thổ giàu tiềm năng, nhưng kinh tế còn kém phát triển (nói cách khác là các hoạt động kinh tế - xã hội còn nghèo), việc đầu tư kết cấu hạ tầng kỹ thuật, đặc biệt là giao thông... sẽ mở đường cho các hoạt động kinh tế - xã hội phát triển. Tính chất này đặc biệt quan trọng, đòi hỏi phải có tầm nhìn dài hạn. Tuy nhiên, tầm nhìn về phát triển kết cấu hạ tầng vốn phụ thuộc vào ý đồ khai thác và phát triển kinh tế - xã hội theo lãnh thổ. Vấn đề đặt ra là phát triển kết cấu hạ tầng đi trước (vượt trước) như thế nào?

Tính hiện đại. Các công trình kết cấu hạ tầng thường tồn tại và có ảnh hưởng lâu dài đến phát triển kinh tế - xã hội. Việc xác định rõ xu thế phát triển (tiến bộ về khoa học công nghệ), xác định rõ những yếu tố nền tảng về kỹ thuật công nghệ, để đảm bảo các công trình kết cấu hạ tầng không bị lạc hậu và dễ dàng được hiện đại hoá là hết sức quan trọng, đảm bảo hiệu quả lâu dài của công trình kết cấu hạ tầng và tiết kiệm với đầu tư...

Đầu tư và nâng cấp hệ thống giao thông

Huy động mạnh mẽ vốn ngoài ngân sách cho hệ thống giao thông. Vốn ngân sách dành cho ngành Giao thông vận tải trong ba năm qua rất hạn chế, chỉ đạt 20% so nhu cầu vốn giai đoạn 2011 - 2015. Để hoàn thành nhiệm vụ phát triển nhanh, đồng bộ hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông trong điều kiện hết sức khó khăn, sự chủ động của địa phương trong xây dựng và triển khai Đề án tái cơ cấu đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng giao thông, tập trung huy động các nguồn vốn ngoài ngân sách theo các hình thức BOT, PPP,... Việc huy động một khối lượng lớn nguồn vốn BOT đã giảm gánh nặng cho ngân sách Nhà nước và tạo thế chủ động trong thực hiện đầu tư, phát triển nhanh kết cấu hạ tầng giao thông theo tinh thần chỉ đạo của Trung ương Đảng, Quốc hội và Chính phủ. Tuy nhiên, để tiếp tục huy động nguồn vốn xã hội này cần có cơ chế và chính sách phù hợp để khuyến khích tham gia của các bên liên quan. Bản thân chính quyền địa phương cũng cần có chế độ khuyến khích và đãi ngộ phù hợp với những đơn vị sẵn sàng tham gia vì lợi ích chung của cộng đồng.

Nâng cao hiệu quả quản lý đầu tư, xây dựng hệ thống giao thông. Tiếp tục hoàn thiện cơ chế quản lý và tổ chức quản lý chất lượng, tiến độ, giá thành xây dựng công trình giao thông; ban hành các tiêu chí đánh giá, xếp hạng năng lực các chủ thể tham gia các dự án xây dựng công trình giao thông; kiểm soát tiến độ, chất lượng, có quy định và hình thức xử lý nghiêm vi phạm trong quản lý chất lượng công trình giao thông,... Nhờ đó, công tác quản lý tiến độ, chất lượng công trình đã có chuyển biến tích cực, không còn tình trạng chậm tiến độ. Nhiều dự án, công trình hoàn thành vượt tiến độ với chất lượng cao, phát huy hiệu quả rõ nét khi đưa vào khai thác.

Thách thức trong quản lý cơ sở hạ tầng

Hội nhập ngày càng sâu rộng đòi hỏi công tác quản lý cơ sở hạ tầng ngày càng tốt hơn. Đồng hành với những lợi ích mà hệ thống cơ sở hạ tầng mang lại là những thách thức mà chính quyền địa phương cần phải xác định rõ ràng, đưa ra phương án xử lý kịp thời và có lộ trình để đảm bảo duy trì môi trường sống cho cư dân của địa phương. Các thách thức chính trong các đô thị lớn hiện nay của địa phương Việt Nam là: thiếu mảng kiến trúc xanh trong đô thị; vấn đề xử lý nước thải công nghiệp, nước thải sinh hoạt, chất thải rắn, ect.

Quá trình đô thị hóa nhanh chóng và gia tăng dân số những năm gần đây đã gây nên tác động xấu đến môi trường đất, nước, không khí. Theo đó là tăng khối lượng rác thải sinh hoạt, mà với hình thức thu gom thủ công như hiện nay thì không chỉ không đủ nhân công để thực hiện mà còn gây ra tình trạng ứ đọng rác, ảnh hưởng đến đất – nước – và không khí.

Bên cạnh đó, việc rác thải sinh hoạt không được phân loại tại nguồn gây nhiều trở ngại cho công tác xử lý. Hầu hết rác thải không nguy hại đều được xử lý bằng giải pháp chôn lấp, không có bất kỳ giải pháp phụ trợ kèm theo, làm phát sinh nhiều vấn đề về môi trường và tiêu tốn quỹ đất sử dụng cho bãi chôn lấp. Cơ sở hạ tầng phục vụ công tác xử lý chất thải nguy hại còn thiếu, chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu của doanh nghiệp. Ngoài ra, một thách thức nữa đặt ra cho các nhà quản lý môi trường là việc nâng cao nhận thức bảo vệ môi trường của người dân cũng như doanh nghiệp trên địa bàn địa phương.

Nói đến đô thị hóa, không thể không nhắc đến việc sử dụng các nguồn năng lượng. Vấn đề năng lượng và an ninh năng lượng luôn là mối quan tâm hàng đầu của các quốc gia trên thế giới. Khi nhu cầu đời sống của con người ngày càng cao, việc sử dụng các nguồn năng lượng ngày càng nhiều. Bài toán đặt ra đối với vấn đề năng lượng là: sử dụng tiết kiệm và hiệu quả nguồn năng lượng hóa thạch kết hợp với ứng dụng, thúc đẩy các mô hình sử dụng nguồn năng lượng tái tạo.

Ngoài ra, các dạng hạ tầng khác như hạ tầng phục vụ thanh toán thẻ - hạ tầng công cộng cũng cần được đề cập đến như một điểm cộng cho hệ thống chính sách an sinh xã hội hiện đại. Thực tế, gần như chỉ các thành phố và khu trung tâm lớn, mạng lưới dịch vụ tài chính – ngân hàng mới hoạt động, còn các khu vực khác chịu sự thiệt thòi hơn rất nhiều. Chưa kể đến chủ yếu các hạ tầng hiện tại mới đang chỉ phục vụ cho những người dân bình thường, còn với các đối tượng chịu nhiều ảnh hưởng hơn thì chưa được phát triển và chú ý.

Hình 106 Nhóm giải pháp về cơ sở hạ tầng

NHÓM GIẢI PHÁP

Về nhân lực	Về tiếp cận tài chính
Đào tạo kỹ năng thực hành giỏi	Dành nguồn lực ưu tiên trong giai đoạn phát triển cụ thể đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ hoạt động kinh doanh và sinh sống của người dân
Nâng cao kiến thức, tri thức về nghề cho cán bộ quy hoạch và xây dựng của Nhà nước và doanh nghiệp tại địa phương	Đa dạng hoá các hình thức đầu tư và nguồn vốn đầu tư vào xây dựng cơ sở hạ tầng
Đẩy mạnh cơ chế, chính sách bồi dưỡng và đãi ngộ với nhân lực chất lượng cao	Thu hút các nguồn vốn xã hội hoá từ doanh nghiệp và các cá nhân
Có chính sách đào tạo và hỗ trợ chuyển đổi nghề nghiệp	
Về đầu vào	Về cơ sở hạ tầng
Đa dạng hoá các nguồn cung vật liệu và phụ liệu phục vụ cho hoạt động xây dựng CSHT	Đảm bảo tính thống nhất trong quy hoạch xây dựng cơ sở hạ tầng và các quy hoạch khác của địa phương
Giảm thiểu chi phí giao dịch xã hội	Phát triển hạ tầng phù hợp với nhu cầu đa dạng của hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp
Đầu tư và phát triển các nguồn vật liệu thay thế, thân thiện với môi trường	
Về công nghệ quản lý	Về khả năng đáp ứng yêu cầu của thị trường
Cải cách thủ tục hành chính và giảm thiểu các thủ tục đối với doanh nghiệp, người dân	Hỗ trợ doanh nghiệp dự báo thị trường tương lai cùng các yêu cầu, đòi hỏi của người dân tiêu dùng tại địa phương
Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, hệ thống quản lý hiện đại, phần mềm quản lý vào công tác quản lý cơ sở hạ tầng	Tạo điều kiện và ưu đãi đối với các doanh nghiệp tham gia đầu tư xây dựng CSHT
Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các công nghệ quản lý hiện đại (ví dụ: ERP, CRM,...) để tăng năng suất và hiệu quả kinh doanh và mở rộng kinh doanh	Cung cấp thông tin chi tiết về chiến lược và kế hoạch đầu tư xây dựng CSHT
Giám sát và minh bạch hoá các thông tin về hoạt động đầu tư xây dựng CSHT	Tích cực hỗ trợ doanh nghiệp và người dân trong việc bảo vệ và khai thác có hiệu quả bền vững đối với hệ thống CSHT của địa phương
Hỗ trợ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chuyển giao công nghệ hiện đại trong xây dựng CSHT	

Nhóm các giải pháp về phát triển văn hóa

Bảo tồn di tích lịch sử và di sản thế giới

Trong những năm qua, di sản thế giới ở nước ta cũng đã thu hút được sự quan tâm của các tổ chức quốc tế, nhất là UNESCO, trong các hoạt động tập huấn, chuyển giao kỹ thuật về bảo tồn di sản. Trong mỗi lo chung của UNESCO về việc tạo ra sự hài hòa giữa bảo tồn di sản văn hóa, di sản thiên nhiên và phát triển du lịch, một số cuộc hội thảo, tập huấn về du lịch bền vững tại các di sản thế giới đã được tổ chức nhằm tạo ra sự an toàn cho di sản trong quá trình phát triển du lịch.

Tuy đã đạt được một số kết quả đáng khích lệ như ở trên, song đối với sự nghiệp bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa và thiên nhiên nói chung, bảo tồn di sản phục vụ phát triển du lịch nói riêng thời gian qua còn lộ ra những bất cập về nhiều mặt. Trước hết, về nhận thức, tâm lý phổ biến của các lãnh đạo chính quyền địa phương khi đề đạt nguyện vọng nâng cấp di tích của địa phương mình lên hạng di tích quốc gia đặc biệt hoặc di sản thế giới, ngoài mong muốn nhận được sự quan tâm đầu tư lớn của Chính phủ vào công tác bảo quản, tu bổ và phục hồi di tích, còn có ý muốn tăng nhanh hoạt động du lịch tại di tích. Qua đó tăng nguồn thu cho ngân sách địa phương, cải thiện một phần đời sống nhân dân. Đây là một nguyện vọng chính đáng, tuy nhiên ở góc độ bảo tồn di sản, nếu việc bảo tồn di sản không được coi trọng ngang bằng hoặc hơn việc khai thác di sản thì sẽ dẫn đến tình trạng phá hoại di sản, làm cho di sản bị xuống cấp, mai một nhanh chóng. Do đó, chúng tôi mong rằng các cấp các ngành và cộng đồng cần quan tâm đến sự cân bằng này.

Về tổ chức bộ máy quản lý di sản, tuy mỗi di sản thế giới đã có một tổ chức quản lý riêng, song quy mô và cơ chế tổ chức của các cơ quan giữa các di sản còn chưa thống nhất. Đội ngũ cán bộ chuyên môn nghiệp vụ ở một số cơ quan quản lý di sản thế giới còn thiếu về số lượng và yếu về chất lượng. Sự thiếu đồng bộ trong tổ chức và đội ngũ cán bộ ảnh hưởng rất rõ đến công tác bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa cũng như tài nguyên du lịch, nhất là ở Quảng Nam, nơi có hai di sản văn hóa thế giới, nhưng có tới ít nhất ba cơ quan nghiệp vụ tham gia quản lý di tích là Trung tâm bảo tồn di sản di tích Quảng Nam trực thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Nam, Trung tâm quản lý bảo tồn di tích Hội An trực thuộc Ủy ban nhân dân thị xã Hội An và Ban quản lý di tích và du lịch Mỹ Sơn trực thuộc Ủy ban nhân dân huyện Duy Xuyên. Sự chông chéo về quản lý và nhiệm vụ đã tạo nên những mâu thuẫn, gây bất lợi cho di sản cả trong công tác bảo tồn di tích và phát triển du lịch. Chính vì thế, chất lượng công tác quản lý di sản cũng còn rất khác nhau. Các di sản thế giới của nước ta được ghi vào danh mục di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới rải ra trong nhiều năm. Do đó có những di sản thế giới như Huế, Hạ Long đã qua hơn mười năm xây dựng và phát triển, trong khi đó Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng mới chỉ được gần một năm. Đơn vị ra đời sau có ưu thế là rút được những bài học của các đơn vị đi trước, nhưng lại phải đối phó với những vấn đề phức tạp nảy sinh mà các di sản trước đó không gặp phải. Đó là sự phát triển "đi trước, đón đầu" của nhân dân và ngành du lịch địa phương, ngay khi biết tin về việc khu di tích được ghi vào danh mục di sản thế giới. Trong khi đó qui hoạch bảo tồn và phát huy giá trị di sản, những qui định cụ thể về quản lý, bảo vệ di sản vẫn còn đang trong quá trình soạn thảo.

Một điều bất cập khác là nhận thức và sự tham gia của cộng đồng vào quá trình bảo tồn và phát huy giá trị di sản chưa thực sự đồng đều, vững chắc và có lợi cho sự nghiệp bảo tồn và phát huy giá trị di sản. Có thể nói, tại địa phương có di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới, về mặt hình thức, phần lớn mọi người đều vui mừng khi địa phương mình có di

sản thế giới, ý thức trách nhiệm của cộng đồng với việc bảo vệ di sản thế giới được nâng lên. Nhưng trên thực tế những nhận thức này chưa tương xứng với nhu cầu bảo vệ di sản thế giới. Cán bộ và người dân địa phương hướng sự quan tâm vào việc khai thác di sản là chính, việc bảo vệ di sản chủ yếu vẫn là những biện pháp hành chính của các cơ quan quản lý. Có thể nói, người dân ở các di sản thế giới quan tâm đến việc được hưởng lợi gì từ di sản thế giới hơn là trách nhiệm và nghĩa vụ của mình đối với việc bảo vệ di sản thế giới là gì?

Đối với ngành du lịch, trong những năm, qua sự phối kết hợp giữa ngành Văn hóa - Thông tin và Du lịch trong việc xây dựng một nền du lịch bền vững tại các di sản văn hóa nói chung, di sản thế giới nói riêng đã có và đạt được nhiều kết quả tốt, nhưng những kết quả đó còn chưa xứng tầm với đòi hỏi phát triển du lịch bền vững tại các di sản thế giới. Sự phối kết hợp còn chưa hài hòa giữa khai thác tài nguyên du lịch và bảo tồn di sản. Vẫn còn tình trạng mạnh ai nấy làm, Chương trình mục tiêu chống xuống cấp và tôn tạo di tích do Bộ Văn hóa - Thông tin chủ trì còn chưa nhận được thông tin đầy đủ từ Chương trình quốc gia về Du lịch và ngược lại. Vì vậy, vẫn còn tình trạng nhiều di tích chưa được đầu tư đồng bộ: Nơi nhận được dự án của du lịch thì di tích chưa được quan tâm, nơi di tích được đầu tư thì dự án của du lịch lại chưa tới.

Một hiện tượng nữa là di tích bị khai thác nhiều gấp nhiều lần đầu tư tu bổ (nếu tính theo kinh phí đầu tư và kinh phí thu được từ dịch vụ và các ngành). Du lịch kéo theo những mặt tiêu cực đối với di sản, những hiểm họa trực tiếp và tiềm năng, ô nhiễm môi trường tự nhiên và xã hội ở các di sản thiên nhiên và di sản văn hóa.

Nhận thức của các cán bộ lãnh đạo chưa cân đối giữa khai thác di tích và đầu tư bảo quản, tu bổ và phục hồi di tích. Chưa có những thái độ tích cực đối với việc tạo sự bền vững cho di tích. Nhiều ngành nghề phát triển tại các di sản thế giới, đời sống kinh tế có phát triển nhưng cũng làm tăng nguy cơ huỷ hoại di tích. Không chỉ chúng ta nhận thức điều này mà chuyên gia UNESCO trong các bản báo cáo giám sát hàng năm của mình cũng đã cảnh báo về những tác động tiêu cực đối với các di sản thế giới của Việt Nam. Điển hình như báo cáo tình trạng bảo tồn di tích của Việt Nam năm 2004 của Ủy ban di sản thế giới. Ba trong năm di sản thế giới của Việt Nam đã bị Ủy ban di sản thế giới cảnh báo về tình trạng bảo tồn di sản. Bên cạnh việc đánh giá những mặt được, tích cực của Chính phủ Việt Nam và chính quyền các địa phương đối với việc bảo tồn di sản thế giới, Ủy ban di sản thế giới có phần đánh giá các tác động tiêu cực đối với di sản thế giới của Việt Nam, trong đó có đánh giá việc phát triển du lịch tại khu vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng, việc quản lý nuôi trồng thủy sản tại Vịnh Hạ Long và việc xây dựng cơ sở hạ tầng và quản lý đô thị tại quần thể di tích kiến trúc Huế.

Ngoài những tác động tiêu cực về mặt xã hội như ô nhiễm môi trường tự nhiên và xã hội (đi điếm, môi giới mại dâm, ăn mày ăn xin, chèo kéo, chặt chém khách, trộm cắp, lừa đảo...), một số ngành nghề thủ công được phục hồi nhưng do nhu cầu phục vụ du lịch nên có không ít hàng chợ, hàng kém chất lượng được tung ra thị trường, gây ảnh hưởng đến hình ảnh của một số ngành nghề thủ công truyền thống, không ít di sản văn hóa phi vật thể bị thương mại hóa, lễ hội bị đưa ra khỏi không gian, thời gian thiêng, bị cắt ngắn hoặc kéo dài để phục vụ nhu cầu du lịch, từ đó hình ảnh của một số lễ hội đã bị hiểu sai rất nhiều. Tương tự như vậy, việc học tập chuyên môn, ngoại ngữ của một số cán bộ, nhân viên hời hợt chỉ nhằm phục vụ những lợi ích trước mắt, chứ không chú ý chuyên sâu, nâng cao thường xuyên để đáp ứng những đòi hỏi chuyên môn cao của ngành.

Xuất phát từ những thực trạng nêu trên của các di sản thế giới ở nước ta nói chung trong mối quan hệ với hoạt động du lịch thời gian qua, một số đề xuất cần được xem xét:

Bên cạnh việc ngành văn hóa và chính quyền địa phương phải tập trung hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật, thống nhất tổ chức bộ máy quản lý, tăng cường đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng nhiệm vụ bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới. Một điều ai cũng biết, nhưng ít khi thực hiện, hoặc nói cho có lệ rồi bỏ qua, nói xong mọi việc đâu lại hoàn đó. Đó là cần nhìn nhận đánh giá lại các mặt tích cực và tiêu cực trong việc bảo tồn và phát huy giá trị di sản thế giới phục vụ phát triển và ngược lại tác động của quá trình phát triển đối với di sản, rút ra các bài học kinh nghiệm. Phát huy mặt tích cực, hạn chế tiến tới kiểm soát hoàn toàn những tác động tiêu cực.

Tăng cường hợp tác giữa các cấp, các ngành ở trung ương và địa phương, trước hết là giữa ngành du lịch và bảo tồn di sản văn hóa để tạo ra sự phát triển du lịch thực sự bền vững. Cần lồng ghép tốt giữa Chương trình mục tiêu quốc gia về chống xuống cấp và tôn tạo di tích, bảo tồn di sản văn hóa phi vật thể và Chương trình quốc gia về du lịch, các chương trình về môi trường, phát triển rừng, giáo dục, các quy hoạch phát triển kinh tế xã hội tại các khu vực có di sản thế giới.

Tăng cường hợp tác trong lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực, song song với quá trình đào tạo các cán bộ chuyên môn, cần có kế hoạch tập huấn về chuyên môn và thái độ ứng xử đối với di sản, với khách tham quan cho cán bộ và nhân dân các địa phương có di sản thế giới, các đối tượng tham gia khai thác du lịch tại các di sản thế giới - không chỉ cán bộ du lịch mà cả đối với những người bán hàng, dân địa phương, những người đạp xích lô, lái "xe ôm", hướng dẫn du lịch tự do.v.v. để thực sự tạo ra những hoạt động du lịch bền vững tại các khu di sản thế giới.

Tập trung đầu tư có trọng điểm cho việc bảo quản, tu bổ, phục hồi những điểm di tích vật thể, nghiên cứu, lập hồ sơ, tư liệu và phục hồi các di sản văn hóa phi vật thể quan trọng tại các khu di sản thế giới. Đầu tư chiều sâu cho việc duy trì một số ngành nghề thủ công và lễ hội, nghệ thuật trình diễn tiêu biểu độc đáo tại các khu di sản.

Phối hợp chặt chẽ giữa các ngành như giao thông vận tải, hàng không, xây dựng, lao động - thương binh và xã hội, công an, thủy sản... và các cơ quan địa phương đảm bảo cho môi trường di sản thế giới (cả môi trường thiên nhiên và môi trường xã hội) được trong sạch. Tạo sự ổn định, bền vững cho di sản và sự an toàn cho khách tham quan du lịch, tránh chông chéo, thiếu hiệu quả.

Duy trì và phát huy lễ hội truyền thống

Từ bao đời nay, lễ hội luôn giữ vai trò như sợi dây gắn kết cộng đồng, tạo dựng không gian văn hóa vừa trang trọng, linh thiêng, vừa tưng bừng, náo nức. Lễ hội trở thành nơi công chúng đến với lịch sử cha ông, trở về với cội nguồn dân tộc, tưởng nhớ công ơn người đi trước, cầu mong những điều tốt lành. Đồng thời là nơi người dân được vui chơi, giải tỏa, bù đắp về tinh thần. Tuy nhiên thời gian qua, từ thực trạng của hoạt động lễ hội, dường như ý nghĩa thiêng liêng đó đã ít nhiều suy giảm trước sự xâm lấn của yếu tố xã hội hóa, thương mại hóa và các hiện tượng tiêu cực khác.

Có một điều cần quan tâm là hằng năm, các lễ hội lớn như: chùa Hương (Hà Nội), Yên Tử (Quảng Ninh), đền Hùng (Phú Thọ), Bà Đen (Tây Ninh), đền Trần và Phủ Dầy (Nam Định), Chùa Bà (Bình Dương), đền Bà Chúa Kho (Bắc Ninh)... thường thu hút hàng triệu

khách thập phương hành hương dự lễ, nhưng chắc cũng không nhiều người hiểu được thần tích, không gian văn hóa và giá trị riêng của lễ hội họ tham gia. Đi lễ mà không hiểu đối tượng hành lễ là ai, ý nghĩa của lễ hội là gì, cần phải ứng xử ra sao, đó là nguyên nhân khiến lễ hội đền Trần chưa năm nào thoát khỏi cảnh ùn ùn kéo đến xin ấ, thậm chí "cướp ấ" vì ngỡ có ấ này sẽ được thăng quan, tiến chức. Đó cũng là nguyên nhân dẫn đến quan niệm lệch lạc đã dự lễ hội là phải quyên tiền công đức, bằng không sẽ mắc tội với thánh thần. Khi người dự hội sẵn sàng rút tiền để "mua chuộc thần linh", thì kẻ vụ lợi càng có cơ hội kiểm soát. Điều này lý giải tại sao khi tới lễ hội đền Bà Chúa Kho, có thể thấy quanh khu vực đền xuất hiện thêm rất nhiều nơi thờ tự mới, chủ yếu là để "hút" tiền công đức. Tại chùa Hà (Hà Nội) cũng vậy, bên khung cảnh trang nghiêm, thanh tịnh là la liệt chậu nhôm, mâm nhôm hứng tiền "giọt dầu" từ người đi lễ. Tiền công đức khó quản nên mạnh ai nấy làm, có nơi sau mỗi mùa lễ hội thu về tới hàng tỷ đồng, và không rõ số tiền ấy đi đâu, về đâu.

Cùng với quan niệm, ứng xử lệch lạc trong lễ hội có nguồn gốc từ việc hiểu sai, hay hiểu chưa đúng về ý nghĩa lễ hội, còn phải kể tới nhiều biểu hiện phi văn hóa khác như chen lấn, xô đẩy, khăn hộ, đốt vàng mã tràn lan... cùng hàng loạt các tệ nạn "ăn theo" như cờ bạc, trộm cắp, "chặt chém", xả rác bừa bãi... Đây là hệ quả tất yếu mà trách nhiệm đầu tiên thuộc về người tổ chức, quản lý. Vì trên thực tế, lễ hội khó có thể phát huy được bản sắc nguyên gốc khi ngay bản thân người tổ chức còn chưa (không) nắm vững ý nghĩa và giá trị đích thực của lễ hội. Hội Lim gần đây đã lấy điểm nhấn là xác lập kỷ lục Ghi-nét Việt Nam với tư cách lễ hội có nhiều người mặc trang phục dân tộc cùng hát dân ca quan họ nhất. Đành rằng, đây là hoạt động có ý nghĩa thu hút người tham gia và khuyến khích trưng phong trào hát quan họ, song việc lấy đó làm mục tiêu cho lễ hội liệu có phù hợp? Không gian thân tình, gần gũi của khúc hát quan họ trong hội Lim liệu có còn nguyên ý nghĩa khi mà 3.000 người cùng xếp hàng đồng ca một bài quan họ trong vòng vây của rào chắn và lực lượng bảo vệ?

Bên cạnh đó, sự đua chen tổ chức lễ hội một cách vô tội vạ, sự học tập, tiếp thu một cách xô bồ, thiếu chọn lọc của những thôn, làng, xã tại nhiều địa phương nước ta càng làm cho bộ mặt văn hóa lễ hội thêm méo mó. Theo thống kê, nước ta hiện có gần 8.000 lễ hội, tức là mỗi ngày, bình quân có tới hơn 20 lễ hội. Song thực tế cho thấy, hiếm tìm được lễ hội vẫn còn giữ được bản sắc riêng. Đi hội chùa Hương cũng na ná đi hội Bà Chúa Kho, đi hội Yên Tử cũng tựa tựa đi hội cổ đô Hoa Lư... Không khó để nhận ra, các lễ hội đang tăng mạnh về lượng, nhưng cũng giảm mạnh về chất. Đây là chưa tính chuyện, các địa phương còn đang có xu hướng thi nhau tổ chức các festival thu hút du lịch nhưng tổ chức không đến "độ" nên hiệu quả thu được chẳng là bao. Cho nên, đã có tình trạng, khi xây dựng đề án lễ hội, địa phương khẳng định khai thác kinh phí từ nguồn xã hội hóa, nhưng khi kế hoạch được duyệt, đến phút cuối không huy động đủ kinh phí lại đành sử dụng ngân sách địa phương, gây tổn kém, thất thoát. Có nhiều lễ hội vốn chỉ mang quy mô rất nhỏ, sau đó được nâng tầm, tổ chức lại và đưa thêm vào các sự kiện khác, làm lu mờ hạt nhân là phần lễ hội của cộng đồng. Vì thế, cần kiểm kê và nhận diện cho được lễ hội nào thật sự cần thiết, thật sự gắn bó mật thiết với người dân để tiến hành gìn giữ và thực hành lễ hội sao cho vừa văn hóa, vừa hiệu quả, tiết kiệm.

Thực chất, diện mạo văn hóa của lễ hội chỉ có thể trở nên gần gũi với truyền thống khi người tổ chức, quản lý lễ hội và người tham gia lễ hội thật sự am hiểu về giá trị, ý nghĩa của lễ hội, từ đó điều chỉnh hành vi và có ứng xử văn hóa khi tham gia lễ hội. Việc tổ

chức, quản lý lễ hội hiện đang đứng trước mâu thuẫn: người được đào tạo về chuyên môn tổ chức thì thiếu hiểu biết kỹ lưỡng về lễ hội, người am hiểu văn hóa lễ hội thì lại ít tham gia vào khâu phục dựng và tổ chức, dẫn đến lễ hội vẫn diễn ra nhưng càng lúc càng xa rời ý nghĩa và giá trị lịch sử. Vì thế, để giữ gìn tính nguyên gốc của lễ hội, các cơ quan chức năng cần điều phối, ủy nhiệm và phân công các nhà nghiên cứu có tri thức về văn hóa lễ hội, những người có chuyên môn làm việc với ban tổ chức, giúp khẳng định đâu là giá trị cốt lõi của lễ hội ở địa phương mình, ai sẽ là người thực hành các giá trị đó và thực hành như thế nào để lễ hội gìn giữ, phát huy được nét đẹp văn hóa vốn có.

Để bảo đảm giá trị nhân văn sâu sắc và yếu tố tâm linh của lễ hội, cơ quan tổ chức lễ hội nên tuân thủ nghiêm ngặt về thời gian, địa điểm, nghi thức hành lễ, đạo cụ, trang phục, nội dung lễ hội. Khi phục dựng lễ hội, nhất thiết phải xác định các giá trị gốc, tiêu chí nhận dạng cũng như những biểu hiện đặc trưng của lễ hội, tránh làm sai lệch lễ hội mỗi lần khai thác. Phó Chánh Thanh tra Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Phạm Xuân Phúc nhận định: Do kinh tế được cải thiện, nhu cầu tâm linh, tín ngưỡng gia tăng nên số người tham gia lễ hội ngày một đông, thậm chí lễ hội trở thành "niềm tin" trong một bộ phận công chúng. Vì thế, đây thật sự là mặt trận đấu tranh về công tác tư tưởng, nếu không có giải pháp kịp thời, vô hình chung sẽ tạo sự khuyến khích, thúc đẩy người dân biến tín ngưỡng thành phong trào cầu xin, đánh mất giá trị văn hóa của lễ hội. Phó Chánh thanh tra Phạm Xuân Phúc cũng nhấn mạnh: Việc tổ chức và quản lý lễ hội hiện nay đang phải giải quyết mâu thuẫn, một bên cho rằng lễ hội dân gian ngày nay không còn giữ được nét đẹp nguyên sơ, một bên cho rằng lễ hội là sản phẩm du lịch thu hút khách thập phương. Vì thế, công tác tổ chức và quản lý lễ hội hiện nay đòi hỏi phải giải quyết đồng bộ mối quan hệ giữa kinh tế và giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc.

Những vấn đề liên quan đến văn hóa là không thể giải quyết vội vàng, vì thế, bên cạnh cơ chế xử lý tệ nạn trong lễ hội mang tính trực tiếp, tại chỗ, các cơ quan chức năng cần có kế hoạch dài hạn gắn liền với những biện pháp mang tính xây dựng đồng bộ. Chiến lược quan trọng nhất là cần đầu tư ngay cho việc đào tạo những người làm công tác quản lý, tổ chức văn hóa nói chung, cũng như những người hoạt động trong lĩnh vực quản lý lễ hội nói riêng. Bên cạnh đó, cần tập trung nhiều thời gian cho việc đẩy mạnh tuyên truyền, giáo dục cộng đồng. Bởi chỉ giáo dục, đào tạo lâu dài trên diện rộng mới có thể làm thay đổi căn bản nhận thức và hành vi của người tổ chức và người tham dự lễ hội. Có thế, lễ hội mới được trả lại và phát huy bản sắc văn hóa vốn có.

Định hướng và tiếp nhận văn hoá mới

Hơn lúc nào hết, trong bối cảnh hội nhập hiện nay, việc giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc đang là nhiệm vụ cấp bách trong tiến trình công nghiệp hóa và hiện đại hóa. Đó là nền tảng, là cơ sở để đất nước ta hòa nhập sâu rộng với thế giới nhưng không hòa tan, vẫn phát huy được niềm tự hào của dân tộc, bản sắc văn hóa riêng của con người và đất nước Việt Nam. Đối với Việt Nam, bản sắc văn hóa dân tộc thể hiện tập trung ở lòng yêu nước nồng nàn, ý chí tự lực, tự cường, tinh thần đoàn kết, ý thức cộng đồng, lòng nhân ái, khoan dung, đạo lý trọng nghĩa tình, đức tính cần cù, sáng tạo trong lao động, sự tinh tế trong ứng xử, tính giản dị trong lối sống...".

Trách nhiệm của chính quyền địa phương, cộng đồng dân cư trong việc định hướng giáo dục về bản sắc văn hoá dân tộc cho thế hệ trẻ là không thể phủ nhận. Cần làm rõ thêm rằng, một chủ thể không thể tự quyết định văn hoá của một vùng đất mà cần sức góp sức của tất cả các bên liên quan.

Thứ nhất, giáo dục việc giữ gìn bản sắc văn hoá dân tộc. Cần lồng ghép những chuyên đề về truyền thống văn hóa dân tộc vào chương trình giảng dạy để giáo dục đạo đức, tư duy, lối sống và bản lĩnh cho sinh viên để thế hệ trẻ. Tuy nhiên, nội dung truyền tải cần được thể hiện một cách hiện đại, ví dụ thông qua phim ảnh, hoạt hình, âm nhạc, etc để cơ hội được ngấm và được hiểu là dễ dàng hơn.

Thứ hai, giáo dục lòng yêu đất nước, yêu đồng bào, tự hào dân tộc. Đó là tình yêu thương giữa con người với con người, của người lớn đối với trẻ em, của người trẻ đối với người già, của người khỏe mạnh, lành lặn đối với người ốm đau, tàn tật, của người có hạnh phúc với người bất hạnh, đặc biệt đó còn là thái độ đối xử với kẻ thù, không kiêu căng, không hống hách, ect. Để có được điều này, không ai khác chính gia đình và các lãnh đạo phải đi đầu làm gương. Hơn nữa, trong cộng đồng, người lãnh đạo cần phải là người có ảnh hưởng, dám nói và dám làm đối với các hiện tượng quá khích hoặc mượn danh lòng yêu nước để thực hiện các hành vi phạm pháp.

Thứ ba, tôn trọng, giữ gìn, phát huy giá trị các di sản văn hóa. Một trong những giải pháp mang tính lâu dài và bền vững là thông qua giáo dục. Giáo dục chính là kênh truyền thống có tính hiệu quả cao nhất, đặc biệt là giáo dục đại học. Thông qua những hoạt động ngoại khóa, những chương trình lồng ghép trong các môn học, dần dần đưa những giá trị cốt lõi, hồn dân tộc của các di sản văn hóa đến từng sinh viên để thế hệ trẻ có nhận thức đầy đủ, sâu sắc và từ đó có những hành động, việc làm góp phần gìn giữ, phát huy giá trị các di sản văn hóa của đất nước.

Bên cạnh đó, không thể ngăn cấm quá trình giao thoa văn hoá khi mà sự xuất hiện của các doanh nghiệp nước ngoài, du khách quốc tế đi cùng với sự kiện quốc tế ngày một dày đặc tại các địa phương của Việt Nam. Đối tượng tiếp thu nhiều nhất chính là giới trẻ, và cần có định hướng thông tin cũng như biện pháp mềm dẻo, linh hoạt trong ứng xử với các luồng văn hoá mới.

Hình 107 Nhóm giải pháp về văn hóa

NHÓM GIẢI PHÁP

Về nhân lực	Về tiếp cận tài chính
Đào tạo kỹ năng thực hành giỏi	Thường xuyên dành một phần ngân sách địa phương cho hoạt động văn hoá
Nâng cao kiến thức, tri thức về nghề cho cán bộ văn hoá và đoàn thể của Nhà nước và doanh nghiệp tại địa phương	Thu hút và kêu gọi các nguồn lực tài chính khác nhau nhằm bảo tồn các giá trị văn hoá truyền thống mang đậm bản sắc địa phương
Đẩy mạnh cơ chế, chính sách bồi dưỡng và đãi ngộ với nhân lực chất lượng cao	Thu hút các nguồn vốn xã hội hoá từ doanh nghiệp và các cá nhân
Có chính sách đào tạo và hỗ trợ chuyển đổi nghề nghiệp	
Về đầu vào	Về giá trị văn hoá
Lưu trữ các giá trị văn hoá truyền thống, phù hợp với bối cảnh hội nhập	Gắn giá trị văn hoá với sản phẩm du lịch
Tạo dựng môi trường văn hoá chuyên nghiệp trong kinh doanh và lành mạnh trong sinh hoạt	Bảo tồn các giá trị văn hoá truyền thống có khả năng khai thác và lưu trữ trong bối cảnh hiện tại và tương lai
Giảm các chi phí giao dịch xã hội	
Về công nghệ quản lý	Về khả năng đáp ứng yêu cầu của thị trường
Cải cách thủ tục hành chính và giảm thiểu các thủ tục đối với doanh nghiệp, người dân	Hỗ trợ định hướng tác phong và các hành xử văn minh cho cộng đồng người dân, CBCC và doanh nghiệp
Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, hệ thống quản lý hiện đại, phần mềm quản lý vào công tác quản lý văn hoá	Tạo điều kiện và ưu đãi đối với các doanh nghiệp tham gia tuyên truyền, phổ biến và áp dụng văn hoá kinh doanh chuyên nghiệp
Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các công nghệ quản lý hiện đại (ví dụ: ERP, CRM,...) để tăng năng suất và hiệu quả kinh doanh và mở rộng kinh doanh	Cung cấp thông tin chi tiết về các hoạt động văn hoá tại địa phương
Giám sát và có các biện pháp răn đe, phòng ngừa đối với sự xuống cấp đạo đức và đi ngược lại với giá trị văn hoá	Tích cực hỗ trợ doanh nghiệp và người dân tham gia các hoạt động văn hoá tại địa phương
Hỗ trợ các hoạt động học tập và trải nghiệm văn hoá chuyên nghiệp, hiện đại cho người dân, người lao động và các doanh nghiệp	

Nhóm các giải pháp về tận dụng lợi thế đặc điểm tự nhiên và vị thế địa lý chiến lược

Khai thác lợi thế các sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý

Lợi ích thương mại của các chỉ dẫn địa lý đã thu hút được nhiều sự chú ý của các nhà sản xuất, các doanh nghiệp. Cùng với xu hướng phát triển của thế giới, việc công nhận các chỉ dẫn địa lý ngày càng phổ biến tại Việt Nam. Tuy vậy, để sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý phát huy hết hiệu quả kinh tế, xã hội là vấn đề còn nhiều khó khăn.

Nghề thủ công và các thực phẩm truyền thống là nguồn lực để phát huy và làm giàu bản sắc văn hóa của một đất nước và thúc đẩy sự phát triển kinh tế. Nhằm phòng chống việc chiếm dụng các sản phẩm này, pháp luật đã thiết lập cơ chế bảo hộ các sáng tạo trí tuệ gắn liền với nguồn gốc địa lý có đặc trưng là bí quyết và tài nguyên thiên nhiên đặc thù.

Trong điều kiện sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường và người tiêu dùng ngày càng khó tính hơn, chỉ dẫn địa lý sẽ giúp gia tăng giá trị cho hàng hóa, thúc đẩy sản xuất phát triển. Bảo hộ chỉ dẫn địa lý của sản phẩm hướng đến nhiều mục đích khác nhau. Thông qua đó, người tiêu dùng sẽ được bảo hộ chống lại hàng nhái, hàng giả. Bên cạnh đó, bảo hộ chỉ dẫn địa lý cũng trao cho những nhà sản xuất thuộc vùng địa lý có liên quan quyền sử dụng độc quyền tên gọi xuất xứ địa lý cho tất cả những sản phẩm của mình sản xuất tại vùng địa lý đó. Trong trường hợp có vi phạm hoặc xâm phạm về tên gọi xuất xứ hoặc chỉ dẫn địa lý thì những nhà sản xuất đó có thể khởi kiện.

Bên cạnh đó, chỉ dẫn địa lý còn hướng đến một mục tiêu xã hội quan trọng trong việc góp phần vào sự phát triển nông thôn, nông nghiệp. Đó được coi như một giải pháp để cho người dân có và duy trì được hoạt động mang lại thu nhập và họ sẽ không phải đi các nơi khác để kiếm sống. Ngoài ra, điều này còn góp phần phát triển du lịch sinh thái; bảo vệ sự đa dạng sinh học; bảo vệ và duy trì nguồn tài nguyên thiên nhiên và những bí quyết truyền thống.

Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là khai thác thương mại của chỉ dẫn địa lý một cách hiệu quả. Việc đăng ký bảo hộ là cần thiết nhưng chưa phải là tất cả để sản phẩm phát huy được hiệu quả kinh tế - xã hội. Mặc dù đã có 35 chỉ dẫn địa lý được đăng ký bảo hộ nhưng hầu như các địa chỉ này mới dừng lại ở khâu xác lập quyền về mặt pháp lý. Nhiều địa phương vẫn chưa được khai thác, phát triển để mang lại hiệu quả cao nhất. Cần thiết phải có một tổ chức tập thể đại diện các nhà sản xuất và kinh doanh sản phẩm được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, hội tụ các đặc điểm:

Thứ nhất là một tổ chức tập thể chặt chẽ có quyền lợi và nghĩa vụ pháp lý. Nhà nước trao cho họ quyền sử dụng, công nhận giá trị sản phẩm và bảo hộ hiệu quả. Ngược lại, tổ chức tập thể phải có trách nhiệm bảo đảm sự phát triển, tính bền vững của sản phẩm và các lợi ích cộng đồng.

Thứ hai, tổ chức này phải thể hiện được tính đại diện cho toàn bộ ngành hàng và khả năng tham gia của người sản xuất và chế biến khác không tham gia đệ trình hồ sơ nếu sau này họ thỏa mãn các yêu cầu của chỉ dẫn địa lý. Như vậy, chủ thể phải là tổ chức mở, có cơ hội cho tất cả những người sản xuất, chế biến và thương mại khác nằm trong khu vực đã được khoanh vùng.

Thứ ba, vai trò của tập thể còn được thể hiện thông qua việc kiểm soát nhằm bảo đảm chất lượng sản phẩm, đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng. Đây là một quá trình kiểm tra, giám sát việc vận hành quy trình sản xuất bắt buộc nhằm bảo đảm mối liên hệ giữa các yếu tố đặc thù ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.

Bên cạnh đó, khai thác lợi ích từ chỉ dẫn địa lý còn là nhiệm vụ của các cấp chính quyền, khi mà sản phẩm đặc trưng gắn với hình ảnh địa phương trong đánh giá của bạn bè thế giới bên ngoài.

Quản lý và khai thác tài nguyên thiên nhiên

Thứ nhất, phải xây dựng văn hóa ứng xử thân thiện với môi trường trên cơ sở đổi mới tư duy, cách làm, hành vi ứng xử, ý thức trách nhiệm với thiên nhiên, môi trường trong xã hội và của mỗi người dân. Đẩy mạnh tuyên truyền, giáo dục pháp luật, nâng cao hiểu biết, xây dựng các chuẩn mực, hình thành ý thức, lối nghĩ, cách làm, hành vi ứng xử thân thiện với thiên nhiên, môi trường. Tăng cường công tác kiểm tra, thanh tra, xử lý quyết liệt, giải quyết dứt điểm các vụ việc về môi trường, các vi phạm pháp luật bảo vệ môi trường. Cần tạo bước chuyển biến mạnh mẽ từ nhận thức sang hành động cụ thể. Lấy chỉ số đầu tư cho môi trường, hoạt động bảo vệ môi trường, kết quả bảo vệ môi trường cụ thể để đánh giá.

Thứ hai, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, gắn nhiệm vụ bảo vệ môi trường với phát triển kinh tế-xã hội. Đổi mới cơ chế quản lý tài nguyên và bảo vệ môi trường. Khắc phục suy thoái, khôi phục và nâng cao chất lượng môi trường; Thực hiện tốt chương trình trồng rừng, ngăn chặn có hiệu quả nạn phá rừng, cháy rừng, tăng diện tích các khu bảo tồn thiên nhiên; Khai thác có hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, bảo đảm môi trường và cân bằng sinh thái; Chú trọng phát triển kinh tế xanh, thân thiện với môi trường; Thực hiện sản xuất và tiêu dùng bền vững; từng bước phát triển “năng lượng sạch”, “sản xuất sạch”, “tiêu dùng sạch”; Tăng cường hợp tác quốc tế để phối hợp hành động và tranh thủ sự giúp đỡ của cộng đồng quốc tế cho công tác bảo vệ tài nguyên và môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu; Đẩy mạnh xã hội hóa công tác bảo vệ môi trường.

Thứ ba, coi trọng yếu tố môi trường trong tái cơ cấu kinh tế, tiếp cận các xu thế tăng trưởng bền vững và hài hòa trong phát triển ngành, vùng phù hợp với khả năng chịu tải môi trường, sinh thái cảnh quan, tài nguyên thiên nhiên và trình độ phát triển. Đã đến lúc “nói không” với tăng trưởng kinh tế bằng mọi giá; Tăng trưởng kinh tế phải đồng thời với bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu. Bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu cũng phải thay đổi theo hướng có lợi cho tăng trưởng kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo ra công ăn việc làm, hỗ trợ để đất nước phát triển nhanh hơn, bền vững hơn.

Thứ tư, Dự báo và cảnh báo kịp thời, chính xác các hiện tượng khí tượng thủy văn, chung sức và chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu; Tập trung triển khai thực hiện Chiến lược phát triển ngành khí tượng thủy văn đến năm 2020 và hai đề án: Hiện đại hóa công nghệ dự báo khí tượng thủy văn; Hiện đại hóa ngành khí tượng thủy văn; Tiếp tục phối hợp với các bộ, ngành, địa phương, các tổ chức và cộng đồng quốc tế trong việc tham gia ứng phó với biến đổi khí hậu toàn cầu; lồng ghép các yếu tố biến đổi khí hậu với Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm (2011-2020) và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm (2011-2015), xác định các giải pháp chiến lược và chính sách thực thi, bố trí các nguồn lực cần thiết để tổ chức và triển khai thực hiện tốt Chương trình mục tiêu quốc gia ứng phó với biến đổi khí hậu.

Thứ năm, tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật đất đai; Quy hoạch sử dụng đất cả nước đến năm 2020 và kế hoạch sử dụng đất 5 năm 2011 - 2015. Xác lập cơ chế cung - cầu, chia sẻ lợi ích, phát triển bền vững tài nguyên nước và bảo đảm an ninh nguồn nước. Đẩy

nhanh tiến độ xây dựng dự án Luật Tài nguyên nước và các văn bản quy phạm pháp luật thuộc lĩnh vực tài nguyên nước theo hướng xác lập cơ chế quản lý tài nguyên nước đồng bộ với thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Đẩy mạnh xã hội hóa, tạo điều kiện để các thành phần kinh tế, các tổ chức xã hội, mọi người dân tham gia bảo vệ môi trường, làm kinh tế từ môi trường. Tạo điều kiện, hỗ trợ để các tổ chức phản biện xã hội về môi trường, các hội, hiệp hội về thiên nhiên và môi trường hình thành, lớn mạnh và phát triển, đóng góp tích cực trong hoạt động bảo vệ môi trường.

Thứ sáu, đẩy mạnh thực hiện “kinh tế hóa” trong lĩnh vực địa chất và khoáng sản theo hướng giảm cơ chế “xin - cho”, tăng cường áp dụng hình thức đấu thầu quyền thăm dò khoáng sản, đấu giá mỏ để tăng thu cho ngân sách Nhà nước và lựa chọn được tổ chức, cá nhân có năng lực, kinh nghiệm tham gia hoạt động thăm dò, khai thác, chế biến khoáng sản; nâng cao tính thống nhất, tránh chồng chéo trong quản lý; tăng cường phân cấp cho các địa phương quản lý khoáng sản; chú trọng thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm pháp luật...Đồng thời, tiếp tục giảm xuất khẩu thô, đẩy mạnh chế biến sâu nhằm bảo vệ và nâng cao giá trị tài nguyên khoáng sản, hướng tới mục tiêu xây dựng ngành công nghiệp khai khoáng ổn định, bền vững. Phát triển kinh tế biển, bảo vệ an ninh trên biển.

Thứ bảy, hoàn thiện hệ thống pháp luật về môi trường, chuẩn bị cơ sở pháp lý cho ứng phó với biến đổi khí hậu theo hướng thống nhất, công bằng, hiện đại và hội nhập đáp ứng yêu cầu xây dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật hiện hành, tiến tới xây dựng Bộ Luật Môi trường, hình thành hệ thống các văn bản quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành theo hướng thống nhất, công bằng, hiện đại và hội nhập, khắc phục tình trạng chồng chéo, mâu thuẫn, không rõ trách nhiệm và thiếu khả thi. Hệ thống pháp luật về môi trường phải tương thích, đồng bộ trong tổng thể hệ thống pháp luật chung của nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa.

Hình 108 Nhóm giải pháp về đặc điểm địa phương

NHÓM GIẢI PHÁP

Về nhân lực	Về tiếp cận tài chính
Đào tạo kỹ năng thực hành giỏi	Thường xuyên dành một phần ngân sách địa phương cho hoạt động bảo vệ môi trường
Nâng cao kiến thức, tri thức về nghề cho cán bộ chuyên trách của Nhà nước và doanh nghiệp tại địa phương	Thu hút và kêu gọi các nguồn lực tài chính khác nhau nhằm duy trì và đảm bảo môi trường xanh bền vững
Đẩy mạnh cơ chế, chính sách bồi dưỡng và đãi ngộ với nhân lực chất lượng cao	Thu hút các nguồn vốn xã hội hoá từ doanh nghiệp và các cá nhân
Có chính sách đào tạo và hỗ trợ chuyển đổi nghề nghiệp	
Về đầu vào	Về đặc điểm địa phương
Có các biện pháp đảm bảo kết cấu tự nhiên của không gian sống tại địa phương phù hợp với nhu cầu phát triển kinh tế xã hội	Thống nhất điểm đặc trưng của địa phương với các quy hoạch phát triển kinh tế xã hội
	Có kế hoạch phát triển bền vững các sản phẩm đặc trưng địa phương
Về công nghệ quản lý	Về khả năng đáp ứng yêu cầu của thị trường
Cải cách thủ tục hành chính và giảm thiểu các thủ tục đối với doanh nghiệp, người dân	Hỗ trợ định hướng nhu cầu tiêu dùng xanh đối với người dân và sản xuất kinh doanh xanh đối với doanh nghiệp
Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, hệ thống quản lý hiện đại, phần mềm quản lý vào công tác quản lý tài nguyên của địa phương	Tạo điều kiện và ưu đãi đối với các doanh nghiệp tham gia và các thành tích trong bảo vệ và phát triển bền vững tài nguyên của địa phương
Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các công nghệ quản lý hiện đại (ví dụ: ERP, CRM,...) để tăng năng suất và hiệu quả kinh doanh và mở rộng kinh doanh	Cung cấp thông tin chi tiết về chiến lược phát triển kinh tế xã hội và sử dụng các nguồn tài nguyên của địa phương
Giám sát và có các biện pháp răn đe, phòng ngừa đối với các hoạt động vi phạm	Tích cực hỗ trợ doanh nghiệp và người dân tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường tại địa phương
Hỗ trợ các hoạt động học tập và trải nghiệm cho người dân và doanh nghiệp nhằm nâng cao nhận thức bảo vệ tài nguyên và không gian sống tại địa phương	

Nhóm các giải pháp về cải cách thể chế địa phương

Nâng cao trình độ Cán bộ công chức, viên chức

Cán bộ công chức, viên chức là những người gắn bó và truyền tải ý nguyện của một vùng đất đối với các đối tác bên ngoài. Do đó, có thể coi, mỗi cán bộ công chức, viên chức là một đại sứ của địa phương trong quá trình hội nhập KTQT. Đây cũng là nguyên nhân để giải thích lý do tại sao nhiều địa phương hiện nay đang tập trung và đẩy mạnh vào công tác tăng cường chất lượng đội ngũ cán bộ nhân viên thuộc khối hành chính sự nghiệp. Một số các kiến nghị gồm:

Cần tăng cường công tác quản lý cán bộ, thực hiện tốt việc đánh giá gắn với phân công bố trí hợp lý đội ngũ cán bộ. Đây là một nội dung quan trọng, đòi hỏi các cấp ủy, tổ chức Đảng phải nghiên cứu quán triệt một cách sâu sắc để mỗi cán bộ, đảng viên nắm vững chủ trương, quan điểm, chính sách của Đảng và Nhà nước về công tác cán bộ; phải nắm vững mục tiêu, yêu cầu, nguyên tắc và các giải pháp nhằm nâng cao nhận thức, nhất là đối với đội ngũ cán bộ chủ chốt, đối với cấp ủy và người đứng đầu cơ quan, đơn vị để có đổi mới cách nghĩ, cách làm cho phù hợp với tình hình mới. Quá trình thực hiện phải có sự nhất quán nguyên tắc Đảng thống nhất lãnh đạo công tác cán bộ và quản lý đội ngũ cán bộ, tính chiến lược trong công tác cán bộ và xây dựng đội ngũ cán bộ, nhằm đáp ứng yêu cầu nhân sự cho nhiệm kỳ kế tiếp và chủ động tạo nguồn cán bộ cho những nhiệm kỳ tiếp theo với chất lượng cao, đồng bộ về cơ cấu theo yêu cầu của từng giai đoạn cách mạng. Có quản lý tốt mới có đánh giá chính xác về cán bộ, là cơ sở để phân công, bố trí hợp lý, giúp cán bộ phát huy năng lực sở trường công tác, cống hiến tài năng cho sự nghiệp cách mạng. Trong quá trình đánh giá cán bộ phải đảm bảo tính khách quan, công khai, trung thực và trách nhiệm của cấp ủy Đảng, lãnh đạo cơ quan, đơn vị. Đồng thời đề cao tính trung thực của cán bộ khi tự đánh giá về mình và phát huy vai trò trách nhiệm của các tổ chức thành viên trong hệ thống chính trị, kịp thời phát hiện nhân tài để bồi dưỡng, sử dụng và phát huy hết khả năng của cán bộ.

Thực hiện đúng qui trình 3 khâu giữa công tác quy hoạch; đào tạo, bồi dưỡng và sử dụng cán bộ. Cán bộ trong diện qui hoạch phải là những người đáp ứng cơ bản tiêu chuẩn chức danh cán bộ, nhưng cần được tiếp tục hoàn thiện thông qua đào tạo, bồi dưỡng, rèn luyện và thử thách trong thực tiễn; chú trọng lựa chọn nguồn cán bộ nữ, cán bộ trẻ, cán bộ khoa học kỹ thuật; mỗi chức danh quy hoạch phải có từ 2 đến 3 đồng chí và một đồng chí có thể quy hoạch từ 2 đến 3 chức danh, theo hướng "mở" và "động" (không khép kín, không hạn chế số người được định sẵn một cách chủ quan như vừa qua nhiều nơi đã làm và được rà soát, điều chỉnh thường xuyên theo sự phát triển của cán bộ để kịp thời bổ sung nhân tố mới). Quan tâm đào tạo sau đại học cho cán bộ cả trong và ngoài nước đối với các ngành khoa học công nghệ, pháp luật, quản lý Nhà nước, quản lý kinh tế theo các đề án của tỉnh và dự án của Bộ, ngành Trung ương. Sau đào tạo nhất thiết phải gắn với bồi dưỡng, bố trí, sử dụng cán bộ, nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác quy hoạch, đào tạo cán bộ.

Tăng cường công tác luân chuyển cán bộ, coi đây là khâu đột phá trong công tác cán bộ. Các cấp ủy chỉ đạo tập trung, tích cực thực hiện tốt phương châm: Vừa đẩy mạnh việc luân chuyển, vừa thận trọng, giải quyết tốt quan hệ giữa luân chuyển với ổn định và xây dựng đội ngũ cán bộ có chuyên môn sâu; vừa coi trọng đáp ứng yêu cầu trước mắt, vừa coi trọng mục đích bồi dưỡng, rèn luyện, chuẩn bị đội ngũ cán bộ kế cận. Quá trình thực hiện công tác luân chuyển cần có bước đi thích hợp, làm tốt công tác tư tưởng, nêu rõ mục đích, yêu cầu luân chuyển đối với nơi đi, nơi đến và đối với cán bộ được luân

chuyển, đồng thời theo dõi, giúp đỡ, tạo điều kiện cho cán bộ luân chuyển hoàn thành nhiệm vụ.

Nâng cao năng lực lãnh đạo của cấp ủy cơ sở. Trước hết, phải tiếp tục đổi mới phong cách lãnh đạo, phương pháp ra nghị quyết theo hướng ngắn, gọn, thiết thực, mang tính khả thi cao, xác định khâu trọng tâm, trọng điểm để tổ chức thực hiện. Chú trọng việc xây dựng qui chế làm việc, qui chế phối hợp hoạt động giữa các khối, các ngành, giảm bớt sự chỉ đạo bằng giấy tờ, hội họp. Tăng cường công tác kiểm tra của Đảng, giữ gìn kỷ luật, kỷ cương trong Đảng coi trọng công tác thanh tra của các cơ quan Nhà nước, đoàn thể trong việc chấp hành các Nghị quyết của Đảng pháp luật của Nhà nước. Xây dựng một đội ngũ cán bộ cốt cán từ xã đến ấp đủ mạnh, thật sự là hạt nhân lãnh đạo ở cơ sở, trước hết là đồng chí Bí thư, Phó Bí thư, Chủ tịch UBND, hay nói rộng hơn là trong cấp ủy cơ sở chính là yếu tố trực tiếp quyết định đến chất lượng tổ chức cơ sở Đảng và các tổ chức trong hệ thống chính trị, được kiểm chứng cả về lý luận và thực tiễn.

Phải tiếp tục kiện toàn các cơ quan tham mưu trong công tác xây dựng Đảng. Các Ban Xây dựng Đảng cần chấn chỉnh, bổ sung quy chế về tổ chức và hoạt động, trong đó hết sức chú ý đến quy chế phối hợp hoạt động giữa các Ban và với các cơ quan có liên quan về công tác tổ chức cán bộ. Mặt khác, phải tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ có trình độ đại học, sau đại học chuyên ngành, chuyên sâu từng lĩnh vực để có tầm nghiên cứu và thực hiện nhiệm vụ theo yêu cầu, góp phần làm tốt vai trò tham mưu cho cấp ủy chỉ đạo công tác xây dựng Đảng trong tình hình mới ngày càng tốt hơn. Một vấn đề cũng hết sức quan trọng thuộc về trách nhiệm của Đảng và Nhà nước cấp trên, đó là cần có chính sách, chế độ tốt hơn, hợp lý hơn trong công tác cán bộ, nhất là đối với cán bộ ở cơ sở xã, phường, thị trấn (đó là sự bất hợp lý giữa chế độ tiền lương giữa cán bộ chuyên trách và công chức ở cơ sở còn quá thấp so với cán bộ công chức từ cấp huyện trở lên; hay ngay cả sự chênh lệch giữa cán bộ chuyên trách và cán bộ không chuyên trách trong cùng một xã). Thực tế cho thấy: Chính sách, chế độ công bằng, hợp lý là một trong những nguyên nhân khơi dậy lòng nhiệt thành, sức cống hiến và sự đoàn kết của đội ngũ cán bộ; khuyến khích sự suy nghĩ sáng tạo, phát huy trách nhiệm và quyền hạn cá nhân, tạo điều kiện cho cán bộ trở thành người lãnh đạo và quản lý giỏi.

Cải cách thủ tục hành chính

Thủ tục hành chính là công cụ quản lý bằng văn bản của hệ thống chính quyền tại địa phương. Đặc biệt, khi đề án 30 được triển khai đã xác định rõ việc cải cách thủ tục hành chính theo hướng tinh gọn hơn, thuận tiện hơn sẽ là tiền đề cho sự phát triển thương mại nói riêng và phát triển kinh tế - xã hội nói chung.

Trong những năm qua, các địa phương đã thực hiện công cuộc cải cách thủ tục hành chính trong từng đơn vị, từng Sở ban ngành. Kết quả ban đầu thu được đã được ghi nhận, song, để đẩy mạnh hơn nữa thì các địa phương cần chú ý tới:

Xác định cụ thể nội dung công việc, phân công rõ trách nhiệm, tiến độ thực hiện, thời hạn hoàn thành, đề ra biện pháp khắc phục những tồn tại yếu kém trong công tác CCHC.

Xây dựng Kế hoạch kiểm tra CCHC, tổ chức các cuộc kiểm tra CCHC theo định kỳ hoặc đột xuất, chú trọng kiểm tra việc tổ chức thực hiện CCHC, trách nhiệm của người đứng đầu, cán bộ, công chức, viên chức thực hiện nhiệm vụ, công vụ được giao và việc thực hiện giải quyết TTHC tại Bộ phận tiếp nhận và trả kết quả.

Rà soát và phân định rõ chức năng để giải quyết sự chồng chéo về nhiệm vụ, quyền hạn giữa các đơn vị có liên quan

Tăng cường sự lãnh đạo của các cấp uỷ Đảng và điều hành của chính quyền các cấp; Tăng cường sự chỉ đạo, điều hành của Ban chỉ đạo CCHC các cấp, các ngành; Tiếp tục rà soát các cơ chế chính sách, thủ tục hành chính; Tiếp tục rà soát chức năng, nhiệm vụ các cơ quan chuyên môn; Cải tiến chế độ hội họp.

Cắt giảm những khâu trung gian không cần thiết, nâng cao trách nhiệm và trình độ chuyên môn của cán bộ tham mưu nhằm rút ngắn thời gian soạn thảo, ban hành nhưng chất lượng các văn bản vẫn đảm bảo;

Tăng cường công tác thông tin tuyên truyền phổ biến để mọi cán bộ, công chức người dân và doanh nghiệp nhận thức đúng về cải cách bộ máy Nhà nước và Cải cách hành chính trong năm 2007 theo tinh thần của Chính phủ trọng tâm là cải cách thủ tục hành chính. Đối với tỉnh ta năm 2007 là năm đẩy mạnh công tác cải thiện môi trường đầu tư. Cần tăng cường quyền giám sát và sự tham gia đánh giá của nhân dân trên các phương tiện thông tin đại chúng về kết quả thực hiện CCHC của tỉnh bao gồm của địa phương, đơn vị;

Thực hiện Cải cách hành chính với thực hiện phòng, chống tham nhũng và thực hành tiết kiệm, chống lãng phí và cũng đồng thời thực hiện tốt Quy chế Dân chủ ở cơ sở Do đó các cơ quan, đơn vị, các tổ chức cần sớm thực hiện công khai thủ tục hành chính, quy trình giải quyết công việc trách nhiệm và thẩm quyền của cơ quan, của cán bộ, công chức trong thực thi công vụ;

Hoàn tất định hướng chiến lược HNKTQT và điều chỉnh chính sách phát triển kinh tế xã hội phù hợp với tình hình mới

Hình 109 Nhóm giải pháp về thể chế

NHÓM GIẢI PHÁP

Về nhân lực	Về tiếp cận tài chính
Đào tạo kỹ năng thực hành giỏi	Dành phần ngân sách ưu tiên để thực hiện nhiệm vụ cải cách thủ tục hành chính
Nâng cao kiến thức, tri thức về nghề cho cán bộ chuyên trách của Nhà nước và doanh nghiệp tại địa phương	
Đẩy mạnh cơ chế, chính sách bồi dưỡng và đãi ngộ với nhân lực chất lượng cao	
Có chính sách đào tạo và hỗ trợ chuyển đổi nghề nghiệp	
Về đầu vào	Về thể chế
Đánh giá tiềm năng và có chính sách khai thác tiềm năng phù hợp với nhu cầu địa phương	Ứng dụng linh hoạt các cơ chế chính sách của TW vào tình hình thực tế của địa phương
Giảm chi phí giao dịch xã hội và các khoản chi không chính thức	Tăng cường tương tác và hoạt động phản biện chính sách từ phía người dân, doanh nghiệp
Về công nghệ quản lý	Về khả năng đáp ứng yêu cầu của thị trường
Cải cách thủ tục hành chính và giảm thiểu các thủ tục đối với doanh nghiệp, người dân	Hỗ trợ công tác dự báo thị trường và sự phù hợp của chính sách
Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, hệ thống quản lý hiện đại, phần mềm quản lý vào công tác quản lý CBCC, các chính sách của địa phương	Tạo điều kiện và ưu đãi đối với người dân và doanh nghiệp tích cực tham gia đóng góp cho các chính sách của địa phương và TW
Hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng các công nghệ quản lý hiện đại (ví dụ: ERP, CRM,...) để tăng năng suất và hiệu quả kinh doanh và mở rộng kinh doanh	Cung cấp thông tin chi tiết về chiến lược phát triển kinh tế xã hội và sử dụng các nguồn tài nguyên của địa phương
Giám sát và có các biện pháp răn đe, phòng ngừa đối với các hoạt động vi phạm	
Minh bạch hoá các thông tin về chính sách, thủ tục, quy trình xử lý và cán bộ chịu trách nhiệm	

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

- Đỗ Lai Thúy, 2007, Phân Tâm học và tính cách dân tộc, NXB Tri thức
- Edmund Malesky, Trần Hữu Huỳnh, Đậu Anh Tuấn, Lê Thanh Hà, Lê Thu Hiền, Nguyễn Ngọc Lan, Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam, www.pcvietnam.org, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
- Helmut Kromrey, 1999, Nghiên cứu xã hội thực nghiệm, NXB Thế Giới
- Hồ Bá Thâm, 2003, Bản sắc văn hóa dân tộc, NXB Văn hóa Thông tin
- Jamshid Gharajedaghi, 2005, Tư duy hệ thống, NXB Khoa học xã hội
- John D.Daniesl, Lee H.Radebaugh, 1995, Kinh doanh quốc tế Môi trường và hoạt động, NXB Thống kê
- Joseph E.Stiglitz, 2010, Rơi tự do, NXB Thời đại
- Joseph E.Stiglitz, 2008, Toàn cầu hóa và những mặt trái, NXB Trẻ
- Joseph E.Stiglitz, 2008, Vận hành toàn cầu hóa, NXB Trẻ
- Nicky Hayes, 2005, Nền tảng tâm lý học, NXB Lao động
- Nguyễn Doãn Phước, Phan Xuân Minh, 2004, Lý Thuyết điều khiển mờ, NXB Khoa học và Kỹ thuật
- Nguyễn Doãn Phước, Phan Xuân Minh, Hán Thành Trung, 2006, Lý Thuyết điều khiển phi tuyến, NXB Khoa học và Kỹ thuật
- Nguyễn Hồ Quỳnh, 2004, Chuỗi thời gian: Phân tích và nhận dạng, NXB Khoa học và Kỹ thuật
- Nguyễn Khắc Minh, 2004, Tối ưu hóa trong phân tích kinh tế, NXB Khoa học và Kỹ thuật
- Nguyễn Quang Dong, 2002, Kinh tế lượng, NXB Khoa học và Kỹ thuật
- Nguyễn Quốc Thịnh, Nguyễn Thành Trung, 2008, Thương hiệu với nhà quản lý, NXB Lao Động
- Nguyễn Thành Trung, 2006, Tiến tới một khuôn khổ lý thuyết lợi thế cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp vừa và nhỏ: cách tiếp cận dựa trên tri thức về đoán định tương lai, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế 10, 71-77
- Phan Ngọc, 2006, Bản sắc văn hóa Việt Nam, NXB Văn học
- Tô Cẩm Tú, 1997, Một số phương pháp tối ưu hóa trong kinh tế, NXB Khoa học và Kỹ thuật
- Trần Ngọc Thêm, 2001, Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam, NXB TP.Hồ Chí Minh
- Từ điển – Tra cứu Toán học và Điều khiển học trong kinh tế, 1980, NXB Khoa học và Kỹ thuật

TIẾNG ANH

- Al Sulaiti, Baker, 1998, Country of origin effects: a literature review, *Marketing Intelligence and Planning*, 16, 3, 150-99
- Anholt, S., 2007, *competitive identity: the new brand management for nations, cities and regions*, Palgrave Macmillan, UK
- Christensen, L.B., 1988, *Experimental Methodology*, 4th ed., Allyn and Bacon, Boston, MA.
- Christian Ketels, Nguyen Dinh Cung, Nguyen Thi Tue Anh, Do Hong Hanh, 2010, *Vietnam Competitiveness Report*, CIEM
- Gnoth, J., 2002, Leverage export brands through a tourism destination brand, *Journal of brand management*, 9, 262-80
- Hamin, Elliott, 2006, A less developed country perspective of consumer ethnocentrism and country of origin effects: Indonesian evidence, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 18, 2, 79-92
- James, C.L.R, 1963, *Beyond a boundary*, Stanley Paul, London
- Kapferer, J.-N., 1992, *Strategic Brand Management*, Kogan Page, London.
- Keith Dinnie, 2008, *Nation branding: concepts, issues, practice*; Elsevier, UK
- Klein Naomi, 2000, *No Logo, Flamingo*, London
- Kotler, P. and Gertner, D., 2002, Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective, *Journal of Brand Management*, 9, 4-5, 249-61
- Kotler, P., Haider, D.H., and Rein, I., 1993, *Marketing Places: Attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*, Free Press, USA
- Kuznetsov, Y. and Sabel, C., 2006, International migration of talent, diaspora networks and development: Overview of main issues, in *Diaspora networks and the international migration of skills: how countries can draw on their talent abroad*, WBI Development Studies, 3-19
- Macdonald, S., 1997, *Reimagining culture: histories, identities and the Gaelic renaissance*, Berg, Oxford
- Michael Spence, 2011, *The next convergence: The future of economic growth in a multispeed world*, Farrar, Straus and Giroux, New York
- Nayan Chanda, 2007, *Bound Together: How Traders, Preachers, Adventurers, and Warriors shaped Globalization*, Yale University Press, New Heaven and London
- Nebenzahl, Jaffe, Lampert, 1997, Towards a theory of country image effect on product evaluation, *Management International Review*, 37, 1, 27-49
- Ollins, W., 1999, *Trading identities: why countries and companies are taking each others' roles*, The Foreign Policy Center, London
- Peterson, Jolibert, 1995, A meta analysis of country of origin effects, *Journal of International business studies*, 26, 4, 883-900
- Porter, M, 1998, *The Competitive advantage of nations*, Palgrave, UK
- Quelch, J., Jocz, K., 2005, positioning the nation state, *Place Branding*, 1, 3, 229-37

Steven Brakman, Harry Garretsen, Charles van Marrewijk, Arjen van Witteloostuijn, 2006, *Nations and Firms in the global economy: An introduction to international economics and business*, Cambridge University Press.

Szondi, G., 2007, "The role and challenges of country branding in transition countries: The Central European and Eastern European experience", *Place Branding and Public Diplomacy*, 3, 1, 8-20

Torres, F. and Kuznetsov, Y., 2006, Mexico: leveraging migrants' capital to develop hometown communities, in *Diaspora networks and the international migration of skills: how countries can draw on their talent abroad*, *WBI Development Studies*, 99-128

PHỤ LỤC

Thương mại	Số chương trình XTTM	Số hội chợ triển lãm	Ngân sách XTTM	Ngân sách khuyến công	Xuất khẩu	Nhập khẩu
GTTB	1391.888889	26.12698413	7407.116778	85223.51725	37075965.72	31623692.74
Phương sai	192.8516221	8.936726207	4719.449318	71529.49497	10119137.92	12216043.66
Trung vị	1143	10	946	1007	9000950	6104700
Độ lệch chuẩn	1530.712296	70.93306524	37459.46766	567747.7653	80318167.25	96961840.59
Độ nhọn Kurtosis	5.910075925	33.82942733	59.54279664	59.3441301	30.53400077	26.68865474
Độ lệch Skewness	2.145073814	5.526692911	7.628795721	7.629453774	5.015722244	5.163875825
Khoảng biến thiên	7369	501	296107	4456942	564227596.8	578003994
GTNN	1	1	1	100	403.2	6.048967835
GTLN	7368	500	296106	4456842	564228000	578004000
Tổng	87689	1646	466648.357	5369081.587	2335785841	1992292643
Số bản ghi	63	63	63	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	385.5048958	17.86426097	9434.044672	142985.4217	20227868.28	24419523.09

Đầu tư	Số dự án FDI	Vốn FDI đăng ký	Vốn FDI giải ngân	Ngân sách địa phương	Số doanh nghiệp đăng ký mới	DN đang hoạt động	DN đóng cửa	Số chi nhánh Ngân hàng	Tổng huy động vốn tín dụng Ngân hàng
GTTB	19.46031746	3701718.377	7204899.095	549101.9552	969.0634921	3996.84127	450.3333333	28.04761905	43729.65079
Phương sai	7.34940375	1207747.821	2927042.675	199569.5534	402.9554004	1879.75168	322.7979192	7.216937911	19754.46476
Trung vị	5	254575	114828	87900	327	622	70	14	13191.62841
Độ lệch chuẩn	58.33408382	9586201.145	23232680.98	1584034.223	3198.359337	14920.06642	2562.129054	57.28266882	156796.2031
Độ nhọn Kurtosis	44.80162522	23.70723741	14.95394507	37.94232303	54.10464885	55.84891778	62.50183123	26.66018362	28.63960864
Độ lệch Skewness	6.373561816	4.406859518	3.880436852	5.738547387	7.161709953	7.296146494	7.891451975	5.066917642	5.424749406
Khoảng biến thiên	439	62862209.8	118820000	11500010	25057	117256	20436	368	934425.8664
GTNN	0	0	0	10	0	10	10	1	2194.414921
GTLN	439	62862209.8	118820000	11500000	25057	117246	20426	367	936620.2814
Tổng	1226	233208257.7	453908643	34593423.18	61051	251801	28371	1767	2754968
Số bản ghi	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	14.69124862	2414253.471	5851074.88	398933.8491	805.4963603	3757.570032	645.2638401	14.42645319	39488.61201

Du lịch	Doanh thu du lịch trong nước	Số lượt khách du lịch trong nước	Số lượt khách du lịch quốc tế	Công ty cấp phép lữ hành quốc tế	Số lao động trong ngành	Tổng số khách sạn, resort
GTTB	10329922.37	3662090.683	520195.4175	20.50793651	6037.984127	51.65079365

Phương sai	306821.4666	525391.0862	98180.80669	8.46685272	991.7267473	14.47430336
Trung vị	11113351.46	1939618	135881	2	2550	20
Độ lệch chuẩn	2435319.893	4170162.465	779285.9941	67.20356006	7871.587026	114.8862212
Độ nhọn Kurtosis	5.129488524	-0.49024993	3.675313531	21.83945293	4.647833693	28.84204467
Độ lệch Skewness	0.994456142	0.991797753	1.958963372	4.593609078	2.155362076	5.054683833
Khoảng biến thiên	15952337	12932989	3300560	400	37917	785
GTNN	5159915	11	10	0	285	0
GTLN	21112252	12933000	3300550	400	38202	785
Tổng	650785109.1	230711713	32772311.3	1292	380393	3254
Số bản ghi	63	63	63	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	613327.3667	1050241.806	196260.6342	16.92499726	1982.433501	28.93371986

Con người	Số người trong độ tuổi lao động	Tỷ lệ thất nghiệp	Số lao động nước ngoài làm việc tại địa phương	Số lao động địa phương đi lao động nước ngoài	Việc làm tạo mới hàng năm	Tỷ lệ nhập cư	Tỷ lệ xuất cư
GTTB	1281222.222	2.928095238	626.5714286	685.7777778	24428.57143	8.203174603	9.904761905
Phương sai	123544.6884	0.179542124	208.3353311	186.3172496	3032.420339	1.12728341	0.493321649
Trung vị	919000	3.19	103	153	22000	5.8	9.8
Độ lệch chuẩn	980605.5641	1.425071427	1653.610426	1478.847322	24069.09026	8.94753468	3.915619202
Độ nhọn Kurtosis	1.631063592	-1.093878087	21.35585332	24.63174783	23.68897128	26.49376137	0.493548889
Độ lệch Skewness	1.391164585	-0.230653997	4.394428368	4.420196622	4.596417998	4.652506808	0.291586322
Khoảng biến thiên	4373000	4.94	10331	9920	160500	62.7	20.3
GTNN	200000	0.26	0	0	4500	2.1	1.8
GTLN	4573000	5.2	10331	9920	165000	64.8	22.1
Tổng	80717000	184.47	39474	43204	1539000	516.8	624
Số bản ghi	63	63	63	63	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	246962.3109	0.358899588	416.4563889	372.4428714	6061.721826	2.253407407	0.986135916

Cơ sở hạ tầng	km đường trong tỉnh	km đường rải nhựa	Thuê bao cố định	Thuê bao di động	Thuê bao Internet	Điện sinh hoạt	Doanh thu nước phục vụ sản xuất	Nước tiêu dùng
GTTB	10402.3169	6218.512238	215208.9806	1238568.444	78764.49206	663296.24	158167.8621	283656.9379
Phương sai	4650.148293	4695.769083	38140.22057	379310.1666	24412.28831	178493.5476	95087.05945	210217.1576
Trung vị	5107	1240.6	145647	698800	33751	396538	11561	37199

Độ lệch chuẩn	36909.40783	37271.51163	302728.6158	3010681.112	193766.5314	1416748.613	754730.1366	1668546.961
Độ nhọn Kurtosis	61.63094959	62.86458854	30.97641402	54.91636156	40.50492258	26.26895784	59.03625102	61.65051041
Độ lệch Skewness	7.81135956	7.924719386	5.09870602	7.195806287	5.995655851	5.033550238	7.582448486	7.817933279
Khoảng biến thiên	297158	297126.2	2200765.22	23987544	1439286	9019646	5962284	13250010
GTNN	49	80.8	234.78	12456	10	32	716	10
GTLN	297207	297207	2201000	24000000	1439276	9019678	5963000	13250000
Tổng	655345.965	391766.271	13558165.78	78029812	4962163	41787663.12	9964575.312	17870387.09
Số bản ghi	63	63	63	63	63	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	9295.513898	9386.708557	76241.21385	758230.2118	48799.46853	356803.5141	190076.3217	420218.1064

Văn hoá

	Số lượng lễ hội	Số lượng di tích	Số lượng làng nghề	Số lượng tôn giáo
GTTB	121.1111111	533.8730159	18.49206349	4.873015873
Phương sai	13.88780129	87.99576542	5.536263776	0.726744617
Trung vị	104	232	3	3
Độ lệch chuẩn	110.2310054	698.4447352	43.94273143	5.768356571
Độ nhọn Kurtosis	7.698694995	7.91249396	20.94591871	25.18152178
Độ lệch Skewness	2.624867881	2.516893699	4.251335501	4.478641802
Khoảng biến thiên	543	3837	277	41
GTNN	4	3	0	0
GTLN	547	3840	277	41
Tổng	7630	33634	1165	307
Số bản ghi	63	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	27.76131894	175.901027	11.06683349	1.452741776

Đặc điểm địa phương

	Diện tích rừng	Diện tích lâm nghiệp	Rừng trồng mới	Km bờ biển	Tổng sản lượng nuôi trồng đánh bắt thủy sản	Diện tích đất nông nghiệp	Diện tích đất ở	Đất phục vụ sản xuất kinh doanh	Số lượng khoáng sản địa phương
GTTB	1823785383	510743427.3	59834107.62	52.768888	4333401.711	2072047139	102578799.9	38568180.68	10.25396825
Phương sai	286902873.8	89543109.35	31959339.96	10.848541	4247678.18	317406013.1	21572533.6	7104793.195	1.255396595
Trung vị	392884400	172631000	2798000	1	43183	1092777400	53000000	19800000	8
Độ lệch chuẩn	2277220964	710726396.9	253669396.8	86.107625	33714900.34	2519332126	171226677.2	56392547.73	9.964401563

Độ nhọn Kurtosis	0.296038228	1.545624133	57.72377044	3.6687563 88	62.99854538	6.133006281	8.760932151	5.714500078	1.421405004
Độ lệch Skewness	1.124074684	1.581620839	7.462890123	1.9397089 94	7.937118707	2.107800467	2.838729988	2.267658531	1.255481922
Khoảng biến thiên	8839716600	2594090000	2000476500	385	267687633	13478584714	906438612.6	268284300	45
GTNN	0	0	0	0	367	55286.4	4287.38	0	0
GTLN	8839716600	2594090000	2000476500	385	267688000	13478640000	906442900	268284300	45
Tổng	1.14898E+11	32176835921	3769548780	3324.44	273004307.8	1.30539E+11	6462464391	2429795383	646
Số bản ghi	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	573510667.4	178994123.4	63885809.66	21.685924 45	8490987.614	634485573.4	43122879.8	14202279.09	2.509502012

Thế chế

	Số lượng công chức	Số lượng viên chức	Công viên chức có trình độ Đại học trở lên	Thủ tục hành chính	Thủ tục áp dụng cơ chế 1 cửa	Số hiệp hội địa phương đang hoạt động
GTTB	3043.031746	24853.80952	12340.31746	1330.301587	965.7460317	146.5714286
Phương sai	365.779719	2262.242557	1285.267812	54.87952935	58.09538905	31.27718041
Trung vị	2295	21044	10020	1400	1000	70
Độ lệch chuẩn	2903.286514	17955.99363	10201.49699	435.5927602	461.1178552	248.2549232
Độ nhọn Kurtosis	33.51828042	16.64733663	14.56267847	2.573726443	1.924493355	16.86018848
Độ lệch Skewness	5.339307552	3.866295749	3.560869435	-0.630530611	0.387043942	3.850726325
Khoảng biến thiên	21362	101997	58647	2554	2596	1510
GTNN	1144	9749	1554	95	53	1
GTLN	22506	111746	60201	2649	2649	1511
Tổng	191711	1565790	777440	83809	60842	9234
Số bản ghi	63	63	63	63	63	63
Khoảng tin cậy (95.0%)	731.1832328	4522.158392	2569.213722	109.702615	116.1310269	62.52219217