



Australian Government
AusAID



UKaid
from the Department for
International Development

BÁO CÁO

NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ LẠNG SƠN

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

2013

LỜI NÓI ĐẦU

Báo cáo **Nghiên cứu năng lực hội nhập kinh tế quốc tế Lạng Sơn năm 2013** là kết quả chi tiết và tiếp nối của Báo cáo đánh giá Năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương (PEII) thông qua một thang đo lường chung “Chỉ số hội nhập kinh tế cấp địa phương”.

Báo cáo năng lực hội nhập kinh tế quốc tế tỉnh Lạng Sơn đánh giá thực trạng hội nhập của các nền kinh tế Lạng Sơn 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 Lạng Sơn, 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 Lạng Sơn 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 trong dài hạn.

Quan trọng hơn cả nhóm nghiên cứu muốn cung cấp một cách nhìn rõ ràng và toàn diện về vấn đề hội nhập của Lạng Sơn 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 Lạng Sơn.

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 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 nhiều 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 sáng tạo ra của cải vật chất, 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, 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.

Báo cáo nghiên cứu năng lực hội nhập kinh tế quốc tế Lạng Sơn là kết quả nghiên cứu dựa trên số liệu thu thập được trong giai đoạn từ 2007 - 2011 từ các đơn vị quản lý của địa phương, các kết quả khảo sát mà nhóm nghiên cứu đã thực hiện trong năm 2013 đối với đối tượng là người dân, doanh nghiệp. Để thấy vị trí của Lạng Sơn đang ở đâu trên bản đồ hội nhập địa phương của Việt Nam, dữ liệu của các địa phương trong khu vực có đường biên giới với Trung Quốc bao gồm: Điện Biên, Cao Bằng, Hà Giang, Lai Châu, Lào Cai, Quảng Ninh.

Ngoài phần mở đầu, tóm tắt, báo cáo này bao gồm 3 phần: Phần 1 giới thiệu về Lạng Sơn, về các điều kiện tự nhiên, xã hội và tiềm năng phát triển; 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 địa phương. Phần 3 Báo cáo về Đề xuất Lộ trình và Kiến nghị cải thiện năng lực hội nhập kinh tế quốc tế Lạng Sơn.

LỜI CẢM ƠN

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 trong khuôn khổ Dự án nâng cao năng lực quản lý và điều phối hội nhập kinh tế quốc tế.

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn sự tài trợ của Cơ quan Phát triển Quốc tế Ôxtrâyliá (AusAID) và Bộ Phát triển Quốc tế Anh (DfID) cho Dự án thông qua Chương trình HTKT Hậu gia nhập WTO.

Chúng tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới Chương trình HTKT Hậu gia nhập WTO, (Cơ quan chủ quản) đã hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi để Dự án nâng cao năng lực quản lý và điều phối hội nhập kinh tế quốc tế thực hiện thành công báo cáo này. 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. Nhân đây, 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.

Ban Quản lý Dự án nâng cao năng lực quản lý và điều phối hội nhập kinh tế quốc tế cũng xin 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 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 (CIEM); 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 Đinh Ngọc Hương- Phó Tổng biên tập Tạp chí Hội Nhập; 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 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 Tụ Anh – Giám đốc Nghiên cứu – Chương trình Giảng dạy Kinh tế Fulbright.

Xin cảm ơn Nhóm thực hiện nghiên cứu: Ông Nguyễn Thành Trung – Trưởng Nhóm; Bà Nguyễn Thu Hương – Trợ lý nghiên cứu, Bà Đoàn Minh Tân Trang – Thành viên, Bà Nguyễn Kiều Trang – Thành viên, Ông Đỗ Quang Thành – Thành viên, Bà Hoàng Thị Thu Trang – Thành viên, Ông Khúc Đại Long – Thành viên, Bà Lê Thị Duyên – Thành viên, Bà Đào Thị Dịu – Thành viên, Bà Trần Minh Thu – Thành viên, Bà Vũ Thị Hồng Xuyên – Thành viên, Bà Trần Thu Thủy - Thành viên.

Xin được gửi lời cảm ơn đến 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, đã quan tâm 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.

Báo cáo này không phản ánh quan điểm của AusAID, DfID và Chương trình HTKT hậu gia nhập WTO.

DANH MỤC HÌNH VẼ, BẢNG BIỂU

Hình 1 Vị trí địa lý Lạng Sơn	24
Hình 2 Tương quan 8 trụ cột	34
Hình 3 Trụ cột Thương mại.....	37
Hình 4 Tỷ lệ tăng trưởng bình quân xuất khẩu, nhập khẩu giai đoạn 2007 - 2011.....	38
Hình 5 Tỷ lệ tăng trưởng trung bình tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng	39
Hình 6 Phản ứng của người dân với lạm phát.....	40
Hình 7 Đánh giá của người dân về chất lượng hệ thống phân phối	42
Hình 8 Đánh giá của người dân về chất lượng sản phẩm.....	43
Hình 9 Đánh giá của doanh nghiệp về chất lượng hệ thống phân phối	44
Hình 10 Đánh giá về tính liên kết trong ngành	45
Hình 11 Đánh giá về tính liên kết khác ngành.....	46
Hình 12 Đánh giá về tính liên kết phân phối	46
Hình 13 Trụ cột Đầu tư	48
Hình 14 Tỷ lệ vốn đăng ký/ dự án, vốn điều lệ/ dự án.....	50

Hình 15 Tỷ lệ vốn đăng ký/ dự án giai đoạn 2005 – 2009 và 2007 - 2011	51
Hình 16 Xu hướng lưu trữ, tiết kiệm của người dân	52
Hình 17 Đánh giá của doanh nghiệp về dịch vụ hỗ trợ đầu tư.	54
Hình 18 Đánh giá về khả năng tiếp cận vốn và hấp thụ vốn đầu tư	55
Hình 19 Đánh giá về mức độ cạnh tranh trên thị trường đầu tư	56
Hình 20 Đánh giá của doanh nghiệp về yếu tố hấp dẫn đầu tư	57
Hình 21 Trụ cột Du lịch.....	59
Hình 22 Tỷ lệ thay đổi số lượng khách nội địa và khách quốc tế	61
Hình 23 Tỷ lệ thay đổi khách nội địa và khách quốc tế đến tỉnh Lào Cai, Quảng Ninh, Hà Giang.....	62
Hình 24 Tỷ lệ thay đổi khách nội địa và khách quốc tế đến Lạng Sơn, Cao Bằng,.....	62
Hình 25 Đánh giá của người dân về thực trạng du lịch.....	64
Hình 26 Đánh giá của doanh nghiệp về thực trạng du lịch.....	65
Hình 27 Đánh giá về thách thức và nhu cầu phát triển du lịch của Điện Biên, Lạng Sơn,.....	67
Hình 28 Đánh giá về thách thức và nhu cầu phát triển du lịch của Lào Cai,.....	67
Hình 29 Trụ cột Con người.....	70

Hình 30 Tỷ trọng mức lương bình quân, tỷ lệ hộ nghèo, Tỷ lệ thất nghiệp.....	71
Hình 31 Tốc độ tăng dân số và cơ sở khám chữa bệnh 2010 - 2011	73
Hình 32 Xu hướng chuyển biến cuộc sống của người dân.....	74
Hình 33 Đánh giá chất lượng lao động địa phương.....	75
Hình 34 Đánh giá của người dân về dịch vụ hỗ trợ người lao động	76
Hình 35 Đánh giá của doanh nghiệp về dịch vụ hỗ trợ người lao động.....	77
Hình 36 Đánh giá của người dân về chính sách nhân dụng của doanh nghiệp.....	78
Hình 37 Đánh giá của doanh nghiệp về chính sách nhân dụng của địa phương.....	79
Hình 38 Trụ cột Cơ sở hạ tầng	82
Hình 39 Sự căng thẳng, Mức độ cải thiện chất lượng và Mức độ hiện đại của hệ thống giao thông	83
Hình 40 Tỷ lệ thay đổi bình quân thuê bao cố định, thuê bao di động và Internet.....	85
Hình 41 Đánh giá của người dân về thực trạng cơ sở hạ tầng .	86
Hình 42 Đánh giá của doanh nghiệp về thực trạng cơ sở hạ tầng	87

Hình 43 Đánh giá về hoạt động quản lý các dịch vụ và nhu cầu phát triển hạ tầng.....	88
Hình 44 Trụ cột Văn hoá.....	91
Hình 45 Đánh giá về chất lượng lễ hội và di tích.....	93
Hình 46 Đánh giá về hoạt động bảo tồn và duy tu di tích, lễ hội	93
Hình 47 Đánh giá về tính kế thừa và chuẩn mực xã hội.....	94
Hình 48 Đánh giá của người dân về đặc trưng văn hoá	95
Hình 49 Đánh giá của doanh nghiệp về đặc trưng văn hoá	96
Hình 50 Trụ cột Đặc điểm địa phương.....	99
Hình 51 Đánh giá của người dân về vị thế địa lý chiến lược và ảnh hưởng thời tiết.....	101
Hình 52 Đánh giá của doanh nghiệp về vị thế địa lý chiến lược và ảnh hưởng thời tiết.....	102
Hình 53 Đánh giá của người dân về sản phẩm đặc trưng.....	102
Hình 54 Đánh giá của doanh nghiệp về sản phẩm đặc trưng .	103
Hình 55 Đánh giá của người dân về đặc trưng địa phương.....	104
Hình 56 Đánh giá của doanh nghiệp về đặc trưng địa phương	105
Hình 57 Trụ cột Thể chế	109
Hình 58 Tỷ lệ thủ tục áp dụng cơ chế một cửa, Tỷ lệ công viên chức/dân và tỷ lệ công viên chức có trình độ đại học	110

Hình 59 Đánh giá của người dân về CCTTHC	111
Hình 60 Đánh giá của doanh nghiệp về CCTTHC	112
Hình 61 Đánh giá của người dân về mức độ tuân thủ pháp luật	113
Hình 62 Đánh giá của doanh nghiệp về mức độ tuân thủ pháp luật	114
Hình 63 Kênh góp ý chính sách	115
Hình 64 Cách thức giải quyết tranh chấp	116
Hình 65 Các bước thực hiện Chiến lược HNKTQT địa phương	Error!
	Bookmark not defined.
Hình 66 Các chủ thể liên quan...	Error! Bookmark not defined.
Hình 67 Tầm nhìn hội nhập KTQT	Error! Bookmark not defined.
Hình 68 Khung thực thi chiến lược HNKTQT	Error! Bookmark not defined.
	Bookmark not defined.
Hình 69 Yếu tố hấp dẫn địa phương	Error! Bookmark not defined.
Bảng 1 Kết quả xếp hạng PEII 2012.....	31

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
ATM	Máy rút tiền tự động
CBCC	Cán bộ công chức
CCTTHC	Cải cách thủ tục hành chính
CSHT	Cơ sở hạ tầng
FDI	Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài
GDP	Tổng sản phẩm nội địa
HDV	Hướng dẫn viên
ODA	Hỗ trợ phát triển chính thức
PEII	Chỉ số hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương
Tp	Thành phố
USD	Đô la Mỹ
WTO	Tổ chức Thương mại thế giới
XTTM	Xúc tiến thương mại

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	2
LỜI CẢM ƠN	7
DANH MỤC HÌNH VẼ, BẢNG BIỂU	10
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	15
MỤC LỤC	16
TÓM TẮT	19
PHẦN I – GIỚI THIỆU VỀ LẠNG SƠN	23
Lịch sử hình thành và phát triển	24
Điều kiện tự nhiên	25
Tài nguyên đất	25
Tài nguyên khoáng sản	25
Tài nguyên nước	25
Điều kiện xã hội	26
Kỳ vọng phát triển	27
PHẦN II – NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ LẠNG SƠN	29
KẾT QUẢ TỔNG THỂ	30
Kết quả xếp hạng	31
Tương quan 8 trụ cột	33
KẾT QUẢ CỤ THỂ	35
THƯƠNG MẠI	36

Thương mại và Xuất nhập khẩu	38
Thương mại và tiêu dùng	39
Phản ứng của người dân đối với lạm phát	40
Đánh giá của về chất lượng hệ thống phân phối tại địa phương	41
Đánh giá tính liên kết giữa các doanh nghiệp	45
ĐẦU TƯ	47
Đầu tư nước ngoài	49
Đầu tư nội địa	51
Yếu tố hấp dẫn đầu tư	53
DU LỊCH	58
Số lượng khách du lịch	60
Thực trạng du lịch	63
Thách thức và nhu cầu phát triển du lịch của địa phương	66
CON NGƯỜI	69
Thu nhập, Việc làm và Hộ nghèo	71
Tốc độ tăng dân số và hạ tầng y tế	72
Xu hướng chuyển biến cuộc sống của người dân	73
Chất lượng lao động địa phương	74
Chất lượng dịch vụ hỗ trợ người lao động	75
Chính sách nhân dụng của doanh nghiệp	77
Chính sách nhân dụng của địa phương	78
CƠ SỞ HẠ TẦNG	81
Hệ thống giao thông	83
Hạ tầng Viễn thông	84
Thực trạng cơ sở hạ tầng	85
Quản lý các dịch vụ và nhu cầu phát triển hạ tầng	87
VĂN HOÁ	90
Di tích và Lễ hội	92
Tính kế thừa và chuẩn mực xã hội	94
Đặc trưng văn hoá	94
ĐẶC ĐIỂM ĐỊA PHƯƠNG	98
Vị thế địa lý chiến lược và tác động của thời tiết	100
Sản phẩm đặc trưng	102

Đặc điểm đặc trưng	103
Ô nhiễm môi trường	105
THỂ CHẾ	108
Cán bộ công chức	110
Cải cách thủ tục hành chính	111
Tình hình thực thi pháp luật	113
Kênh góp ý chính sách	114
Cách giải quyết tranh chấp	115

**PHẦN III - ĐỀ XUẤT LỘ TRÌNH VÀ CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO
NĂNG LỰC HNKTQT LẠNG SƠN 117**

Bước 1 - Nghiên cứu tiềm năng	Error! Bookmark not defined.
Bước 2 - Hoạch định chiến lược	Error! Bookmark not defined.
Bước 3 - Thực thi chiến lược	Error! Bookmark not defined.
Bước 4 - Đánh giá	Error! Bookmark not defined.
Bước 5 - Điều chỉnh	Error! Bookmark not defined.

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.

Lạng Sơn là điểm quan trọng của khu kinh tế trọng điểm Đông Bắc Bộ, là địa phương nằm trong khu vực “Hai vành đai, một hành lang”. Kể từ sau khi Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới WTO, với tiềm năng và thế mạnh của vùng đất, Lạng Sơn có nhiều cơ hội trở thành điểm sáng về kinh tế gắn với cửa khẩu của toàn quốc.

Việc đánh giá năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của Lạng Sơn được thực hiện thông qua mô hình PEII 2013 cùng các giả thiết được sử dụng trong quá trình phân tích. Nguồn dữ liệu thứ cấp đến từ các báo cáo của các đơn vị quản lý Nhà nước tại địa phương, các dữ liệu của đơn vị quản lý Trung Ương, tính đến 2011. Nguồn dữ liệu sơ cấp đến

từ các khảo sát người dân đang sinh sống tại địa phương, doanh nghiệp đang kinh doanh tại địa phương ,tính đến 2013.

Mục tiêu chính của báo cáo này nhằm xác định được mức độ hội nhập kinh tế quốc tế của Lạng Sơn, 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 Lạng Sơn 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 Lạng Sơn 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 Lạng Sơn.

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 khuynh 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 ba phần chính. Phần 1 giới thiệu về Lạng Sơn với tiếp cận về những tiềm năng mà địa phương đang và sẽ khai thác trong tương lai. Phần 2 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. Nhiều bản đồ đo lường định vị nhận thức (perceptual mapping) được xây dựng dựa trên việc lựa chọn các địa phương có điểm tương đồng và các tiêu chí có liên quan với nhau. Phần 3 của báo cáo đề xuất lộ trình và các giải pháp nâng cao năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của Lạng Sơn, trong đó chỉ rõ các nhóm đối tượng hữu quan cần nghiên cứu, tác động và tham gia vào tiến trình phát triển năng lực hội nhập kinh tế cũng như các bước chi tiết cho việc thực hiện.

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. Do giả thiết được sử dụng và đối tượng được lựa chọn khác nhau.

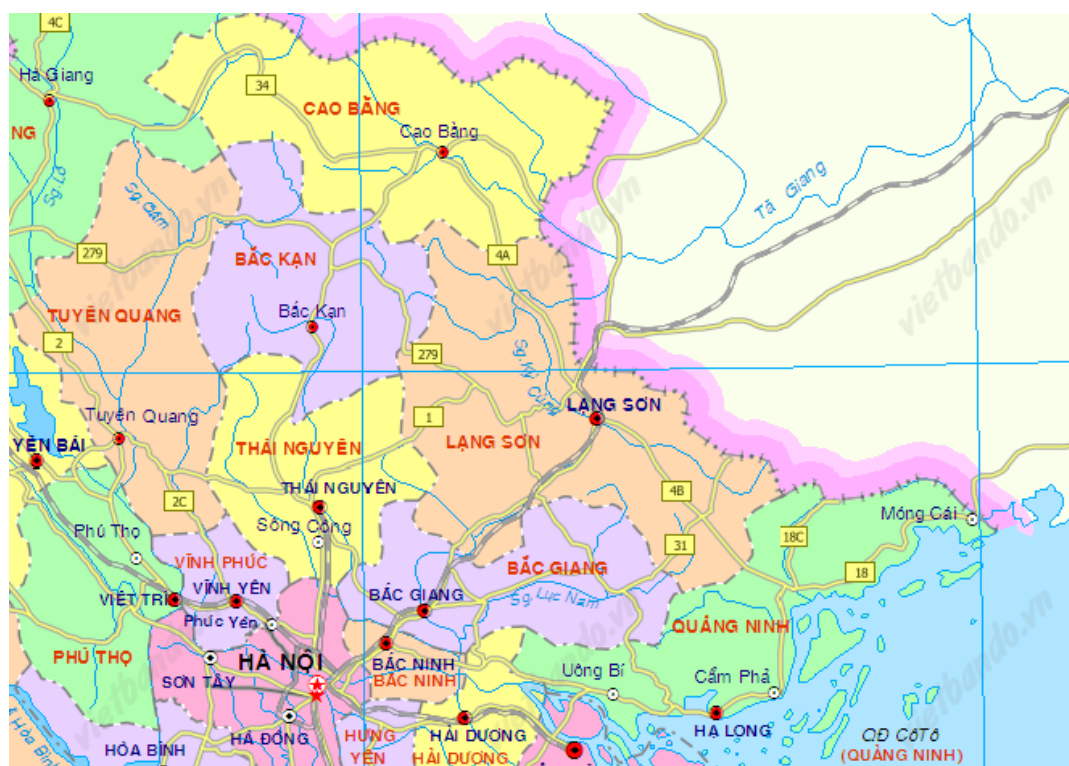
Có một số tiêu chí có thể nằm ở cả hai trụ cột, đối với phần giao thoa này, để tránh tính trùng, chúng tôi chỉ xếp đối tượng vào một trụ cột. Ví dụ, hạ tầng du lịch được tính chung trong trụ cột cơ sở hạ tầng, môi trường xã hội được đánh giá trong môi trường sống của trụ cột con người, môi trường tự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

PHẦN I - GIỚI THIỆU VỀ LẠNG SƠN

Lịch sử hình thành và phát triển

Từ thời các vua Hùng, Lạng Sơn (ngày nay) là một vùng đất thuộc bộ tộc Lạc Hải, và sau trở thành đơn vị hành chính của nước Đại Cồ Việt. Trong thời kỳ dài đất nước độc lập sau đó, các tên gọi Lạng Châu, Lạng Giang, Lạng Sơn là điểm giao thương quan trọng giữa hai quốc gia. Thời kỳ giao tranh, Lạng Sơn cũng là điểm nóng binh lửa khiến cho đời sống dân cư, nhìn chung, khó khăn muôn phần. Thời kỳ chống Pháp, Lạng Sơn một lần nữa lại chứng minh vị trí của mình khi là một trong những nơi cách mạng và khởi nghĩa Bắc Sơn là mốc đánh dấu sự chuyển biến tình thế cách mạng giành độc lập dân tộc.

Hình 1 Vị trí địa lý Lạng Sơn



Điều kiện tự nhiên

Tài nguyên đất

Theo cổng thông tin điện tử tỉnh Lạng Sơn, diện tích đất tự nhiên là 818.725 ha, trong đó: đất nông nghiệp là 64.630,61 ha chiếm 7,59 %; đất lâm nghiệp có rừng (rừng tự nhiên và rừng trồng) là 172.635,01 ha chiếm 21,08 %; đất chuyên dùng là 10.787 ha, chiếm 1,33 %; đất ở là 4.611,48 ha, chiếm 0,56 %; đất chưa sử dụng và các loại đất khác là 565.969, 7 ha chiếm 69,13%. Đất đai Lạng Sơn được chia thành 7 vùng với 16 tiểu vùng địa lý thổ nhưỡng gồm 43 loại đất khác nhau phù hợp với nhiều loại cây trồng khác nhau.

Tài nguyên khoáng sản

Trong địa phận tỉnh Lạng Sơn, nhóm khoáng sản kim loại gồm có kim loại đen (sắt, mangan), kim loại màu (nhôm, péc mi sớm, quặng bô xít, quặng alít, đồng, chì, kẽm, đa kim), kim loại quý (vàng) và kim loại hiếm (thiếc, mólípđen, vananđi, thủy ngân); khoáng sản phi kim loại gồm có khoáng sản nhiên liệu (than nâu, than bùn); khoáng sản dùng làm nguyên liệu áp quang và áp điện (thạch anh kỹ thuật); khoáng sản dùng làm nguyên liệu và phân bón; khoáng sản dùng làm vật liệu xây dựng.

Tài nguyên nước

Lạng Sơn nằm ở khu vực Đông Bắc, ít mưa của vùng khí hậu miền Bắc; lượng mưa trung bình năm là 1.200 – 1.600 mm. Nơi duy nhất có lượng mưa trên 1.600mm là vùng núi cao Mẫu Sơn (2.589mm);

tại Lạng Sơn có Na Sầm (1.118 mm) và Đồng Đăng (1.100mm) là những trung tâm khô hạn của miền Bắc.

Chịu chi phối của khí hậu nhiệt đới gió mùa, lại nằm trong vùng đất dốc thuộc khu miền núi Đông Bắc, Lạng Sơn có mạng lưới sông ngòi khá phong phú. Mật độ mạng lưới sông ở đây dao động trung bình từ 0,6 đến 1,2 km/km². So với mật độ sông suối trung bình của cả nước là 0,6 km/km² thì mật độ sông suối của Lạng Sơn thuộc loại từ trung bình đến khá dày. Lạng Sơn có 5 sông chính độc lập, đó là sông Kỳ Cùng, Sông Thương, Sông Lục Nam, sông Tiên Yên- Ba Chẽ (hay Nậm Luồi – Đồng Quy) và sông Nà Lang.

Điều kiện xã hội

Ước tính dân số của tỉnh Lạng Sơn (đến 2012) có khoảng 745 nghìn người. Trong đó nam là 372 nghìn người, chiếm 49,95% tổng dân số cả tỉnh; nữ là 373 nghìn người chiếm 50,05 %. Dân số khu vực thành thị 143,3 nghìn người chiếm 19,22 % tổng dân số; dân số khu vực nông thôn 602,1 nghìn người chiếm 80,7%.

Cơ cấu dân số tỉnh Lạng Sơn trẻ, nguồn lao động khá dồi dào. Lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên năm 2012 là 490,6 nghìn người tăng 2,38 % so với năm 2011; trong đó lao động nam chiếm 50,16%, nữ chiếm 49,84%. Cơ cấu lao động trong khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản chiếm 78,05%; khu vực công nghiệp - xây dựng chiếm 4,65 %; khu vực dịch vụ chiếm 17,3%.

Giống như các tỉnh miền núi phía Bắc, Lạng Sơn là tỉnh có các dân tộc ít người chiếm số đông (84,74 % tổng số dân của tỉnh). Là nơi chung sống của nhiều dân tộc anh em, trong đó người Nùng chiếm 43,9%,

người Tày 35,3%, người Kinh chiếm 15,3%, tập trung phần lớn ở các thị xã, thị trấn; người Dao chiếm 3,5 %, dân tộc Hoa, Sán Chay, Mông và các dân tộc khác chiếm khoảng 1,4 %.

Kỳ vọng phát triển

Lạng Sơn còn là tỉnh miền núi có hệ thống giao thông thuận lợi, có đường biên giới chung với Trung Quốc dài 253 km; có 2 cửa khẩu quốc tế (cửa khẩu đường bộ Hữu Nghị và cửa khẩu đường sắt Đồng Đăng), 2 cửa khẩu quốc gia (Chi Ma, Bình Nghi) và 7 cặp chợ biên giới tạo điều kiện cho Lạng Sơn trở thành điểm giao lưu, trung tâm buôn bán thương mại quan trọng của tỉnh trong cả nước với Trung Quốc, sau đó sang các nước Trung Á, châu Âu. Nhất là trong điều kiện hiện nay, khi Nhà nước đang thực hiện chính sách đầu tư phát triển các khu kinh tế cửa khẩu, thì Lạng Sơn càng có điều kiện để phát triển các ngành kinh tế, đặc biệt kinh tế thương mại - du lịch - dịch vụ. Khu kinh tế cửa khẩu là một trong những vùng kinh tế trọng điểm, là khu vực phát triển năng động nhất, đóng vai trò động lực thúc đẩy phát triển các lĩnh vực kinh tế - xã hội, là trọng tâm chuyển dịch cơ cấu kinh tế của cả tỉnh.

Phấn đấu đến năm 2020, tỉnh Lạng Sơn trở thành tỉnh có trình độ phát triển ở mức trung bình khá của vùng trung du và miền núi phía Bắc, nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng nhanh, cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh. Hoàn thành một số công trình hạ tầng chủ yếu để Khu kinh tế cửa khẩu Đồng Đăng - Lạng Sơn trở thành trung tâm đầu mối quan trọng của tuyến hành lang kinh tế

Nam Ninh - Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh. Tạo sự chuyển biến rõ rệt về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội, cải thiện và nâng cao đời sống vật chất và văn hóa - tinh thần của nhân dân. Bảo vệ và cải thiện môi trường sinh thái. Bảo đảm quốc phòng - an ninh, trật tự an toàn xã hội, tăng cường ổn định chính trị, bảo vệ vững chắc chủ quyền biên giới quốc gia.

PHẦN II - NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ LẠNG SƠN

KẾT QUẢ TỔNG THỂ

Kết quả xếp hạng

Tiếp tục nằm trong nhóm các địa phương trung bình trong chỉ số PEII 2012, Lạng Sơn đã cho thấy, ở một góc nhìn, sự ổn định trong quá trình hội nhập kinh tế đối với thế giới bên ngoài hay đó chính là hiện tượng thiếu sự “bứt phá” trong năng lực hội nhập để tận dụng tối đa các lợi thế về vị trí địa lý chiến lược mà Lạng Sơn đang nắm giữ.

Bảng 1 Kết quả xếp hạng PEII 2012

	Tổng thể	Thương mại	Đầu tư	Du lịch	Con người	Cơ sở hạ tầng	Văn hoá	Đặc điểm địa phương	Thể chế
Điện Biên	51	59	62	33	62	53	18	41	44
Lai Châu	47	61	41	55	60	51	46	58	54
Lào Cai	28	34	42	10	24	29	21	26	27
Hà Giang	45	48	46	28	58	58	13	38	50
Lạng Sơn	11	17	22	36	20	20	36	3	24
Cao Bằng	58	42	63	29	55	61	25	50	53
Quảng Ninh	23	8	9	3	7	14	37	2	8

Đối sánh với kết quả PEII 2010, Lạng Sơn là địa phương thuộc nhóm Duy trì, có nghĩa rằng mặc dù trong bối cảnh tình hình kinh tế suy thoái và đầy biến động cùng những tác động tiêu cực kéo dài tới tình hình sản xuất kinh doanh và cuộc sống sinh hoạt của người dân, địa phương này vẫn giữ vững được kết quả hội nhập của mình trong tương quan so sánh với 63 địa phương của toàn quốc, và trong tương quan so sánh với dữ liệu lịch sử 3 năm về trước. Cùng trong nhóm Duy trì với Lạng Sơn là Lào Cai (cùng hướng duy trì) và Cao Bằng (khác hướng duy trì khi vẫn đứng ở nhóm cuối). Kết quả điều tra cho thấy đối với các địa phương có lợi thế về vị trí địa lý chiến lược là cửa ngõ thông thương với quốc tế thì điều tra doanh nghiệp và người dân đều cho thấy cảm nhận về tác động của suy thoái kinh tế toàn cầu đối với địa phương là không đáng kể so với các tỉnh khác. Hiển nhiên là ở miền Bắc, các địa phương đều phải chuyển hàng đến cảng quốc tế Hải Phòng để vận tải ra thế giới và đón hàng nhập khẩu đường biển quốc tế từ đây, tương tự, việc trung chuyển hàng hóa cả nước sang Trung Quốc bằng đường bộ qua Lạng Sơn và ngược lại luôn tạo ra bầu không khí sôi nổi hơn vùng khác. Đặc biệt, với tiến trình chủ động hội nhập vào Việt Nam, lượng hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc vào Việt Nam bằng đường bộ gia tăng kéo theo không khí làm việc nhộn nhịp hơn so với khung cảnh đìu hiu sản xuất của các vùng khác trên cả nước do suy thoái kinh tế đem đến.

Địa phương thuộc nhóm Phát triển gồm Hà Giang, Lai Châu, tuy nhiên mức độ tăng hạng của 2 địa phương này chỉ vừa đủ địa phương thay đổi vị trí trong các nhóm. Đối với Hà Giang, do tăng du lịch trong khi các trụ cột khác giữ nguyên hoặc giảm nhẹ. Đối với Lai

Châu, do nhận được sự đánh giá tốt của người dân và doanh nghiệp, nên mặc dù một số các trụ cột chính như Con người, Thể chế giảm nhưng tính tổng điểm tỷ lệ, thứ hạng của Lai Châu vẫn có sự nhích nhẹ giống như Hà Giang.

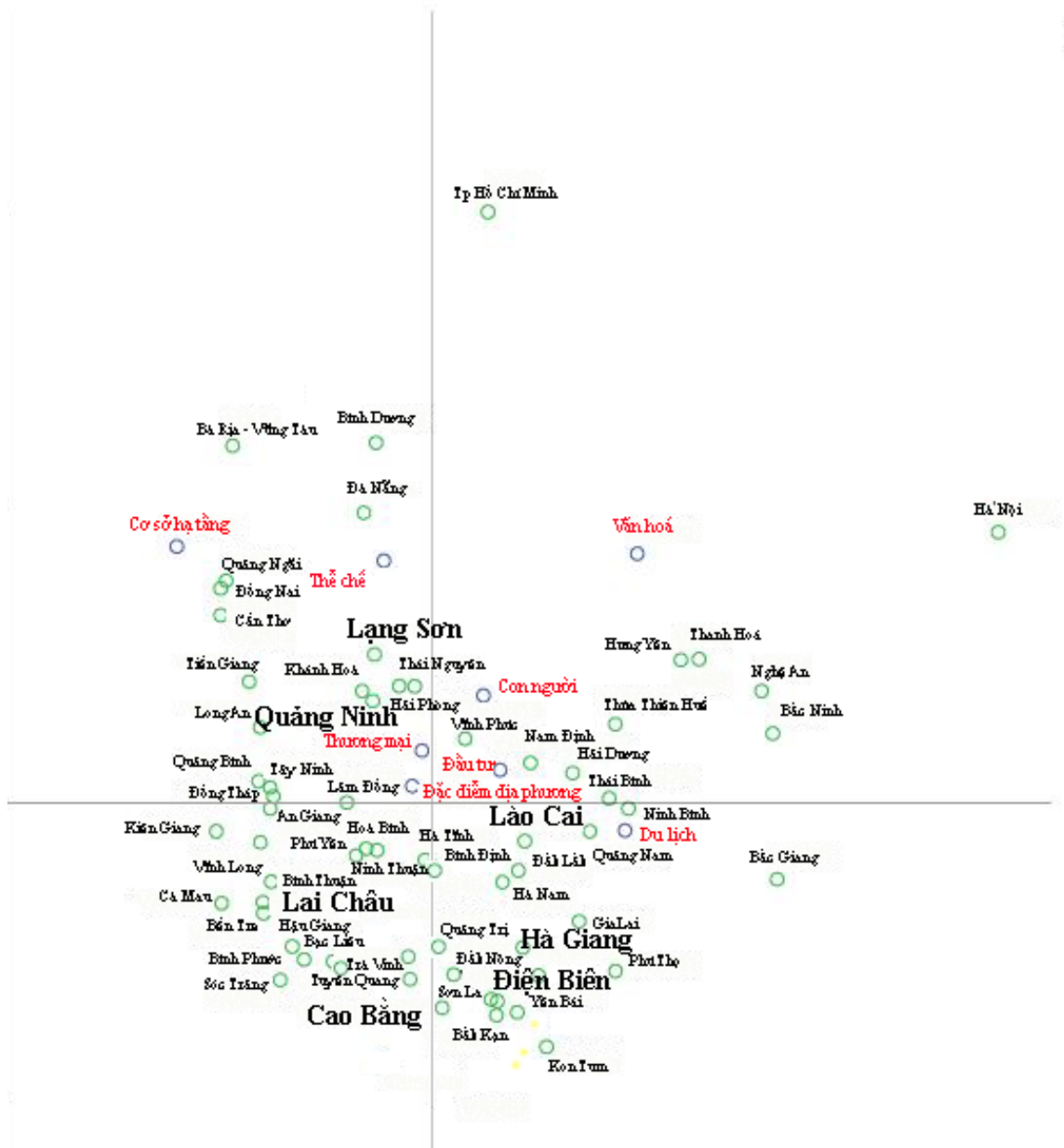
Địa phương thuộc nhóm Giảm hạng gồm Điện Biên, Quảng Ninh. Đối với Điện Biên là sự giảm hạng trên gần như các trụ cột chính, từ Thương mại đến Thể chế. Còn đối với Quảng Ninh, là trường hợp ngược lại với Lai Châu, khi phân tích số liệu thống kê tăng đều trên các trụ cột nhưng kết quả đánh giá của người dân và doanh nghiệp lại rất kém, dẫn đến thứ hạng của Quảng Ninh có sự sụt giảm.

Tương quan 8 trụ cột

Kết quả chỉ ra rằng hầu hết các địa phương có biên giới tiếp giáp với Trung Quốc đều nằm ở phía dưới của trục tọa độ hệ tham chiếu, ngoại trừ Lạng Sơn và Quảng Ninh. Điều này đưa đến 2 chú ý chính:

- (1) Các địa phương có nền tảng ngoại thương lâu đời như Quảng Ninh, Lạng Sơn, Lào Cai vẫn thể hiện vị thế tương đối khác biệt so với các địa phương còn lại khi tiến gần với trụ cột Thương mại, Đầu tư, Đặc điểm địa phương. Điều này hàm ý về những trụ cột cốt lõi ảnh hưởng đến quá trình hội nhập của địa phương.
- (2) Các địa phương như Cao Bằng, Điện Biên, Hà Giang, Lai Châu thể hiện sự khó khăn trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế khi chưa thể “tới gần” với trụ cột nào trong mô hình.

Hình 2 Tương quan 8 trụ cột



KẾT QUẢ CỤ THỂ

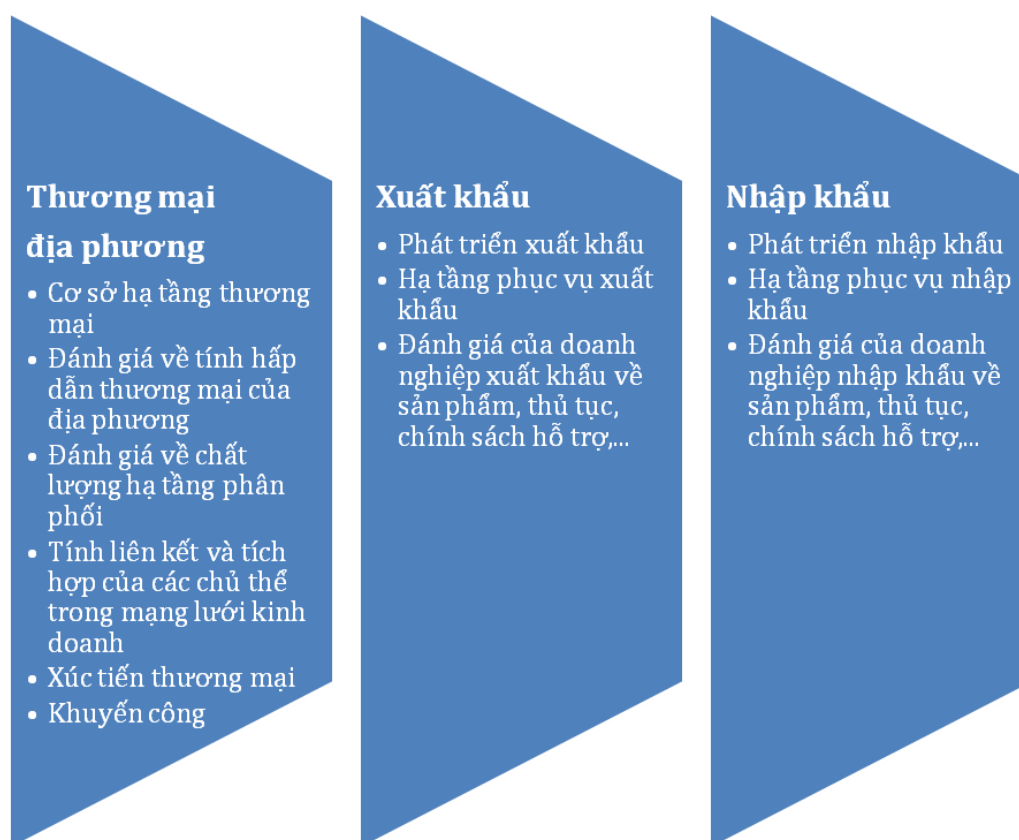
THƯƠNG MẠI

Trụ cột Thương mại

Đây là trụ cột đánh dấu sự tăng hạng của Lạng Sơn từ vị trí thứ 38 (PEII 2010) lên vị trí thứ 17 (PEII 2012). Mặc dù những ảnh hưởng tiêu cực của biến động kinh tế tác động đến toàn bộ đời sống kinh tế của các chủ thể từ doanh nghiệp lớn đến các hộ gia đình kinh doanh, song người dân và doanh nghiệp Lạng Sơn vẫn dành những đánh giá tích cực về địa phương mình, đặc biệt là về kết quả thương mại.

Các tiêu chí được sử dụng trong mô hình PEII 2012 bao gồm:

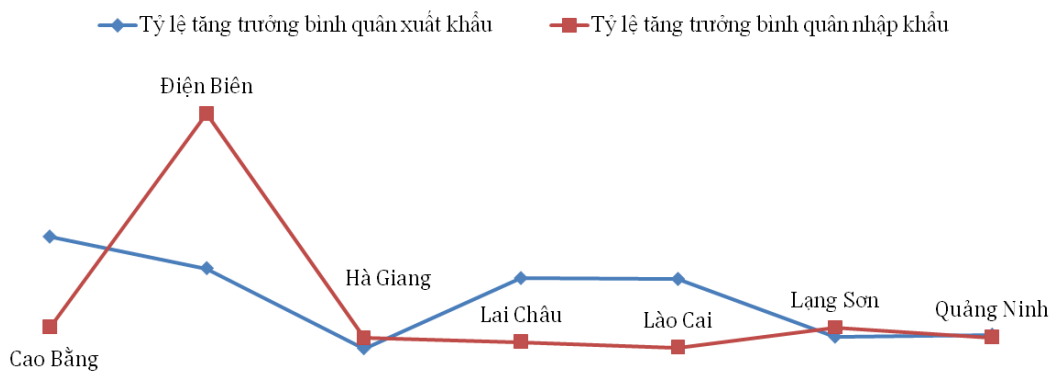
Hình 3 Trụ cột Thương mại



Thương mại và Xuất nhập khẩu

Tính đến hết tháng 9/2013, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Lạng Sơn là hơn 1.9 tỷ USD. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là sản lát khô, tinh bột sắn, nhân hạt điều, hoa quả,... Theo đó tờ khai về xuất khẩu các mặt hàng nông sản đạt 23.023 bộ tờ khai, đạt kim ngạch trên 514 triệu USD, chiếm 56% kim ngạch xuất khẩu nói chung và 30,5% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu. Trong đó, xuất kinh doanh đạt 5.369 bộ tờ khai, trị giá trên 218,9 triệu USD; xuất biên giới đạt 17.654 bộ tờ khai, trị giá trên 295,5 triệu USD. Còn đối với nhập khẩu thì chủ yếu là ô tô, linh kiện ô tô, máy móc, hóa chất, hoa quả tươi và hàng hóa tiêu dùng khác phục vụ đời sống nhân dân. Ngoài ra, lượng hàng tạm nhập tái xuất qua địa bàn tăng khá so với cùng kỳ. Đáng chú ý là từ năm 2012, kim ngạch xuất nhập khẩu của Lạng Sơn đã tương đương với Quảng Ninh và tính đến tháng 6/2013 thì đã vượt hơn 400 triệu USD.

Hình 4 Tỷ lệ tăng trưởng bình quân xuất khẩu, nhập khẩu giai đoạn 2007 - 2011



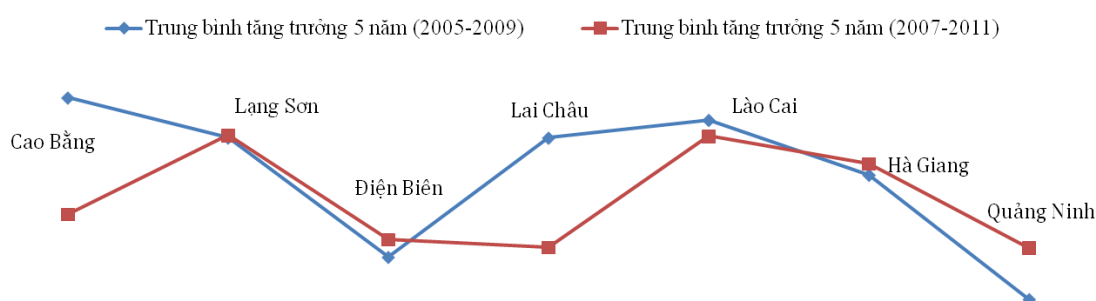
Khi xem xét tỷ lệ tăng trưởng bình quân thì thấy rằng Điện Biên là địa phương có tỷ lệ tăng trưởng nhập khẩu cao nhất trong số các địa

phương có biên giới giáp với Trung Quốc (do xuất phát điểm thấp) trong khi Cao Bằng lại là địa phương có tỷ lệ xuất khẩu cao nhất (do tăng trưởng xuất khẩu quặng sắt và chì thời của Nikko Việt Nam và Mirex). Lạng Sơn và Quảng Ninh là hai địa phương duy nhất gần như không có sự biến động về tỷ lệ tăng trưởng, hàm ý về cơ cấu và lượng hàng xuất nhập khẩu qua cửa khẩu này vẫn giữ nguyên được nhịp độ (đối với Quảng Ninh là quần áo, dăm gỗ, tùng hương, than, dầu thực vật, sợi hoá học, gạch, hải sản, và xi măng, clinker).

Thương mại và tiêu dùng

Sức mua trên thị trường Lạng Sơn tương đối ổn định khi tỷ lệ tăng mức doanh thu bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng của 2 giai đoạn nghiên cứu 2005 – 2009 và 2007 – 2011 vẫn có mức tương đương nhau.

Hình 5 Tỷ lệ tăng trưởng trung bình tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng



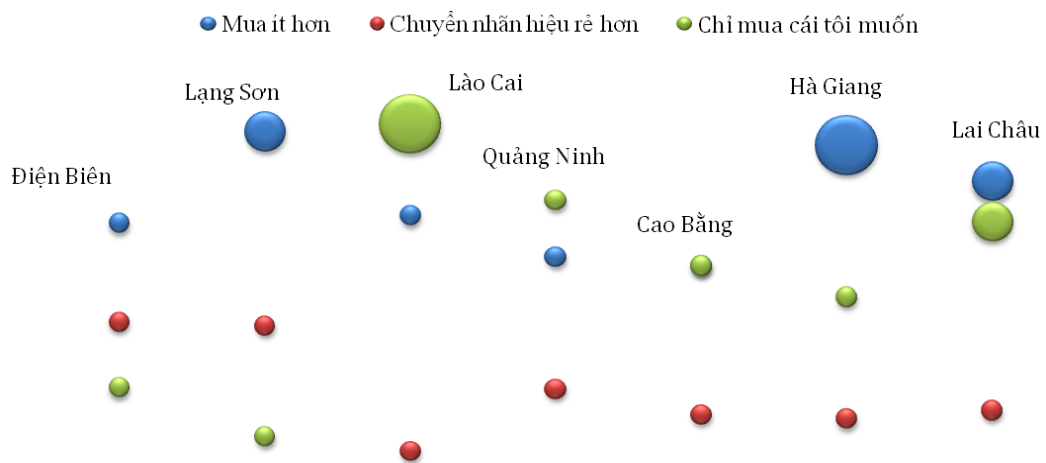
Cao Bằng, Lai Châu và Lào Cai lại có mức tăng trung bình giai đoạn 2005 – 2009 cao hơn so với giai đoạn kế tiếp, một phần lý do bởi lượng lao động khai thác khoáng sản đổ dồn về các địa phương này (như ở Cao Bằng, Lai Châu là lao động khai thác vàng sa khoáng, ở

Lào Cai là lao động khai thác vàng gốc). Trong khi đó, Điện Biên, Hà Giang và Quảng Ninh thì mức tăng trung bình giai đoạn 2007 – 2011 rõ nét hơn (đối với Điện Biên do có cửa khẩu Tây Trang mở vào tháng 5/2007 và dự án thủy điện Sơn La, đối với Hà Giang có cửa khẩu Thanh Thủy hoạt động từ 2008).

Phản ứng của người dân đối với lạm phát

Cho thấy sự tác động rõ rệt của khủng hoảng kinh tế đến đời sống người dân khi phản ứng đối với thói quen mua hàng hoá đã thay đổi. Trong đó, người dân Hà Giang và Lạng Sơn, Lai Châu lựa chọn giảm tần suất và khối lượng mua hàng hoá, còn người dân Lào Cai lại lựa chọn mua hàng hoá khi có nhu cầu cấp thiết.

Hình 6 Phản ứng của người dân với lạm phát



Đáng chú ý là đa số người dân các địa phương đều lựa chọn mua ít hàng hoá hơn và chỉ mua những sản phẩm theo đúng nhu cầu, còn hình thức “chuyển sang nhãn hiệu rẻ hơn” thì gần như chỉ có người dân Lạng Sơn và Điện Biên lựa chọn là đáng kể. Điều này cho thấy một góc cạnh của sự đa dạng nhãn hiệu hàng hoá tại những địa

phương này và thói quen lựa chọn sản phẩm theo nhãn hàng của người dân.

Đánh giá của về chất lượng hệ thống phân phối tại địa phương

Đánh giá của người dân địa phương về chất lượng các kênh phân phối tại địa phương cho thấy các kênh hiện đại như Siêu thị vẫn chưa có nhiều chỗ đứng trong đánh giá của khách hàng tiêu dùng trong khi kênh truyền thống như Chợ và các phiên chợ thì vẫn nhận được nhiều đánh giá hơn.

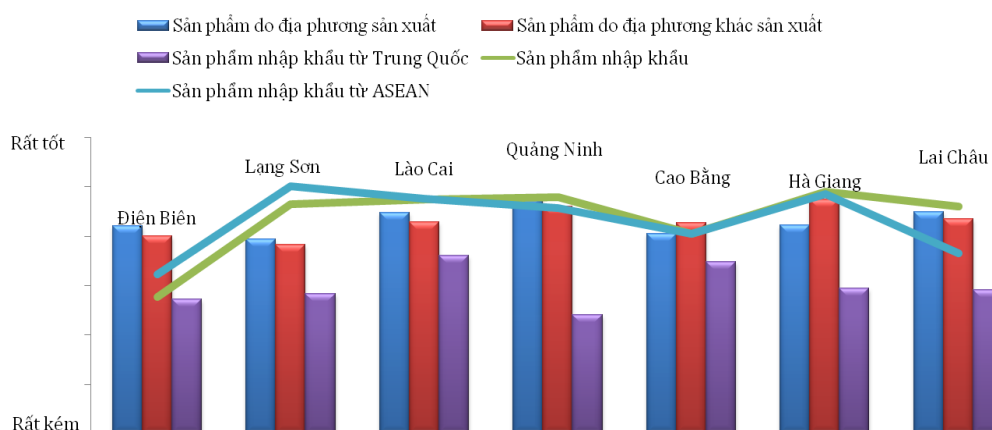
Hình 7 Đánh giá của người dân về chất lượng hệ thống phân phối



Trong số 3 địa phương có thương mại phát triển hơn là Lạng Sơn, Quảng Ninh và Lào Cai thì thấy rằng người dân Lạng Sơn đánh giá khá tốt hệ thống bán lẻ và hệ thống bán buôn của địa phương và khả quan hơn so với 2 địa phương còn lại. Kết quả này cũng xuất phát từ việc Lạng Sơn vẫn luôn được coi là điểm cửa ngõ chính giao thương với bạn hàng Trung Quốc trong gần 40 năm qua.

Hầu hết người dân các địa phương đều cho rằng sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc chất lượng chỉ đạt mức trung bình, đặc biệt người dân Quảng Ninh còn cho rằng chỉ đạt mức kém. Đây cũng là kết quả tương đối phổ biến đối với người tiêu dùng toàn quốc. Trong khi đó, sản phẩm nội địa được đánh giá khá cao bởi hầu hết người dân ở các địa phương, còn sản phẩm nhập khẩu (trừ Trung Quốc) thì được người dân Lạng Sơn, Quảng Ninh và Hà Giang đánh giá cao hơn so với người dân ở các địa phương còn lại. Đáng chú ý là người dân Điện Biên đều đánh giá các sản phẩm nhập khẩu tương đối thấp hơn.

Hình 8 Đánh giá của người dân về chất lượng sản phẩm



Sự phân tán trong đánh giá về chất lượng kênh phân phối tại địa phương của doanh nghiệp cho thấy sự nhìn nhận khác nhau về nền thương mại địa phương. Điểm chung với nhận định của người dân là các kênh hiện đại không có nhiều đánh giá tích cực.

Hình 9 Đánh giá của doanh nghiệp về chất lượng hệ thống phân phối

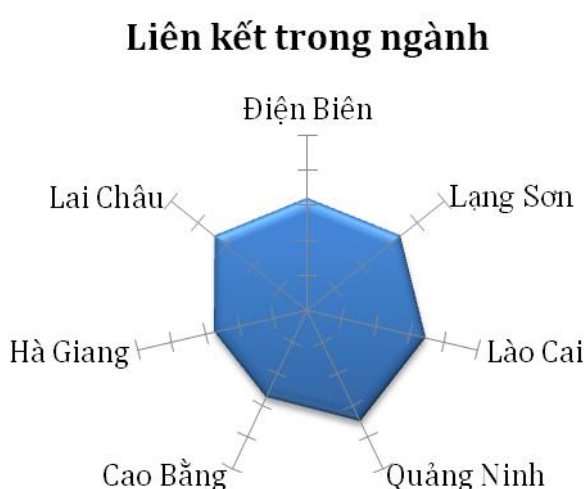


Theo đó, doanh nghiệp Lạng Sơn đánh giá nghiêng về hệ thống bán lẻ trong khi doanh nghiệp Lai Châu lại cho rằng cơ sở vật chất buôn bán của địa phương là có thể chấp nhận được, còn doanh nghiệp Cao Bằng thì đánh giá nhiều hơn về chợ và cửa hàng bình dân.

Đánh giá tính liên kết giữa các doanh nghiệp

Trong đối sánh, thấy rằng các doanh nghiệp ở các địa phương đánh giá trung bình về tính liên kết của doanh nghiệp trong ngành mặc dù khi có sự hỗ trợ từ một số Hiệp hội địa phương. Điều này cho thấy vai trò của các Tổ chức, Hiệp hội tại các địa phương này còn tương đối mờ nhạt.

Hình 10 Đánh giá về tính liên kết trong ngành



Đánh giá về tính liên kết ngoài ngành, hay chính là liên kết trong chuỗi giá trị của doanh nghiệp cũng đều ở mức trung bình. Điều này cho thấy sự kết hợp giữa doanh nghiệp của địa phương với các đơn vị hậu cần hỗ trợ và cung cấp dịch vụ (như kết hợp với công ty cung ứng bao bì, thiết kế, dịch vụ quảng cáo, cung cấp thông tin,...) còn nhiều hạn chế.

Hình 11 Đánh giá về tính liên kết khác ngành



Tương tự là mức đánh giá về tính liên kết của doanh nghiệp trong hệ thống phân phối. Điều này cho thấy với lợi thế kinh tế cửa khẩu, hệ thống phân phối của các địa phương này vẫn chưa thể đáp ứng được hết nhu cầu và kỳ vọng của người tiêu dùng cũng như các đối tác thương mại.

Hình 12 Đánh giá về tính liên kết phân phối



ĐẦU TƯ

Trụ cột Đầu tư

Lạng Sơn đã tăng nhẹ khi từ vị trí 39 trong bảng xếp hạng PEII 2010 lên vị trí 22 trong PEII 2012.

Các tiêu chí được sử dụng trong mô hình PEII 2012 bao gồm:

Hình 13 Trụ cột Đầu tư



Đầu tư nước ngoài

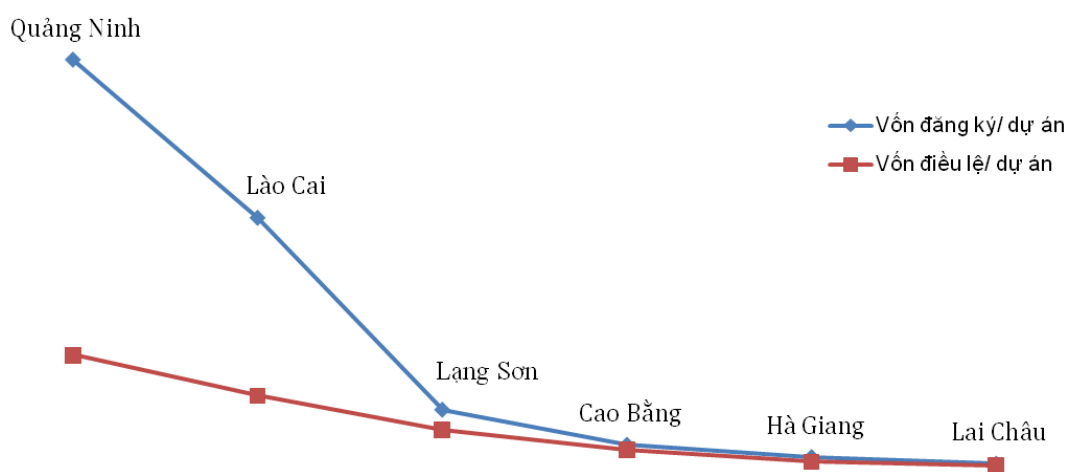
Luỹ kế đến 11/2013, Lạng Sơn có 30 dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài với tổng số vốn đăng ký là 192.50 triệu USD (riêng năm 2013, không có thêm dự án nào được đăng ký). Trong đó, 15 dự án thuộc lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo, gia công; 6 dự án thuộc lĩnh vực thương mại, dịch vụ; 6 dự án thuộc lĩnh vực kinh doanh bất động sản, khách sạn, sân golf, 3 dự án thuộc lĩnh vực lâm nghiệp. Phần lớn các dự án đang trong quá trình được hưởng ưu đãi đầu tư, một số dự án lớn hiện nay vẫn đang trong quá trình triển khai xây dựng nên mức đóng góp vào ngân sách địa phương còn hạn chế. Hơn nữa, các dự án từ khi cấp phép thì hoạt động cầm chừng, mới giải ngân được khoảng 80 triệu USD (đạt 32%) tổng vốn đăng ký. Do đó, hiện nay các dự án có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài trên địa bàn tỉnh có quy mô vừa và nhỏ, hoạt động nhỏ lẻ, dịch vụ hạn chế, ngoại trừ 3 dự án có vốn hơn 50 triệu USD là Dự án sản xuất lắp ráp ô tô Dragon – miền Bắc Việt Nam; dự án trồng rừng nguyên liệu gỗ cao cấp của công ty TNHH Một thành viên Innovgreen và Dự án khách sạn sân Golf – Hoàng Đồng Lạng Sơn của Công ty cổ phần Quốc tế Lạng Sơn. Song, những dự án này cũng đang chậm tiến độ so với dự kiến bởi rất nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan.

Nhà đầu tư Trung Quốc có mặt trên 52 tỉnh, thành của Việt Nam nhưng trong đó chủ yếu tập trung tại các thành phố đông dân cư, có sức thu hút lao động mạnh, có cơ sở hạ tầng tốt, thuận lợi cho xuất, nhập khẩu hàng hóa cũng như đi lại giữa Trung Quốc và Việt Nam. Đứng đầu trong các địa phương thu hút đầu tư của Trung Quốc tính đến cuối năm 2009 là Hà Nội (112 dự án), thành phố Hồ Chí Minh

(60 dự án), Bình Dương (52 dự án), Hải Phòng (43 dự án), Quảng Ninh (37 dự án). Các dự án đầu tư ở những địa phương này chủ yếu tập trung vào lĩnh vực chế biến, chế tạo, bất động sản, xây dựng. Bên cạnh đó, đầu tư trực tiếp của Trung Quốc cũng đã hướng đến một số tỉnh biên giới tiếp giáp với Trung Quốc của Việt Nam, trong đó có một số tỉnh có cơ sở hạ tầng kém, trình độ phát triển thấp, khó thu hút vốn đầu tư nước ngoài như Lào Cai (26 dự án), Lạng Sơn (20 dự án), Cao Bằng (7 dự án), Lai Châu (2 dự án). Chủ yếu các dự án này đều hướng đến lĩnh vực khai thác tài nguyên khoáng sản.

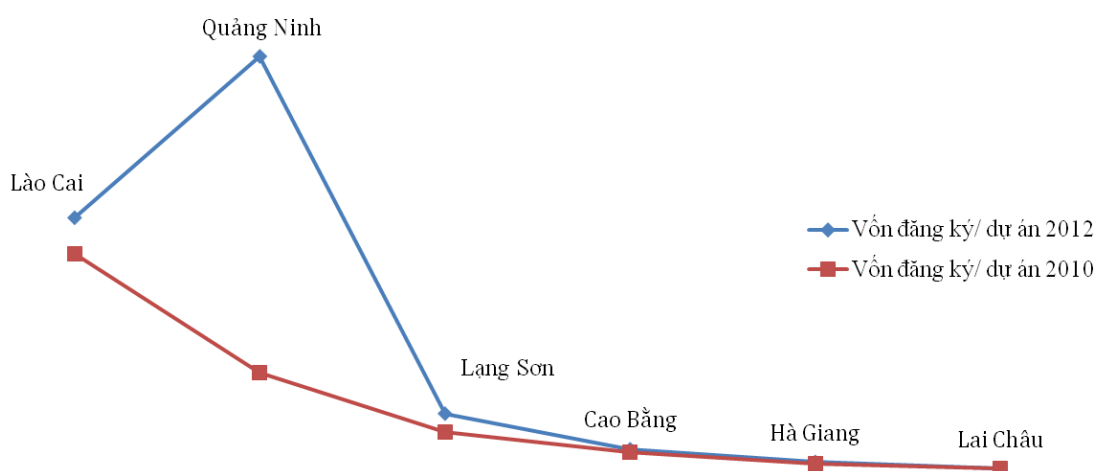
Tuy nhiên, số dự án lớn hay số vốn lớn chưa thực sự phản ánh hết sức hấp dẫn của môi trường đầu tư của địa phương. Kết quả nghiên cứu cho thấy Quảng Ninh có khoảng cách lớn giữa vốn đăng ký và vốn thực chất của nhà đầu tư đưa vào thị trường. Lào Cai cũng ở trong tình trạng tương tự. Còn đối với Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang và Lai Châu thì mức khoảng cách này thấp hơn rất nhiều, phần nào thể hiện khả năng thẩm thấu vốn của địa phương.

Hình 14 Tỷ lệ vốn đăng ký/ dự án, vốn điều lệ/ dự án



Đối sánh với 2 giai đoạn nghiên cứu thấy rằng Quảng Ninh vẫn là địa phương có sức hút đối với các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài, mà chủ yếu đến từ một số các dự án thuộc khu kinh tế Vân Đồn. Trong khi đó, Lào Cai và Lạng Sơn thì tỷ lệ của giai đoạn nghiên cứu 2007 – 2011 (PEII 2012) có phần chênh lệch lớn hơn so với giai đoạn nghiên cứu 2005 – 2009 (PEII 2010).

Hình 15 Tỷ lệ vốn đăng ký/ dự án giai đoạn 2005 – 2009 và 2007 - 2011



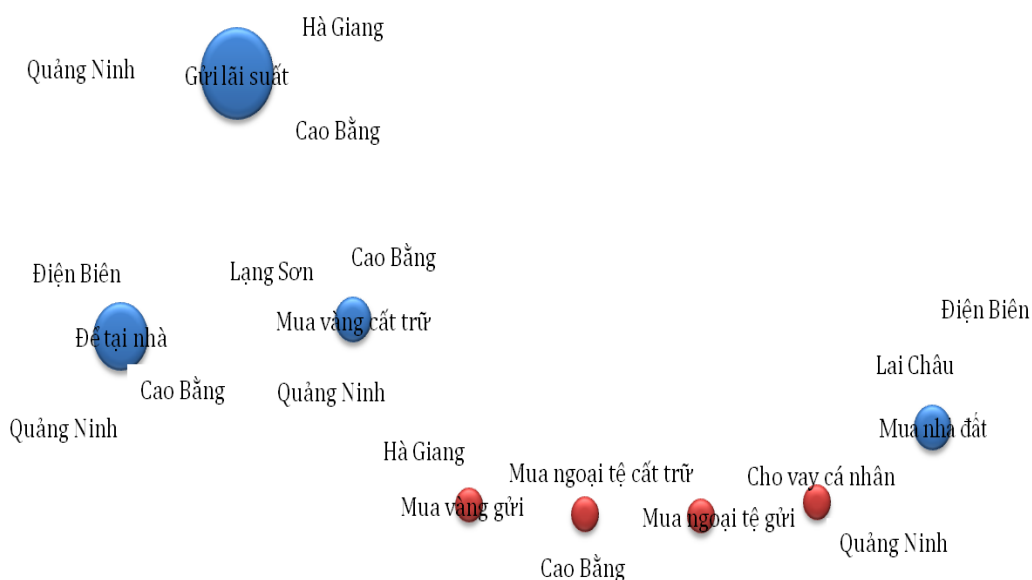
Đầu tư nội địa

Tính đến tháng 6/2013, toàn tỉnh có 1426 doanh nghiệp đang hoạt động với tổng vốn đăng ký là 7921 tỷ VNĐ, có 320 chi nhánh và 74 văn phòng đại diện của các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh. Trong năm 2013, Lạng Sơn đã cấp Giấy chứng nhận đầu tư cho 4 dự án của các doanh nghiệp Việt Nam, với tổng vốn đầu tư 51 tỷ đồng; điều chỉnh Giấy chứng nhận đầu tư cho 5 dự án với tổng số vốn đầu tư tăng thêm 8,8 tỷ đồng. Riêng khu kinh tế cửa khẩu Đồng Đăng, tính đến tháng 7/2013, đã có trên 1000 doanh nghiệp đăng ký kinh doanh với tổng vốn đăng ký lên tới 6000 tỷ đồng. Tuy nhiên, một số dự án đang trong tình trạng “treo” mà tiêu biểu là 05 dự án thủy điện

bị bỏ dở giữa chừng khiến cho một số khu vực canh tác nông nghiệp của người dân bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

Ngoài những nguồn đầu tư từ doanh nghiệp nội địa, một nguồn nữa cũng rất được quan tâm đến từ trong dân. Kết quả khảo sát đã cho thấy người dân Lạng Sơn có thói quen mua vàng cất trữ hơn là các hình thức tiết kiệm, lưu trữ khác. Trong khi đó, người dân Quảng Ninh lại chọn khá nhiều phương thức khác nhau như Gửi tại nhà, Gửi ngân hàng hưởng lãi suất, Mua vàng cất trữ và Cho vay cá nhân. Người dân Cao Bằng cũng lựa chọn nhiều hình thức tiết kiệm nhằm làm giảm bớt rủi ro như gửi lãi suất, để tại nhà, mua vàng cất trữ và mua ngoại tệ cất trữ. Người dân Điện Biên thì lựa chọn Để tại nhà và Mua nhà đất trong khi người dân Hà Giang thì thích gửi lãi suất và mua vàng gửi tại ngân hàng hơn.

Hình 16 Xu hướng lưu trữ, tiết kiệm của người dân



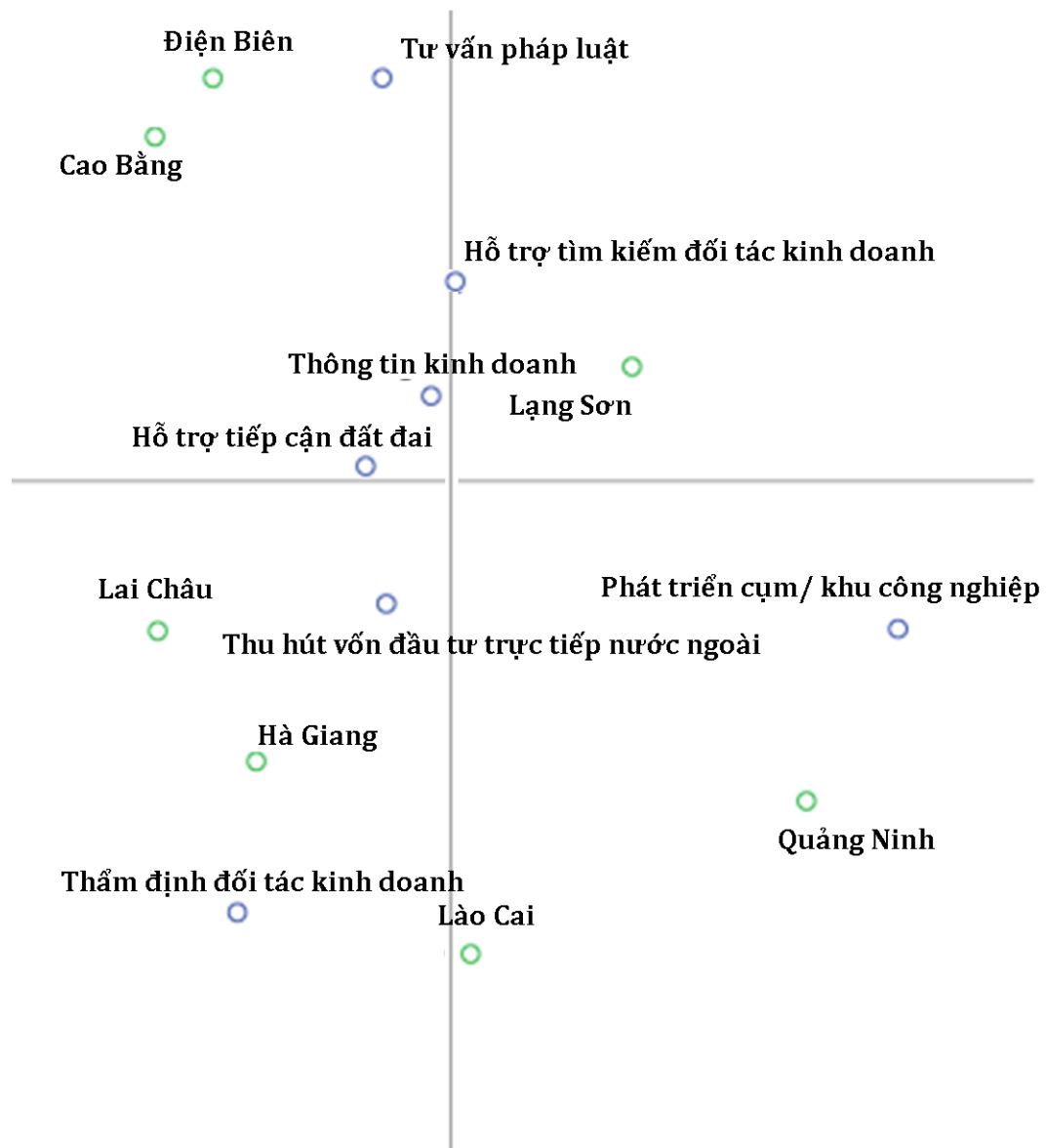
Yếu tố hấp dẫn đầu tư

Dịch vụ hỗ trợ đầu tư

Doanh nghiệp đánh giá dịch vụ hỗ trợ tìm kiếm đối tác kinh doanh, Cung cấp thông tin kinh doanh và Hỗ trợ tiếp cận đất đai của Lạng Sơn khá hơn so với các dịch vụ khác. Trong khi đó, doanh nghiệp không đánh giá Quảng Ninh nghiêng về loại dịch vụ hỗ trợ nào còn Lào Cai thì có một phần tích cực về dịch vụ Thẩm định đối tác kinh doanh.

4 địa phương còn lại là Cao Bằng, Điện Biên, Lai Châu và Hà Giang đứng gần như phần ngoài của các đánh giá, thể hiện sự hạn chế trong hoạt động cung cấp các dịch vụ cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước khi muốn tiếp cận với thị trường đầu tư của địa phương. Hơn nữa, riêng Điện Biên, năm nay, địa phương này không có thêm dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài nào.

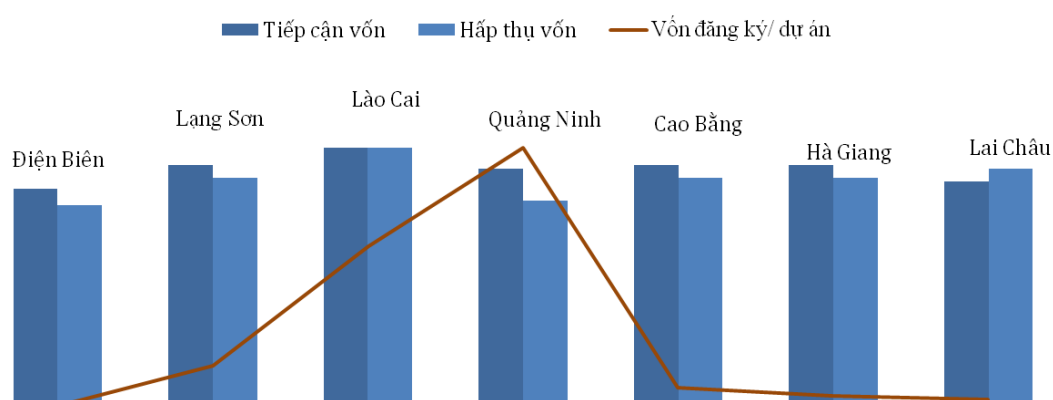
Hình 17 Đánh giá của doanh nghiệp về dịch vụ hỗ trợ đầu tư



Khả năng tiếp cận và hấp thụ vốn

Một phần nguyên nhân do luồng tiền đầu tư tương đối hạn hẹp nên doanh nghiệp ở Điện Biên, Lai Châu, Hà Giang và Cao Bằng đánh giá tương đối tốt với khả năng tiếp cận vốn cũng như hấp thụ vốn của địa phương. Điều này khá dễ hiểu bởi chỉ những nhà đầu tư “mạo hiểm” mới dám đặt sự rủi ro khi lựa chọn các đích đến đầu tư đầy rủi ro như ở các địa phương thuộc vùng núi Tây Bắc này.

Hình 18 Đánh giá về khả năng tiếp cận vốn và hấp thụ vốn đầu tư

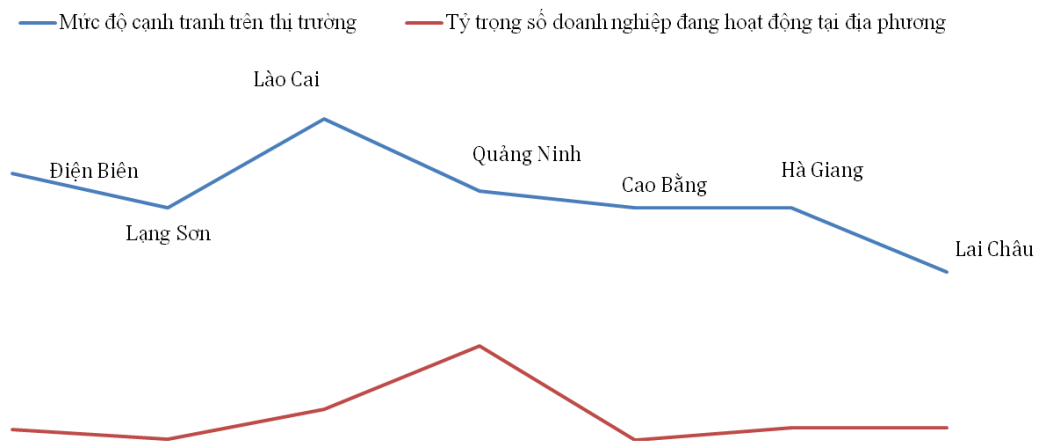


Trong khi đó, Quảng Ninh là địa phương đứng nhóm đầu về đầu tư trực tiếp nước ngoài thì doanh nghiệp đánh giá tương đối kém về khả năng giải ngân vốn và biến nguồn vốn thành nguồn lực cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Còn đối với Lào Cai, doanh nghiệp lại thể hiện mức đánh giá tương đối tích cực, cho thấy, sự nỗ lực của chính quyền và doanh nghiệp trong việc đưa Lào Cai trở thành một điểm hút đầu tư trong tương lai.

Mức độ cạnh tranh trên thị trường đầu tư

Các địa phương như Điện Biên, Hà Giang thì đánh giá mức độ cạnh tranh trên thị trường khá cao mặc dù 2 địa phương này có tỷ trọng số doanh nghiệp đang hoạt động trên địa phương là ít hơn so với các địa phương trong tương quan so sánh. Điều này hàm ý, ở một góc độ nào đó, là sự “thâu tóm” thị trường của một số doanh nghiệp lớn và sức ép của các doanh nghiệp này lên các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Hình 19 Đánh giá về mức độ cạnh tranh trên thị trường đầu tư



Như Lạng Sơn và Lào Cai lại thể hiện 2 chiều hướng ngược nhau. Doanh nghiệp Lạng Sơn đánh giá sự cạnh tranh có phần dễ chịu thì doanh nghiệp Lào Cai lại cho rằng mức độ cạnh tranh tại địa phương này là khá “khốc liệt” trong khi xem xét tương quan với số lượng doanh nghiệp đang hoạt động tại địa phương thì 2 địa phương này là tương đương nhau. Còn Quảng Ninh thì lại đưa đến một hình ảnh khác về khả năng loại bỏ rào cản gia nhập thị trường, đó là mức độ cạnh tranh vừa phải với số lượng doanh nghiệp lớn. Gắn kết với kết quả đánh giá về tính liên kết trong ngành của Quảng Ninh thì nhận thấy rằng các doanh nghiệp Quảng Ninh đang gắn kết với nhau “nhiều” hơn so với các địa phương khác trong so sánh, nên sự tấn công của đối thủ với “cụm, nhóm” này có phần giảm bớt.

Yếu tố hấp dẫn đầu tư

Theo đánh giá của các doanh nghiệp, Hà Giang được cho rằng nổi bật ở các chương trình xúc tiến đầu tư vào địa phương còn Lạng Sơn thì tích cực hơn ở phần cung cấp thông tin về chiến lược và kế hoạch đầu tư rõ ràng cũng như có trình độ quản lý và năng suất lao động tại

địa phương. Trong khi đó, Lai Châu hơi nghiêng về Tinh thần kinh doanh của doanh nghiệp và người dân địa phương còn Quảng Ninh và Lào Cai thì lại nằm ở vị trí tương đối xa với các tiêu chí hấp dẫn đầu tư. Điều này có nghĩa rằng Quảng Ninh và Lào Cai đang thu hút các nhà đầu tư không hẳn bởi địa phương này có sức hút đến từ vị trí địa lý, đến từ nguồn nhân lực, đến từ các chính sách và chương trình của địa phương mà có thể đến từ những lý do khác.

Hình 20 Đánh giá của doanh nghiệp về yếu tố hấp dẫn đầu tư



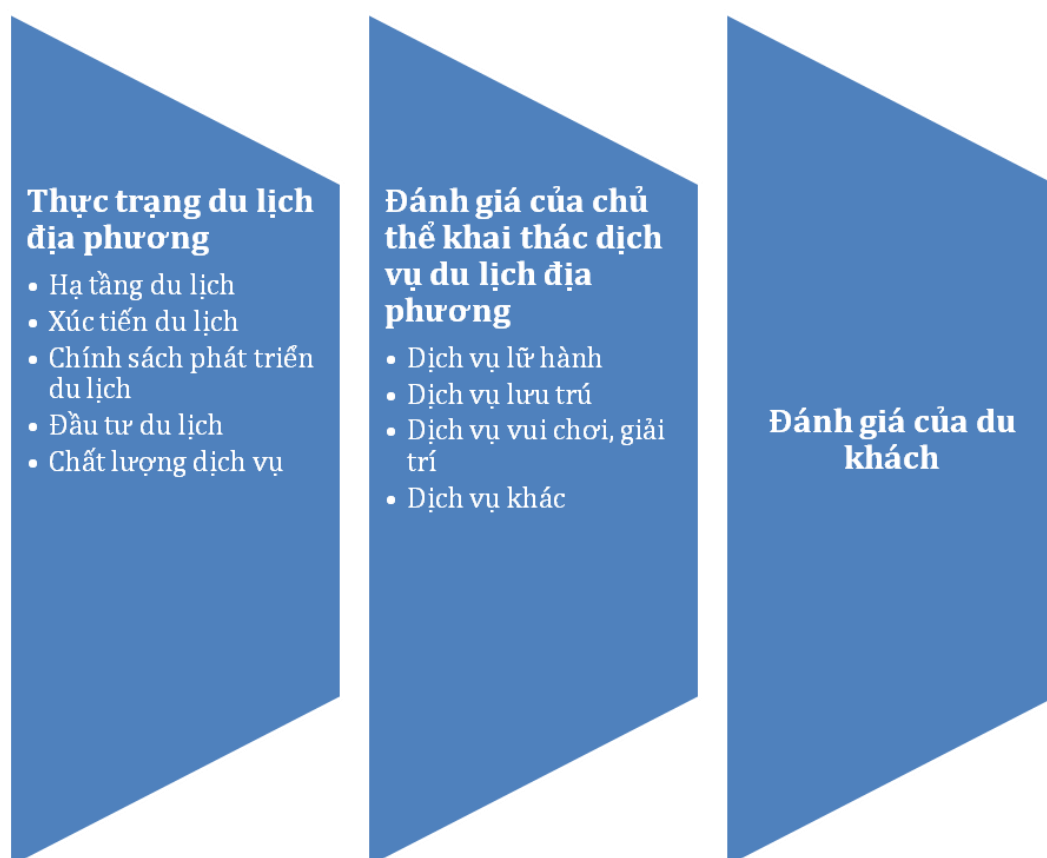
DU LỊCH

Trụ cột Du lịch

Du lịch Lạng Sơn giảm từ vị trí thứ 25 (PEII 2010) xuống vị trí thứ 36 (PEII 2012) trên bảng xếp hạng. Là địa phương có nhiều tiềm năng du lịch, đặc biệt là du lịch gắn với giá trị văn hoá và du lịch tâm linh, song kết quả này đã thể hiện một phần nào những hạn chế trong công tác du lịch của địa phương để đáp ứng ngày càng cao với nhu cầu và thị hiếu của khách du lịch.

Các chỉ tiêu về Du lịch trong mô hình PEII 2012 bao gồm:

Hình 21 Trụ cột Du lịch

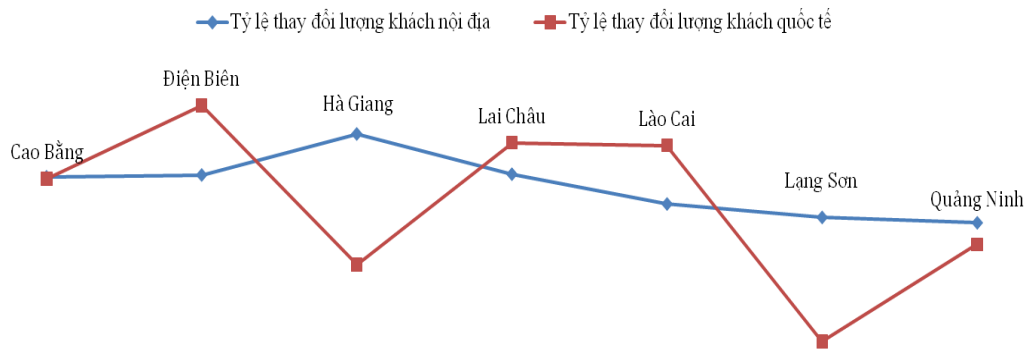


Số lượng khách du lịch

Lạng Sơn có lợi thế để phát triển du lịch sinh thái và du lịch gắn với giá trị văn hoá bởi địa phương này vừa có nhiều hang động, núi rừng tự nhiên và phong cảnh đẹp với khí hậu mùa hè mát mẻ, dễ chịu như động Tam Thanh, động Nhị Thanh, núi nàng Tô Thị, khu du lịch Mẫu Sơn,... vừa còn là nơi nổi tiếng với nhiều địa danh lịch sử như ải Mục Nam Quan, ải Chi Lăng, Thành nhà Mạc đã bao lần chứng kiến các trận đánh đuổi quân xâm lược trong suốt tiến trình dựng nước và giữ nước, hay với nền văn hoá Bắc Sơn, căn cứ Cách mạng Bắc Sơn.

Tổng lượng khách du lịch trong 6 tháng đầu năm 2013 ước đạt: 1.290.100 lượt, tăng 1,3 % so với cùng kỳ năm 2012. Trong đó: Khách quốc tế đạt 171.900 lượt; Khách trong nước đạt 1.118.200 lượt; Doanh thu xã hội ước đạt 457,2 tỷ đồng. Riêng Khu du lịch Mẫu Sơn tổng lượt khách đến khu du lịch Mẫu Sơn 6 tháng đầu năm 2013 (tính đến 31/5/2013): là 32.500 lượt khách, khách nước ngoài: 750 lượt, tăng 16.2% lượt so với cùng kỳ năm 2012. Một loại hình du lịch mới được đưa vào sử dụng là du lịch cộng đồng (xã Quỳnh Sơn, huyện Bắc Sơn) cũng thu hút nhiều khách du lịch đến nghiên cứu, tham quan và tìm hiểu

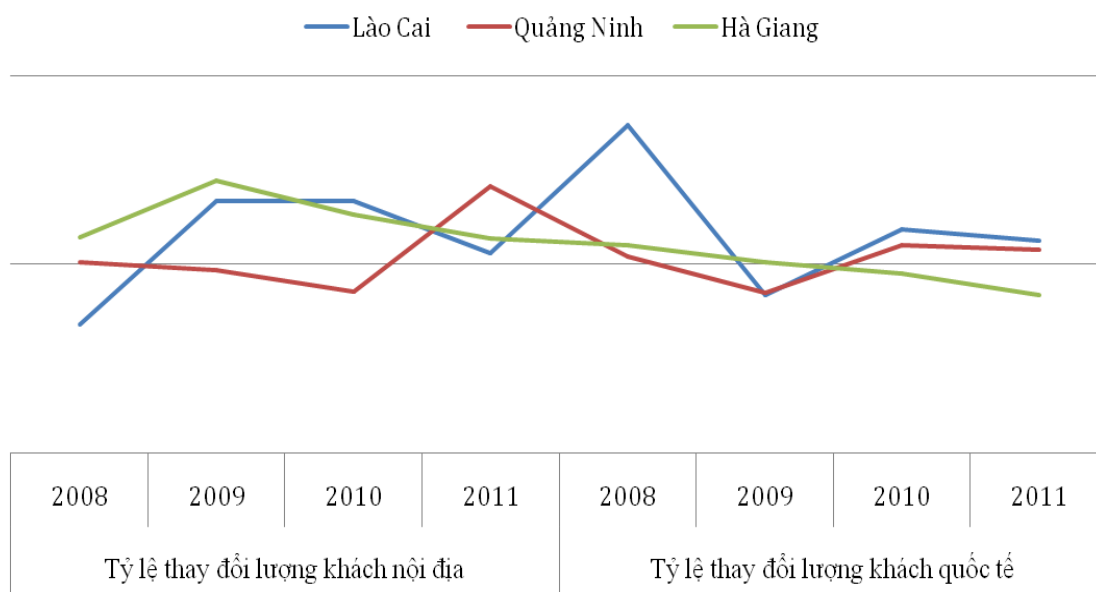
Hình 22 Tỷ lệ thay đổi số lượng khách nội địa và khách quốc tế



Có thể thấy, khách du lịch đến với Lạng Sơn chủ yếu là khách nội địa với hành trình thông thường là đến chợ Đông Kinh, Kỳ Lừa, lên chợ Đồng Đăng, chợ cửa khẩu Tân Thanh mua sắm; rồi dừng chân tham quan, khám phá một loạt các di tích, danh thắng như: Đền Mẫu (Đồng Đăng), động Nhị, Tam Thanh – núi Nàng Tô Thị - thành Nhà Mạc, đền Kỳ Cùng, chùa Tiên, đền Trần, chùa Thành (thành phố Lạng Sơn), lên Mẫu Sơn...và tham gia một số lễ hội vào mùa xuân như lễ hội đền phủ Tả Phù Kỳ Lừa, đền Kỳ Cùng.

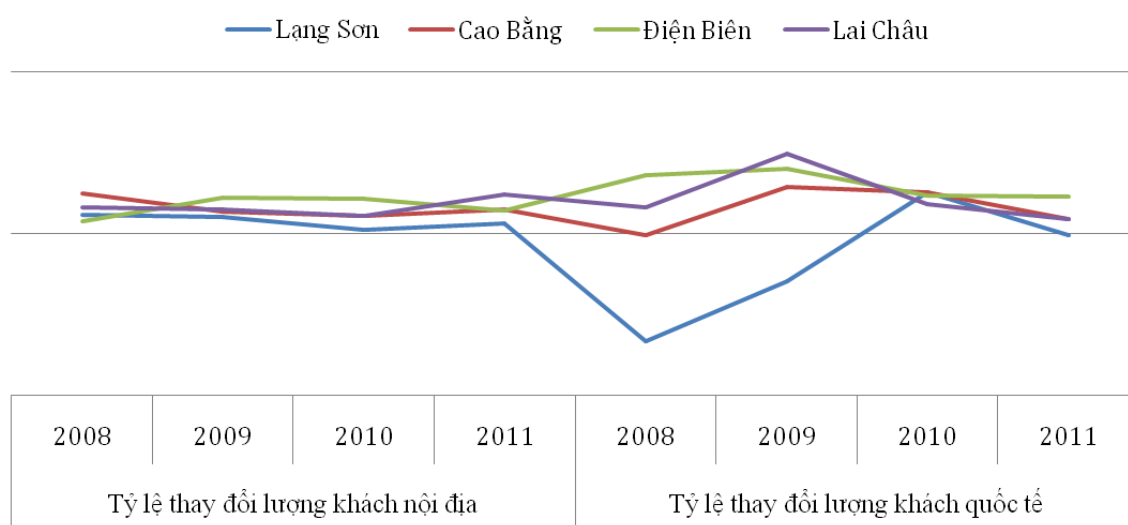
Trong các địa phương đối sánh thì chỉ có Lào Cai, Lai Châu, Điện Biên và Cao Bằng có lượng khách du lịch quốc tế là đáng kể trong giai đoạn 2007 – 2011. Riêng Quảng Ninh thì có dấu hiệu giảm tỷ lệ tăng trưởng khách quốc tế xuống năm 2007 – 2009 và bắt đầu nhích dần lên từ năm 2010 nhờ có chương trình xúc tiến du lịch Vịnh Hạ Long.

Hình 23 Tỷ lệ thay đổi khách nội địa và khách quốc tế đến tỉnh Lào Cai, Quảng Ninh, Hà Giang



Có thể thấy, các địa phương như Lạng Sơn, Cao Bằng, Điện Biên và Lai Châu không có nhiều biến động về khách du lịch nội địa như Lào Cai, Quảng Ninh, Hà Giang. Trong khi đó, sự biến động về khách du lịch quốc tế của các địa phương này lại diễn ra rõ rệt trong giai đoạn 2007 – 2010 và có xu hướng ổn định hơn từ 2011.

Hình 24 Tỷ lệ thay đổi khách nội địa và khách quốc tế đến Lạng Sơn, Cao Bằng, Điện Biên, Lai Châu



Thực trạng du lịch

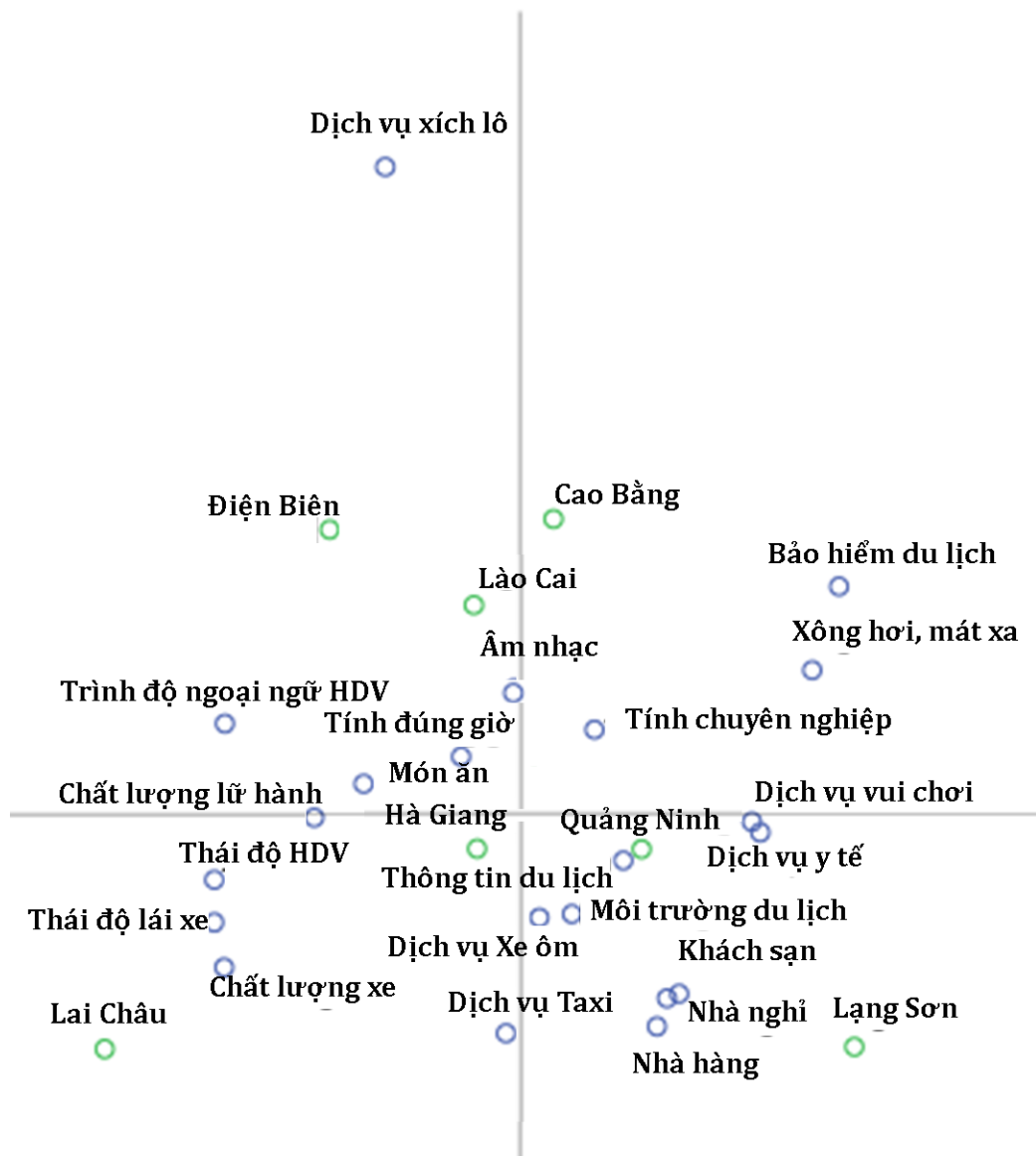
Lạng Sơn hiện có 9 đơn vị dịch vụ lữ hành quốc tế, 21 khách sạn 1 sao, 10 khách sạn 2 sao và 1 khách sạn 3 sao cùng một số lượng lớn các nhà nghỉ, nhà trọ. Khả năng cung cấp nơi lưu trú cho khách du lịch đến Lạng Sơn có thể được đáp ứng ở một chừng mực nào đó.

Người dân địa phương cũng đánh giá về hệ thống khách sạn, nhà nghỉ và nhà hàng của Lạng Sơn khá tích cực. Ẩm thực của Lạng Sơn cũng đã tạo được ấn tượng đối với thực khách như Vịt quay, Lợn quay, Phở chua, Bánh cuốn trứng nóng,...

2 điểm du lịch Lào Cai và Quảng Ninh thì có đánh giá khá khác nhau. Quảng Ninh được đánh giá tốt hơn về Thông tin du lịch khi Vịnh Hạ Long trong những năm qua đều là tâm điểm quảng bá và giới thiệu đến với du khách trong nước và quốc tế; Lào Cai thì lại không nghiêng về đánh giá nào.

Cao Bằng, Điện Biên mặc dù với phong cảnh thiên nhiên và những dấu ấn lịch sử quan trọng song du lịch ở những địa phương này đều chưa thực sự gây ấn tượng với du khách. Hơn nữa, những khó khăn về giao thông giữa các địa phương khu vực Tây Bắc với khu vực trung tâm Hà Nội còn là cản trở để tạo nên lực hút khách du lịch.

Hình 25 Đánh giá của người dân về thực trạng du lịch



Đối với doanh nghiệp, dịch vụ du lịch ở Lạng Sơn, Cao Bằng và Lai Châu không có nhiều khác biệt. Điều này là kết quả khá ngạc nhiên bởi Lạng Sơn vẫn được coi là địa phương có nền du lịch phát triển hơn so với các địa phương khác trong đối sánh. Đánh giá chỉ ra rằng Bảo hiểm du lịch và Dịch vụ vui chơi ở Lạng Sơn khá hơn so với các dịch vụ khác.

Quảng Ninh và Lào Cai lại ở cùng tình cảnh khi những nhận định của doanh nghiệp dành cho 2 địa phương này đều không mấy khả quan. Điều này hé lộ về tính chuyên nghiệp trong dịch vụ du lịch của những điểm đến nổi tiếng và thường xuyên cũng như yêu cầu ngày càng cao của du khách đối với sự đồng bộ của hệ thống dịch vụ du lịch.

Hình 26 Đánh giá của doanh nghiệp về thực trạng du lịch



Sự co cụm của các địa phương đối với các tiêu chí đánh giá về thực trạng du lịch cho thấy hình ảnh du lịch các địa phương này vẫn còn

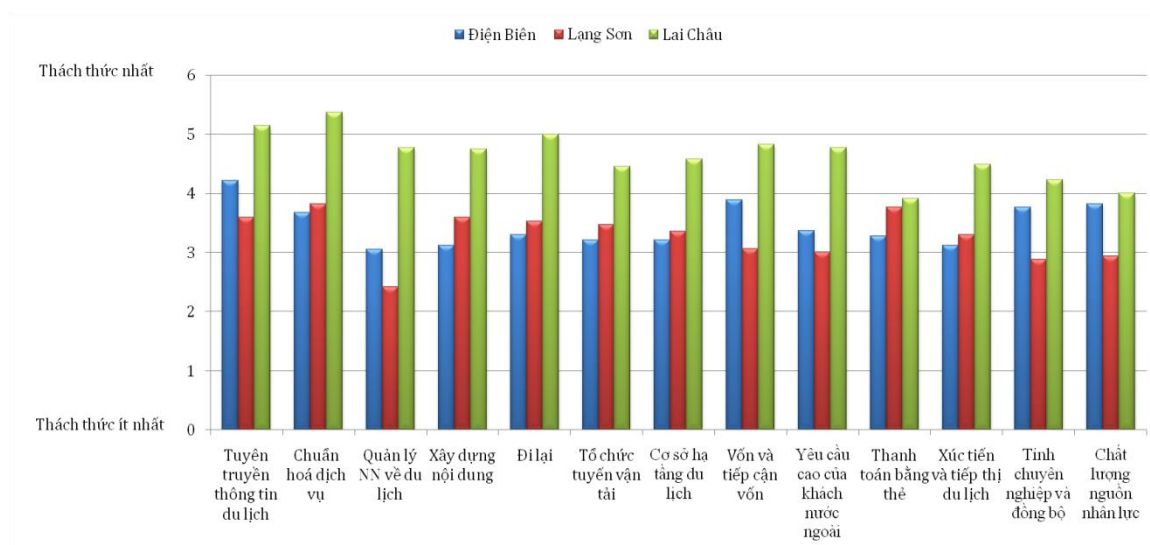
khá nhiều hạn chế, hàm ý rằng nét khác biệt mà mỗi điểm đến mang đến cho du khách vẫn còn chưa sắc nét và chưa đủ sức thuyết phục để người dân và doanh nghiệp cùng theo đuổi “kỳ vọng” và thực hiện “mong ước” đó.

Thách thức và nhu cầu phát triển du lịch của địa phương

Thách thức lớn nhất đối với du lịch Lạng Sơn là chuẩn hoá dịch vụ. Lạng Sơn không tránh khỏi những khó khăn nhất định trong phát triển du lịch như sản phẩm du lịch còn nghèo nàn, chất lượng dịch vụ phục vụ du lịch thấp ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch chậm được đầu tư nâng cấp. Tuyên truyền quảng bá du lịch chưa sâu rộng, hoạt động liên kết phát triển du lịch giữa tỉnh và các địa phương khác còn mang tính hình thức. So với sự phát triển của ngành du lịch hiện nay thì chất lượng lao động chưa được cải thiện nhiều, tỷ lệ lao động chưa qua đào tạo nghiệp vụ còn cao, trình độ sơ cấp chiếm số lượng lớn, khả năng giao tiếp bằng ngoại ngữ còn yếu.

Hình 27 Đánh giá về thách thức và nhu cầu phát triển du lịch của Điện Biên, Lạng Sơn,

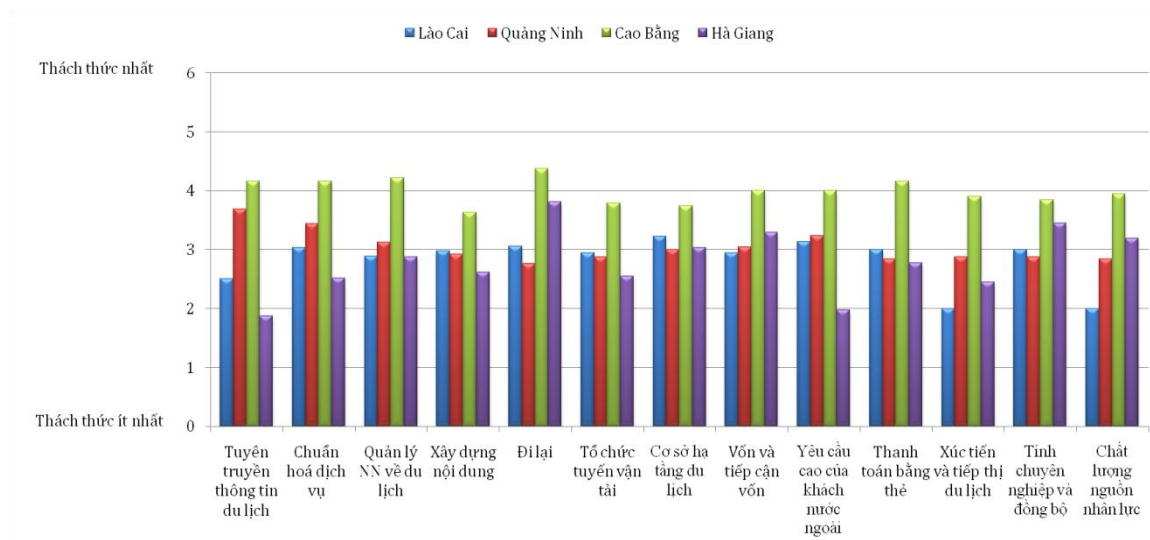
Lai Châu



Ngoài ra, hệ thống thanh toán thẻ của Lạng Sơn cũng hạn chế hơn so với các điểm đến du lịch khác mặc dù tình hình giao thương với đối tác nước bạn khá nhộn nhịp.

Hình 28 Đánh giá về thách thức và nhu cầu phát triển du lịch của Lào Cai,

Quảng Ninh, Cao Bằng, Hà Giang



Trong khi đó, thách thức đối với du lịch Lào Cai là Cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động du lịch, khả năng đáp ứng với yêu cầu ngày càng

cao của khách du lịch (đặc biệt là khách du lịch quốc tế), tổ chức tuyến đi lại và các phương tiện vận chuyển khi đi vào các bản người dân tộc. Quảng Ninh thì được nhận định rằng nhu cầu về thông tin tuyên truyền, quảng bá hình ảnh du lịch đến du khách cần tích cực hơn nữa. Bên cạnh đó, việc chuẩn hoá dịch vụ theo các tiêu chuẩn quốc tế cũng trở thành một đòi hỏi cấp thiết khi Vịnh Hạ Long đã trở thành một trong những di sản thiên nhiên và kỳ quan nổi tiếng của thế giới.

CON NGƯỜI

Trụ cột Con người

Giảm 6 bậc so với kết quả PEII 2010, Lạng Sơn đứng thứ 20 trong trụ cột Con người của PEII 2012.

Các chỉ tiêu trong trụ cột Con người của PEII 2012 gồm:

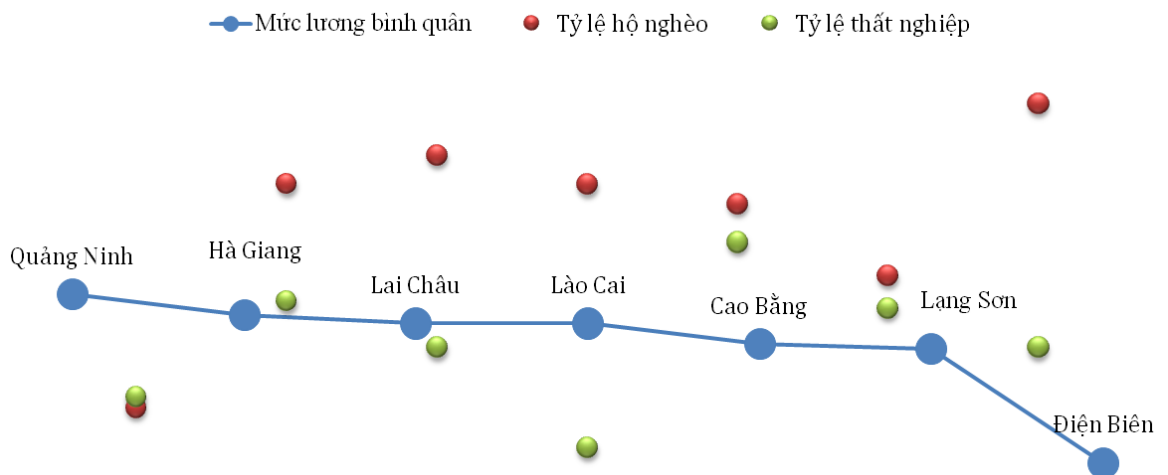
Hình 29 Trụ cột Con người



Thu nhập, Việc làm và Hộ nghèo

Tính đến 2011, Lạng Sơn có hơn 480 nghìn người trong độ tuổi lao động (chiếm hơn 50% tổng dân số địa phương). Trong đó, chỉ có khoảng 192 nghìn người sống tại thành thị và gần 600 nghìn người sống ở nông thôn. Tỷ lệ xuất cư của Lạng Sơn trung bình khoảng 7.8%/ năm (từ 2009 – 2011) trong khi tỷ lệ nhập cư chỉ vào khoảng 3.9%/ năm. Điều này cho thấy lượng người ở lại Lạng Sơn đang có xu hướng giảm dần, và đây cũng là hiện trạng chung đối với các tỉnh thành khu vực Tây Bắc. Phát triển kinh tế gắn với Đô thị hóa và thu hút con người ở Lạng Sơn khi không phát triển sẽ kéo theo việc thực hiện các mặt hội nhập hạn chế.

Hình 30 Tỷ trọng mức lương bình quân, tỷ lệ hộ nghèo, Tỷ lệ thất nghiệp



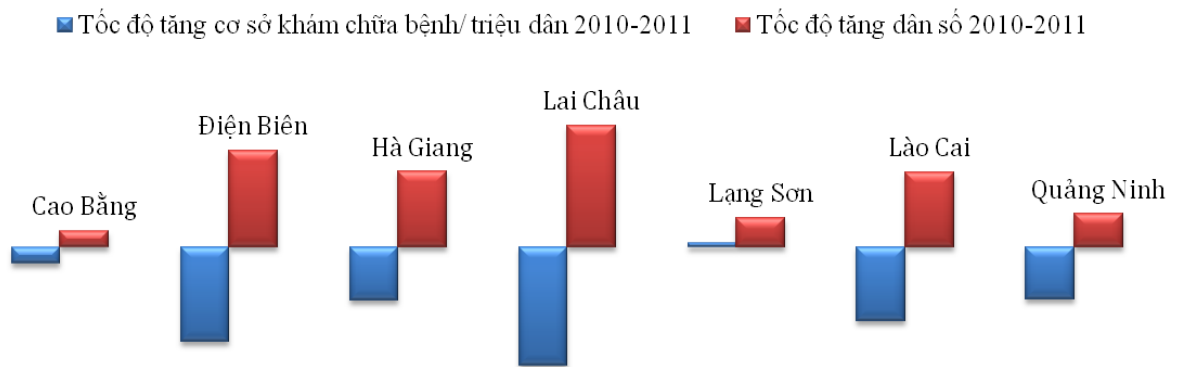
Đáng chú ý là tỷ lệ hộ nghèo ở Lạng Sơn khá thấp so với các địa phương trong đối sánh vào khoảng 24% (2011) nhưng tỷ lệ thất nghiệp lại khá cao vào khoảng 4% (2011). Mức lương bình quân của lao động Lạng Sơn cũng chỉ đứng xấp xỉ khoảng 2.81 triệu VNĐ/ tháng, chỉ cao hơn với mức thu nhập 0.64 triệu VNĐ/ tháng của Điện Biên. Lý giải hiện tượng này có thể thấy một phần nguyên do cơ cấu

lao động của địa phương khi có hơn 70% người lao động trong lĩnh vực nông - lâm nghiệp, khoảng 5% lao động trong ngành công nghiệp - xây dựng cơ bản và xấp xỉ 25% còn lại trong lĩnh vực dịch vụ và các hoạt động khác. Trong khi chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế thì chất lượng lao động lại không theo kịp dẫn đến “thừa lao động vẫn thừa mà thiếu lao động vẫn thiếu”. Chưa kể đến việc thiếu ruộng đất canh tác ở khu vực nông thôn do một số dự án treo (như dự án thủy điện Khánh Khê, Bản Nhùng, Bắc Khê I) đã lấy mất phần ruộng đất canh tác của nông dân nhưng lại chưa hoàn thành khiến cho tình trạng sản xuất nông nghiệp ở các khu vực lân cận (do phụ thuộc dòng nước) trở nên ngưng trệ hoàn toàn. Một số mô hình kinh tế như mô hình tổ hợp tác còn mang tính tự phát, lỏng lẻo về liên kết, và thiếu tính bền vững khiến cho thời gian người lao động hợp tác chỉ mang tính thời vụ hoặc một giai đoạn công việc mà thiếu sự ổn định việc làm.

Tốc độ tăng dân số và hạ tầng y tế

Lạng Sơn gần như là một trong những địa phương duy nhất có tốc độ tăng cơ sở khám chữa bệnh/ triệu dân trong năm 2010 - 2011. Bởi Luật khám chữa bệnh năm 2009 được Quốc hội thông qua đã làm giảm đi số lượng cơ sở khám chữa bệnh không đạt yêu cầu và nâng tiêu chuẩn để phục vụ hoạt động chăm sóc sức khỏe của người dân tốt hơn. Tốc độ tăng dân số của Lạng Sơn cũng chỉ ở mức trung bình cùng với xu hướng di dân ra khỏi địa phương ngày càng rõ nét, cho thấy sức hấp dẫn về môi trường sống của Lạng Sơn cần được nghiêm túc cân nhắc.

Hình 31 Tốc độ tăng dân số và cơ sở khám chữa bệnh 2010 - 2011

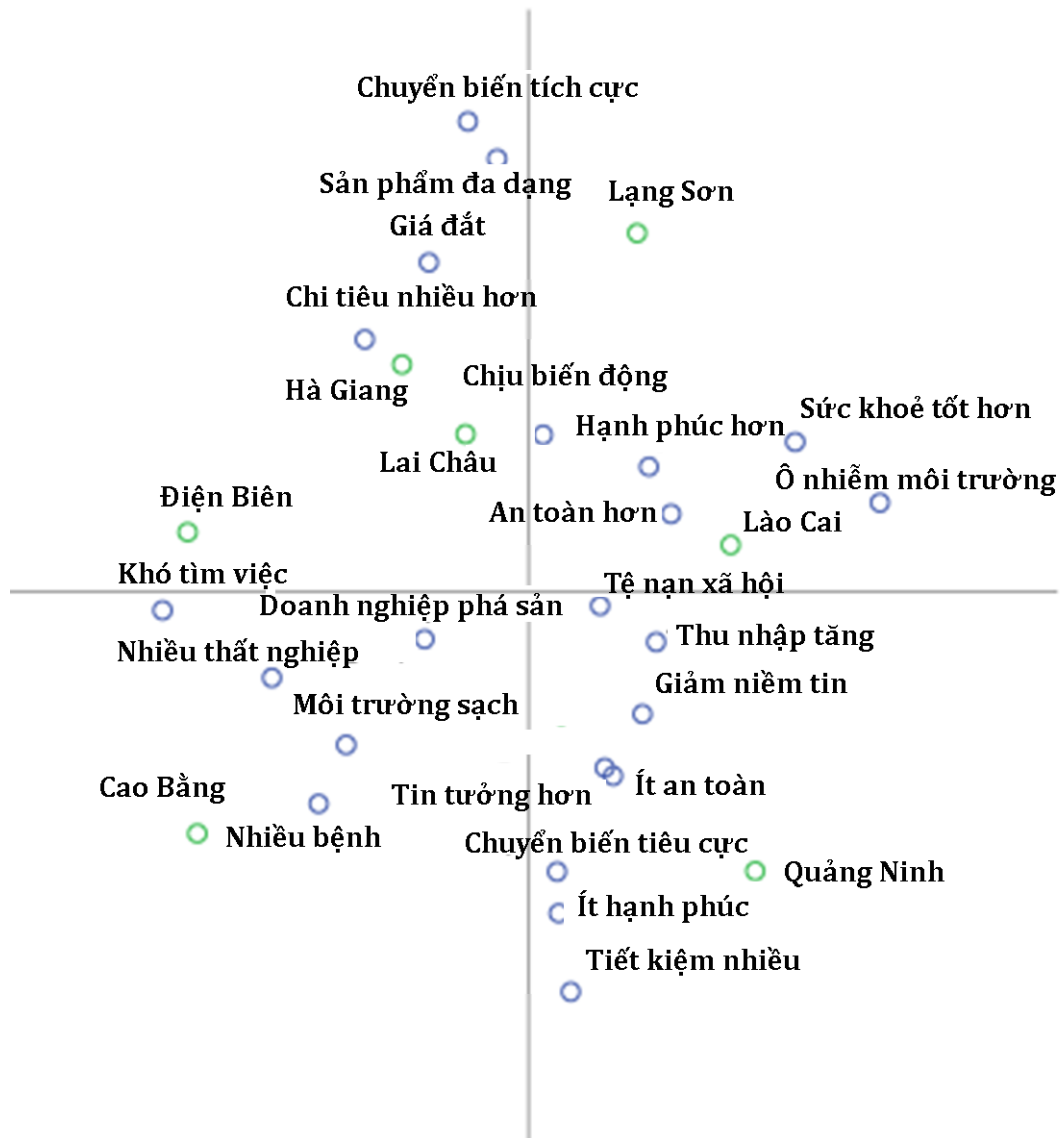


Xu hướng chuyển biến cuộc sống của người dân

Người dân Lạng Sơn cho rằng cuộc sống của mình từ sau khi Việt Nam trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới WTO đã có những chuyển biến tích cực. Tiêu biểu là sản phẩm đa dạng hơn và có nhiều lựa chọn hơn cho người tiêu dùng mặc dù giá đắt hơn (do chịu tác động của lạm phát và sự chi phối giá từ các nhà cung cấp).

Người dân Hà Giang thì cho rằng chi tiêu nhiều hơn và thường xuyên chịu ảnh hưởng từ các biến động kinh tế. Trong khi đó, người dân Lào Cai lại cho rằng ô nhiễm môi trường và tệ nạn xã hội nhiều hơn so với thời gian trước. Người dân Điện Biên cũng ý kiến nhận định về tình hình việc làm trở nên khó khăn hơn trong khi người dân Cao Bằng cho rằng sự phát triển kinh tế đồng nghĩa với nhiều mầm bệnh và tình trạng bệnh nặng hơn bình thường. Riêng Quảng Ninh thì người dân gần như không thấy có nhiều thay đổi bởi địa phương này vẫn luôn là một trong những tâm điểm hội nhập kinh tế từ khi Việt Nam mở cửa nền kinh tế.

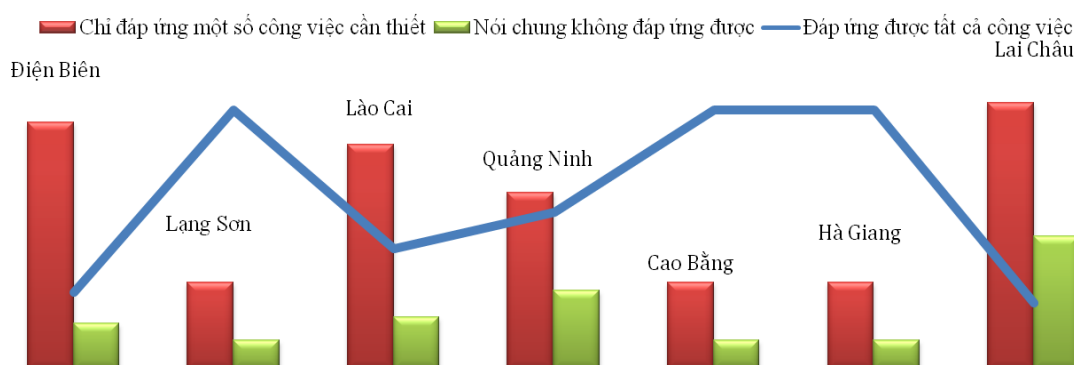
Hình 32 Xu hướng chuyển biến cuộc sống của người dân



Chất lượng lao động địa phương

Đáng chú ý là 2 địa phương như Lào Cai, Quảng Ninh với sự phát triển kinh tế - xã hội có phần hơn các địa phương khác thì đánh giá về chất lượng lao động chỉ ở mức trung bình khi doanh nghiệp cho rằng lao động tại 2 địa phương này gần như chỉ đáp ứng được một phần công việc cần thiết, và ít đáp ứng được toàn bộ công việc theo yêu cầu.

Hình 33 Đánh giá chất lượng lao động địa phương



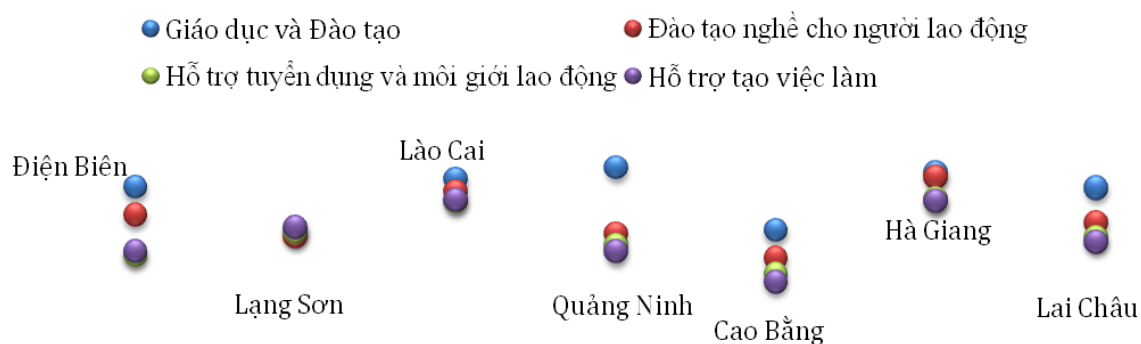
Trong khi đó, lao động Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang lại được đánh giá khá cao về kỹ năng và trình độ chuyên môn trong công việc khi đã thực hiện và có khả năng hoàn thành các yêu cầu công việc được giao. Riêng Điện Biên và Lai Châu thì đánh giá về người lao động chủ yếu ở mức có khả năng đáp ứng được một số công việc cần thiết.

Chất lượng dịch vụ hỗ trợ người lao động

Thực trạng về chất lượng lao động tại các địa phương không quá mới so với bình diện chung của toàn quốc. Nguyên nhân xuất phát từ nhiều phía, trong đó có sự phù hợp giữa các dịch vụ hỗ trợ người lao động đối với yêu cầu của các nhà tuyển dụng lao động.

Người dân Quảng Ninh, Lào Cai, Điện Biên, Lai Châu, Hà Giang đánh giá khá tốt về hệ thống giáo dục và đào tạo mà địa phương đang có. Mặc dù còn nhiều khó khăn về hệ thống cơ sở vật chất dành cho giáo dục, đặc biệt ở khu vực các huyện miền núi, song những nhận định này thể hiện sự ghi nhận của người dân đối với công sức và nỗ lực của ngành giáo dục địa phương. Trong khi đó, người dân Lạng Sơn, Cao Bằng không đánh giá quá tốt về chương trình giáo dục và đào tạo của địa phương.

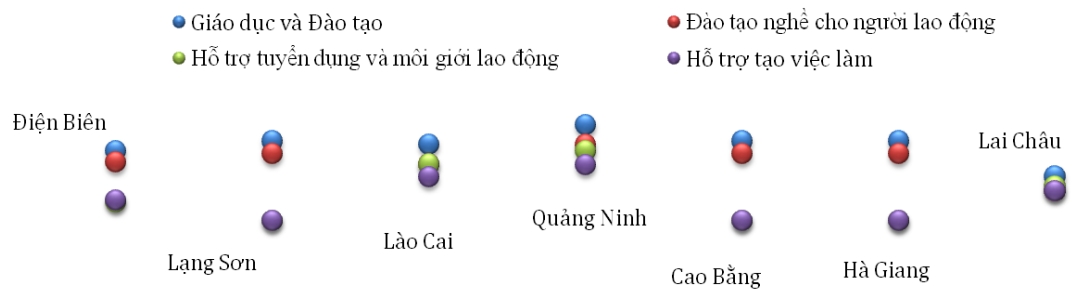
Hình 34 Đánh giá của người dân về dịch vụ hỗ trợ người lao động



Việc đào tạo nghề cho người lao động cũng nhận được những đánh giá về chất lượng ở mức trung bình trong khi đánh giá về các dịch vụ hỗ trợ tạo việc làm ở mức hơi kém. Tính đến hết tháng 11/2013, mặc dù có 1274 người được tư vấn về việc làm thì chỉ có 16 người được giới thiệu việc làm. Điều này cho thấy thực trạng chung là kỹ năng tay nghề của người lao động địa phương vẫn chưa thể đáp ứng được đòi hỏi thực tế công việc.

Ý kiến của doanh nghiệp cũng có nhiều điểm tương đồng với ý kiến của người dân. Đáng chú ý là doanh nghiệp cho rằng các hoạt động hỗ trợ tạo việc làm của địa phương như hội chợ việc làm tại địa phương, các chương trình xuất khẩu lao động (sang các khu công nghiệp ở Hải Phòng, Hưng Yên, Đồng Nai và nước ngoài) mặc dù đã có triển khai song hiệu quả chưa đáng kể.

Hình 35 Đánh giá của doanh nghiệp về dịch vụ hỗ trợ người lao động

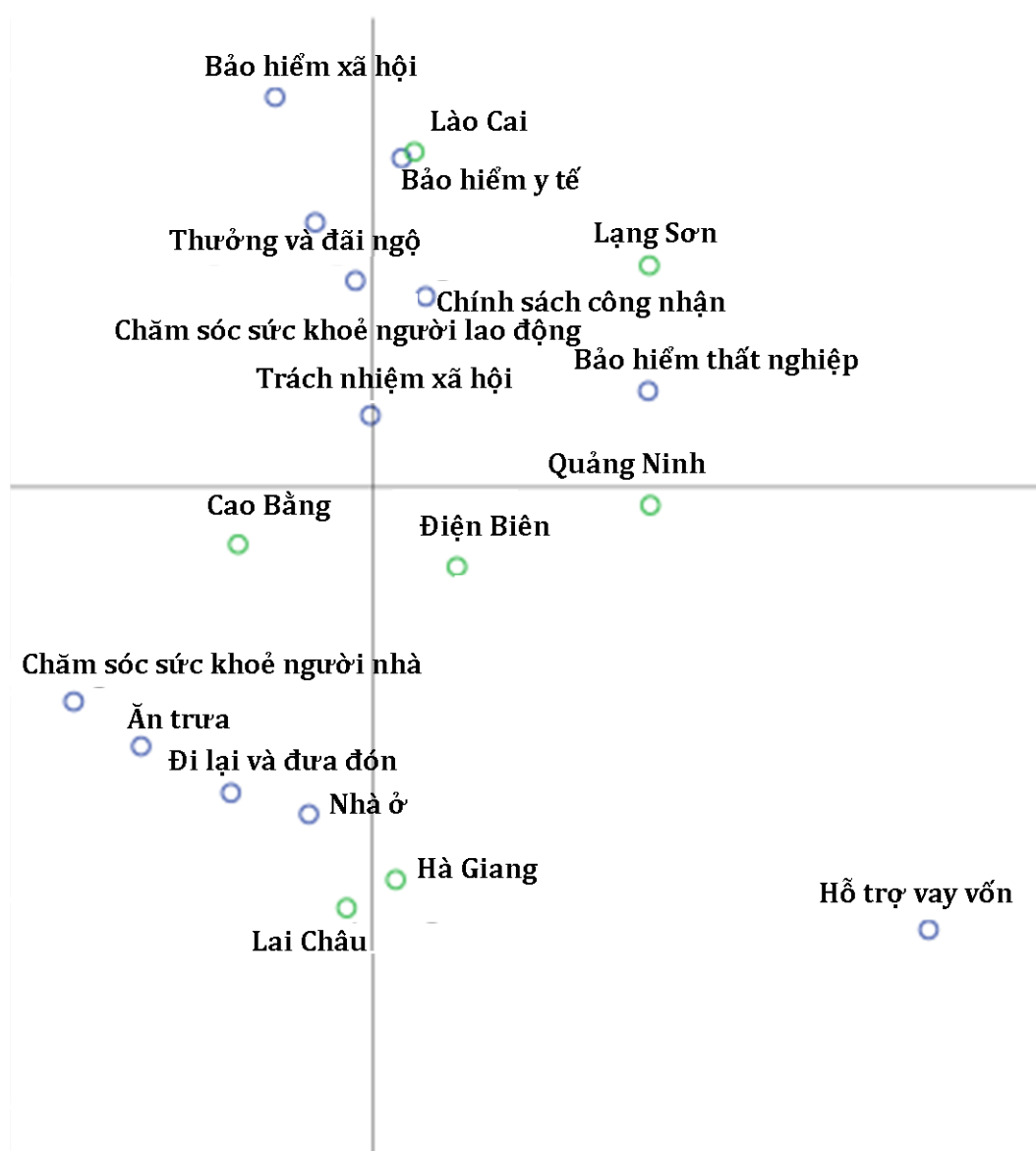


Chính sách nhân dụng của doanh nghiệp

Có thể thấy, người lao động ở Lạng Sơn, Quảng Ninh, Điện Biên, Cao Bằng thực sự không có nhiều đánh giá cho chính sách nhân dụng của doanh nghiệp địa phương. Riêng Lạng Sơn và Quảng Ninh, người lao động có phần nghiêm hơn về chính sách bảo hiểm thất nghiệp. Tính đến tháng 11/2013, Lạng Sơn có khoảng 1729 người nộp hồ sơ đăng ký hưởng Bảo hiểm thất nghiệp và chủ yếu ở độ tuổi dưới 40 (nam và nữ); Quảng Ninh có 3494 người nộp hồ sơ đăng ký.

Người lao động Lào Cai thì đánh giá khá tốt về việc thực hiện bảo hiểm y tế của doanh nghiệp trong khi thực tế, có 216 đơn vị doanh nghiệp ngoài quốc doanh đang nợ gần 40 tỷ VNĐ bảo hiểm xã hội do hoạt động kinh doanh không hiệu quả, ngừng hoạt động (tính đến hết 2013). Điều này cho thấy thực tế nhiều doanh nghiệp đang có cố tình chiếm dụng vốn từ quỹ bảo hiểm xã hội mà người lao động không có đầy đủ thông tin.

Hình 36 Đánh giá của người dân về chính sách nhân dụng của doanh nghiệp



Chính sách nhân dụng của địa phương

Doanh nghiệp cho rằng chính quyền Lạng Sơn đã làm khá tốt về chính sách ưu đãi nguồn nhân lực chất lượng cao và chính sách trao thưởng, trong khi đó, đánh giá về chính sách nhân dụng của Lào Cai không có yếu tố nào nổi bật. Đối với Quảng Ninh, nguồn nhân lực với trình độ chuyên môn và kỹ năng thực hành tốt cũng được cho rằng có sự quan tâm nhiều hơn.

Hình 37 Đánh giá của doanh nghiệp về chính sách nhân dụng của địa phương



Điểm đáng chú ý đối với các địa phương là chính sách ưu đãi đối với nhà khoa học. Có thể thấy, đối với hiện trạng khoa học công nghệ và các ứng dụng công nghệ tại những địa phương này (ngoại trừ Quảng Ninh) còn hạn chế, hơn nữa, môi trường và điều kiện làm việc còn tương đối khó khăn nên chưa thể tính tới việc mời gọi các nhà khoa học tài năng về làm việc. Hơn nữa, do tính kế thừa và định hướng phát triển thương mại dựa vào nguồn tài nguyên khoáng sản trong

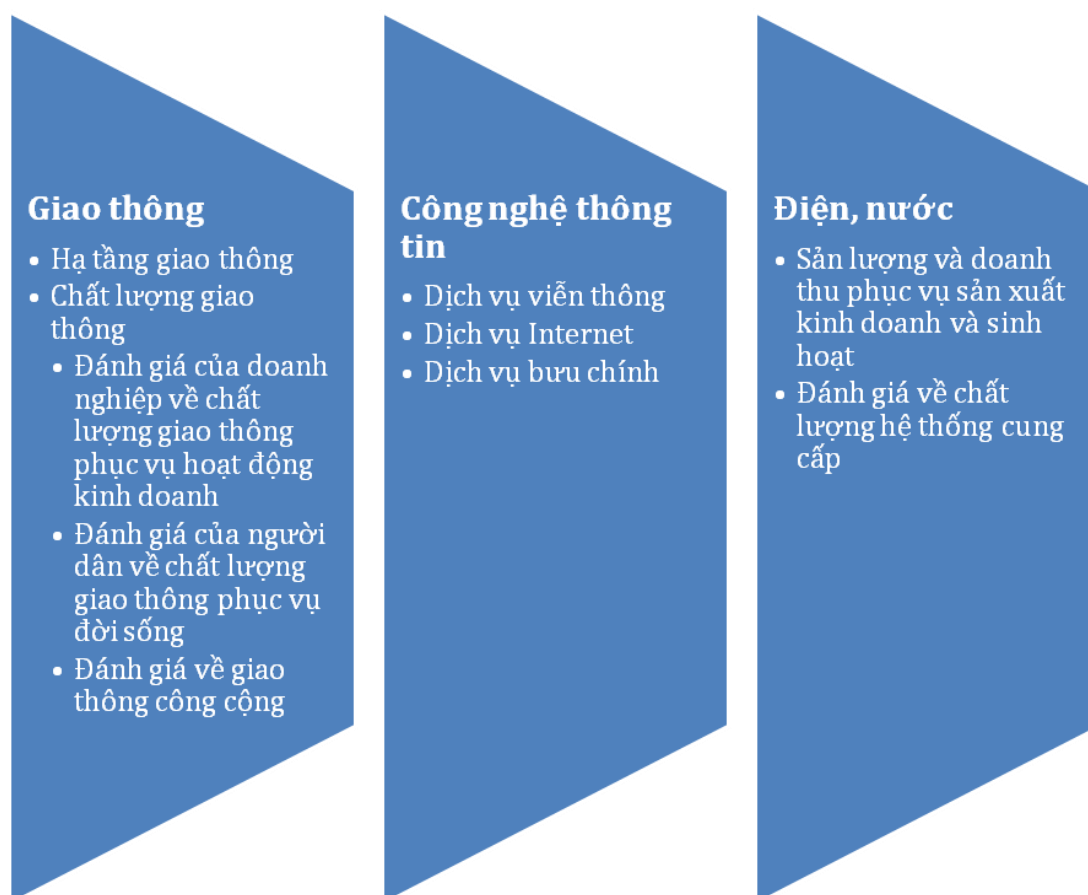
những năm vừa qua mà sự đầu tư cho khoa học của địa phương còn nhiều hạn chế.

CƠ SỞ HẠ TẦNG

Trụ cột Cơ sở hạ tầng

Đây là trụ cột có dấu hiệu giảm nhẹ so với PEII 2010 của Lạng Sơn. Nguyên nhân chủ yếu không đến từ chất lượng kỹ thuật của hệ thống giao thông mà là từ đánh giá sự phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp, người dân.

Hình 38 Trụ cột Cơ sở hạ tầng

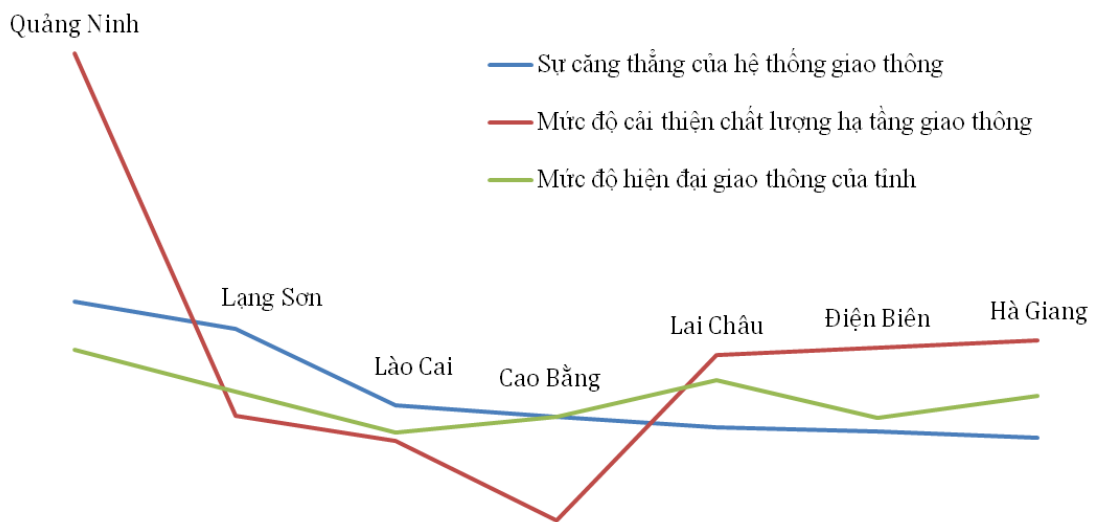


Hệ thống giao thông

Lạng Sơn có hệ thống giao thông đường sắt và đường bộ tương đối thuận lợi khi có các tuyến đường giao thông quan trọng như quốc lộ 1A nối liền Lạng Sơn - Hà Nội, quốc lộ 1B Lạng Sơn - Thái Nguyên, quốc lộ 4A Lạng Sơn - Cao Bằng, quốc lộ 4B Lạng Sơn - Quảng Ninh, quốc lộ 31 Lạng Sơn - Bắc Giang, quốc lộ 279 Lạng Sơn - Bắc Kạn và tuyến đường sắt liên vận Quốc tế Việt – Trung.

Tuyến đường sắt Hà Nội – Lạng Sơn với hơn 50% lượng hàng hoá được chuyên chở là một kênh giao thông quan trọng của địa phương này khi vận chuyển hàng hoá (đặc biệt là hàng hoá nhập khẩu Trung Quốc) vào sâu trong thị trường nội địa. Sự quá tải của tuyến đường sắt này đã được giải quyết phần nào thông qua dự án nâng cấp từ năm 2009 với tổng vốn lên tới 641 tỷ VNĐ.

Hình 39 Sự căng thẳng, Mức độ cải thiện chất lượng hạ tầng giao thông và Mức độ hiện đại giao thông của hệ thống giao thông



Sức ép đối với hệ thống giao thông của Lạng Sơn không chỉ đến từ hệ thống đường sắt mà còn là các tuyến đường bộ quan trọng. Sự xuống

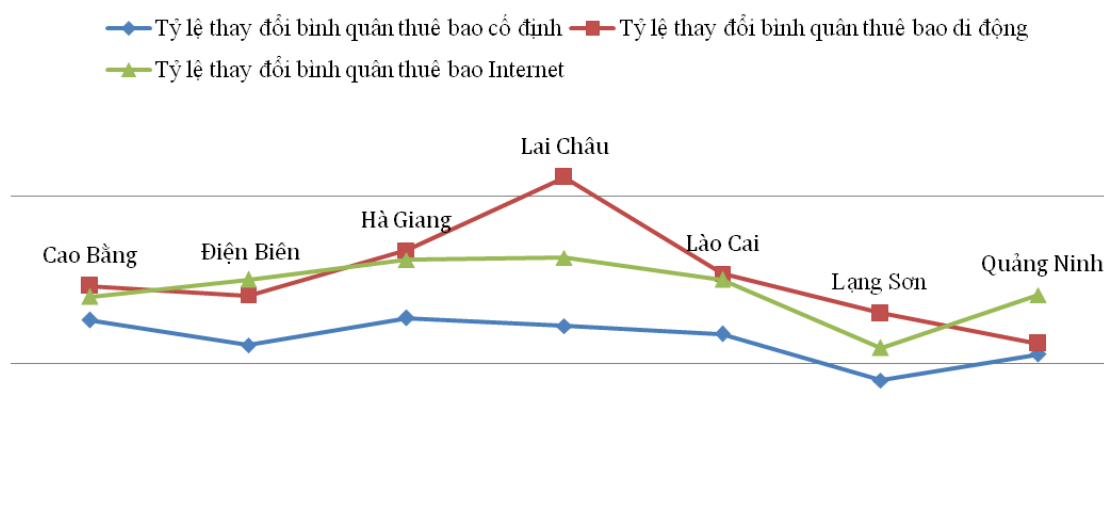
cấp của chất lượng đường giao thông đã gây cản trở không nhỏ đến thời gian lưu thông của các phương tiện vận chuyển hàng hoá và hành khách (150km và 3.5 giờ đồng hồ để di chuyển từ Hà Nội đến địa phận Lạng Sơn). Ngoài ra, ý thức và trách nhiệm tham gia giao thông của một bộ phận không nhỏ doanh nghiệp còn kém, đơn cử việc xe quá tải, xe coi nói thường xuyên chạy trên tuyến đường này khiến cho kết cấu đường nhanh chóng bị xuống cấp, chưa kể tới việc gây nguy hiểm cho các phương tiện khác.

Hạ tầng Viễn thông

Lạng Sơn, Lào Cai và Quảng Ninh đều có tốc độ tăng trưởng thuê bao điện thoại di động ở mức trung bình, tốc độ tăng trưởng của thuê bao Internet của Lào Cai và Quảng Ninh khá cao trong khi của Lạng Sơn gần như không thay đổi. Đối với số thuê bao điện thoại cố định, tỷ lệ này của Lạng Sơn có chiều hướng giảm sút trong khi của 2 địa phương còn lại có sự tăng nhẹ. Điều này là một phần phản ánh mức độ hội nhập về thông tin và kết nối liên lạc giữa cư dân của địa phương với thế giới bên ngoài. Tốc độ tăng trưởng càng lớn chứng tỏ tốc độ hoà nhập với thế giới càng nhanh.

Đáng chú ý là Lai Châu có tỷ lệ thuê bao di động tăng mạnh nhất do trong giai đoạn 2007 – 2011, địa phương này chứng kiến lượng người đổ về thực hiện một số dự án lớn trong đó có dự án thủy điện Sơn La và sắp tới là dự án thủy điện Lai Châu.

Hình 40 Tỷ lệ thay đổi bình quân thuê bao cố định, thuê bao di động và Internet



Thực trạng cơ sở hạ tầng

Đánh giá chung của người dân đối với cơ sở hạ tầng của các địa phương có biên giới giáp Trung Quốc là còn nhiều hạn chế từ chất lượng đường giao thông, tới hệ thống bảng biển chỉ dẫn, hoạt động đầu tư cơ sở hạ tầng và sự kết nối với các địa phương lân cận.

Người dân Điện Biên, Lai Châu, Hà Giang, Cao Bằng cho rằng gần như hệ thống giao thông, hệ thống điện nước và hệ thống viễn thông của địa phương tuy có nhiều tiến triển song về cơ bản vẫn chưa thể đáp ứng được yêu cầu tối thiểu của người dân, như số lượng hộ thiếu điện, thiếu nước sạch vẫn còn khá nhiều, đặc biệt là các hộ dân cư ở vùng tái định cư cho các công trình thủy điện.

Trong khi đó, người dân ở Lào Cai, Lạng Sơn và Quảng Ninh thì cho rằng các dịch vụ thanh toán hiện đại ở địa phương đã có nhiều khởi sắc song chủ yếu tiền mặt vẫn là phương tiện trao đổi chính.

Hình 41 Đánh giá của người dân về thực trạng cơ sở hạ tầng



Doanh nghiệp Lai Châu và Điện Biên thì đánh giá tích cực hơn khi cho rằng hạ tầng viễn thông của địa phương như điện thoại di động, điện thoại cố định, Internet và truyền hình cáp đã có mức độ phát triển hơn so với thời gian trước đây. Trong khi đó, doanh nghiệp Lạng Sơn thì cho rằng các hoạt động đầu tư CSHT và chất lượng đường giao thông (đặc biệt là việc đầu tư mở rộng tuyến đường giao thông liên thôn, xã) của địa phương khá tích cực.

Hình 42 Đánh giá của doanh nghiệp về thực trạng cơ sở hạ tầng



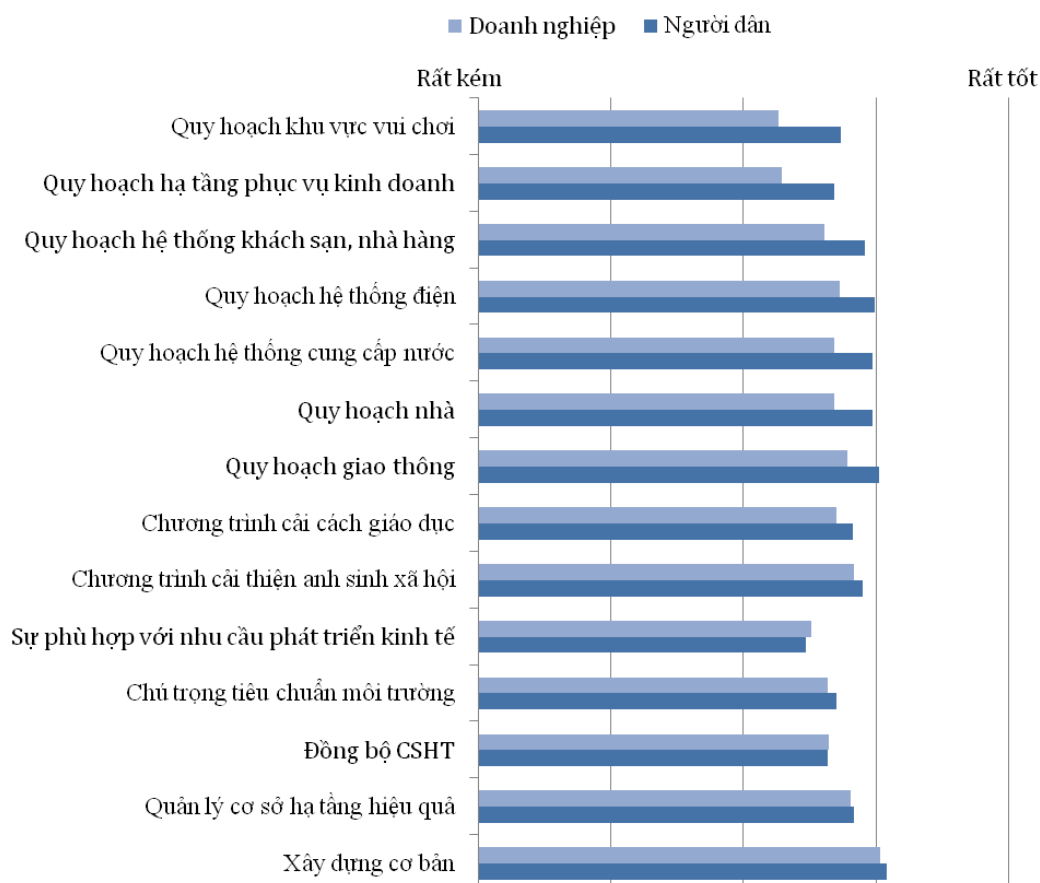
Doanh nghiệp Lào Cai và Quảng Ninh thì không đánh giá quá cao về nhóm hạ tầng nào của địa phương trong khi doanh nghiệp Cao Bằng thì cho rằng bước đầu hạ tầng thanh toán thẻ tại địa phương đã có phần tiến triển (các ngân hàng đã có mặt tại địa phương như Agribank, BIDV, MB).

Quản lý các dịch vụ và nhu cầu phát triển hạ tầng

Trước thực trạng về cơ sở hạ tầng, người dân cho rằng địa phương nên tập trung vào việc đầu tư xây dựng cơ bản, quy hoạch hệ thống

giao thông, quy hoạch hệ thống điện, quy hoạch hệ thống cung cấp nước, quy hoạch nhà ở để đảm bảo các điều kiện sống cơ bản cho dân cư.

Hình 43 Đánh giá về hoạt động quản lý các dịch vụ và nhu cầu phát triển hạ tầng



Tương tự, đối với doanh nghiệp, hoạt động xây dựng cơ bản, đặc biệt là xây dựng đường giao thông và các công trình phục vụ giao thông, phục vụ sản xuất kinh doanh cần nhanh chóng thực hiện và triển khai đúng tiến độ. Bên cạnh đó, việc quản lý cơ sở hạ tầng từ hệ thống biển báo giao thông đến kiểm tra chất lượng kết cấu mặt đường, kiểm định phương tiện giao thông lưu thông trên tuyến đường địa phương cũng cần được thực hiện triệt để và nghiêm túc.

Đáng chú ý là người dân và doanh nghiệp đều cho rằng việc quản lý các dịch vụ và nhu cầu phát triển cơ sở hạ tầng cần phải được xem xét trên cơ sở sự phù hợp với nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, tránh việc “quy hoạch treo”, “quy hoạch không thực tế”,... dẫn đến sự lãng phí về tiền và nhân lực, gây ra các hậu quả nghiêm trọng đến đời sống dân cư và xáo trộn tình hình sản xuất kinh doanh trên địa bàn.

VĂN HOÁ

Trụ cột Văn hoá

Giảm 16 bậc so với kết quả nghiên cứu năm đầu tiên ở trụ cột Văn hoá, Lạng Sơn đang cho thấy sự hoà nhập của mình vào nền văn hoá công nghiệp hiện đại, thay vì lựa chọn giữ nguyên truyền thống văn hoá địa phương. Tuy nhiên, lựa chọn trở thành địa phương gắn với kinh tế cửa khẩu, điều đó đồng nghĩa với việc Lạng Sơn sẽ cần đánh đổi những giá trị văn hoá truyền thống gắn với các lễ hội, di tích mà thay vào đó là sự hội nhập văn hoá có tính kế thừa.

Các chỉ tiêu của trụ cột Văn hoá trong mô hình PEII 2012 gồm:

Hình 44 Trụ cột Văn hoá



Di tích và Lễ hội

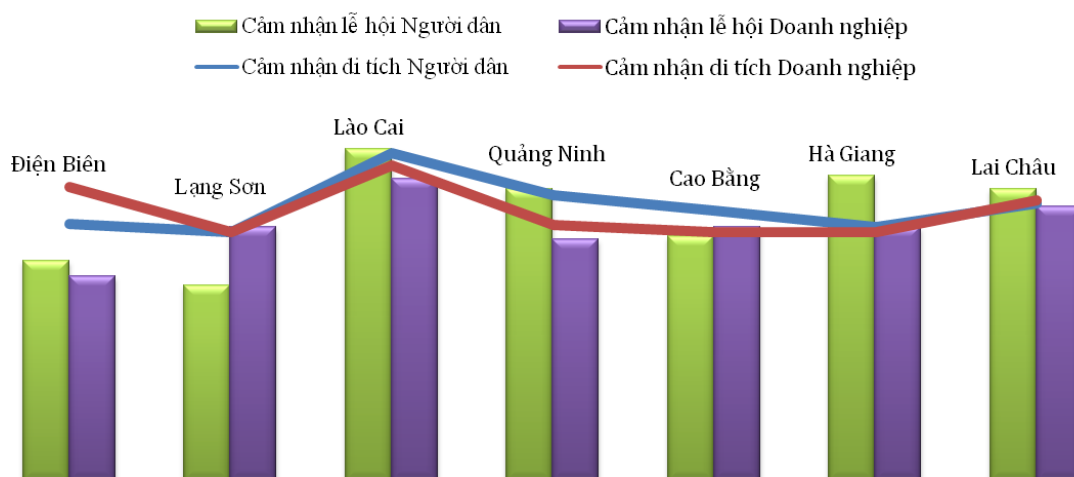
Lạng Sơn có 7 dân tộc, trong đó dân tộc Kinh chiếm hơn 15%, đồng bào các dân tộc thiểu số: Tày, Dao, Hán, Chay...chiếm gần 85% và mỗi dân tộc đều mang một sắc thái văn hoá riêng biệt. Lạng Sơn có hơn 500 di tích, trong đó có đủ loại hình như di tích lịch sử, văn hóa, kiến trúc, tín ngưỡng tôn giáo, khảo cổ,... Tiêu biểu phải kể đến là quần thể di tích - danh thắng Nhị - Tam Thanh - Thành nhà Mạc, di tích Ải Chi Lăng, khu di tích cách mạng Bắc Sơn, quần thể núi Mẫu Sơn, non nước xanh biếc của sông Kỳ Cùng thơ mộng,... Lạng Sơn cũng có các lễ hội lớn như hội đền Tả Phủ - Kỳ Lừa, hội Lồng Tồng, hội chùa Tam Thanh, lễ hội đền Bắc Lệ, lễ hội chùa Tiên, lễ hội chùa Bắc Nga.

Tuy nhiên, thực tế, nhiều nét đẹp văn hoá tâm linh, lễ hội của một số huyện đã bị mai một hoặc mất hẳn như các lễ hội, tiếng nói, chữ viết của đồng bào dân tộc; việc đầu tư cho tái tạo và phát triển bản sắc văn hoá của các dân tộc đã có nhưng còn quá thấp; công tác quy hoạch phát triển Du lịch - Văn hoá chưa được đầu tư hoặc đầu tư quá thấp và chỉ tập trung vào một số địa danh mà chủ yếu là Thành phố Lạng Sơn, số huyện còn lại như: Hữu Lũng, Chi Lăng, Văn Lãng, Cao Lộc, Bắc Sơn, Đông Khê,... thì hầu như không có quy hoạch phát triển du lịch văn hoá. Chưa kể tới tình trạng xâm lấn, xây dựng trái phép ở núi Tô Thị, thành nhà Mạc, chùa Tiên, đền Mẫu,... và công tác quản lý chồng chéo với số kinh phí đầu tư không ổn định.

Một phần nguyên nhân của sự xuống cấp các di tích cũng như sự thay đổi tính chất của các lễ hội tại Lạng Sơn đến từ sự tự hào về di tích và lễ hội của người dân và doanh nghiệp Lạng Sơn cũng có phần

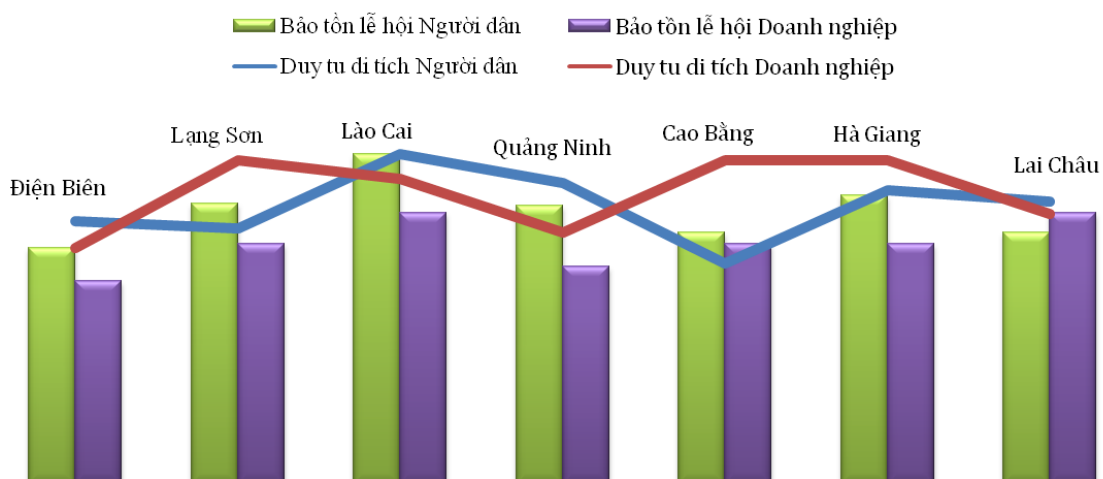
kém hơn so với các địa phương khác và mức đánh giá về hoạt động bảo tồn lễ hội và duy tu các di tích ở mức đánh giá trung bình.

Hình 45 Đánh giá về chất lượng lễ hội và di tích



Trong khi đó, người dân và doanh nghiệp Lào Cai thể hiện sự tự hào về mảnh đất địa phương mình cũng như đánh giá cao hoạt động bảo tồn các giá trị văn hoá lâu đời tại địa phương.

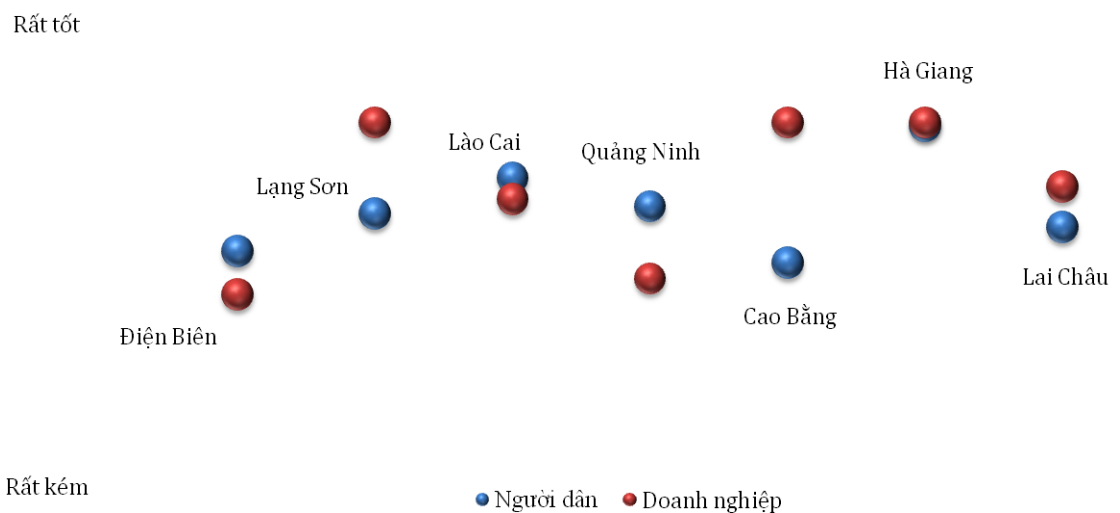
Hình 46 Đánh giá về hoạt động bảo tồn và duy tu di tích, lễ hội



Tính kế thừa và chuẩn mực xã hội

Người dân Lạng Sơn đánh giá ở mức trung bình về tính kế thừa các giá trị văn hoá truyền thống bởi thực tế họ cũng có mức đánh giá khá thấp dành cho biểu tượng di sản và văn hoá của địa phương. Trong khi đó, doanh nghiệp Lạng Sơn đánh giá khá tốt và có khoảng cách đối với ý kiến của người dân địa phương.

Hình 47 Đánh giá về tính kế thừa và chuẩn mực xã hội



Tương tự trường hợp của Lạng Sơn là Cao Bằng trong khi người dân và doanh nghiệp của Hà Giang đều đánh giá khá tốt sự duy trì và tôn trọng các chuẩn mực đạo đức truyền thống.

Đặc trưng văn hoá

Tiếp nối ý kiến về đặc trưng văn hoá của địa phương, người dân Lạng Sơn không đánh giá quá cao về tiêu chí nào là đặc trưng của nền văn hoá địa phương mình. Trong khi đó, người dân Lào Cai và Điện Biên đánh giá khá cao về Bài thuốc đặc trưng của địa phương trong tương

quan so sánh. Hà Giang lại được nhận định nhiều hơn về Giá trị văn hoá và chuẩn mực xã hội cũng như là Tính đa dạng tôn giáo của mảnh đất này. Cao Bằng được nhìn nhận về nền âm nhạc đặc trưng của địa phương với các làn điệu đặc trưng của dân tộc Thái, dân tộc Tày,..Quảng Ninh gắn nhiều hơn với văn hoá hiện đại mà 1 trong số đó là đánh giá khá tích cực về văn hoá xem phim của người dân.

Hình 48 Đánh giá của người dân về đặc trưng văn hoá



Ý kiến của doanh nghiệp Cao Bằng tương tự với người dân của địa phương này khi đánh giá cao về tính đặc trưng của âm nhạc địa phương. Doanh nghiệp Điện Biên và Hà Giang thì cho rằng các phương thuốc đặc trưng của địa phương khá nổi tiếng và có thể coi là một nét văn hoá rất riêng của vùng đất.

Hình 49 Đánh giá của doanh nghiệp về đặc trưng văn hoá



Doanh nghiệp Lạng Sơn và Quảng Ninh thì đánh giá cao hơn về mức độ theo kịp xu hướng thời trang của cư dân địa phương. Riêng Lai

Châu và Lào Cai thì không có nghiêng về đặc trưng nào của địa phương.

Một điểm chung có thể thấy trong đánh giá về các đặc trưng văn hoá của các địa phương này là các đánh giá về danh nhân nổi tiếng và bộ phim đặc trưng gắn với địa phương gần như không được đề cập, hoặc có đề cập đến nhưng đều được cho rằng không thể hiện nét riêng của địa phương. Điều này cho thấy đời sống tinh thần và hình tượng danh nhân địa phương, hay ở một góc nhìn rộng hơn là yếu tố lịch sử gắn liền với “hồn đất” chưa được thực sự nghiên cứu và đầu tư khoa học.

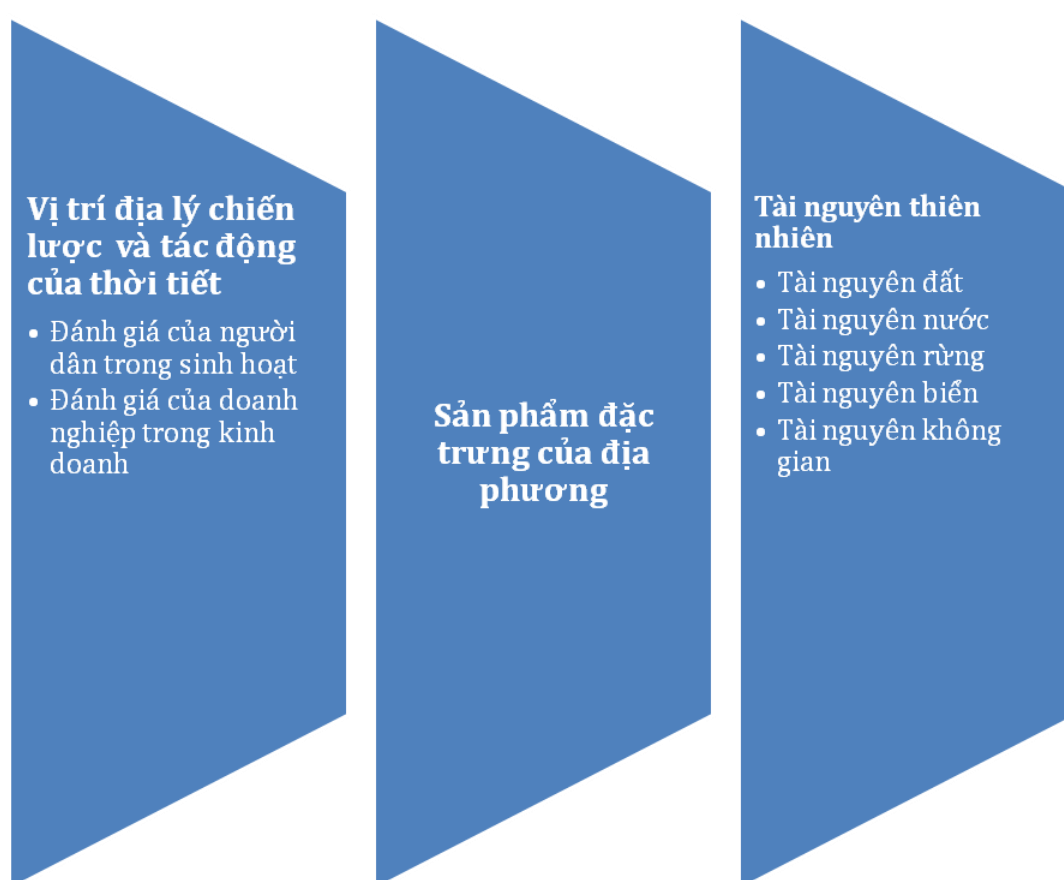
ĐẶC ĐIỂM ĐỊA PHƯƠNG

Trụ cột Đặc điểm địa phương

Tiếp tục là một trụ cột gần như không thay đổi vị trí của Lạng Sơn, cho thấy, lợi thế đến từ vị trí địa lý của địa phương đang ngày một rõ nét, và cần nhiều hơn cơ chế linh hoạt, tự chủ để doanh nghiệp và nhà đầu tư sẵn sàng tham gia vào công cuộc phát triển địa phương.

Các tiêu chí của trụ cột trong mô hình PEII 2012 bao gồm:

Hình 50 Trụ cột Đặc điểm địa phương



Vị thế địa lý chiến lược và tác động của thời tiết

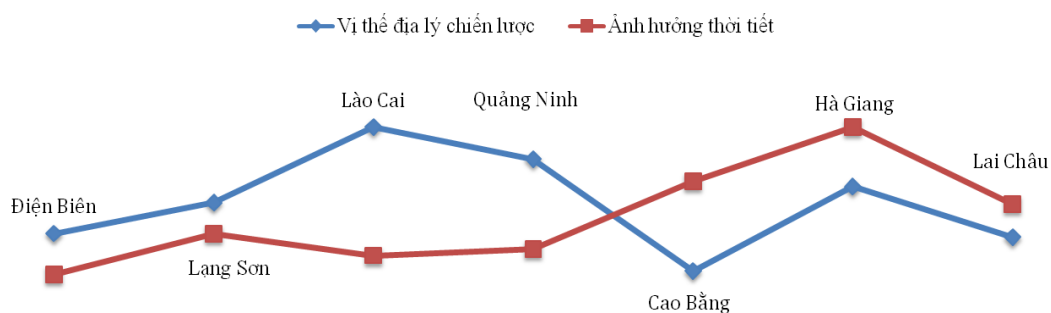
Là cửa ngõ phía Bắc của Việt Nam, Lạng Sơn có vị trí địa lý và chính trị quan trọng. Lạng Sơn nằm trong khu vực kinh tế “Hai hành lang, một vành đai” gồm các địa phương Hà Nội – Hải Phòng – Quảng Ninh – Lào Cai. Lạng Sơn cũng là ga đầu tiên của tuyến đường sắt xuyên Việt, đồng thời nối với tuyến liên vận quốc tế. Trên tuyến biên giới với Trung Quốc có 2 cửa khẩu quốc tế, 2 cửa khẩu quốc gia và 9 cặp chợ đường biên, 1 chợ cửa khẩu với hoạt động giao lưu kinh tế sôi động. Với vị trí này, Lạng Sơn có nhiều điều kiện thuận lợi để hội tụ, buôn bán, giao lưu và phát triển một nền kinh tế đa dạng và tổng hợp.

Một lợi thế nữa đến từ vị trí địa lý đó là Lạng Sơn nằm trong khu vực ít chịu ảnh hưởng của bão vào mùa mưa nhưng một số hiện tượng thời tiết cực đoan như sương muối, sương mù, mưa phùn gây ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động sản xuất và đời sống của dân cư địa phương. Tuy nhiên, ảnh hưởng của thời tiết trong bối cảnh biến động như hiện nay khó có thể dự đoán về những bất lợi đối với nền nông – lâm nghiệp nói riêng và nền kinh tế nói chung của Lạng Sơn trong thời gian tới (như trường hợp của nước sông Kỳ Cùng dâng cao khi siêu bão Hải Yến đổ bộ đã làm cho gần 800 hộ kinh doanh ở khu vực chợ Giếng Vuông phải di chuyển).

Tuy vậy, kết quả nghiên cứu cho thấy người dân Lạng Sơn cảm thấy tương đối “bình thường” trước các diễn biến của thời tiết cũng như những lợi thế đến từ vị trí địa lý của địa phương. Trong khi đó, người dân Cao Bằng có phần hơi “bi quan” về sự khó khăn của địa phương

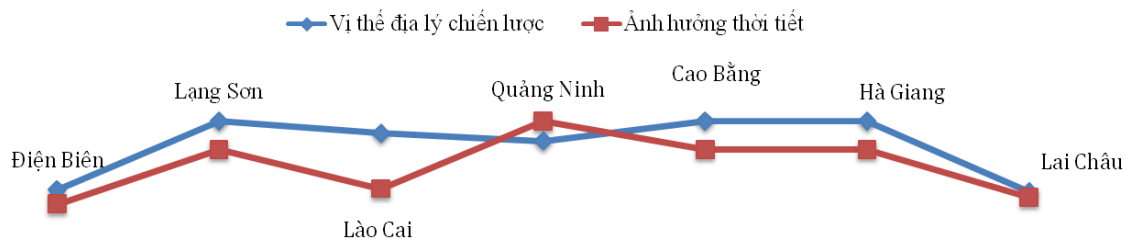
do yếu tố địa lý gây ra còn người dân Hà Giang và Lai Châu thì cho rằng tác động tiêu cực của thời tiết đã gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động sản xuất kinh doanh (mà chủ yếu là chăn nuôi và trồng trọt) của người dân.

Hình 51 Đánh giá của người dân về vị thế địa lý chiến lược và ảnh hưởng thời tiết



Người dân Quảng Ninh cũng nhận định rằng địa phương mình có thể có nhiều lợi thế đến từ vị trí địa lý và tác động của thời tiết chỉ ở mức vừa phải thì doanh nghiệp địa phương này lại cho rằng sự ảnh hưởng của thời tiết đến tình hình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là khá tiêu cực. Sự trái ngược này cũng thể hiện trong ý kiến đánh giá về Hà Giang khi người dân thì cho rằng cuộc sống khá khó khăn cho ảnh hưởng của thời tiết còn doanh nghiệp lại cho rằng những ảnh hưởng đó hoàn toàn có thể khắc phục và chung sống cùng.

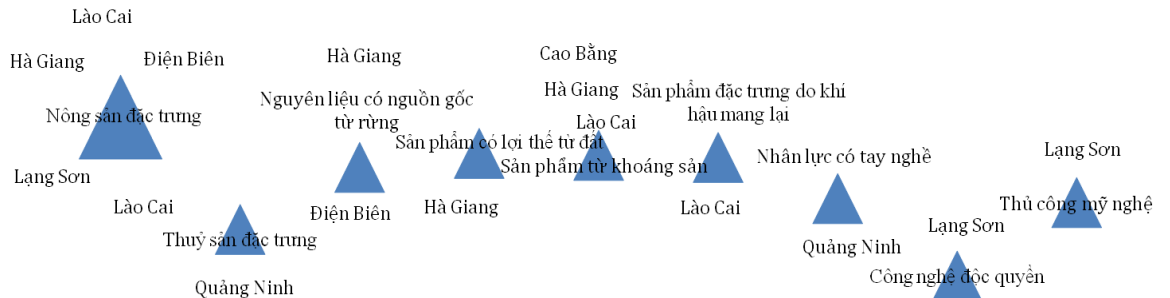
Hình 52 Đánh giá của doanh nghiệp về vị thế địa lý chiến lược và ảnh hưởng thời tiết



Sản phẩm đặc trưng

Là những mảnh đất có khí hậu lạnh, các sản phẩm đặc trưng của những địa phương này luôn được sức hút rất riêng đối với người tiêu dùng.

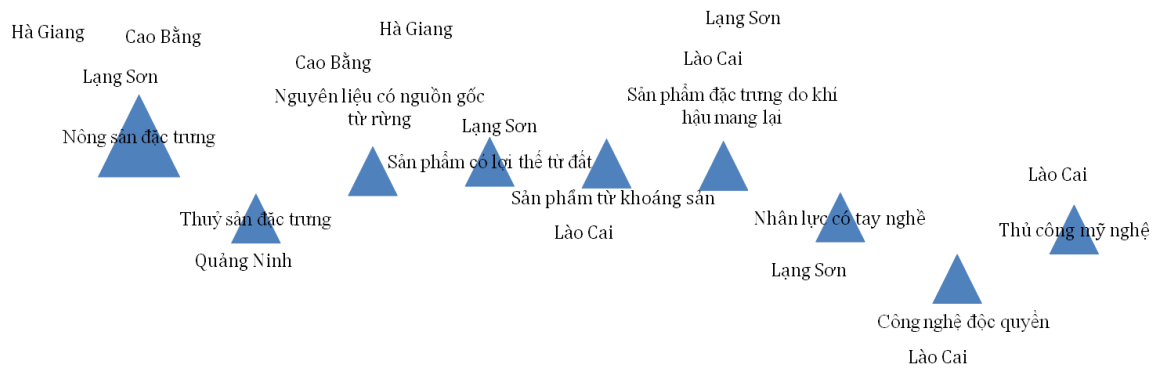
Hình 53 Đánh giá của người dân về sản phẩm đặc trưng



Nông sản đặc trưng của Lào Cai như gạo séng cù, tương ớt Mường Khương, rượu ngô (huyện Mường Khương), gạo nếp Thảm Dương (Văn Bàn); của Điện Biên như gạo nếp nương Điện Biên; của Hà Giang như hồng không hạt Quán Bạ; của Lạng Sơn như hoa hồi, đào Mẫu Sơn được đánh giá khá tốt.

Quảng Ninh được đánh giá nhiều hơn về các sản phẩm thủy sản đặc trưng do gần nhiều với biển

Hình 54 Đánh giá của doanh nghiệp về sản phẩm đặc trưng



Đánh giá của doanh nghiệp cũng tương tự với đánh giá của người dân khi đều nhận định thế mạnh của các sản phẩm nông sản đối với Hà Giang, Lạng Sơn. Có thể thấy, điều kiện về đất và khí hậu đã mang lại cho các địa phương này khá nhiều các sản phẩm đặc trưng, là cơ sở để khai thác lợi thế từ thương hiệu sản phẩm nông sản. Lạng Sơn là địa phương tiên phong trong hoạt động bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm nông sản của địa phương, với hoa hồi Văn Quan, hồng không hạt Bảo Lâm đã được cấp văn bằng bảo hộ “chỉ dẫn địa lý”, na dai Chi Lăng được cấp văn bằng bảo hộ “nhãn hiệu chứng nhận”. Trong thời gian tới, đào Mẫu Sơn và quýt vàng Bắc Sơn cũng sẽ trong lộ trình để có thể được công nhận là chỉ dẫn địa lý.

Đặc điểm đặc trưng

Ngoài những sản vật riêng, mỗi địa phương cũng có những nét đặc trưng riêng lưu lại dấu ấn trong tâm trí người dân và khách du lịch.

Kết quả nghiên cứu chỉ ra người dân Lạng Sơn cho rằng địa phương mình gắn kết nhiều hơn với các sự kiện lớn và công trình kiến trúc khá đặc trưng. Trong khi người dân Quảng Ninh gắn nhiều với điểm mua sắm và điểm vui chơi.

Hình 55 Đánh giá của người dân về đặc trưng địa phương



Đáng chú ý là các địa phương này, người dân đều không đánh giá nổi bật về cảnh quan thiên nhiên trong khi doanh nghiệp Quảng Ninh lại cho rằng đây là đặc trưng lớn nhất của địa phương mình. Hà Giang và

Lào Cai thì được cho rằng gắn với các sự kiện lớn trong khi Lạng Sơn thì gắn nhiều hơn với các điểm văn hoá, điểm mua sắm và các hoạt động thể thao. Riêng Lai Châu và Điện Biên không có đánh giá nào nổi bật.

Hình 56 Đánh giá của doanh nghiệp về đặc trưng địa phương



Ô nhiễm môi trường

Tình trạng môi trường của Lạng Sơn đang ở trong tình trạng báo động: chất lượng các nguồn nước suy giảm; không khí ở khu đô thị,

cụm công nghiệp bị ô nhiễm; tài nguyên thiên nhiên trong nhiều trường hợp bị khai thác quá mức, không có quy hoạch; đa dạng sinh học bị đe dọa nghiêm trọng; điều kiện vệ sinh môi trường, cung cấp nước sạch ở nhiều nơi không bảo đảm.

Nguyên nhân dẫn đến ô nhiễm là do các cơ sở, doanh nghiệp khai thác đá chưa thực hiện tốt cam kết bảo vệ môi trường khi từ nhiều năm nay việc nổ mìn, khai thác đá, vận chuyển đá xây dựng đã gây tiếng ồn, khói, bụi, nước thải làm ô nhiễm môi trường nghiêm trọng, ảnh hưởng lớn đến sức khỏe, đời sống người dân. Bên cạnh đó, các dịch vụ chăm sóc và tắm rửa vật nuôi (đặc biệt là lợn) trong quá trình vận chuyển từ Trung Quốc không có hệ thống xử lý phân, nước thải, gây ô nhiễm nặng cho môi trường xung quanh mà đặc biệt là nguy cơ bệnh dịch lan tràn sang các khu vực chăn nuôi khác. Chưa kể tới hiện tượng khai thác trái phép tại một số điểm khoáng sản và rò rỉ kho lưu trữ thuốc trừ sâu dẫn tới phá huỷ kết cấu đất. Rác thải sinh hoạt cũng là vấn đề nóng đối với môi trường Lạng Sơn (bãi rác Đèo Quay) khi các điểm tập kết, thu gom rác đang ngày càng trở nên quá tải.

Tình trạng ô nhiễm môi trường của Lạng Sơn còn phải kể đến mức độ ô nhiễm trên dòng suối Ngọc Tuyền của khu danh lam động Nhị Thanh. Suối Ngọc Tuyền chảy xuyên qua động dài hơn 600m đang đứng trước tình trạng ô nhiễm do nước thải của khu dân cư cùng với rác thải, bùn đất. Vào mùa khô, bầu không khí trong động Nhị Thanh càng bị ô nhiễm nặng, vì nguồn nước thải sinh hoạt của hàng nghìn hộ dân cư ở Kéo Tấu và các khối 6, 7 và khối 11, phường Tam Thanh, và một nửa dân xã Hoàng Đồng đều tập trung đổ đôn chảy qua động.

Nước có màu đen đặc, hôi thối bốc mùi rất khó chịu, làm cho nhiều du khách không dám vào thăm động Nhị Thanh. Nhân viên tổ quản lý phải đeo khẩu trang mới dám vào trong động. Còn mùa mưa lũ, nước từ các nơi đổ dồn về làm ngập úng, hàng chục nghìn tấn rác rưởi, bùn trôi vào trong hang động. Mặc dù được chọn làm thí điểm xử lý ô nhiễm song với tỷ lệ thu gom rác thải sinh hoạt chỉ đạt khoảng 50% thì mức độ ô nhiễm của dòng Ngọc Tuyền nói riêng và môi trường Lạng Sơn nói chung vẫn cần nhiều hơn các biện pháp kiên quyết của chính quyền và ý thức bảo vệ của người dân và doanh nghiệp địa phương.

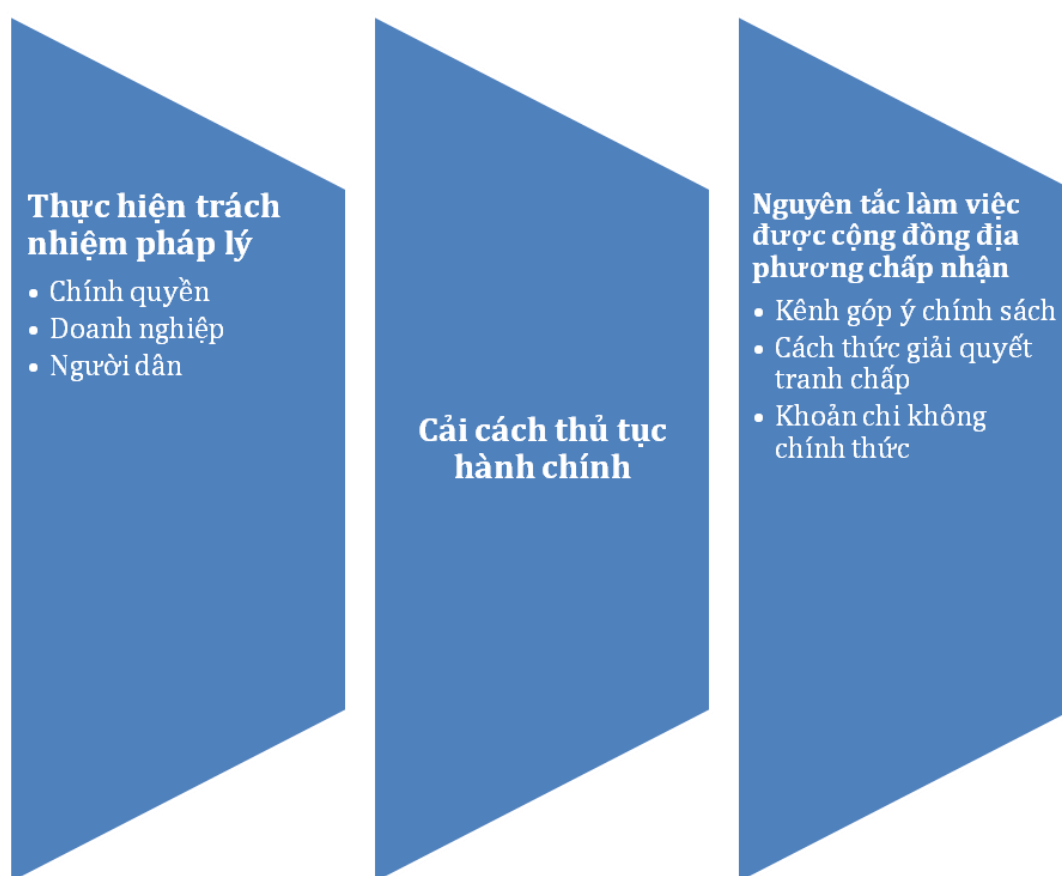
THỂ CHẾ

Trụ cột Thể chế

Tăng đáng kể trong trụ cột Thể chế so với kết quả PEII 2010 là kết quả đáng ghi nhận của Lạng Sơn trong việc tạo ra các hành lang thông thoáng cho hoạt động sản xuất kinh doanh và đời sống dân cư của địa phương.

Các chỉ tiêu của trụ cột Thể chế trong mô hình PEII 2012 gồm:

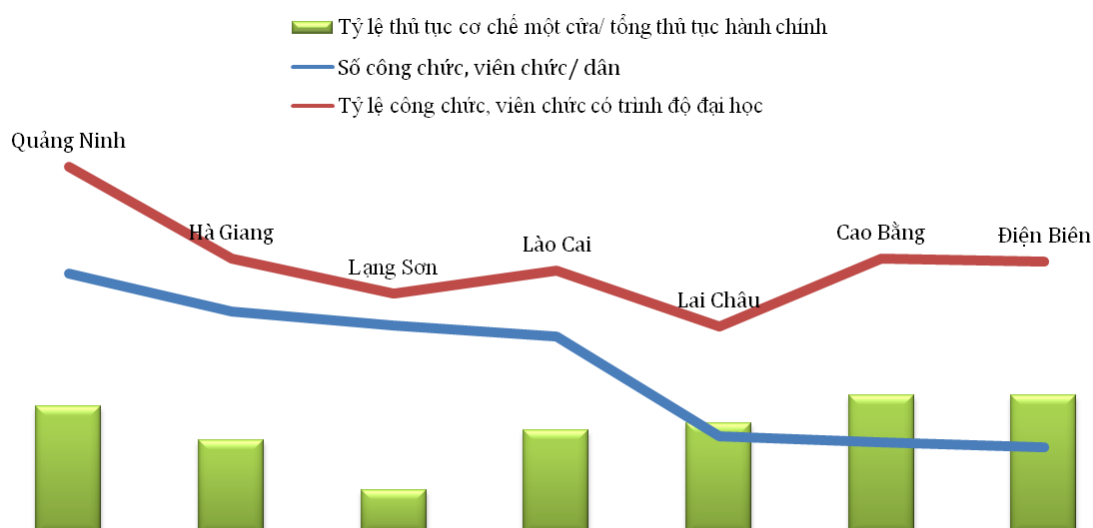
Hình 57 Trụ cột Thể chế



Cán bộ công chức

Lạng Sơn là địa phương có tỷ lệ công chức, viên chức/ dân khá cao trong khi tỷ lệ công chức, viên chức có trình độ đại học ở mức trung bình. Đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức có trình độ chuyên môn cao của tỉnh chiếm tỷ lệ thấp trong khi đó đội ngũ cán bộ, công chức cấp xã trình độ còn hạn chế và còn số lượng lớn cán bộ, công chức cấp xã chưa qua đào tạo bồi dưỡng chuyên môn.

Hình 58 Tỷ lệ thủ tục áp dụng cơ chế một cửa, Tỷ lệ công viên chức/ dân và tỷ lệ công viên chức có trình độ đại học



Đáng chú ý, Lạng Sơn là địa phương có tỷ lệ thủ tục áp dụng cơ chế một cửa thấp nhất trong số các địa phương so sánh mặc dù đến nay, trên địa bàn tỉnh đã có 18 sở, 11/11 huyện, thành phố và 226/226 xã phường, thị trấn triển khai thực hiện cơ chế một cửa, 2 sở triển khai cơ chế một cửa liên thông, riêng thành phố Lạng Sơn đã thực hiện cơ chế một cửa hiện đại. Điều này cho thấy ngoài việc bồi dưỡng và nâng cao trình độ cho CBCCC thì địa phương cần chú trọng hơn đến

việc nâng cao chất lượng các dịch vụ công tới người dân và doanh nghiệp.

Cải cách thủ tục hành chính

Đánh giá của người dân về chất lượng cải cách thủ tục hành chính của Lạng Sơn cho thấy khoản phí và thời gian xử lý thủ tục được đánh giá khá tích cực. Thái độ của chính quyền với doanh nghiệp địa phương đến kinh doanh cũng được nhận định tốt hơn.

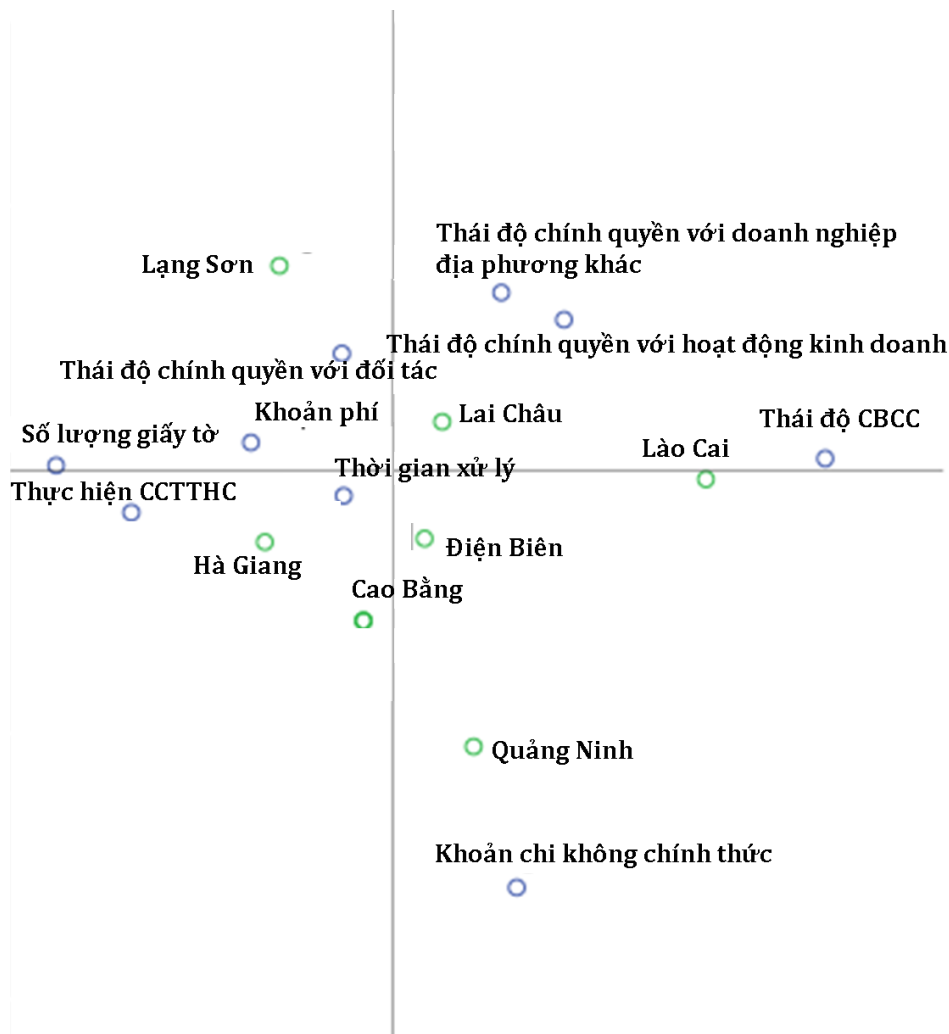
Hình 59 Đánh giá của người dân về CCTTHC



Trong khi đó, người dân Lào Cai đánh giá khá tốt về quá trình thực hiện CCTTHC của địa phương, còn người dân Điện Biên nhìn nhận nhiều hơn về việc giảm số lượng giấy tờ cần có.

Khác với ý kiến người dân, doanh nghiệp Lạng Sơn lại thể hiện một góc nhìn tương đối “trung lập” đối với việc cải cách thủ tục hành chính của địa phương còn doanh nghiệp Lào Cai lại đánh giá khá tốt về thái độ của CBCC. Doanh nghiệp Điện Biên ghi nhận những tích cực về thời gian xử lý thủ tục.

Hình 60 Đánh giá của doanh nghiệp về CCTTHC

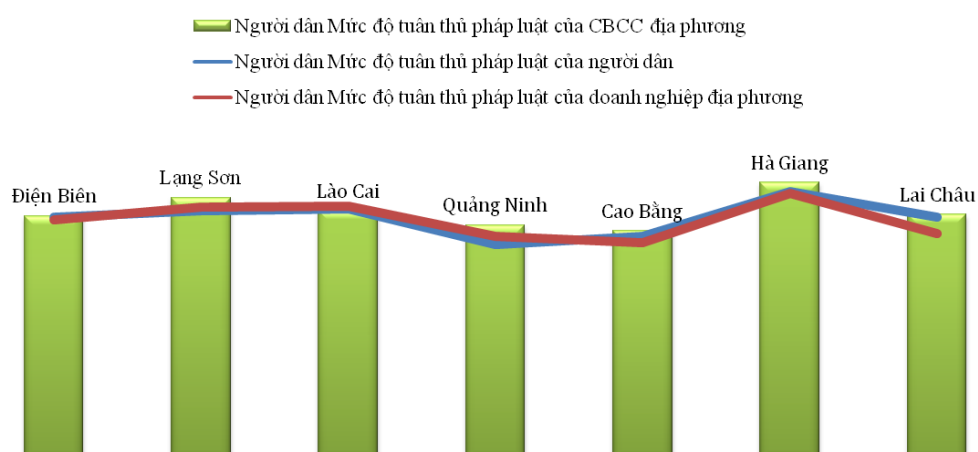


Đáng chú ý là doanh nghiệp Quảng Ninh cho rằng sự tồn tại các khoản chi không chính thức là chấp nhận được, cùng quan điểm với người dân Cao Bằng.

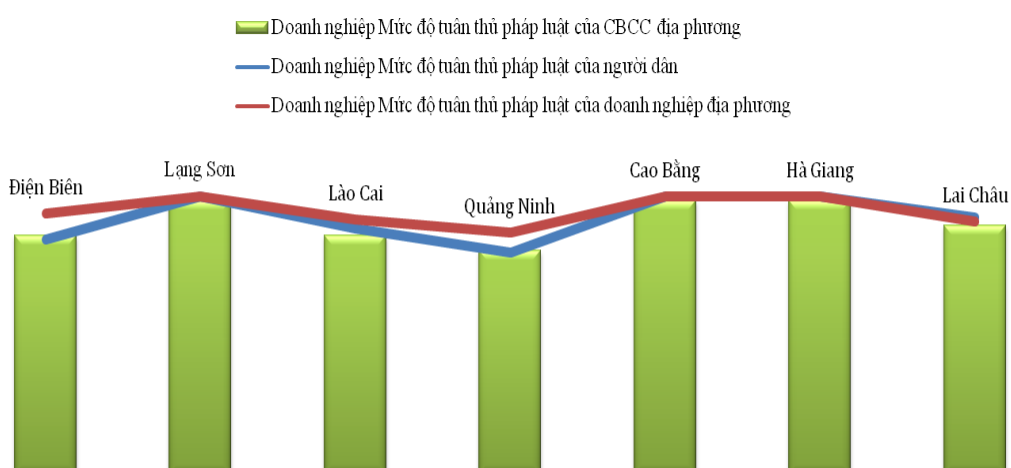
Tình hình thực thi pháp luật

Người dân và doanh nghiệp Lạng Sơn đều đánh giá khá tốt về mức độ tuân thủ pháp luật của các chủ thể tại địa phương: CBCC, người dân và doanh nghiệp. Trong khi đó, người dân và doanh nghiệp của Quảng Ninh đều đánh giá khá thấp tình hình chấp hành pháp luật tại địa phương.

Hình 61 Đánh giá của người dân về mức độ tuân thủ pháp luật



Hình 62 Đánh giá của doanh nghiệp về mức độ tuân thủ pháp luật

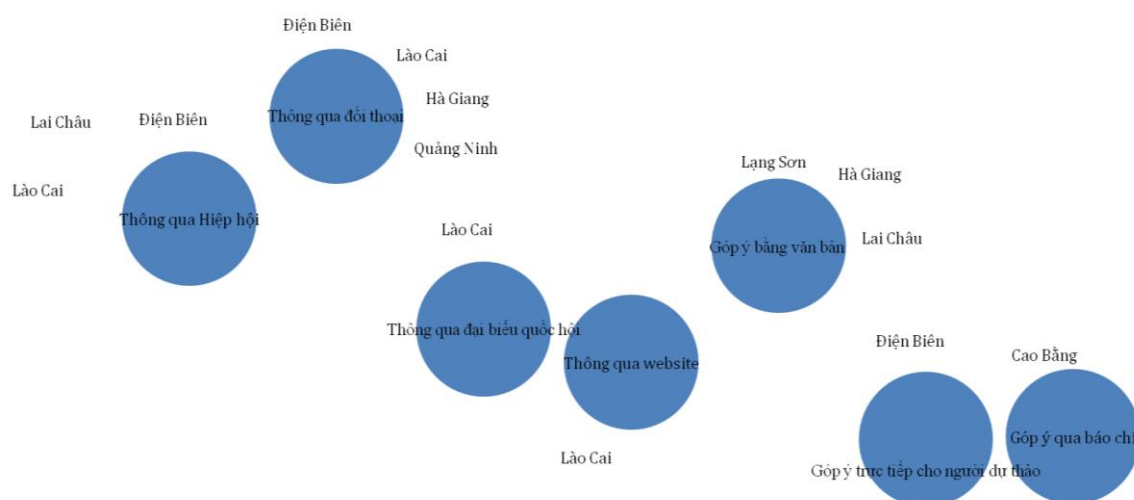


Lào Cai cũng ở trong đánh giá tương tự. Điểm chung có thể nhận thấy là mức điểm đánh giá dành cho CBCC khi thực hiện nhiệm vụ theo đúng quy định của pháp luật có phần kém hơn so với người dân và doanh nghiệp. Hiện trạng này cũng xuất phát từ tư tưởng “quan” và cơ chế “xin – cho” ngấm vào ý thức hệ từ bao năm nay.

Kênh góp ý chính sách

Góp ý chính sách thông qua đối thoại trực tiếp, thông qua Hiệp hội và góp ý bằng văn bản là những kênh phổ biến nhất ở các địa phương.

Hình 63 Kênh góp ý chính sách



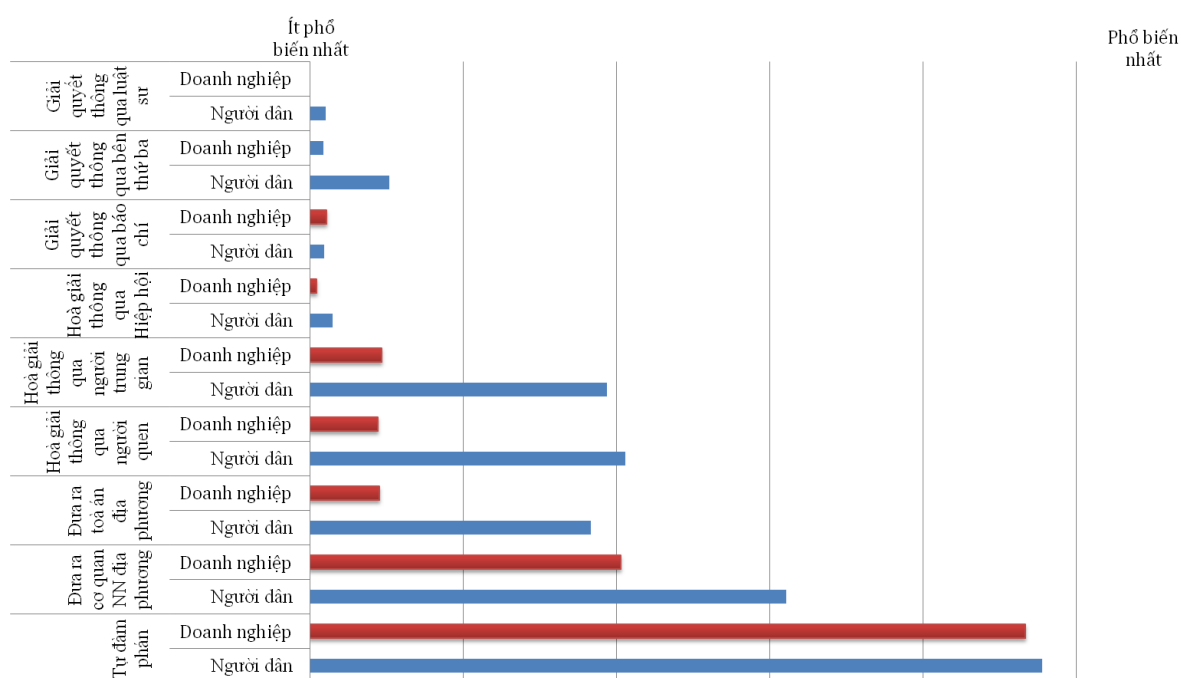
Xu hướng lựa chọn kênh góp ý của Lạng Sơn là thông qua góp ý bằng văn bản, ở một góc độ nào đó, đây cũng là biểu hiện của khuynh hướng khiêu kiện của người dân địa phương.

Lào Cai là địa phương có sự phân tán lựa chọn kênh góp ý khi chủ yếu là kênh đối thoại và thông qua hiệp hội, bên cạnh các kênh như thông qua đại biểu Quốc hội, thông qua trang web của tỉnh.

Cách giải quyết tranh chấp

Không có nhiều khác biệt với kết quả của toàn quốc, cách giải quyết tranh chấp thông qua đàm phán trực tiếp là phương án phổ biến nhất của người dân và doanh nghiệp các địa phương.

Hình 64 Cách thức giải quyết tranh chấp



Đưa ra cơ quan quản lý tại địa phương cũng là một phương án được nhiều người dân và doanh nghiệp lựa chọn để giải quyết các xung đột, mâu thuẫn lợi ích. Ngoài ra, giải quyết thông qua người quen và thông qua một bên trung gian cũng được một số người dân lựa chọn như một cách thức trong nỗ lực tìm kiếm sự hoà giải.

Kết quả này cũng cho thấy sức ảnh hưởng của văn hoá truyền thống tới hành vi và tập tục xử lý các mâu thuẫn trong cộng đồng của người dân và doanh nghiệp vẫn còn tương đối mạnh mẽ. Các phương án lựa chọn như nhờ luật sư hoặc sự can thiệp của pháp luật như thông qua toà án địa phương đối với doanh nghiệp còn khá hạn chế.

PHẦN III - ĐỀ XUẤT LỘ TRÌNH VÀ CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC HNKTQT LẠNG SƠN

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 gần 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, tương 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 tương 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.

Quan điểm đề xuất

Muốn phát triển Lạng Sơn bền vững gắn với kinh tế cửa khẩu thì phải xác định được hai nhiệm vụ then chốt.

Nhờ vào lợi thế vị trí địa lý chiến lược, cùng với tiến trình hội nhập chủ động từ phía Trung Quốc trong việc biến Quảng Tây (Nam Ninh) trở thành Trung tâm trung chuyển hàng hóa giữa Trung Quốc và ASEAN, Lạng Sơn có được lợi thế là Trung tâm trung chuyển đối trọng cho Quảng Tây (Nam Ninh). Hàng hóa tập kết ở hai bên Biên giới để phục vụ cho vận chuyển tỏa đi khắp Trung Quốc và/hoặc từ Lạng Sơn tỏa đi khắp các địa phương khác tại Việt Nam. Để thông thương và hàng hóa vận chuyển nhanh, hiệu quả, đảm bảo an toàn, Lạng Sơn cần phát triển ngành công nghiệp logistic hậu cần thương mại. Trong tương lai, khi nhắc đến Lạng Sơn, người ta nói đến một Trung tâm trung chuyển và lưu trữ hàng hóa cho trung chuyển tới khắp nơi trên Trung Quốc và các nước ASEAN. Khó khăn là việc đầu tư cho logistic đòi hỏi thu hồi vốn trong dài hạn trong khi Lạng Sơn chưa có cơ chế và chính sách, chưa có quy hoạch cho việc phát triển và nguồn lực cho đầu tư phát triển ngành này tại Lạng Sơn. Bức tranh này hoàn toàn tương phản với sự đầu tư của Trung Quốc cho Nam Ninh. Khi ngành logistic thực sự phát triển, Lạng Sơn sẽ thu hút được nguồn lực lao động chất lượng cao đến lao động, làm việc và định cư ở lại Lạng Sơn. Cùng với các điều kiện chăm sóc y tế và giáo dục, giải trí phát triển kèm theo, đô thị hóa Lạng Sơn sẽ được triển khai toàn diện thay vì việc Đô thị hóa nhưng tiến độ chậm và không thành công như giai đoạn vừa qua, chủ yếu do không có nguồn lực con người đến định cư tại Lạng Sơn. Về dài hạn, Lạng Sơn có thể phát triển cơ chế để thu hút công dân các nước ASEAN đến làm việc, định cư, mua nhà và sống tại Lạng Sơn.

Bên cạnh đó, tái cơ cấu ngành kinh tế Lạng Sơn, chuyển đổi ngành theo hướng dịch chuyển từ ngành thâm dụng lao động cao sang các ngành mang hàm lượng tri thức cao để Lạng Sơn tái lập năng lực hội nhập về “chất”. Các ngành công nghệ cao này vừa phải khác biệt hóa với các địa phương khác lại vừa phải tích hợp và hội nhập với các địa phương khác để đạt được hiệu quả tối ưu hóa cho sản xuất. Và Lạng Sơn không chỉ nhìn vào các tỉnh biên giới hay Việt Nam mà phải nhìn ra thế giới để thấy cần lựa chọn ngành gì để Lạng Sơn trở thành Điểm đến hoặc Điểm hội nhập nổi trội trên bản đồ thế giới. Tiến trình này sẽ góp phần Đô thị hóa Lạng Sơn thành một thành phố hiện đại của thế giới mới.

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.

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

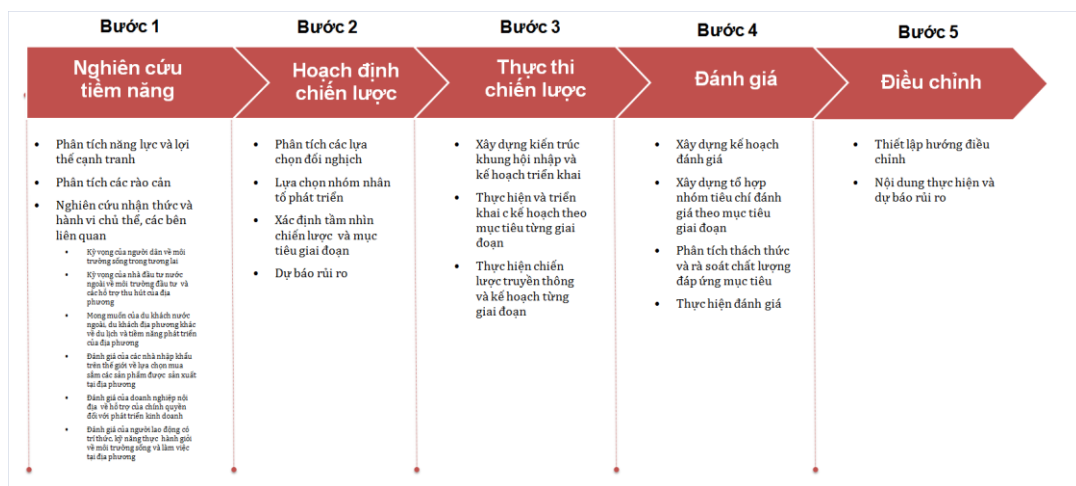
Từ các phân tích năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương và các tương tác giữa các trụ cột cũng như đóng góp của từng trụ cột vào kết quả tổng thể, chúng tôi tìm cách kiến thiết một khuôn khổ các đối tượng, hoạt động và giải pháp với mô hình phân tích phù hợp cho việc nâng cao năng lực hội nhập 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.

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, Lạng Sơn có thể tiến hành chiến lược Hội nhập KTQT gồm các bước cơ bản sau đây:

Hình 65 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?... 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,...

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 66 Các chủ thể liên quan



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 gắn bó mà còn đối với đối tác bên ngoài.

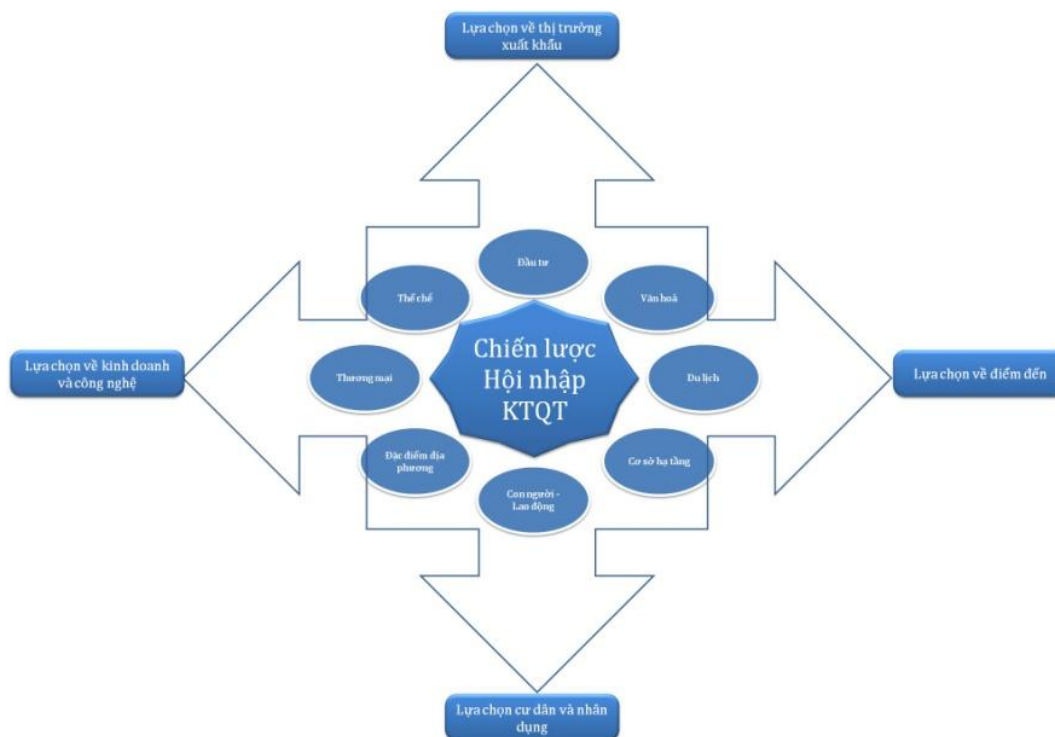
Phân tích các lựa chọn đối nghịch. Mỗi địa phương có thể có nhiều lợi thế về các lĩnh vực khác nhau, vấn đề đặt ra là lựa chọn lợi thế nào cho phát triển. Địa phương có thể trở thành điểm đến du lịch, địa phương công nghiệp, thành phố văn hiến, đô thị cảng, trung tâm trung chuyển,... Mỗi lựa chọn đều 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. 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:

- 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 biên tối thiểu hóa hiệu quả
- 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
- Du khách: khách thương nhân đến quốc gia để làm việc, hội thảo, khảo sát, mua bán hàng hóa, du lịch và lễ hành
- 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 67 Tầm 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:

Phát triển một vị thế địa phương, một hình tượng mạnh mẽ, hấp dẫn đối với cộng đồng.

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 (made in ...)

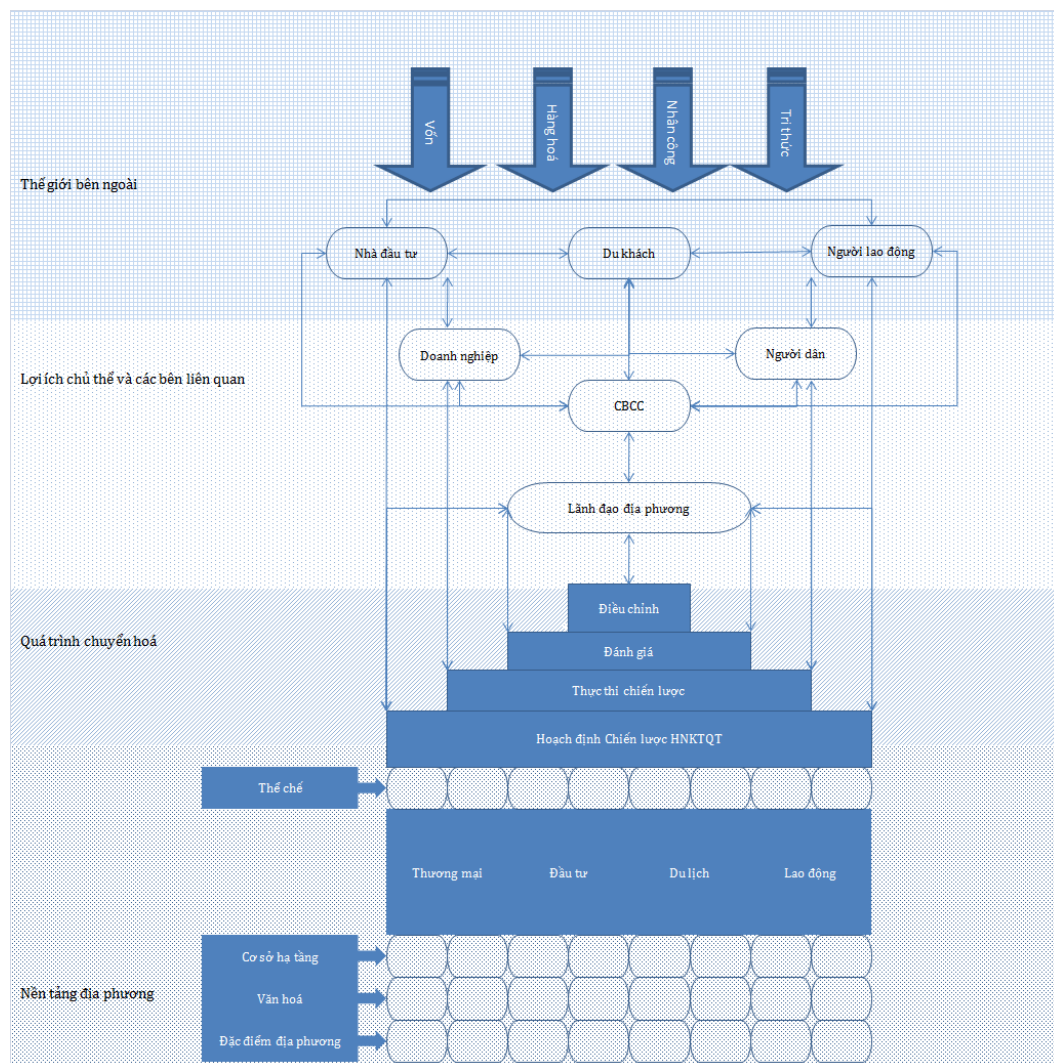
Chuyển tải các sản phẩm và dịch vụ của địa phương theo phương thức hữu hiệu và dễ tiếp cận.

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

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.

Hình 68 Khung thực thi chiến lược HNKTQT



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:

- 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
- Hình thức để thu hút doanh nghiệp, đầu tư và công dân mới
- Thông tin những lợi ích của quốc gia thông qua một hình tượng sống động và chương trình truyền thông tốt
- 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 69 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.

PHỤ LỤC

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

Báo cáo Kinh tế xã hội Lạng Sơn (2007 – 2012, T9/2013)

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.pcivietnam.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