



Australian Government
AusAID



BÁO CÁO

NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ QUẢNG NINH GẮN VỚI ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH VỊNH HẠ LONG

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

2013

LỜI NÓI ĐẦU

Báo cáo **Hội nhập kinh tế quốc tế của Quảng Ninh gắn với điểm đến du lịch Vịnh Hạ Long** 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 Quảng Ninh 2013 đánh giá thực trạng hội nhập của các nền kinh tế Quảng Ninh 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 mức độ hội nhập kinh tế quốc tế của Quảng Ninh về du lịch gắn với việc khai thác giá trị về du lịch đặc trưng của địa phương cũng như tác động của hội nhập đến tăng trưởng phúc lợi cho người dân và phát triển kinh doanh doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh du lịch tại địa phương. Bên cạnh đó, báo cáo đánh giá sự phù hợp giữa tầm nhìn chiến lược của Quảng Ninh trong phát triển du lịch đối với năng lực hội nhập hiện tại về du lịch để chỉ ra các điều chỉnh cần thiết cho việc thu hút nguồn lực cho phát triển du lịch bền vững trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Quan trọng hơn cả nhóm nghiên cứu muốn cung cấp một cách nhìn rõ ràng và toàn diện về vấn đề hội nhập dành cho các tỉnh, thành phố có tiềm năng và điều kiện phát triển du lịch (lấy điển hình tại Quảng Ninh). Căn cứ vào điều kiện hiện tại để khai thác tiềm năng, tăng cường hội nhập và phát triển kinh tế dựa trên đặc thù của địa phương mình.

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 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 tỉnh Quảng Ninh 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 và du khách. Để thấy vị trí của Quảng Ninh đang ở đâu trên bản đồ hội nhập địa phương của Việt Nam, dữ liệu của các địa phương có điểm tương đồng về điều kiện phát triển du lịch như Quảng Bình (di sản thiên nhiên thế giới), Khánh Hòa – Đà Nẵng (biển),

Quảng Nam – Ninh Bình – Thừa Thiên Huế (di sản nhân tạo), Lào Cai (Sapa điểm đến du lịch trong vùng) được sử dụng để làm đối sánh.

Ngoài phần mở đầu, tóm tắt, báo cáo này bao gồm 3 phần: Phần 1 giới thiệu về Quảng Ninh, 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 địa phương.

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 Ôxtrâylia (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 (Bộ Công Thương); 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 Tự 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 của Quảng Ninh	24
Hình 2 Tương quan 8 trụ cột.....	33
Hình 3 Trụ cột Thương mại	38
Hình 4 Tỷ lệ tăng trưởng trung bình mức tiêu thụ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng 2 giai đoạn 2005 – 2009 và 2007 - 2011.....	43
Hình 5 Đánh giá của người dân về chất lượng hệ thống phân phối.....	45
Hình 6 Đánh giá của người dân về chất lượng sản phẩm.....	46
Hình 7 Đánh giá của doanh nghiệp về chất lượng hệ thống phân phối.....	48
Hình 8 Phản ứng của người dân đối với lạm phát	49
Hình 9 Đánh giá liên kết trong ngành.....	50
Hình 10 Đánh giá liên kết khác ngành.....	51
Hình 11 Đánh giá liên kết phân phối.....	52
Hình 12 Trụ cột Đầu tư.....	54
Hình 13 Tỷ lệ vốn đăng ký/ dự án và vốn điều lệ/ dự án.....	56
Hình 14 Số vốn đăng ký/ dự án trong giai đoạn 2005 – 2009	57
Hình 15 Xu hướng lưu trữ, tiết kiệm của người dân.....	58
Hình 16 Các yếu tố hấp dẫn đầu tư của địa phương	60
Hình 17 Khả năng tiếp cận và hấp thụ vốn	61
Hình 18 Mức độ cạnh tranh trên thị trường đầu tư	62
Hình 19 Các yếu tố hấp dẫn đầu tư.....	65
Hình 20 Trụ cột Du lịch	67
Hình 21 Tỷ lệ thay đổi bình quân khách quốc tế và nội địa	70
Hình 22 Tỷ lệ thay đổi bình quân khách quốc tế và nội địa	71
Hình 23 Tỷ lệ thay đổi bình quân khách quốc tế và nội địa của Đà Nẵng và Khánh Hoà	72
Hình 24 Tỷ lệ thay đổi bình quân khách quốc tế và nội địa	73
Hình 25 Số lượng cơ sở lưu trú các địa phương trong 2007 - 2012.....	74
Hình 26 Công suất phòng lưu trú giai đoạn 2007 - 2012.....	75
Hình 27 Số lượng doanh nghiệp lữ hành quốc tế.....	76

Hình 28	Đánh giá của khách quốc tế về thực trạng du lịch	77
Hình 29	Đánh giá của khách nội địa về thực trạng du lịch	78
Hình 30	Thách thức đối với du lịch Lào Cai, Quảng Ninh, Quảng Bình.....	79
Hình 31	Thách thức đối với du lịch Ninh Bình, Quảng Nam,	80
Hình 32	Thách thức đối với du lịch Đà Nẵng và Khánh Hoà.....	80
Hình 33	Trụ cột Con người	82
Hình 34	Thu nhập, Việc làm và Hộ nghèo	83
Hình 35	Tốc độ tăng dân số và hạ tầng y tế.....	85
Hình 36	Xu hướng chuyển biến cuộc sống của người dân.....	86
Hình 37	Đánh giá của doanh nghiệp về chất lượng lao động địa phương.....	87
Hình 38	Số lượng nhân lực trực tiếp phục vụ du lịch tại địa phương	88
Hình 39	Đánh giá của người dân về dịch vụ hỗ trợ lao động.....	90
Hình 40	Đánh giá của doanh nghiệp về dịch vụ hỗ trợ lao động.....	90
Hình 41	Đánh giá của người dân về chất lượng nhân dụng.....	92
Hình 42	Đánh giá của doanh nghiệp về chất lượng nhân dụng	93
Hình 43	Trụ cột Cơ sở hạ tầng.....	95
Hình 44	Sự căng thẳng, Mức độ hiện đại và mức độ cải thiện chất lượng hạ tầng giao thông.....	97
Hình 45	Tỷ lệ thay đổi thuê bao cố định, thuê bao di động và Internet.....	98
Hình 46	Tỷ lệ tăng trưởng doanh thu điện sản xuất và điện tiêu dùng.....	99
Hình 47	Đánh giá của người dân về thực trạng CSHT	100
Hình 48	Đánh giá của doanh nghiệp về thực trạng CSHT	101
Hình 49	Đánh giá về Quản lý các dịch vụ và phát triển hạ tầng.....	103
Hình 50	Trụ cột Văn hoá	105
Hình 51	Đánh giá của người dân và doanh nghiệp về di tích	107
Hình 52	Đánh giá của người dân và doanh nghiệp về lễ hội.....	107
Hình 53	Đánh giá của người dân và doanh nghiệp về tính kế thừa và chuẩn mực văn hoá xã hội.....	108
Hình 54	Đánh giá của người dân về đặc trưng văn hoá địa phương	110
Hình 55	Đánh giá của doanh nghiệp về đặc trưng văn hoá địa phương.....	111

Hình 56 Trụ cột Đặc điểm địa phương.....	113
Hình 57 Đánh giá của người dân về vị thế địa lý chiến lược và tác động tiêu cực của thời tiết.....	114
Hình 58 Đánh giá của doanh nghiệp về vị thế địa lý chiến lược và	115
Hình 59 Đánh giá của người dân về sản phẩm đặc trưng địa phương.....	116
Hình 60 Đánh giá của doanh nghiệp về sản phẩm đặc trưng địa phương.....	116
Hình 61 Đánh giá của người dân về đặc trưng địa phương	117
Hình 62 Đánh giá của doanh nghiệp về đặc trưng địa phương	118
Hình 63 Trụ cột Thể chế.....	120
Hình 64 Tỷ lệ thủ tục cơ chế một cửa, Số công chức, viên chức/ dân,	122
Hình 65 Đánh giá của người dân về cải cách thủ tục hành chính.....	123
Hình 66 Đánh giá của doanh nghiệp về cải cách thủ tục hành chính.....	125
Hình 67 Đánh giá của người dân về mức độ tuân thủ pháp luật.....	127
Hình 68 Đánh giá của doanh nghiệp về mức độ tuân thủ pháp luật.....	127
Hình 69 Các kênh góp ý chính sách	129
Hình 70 Cách thức giải quyết tranh chấp.....	131
Hình 71 Các bước thực hiện Chiến lược HNKTQT địa phương	142
Hình 72 Các chủ thể liên quan	144
Hình 73 Tầm nhìn hội nhập KTQT	146
Hình 74 Khung thực thi chiến lược HNKTQT	148
Hình 75 Các yếu tố hấp dẫn địa phương.....	150
Bảng 1 Kết quả xếp hạng PEII 2012	32
Bảng 2 Số lượng khách du lịch nội địa giai đoạn 2007 – 2012	68
Bảng 3 Số lượng khách du lịch quốc tế giai đoạn 2007 – 2012	68

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	13
MỤC LỤC	14
TÓM TẮT	18
PHẦN I – GIỚI THIỆU VỀ QUẢNG NINH	23
Tổng quan về Quảng Ninh	24
Tài nguyên tự nhiên	25
Tài nguyên nhân văn	26
Thành tựu về kinh tế - xã hội của Quảng Ninh	26
Kỳ vọng phát triển	29
PHẦN II – NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ TỈNH QUẢNG NINH GẮN VỚI ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH VỊNH HẠ LONG	31
KẾT QUẢ TỔNG THỂ	32
Kết quả xếp hạng	32
Tương quan 8 trụ cột đối sánh toàn quốc	33
KẾT QUẢ CỤ THỂ	36
THƯƠNG MẠI	37
	14

Thương mại và xuất nhập khẩu	39
Thương mại và tiêu dùng	42
Đánh giá của về chất lượng hệ thống phân phối tại địa phương	43
Phản ứng của người dân đối với lạm phát	48
Đánh giá tính liên kết giữa các doanh nghiệp	49
ĐẦU TƯ	53
Đầu tư nước ngoài	55
Đầu tư nội địa	57
Yếu tố hấp dẫn đầu tư	59
Dịch vụ hỗ trợ đầu tư	59
Khả năng tiếp cận và hấp thụ vốn	60
Mức độ cạnh tranh trên thị trường đầu tư	61
Yếu tố hấp dẫn đầu tư	63
DU LỊCH	66
Số lượng du khách nội địa và quốc tế	67
Lượng cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành	73
Thực trạng du lịch	76
Thách thức và nhu cầu phát triển du lịch của địa phương	79
CON NGƯỜI	81
Thu nhập, Việc làm và Hộ nghèo	83
Tốc độ tăng dân số và hạ tầng y tế	84
Xu hướng chuyển biến cuộc sống của người dân	85
Chất lượng lao động địa phương	86
Nguồn nhân lực du lịch	87
Chất lượng dịch vụ hỗ trợ người lao động	89
Chính sách nhân dụng của doanh nghiệp	91
Chính sách nhân dụng của địa phương	92

CƠ SỞ HẠ TẦNG	94
Hệ thống giao thông	96
Hạ tầng Viễn thông	97
Thực trạng hạ tầng	99
Quản lý các dịch vụ và phát triển hạ tầng	102
VĂN HÓA	104
Di tích và Lễ hội	106
Tính kế thừa và chuẩn mực xã hội	108
Đặc trưng văn hoá	109
ĐẶC ĐIỂM ĐỊA PHƯƠNG	112
Vị thế địa lý chiến lược và tác động của thời tiết	114
Sản phẩm đặc trưng	115
Đặc điểm đặc trưng	117
THỂ CHẾ	119
Cán bộ công chức	121
Cải cách thủ tục hành chính	122
Tình hình thực thi pháp luật	126
Kênh góp ý chính sách	128
Cách giải quyết tranh chấp	129
PHẦN III - ĐỀ XUẤT LỘ TRÌNH VÀ CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC HNKTQT QUẢNG NINH GẮN VỚI ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH VỊNH HẠ LONG	132
Các thách thức đối với hoạch định và thực thi chiến lược Hội nhập KTQT cấp địa phương	133
Thiếu tầm nhìn và hạn chế của tư duy nhiệm kỳ	133
Thiếu thông tin và nghiên cứu	134
Thiếu năng lực xây dựng kế hoạch	135

Thiếu cơ chế phân quyền và thực thi chiến lược	135
Quan điểm đề xuất	136
Kết quả báo cáo đánh giá và xếp hạng năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp tỉnh, thành phố	137
Giải thiết nền tảng cho các giải pháp nâng cao năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương	141
Mô hình hóa Lộ trình xây dựng và triển khai chiến lược Hội nhập KTQT cấp địa phương	142
Bước 1 – Nghiên cứu tiềm năng	143
Bước 2 - Hoạch định chiến lược	144
Bước 3 - Thực thi chiến lược	147
Bước 4 - Đánh giá	149
Bước 5 - Điều chỉnh	150

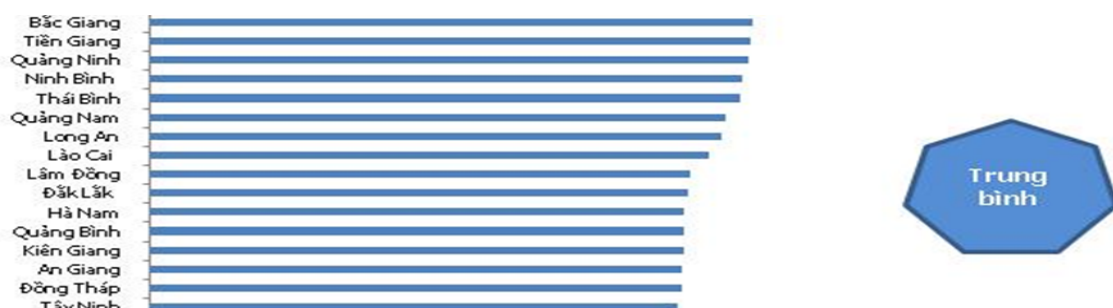
TÓM TẮT

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.

Quảng Ninh là một tỉnh có vị thế khá quan trọng ở khu vực kinh tế Bắc Bộ, nằm trong tam giác tăng trưởng kinh tế Hà Nội – Hải Phòng – Quảng Ninh. Đây là một tỉnh thành có vị trí địa lý thuận lợi, có đường biên giới tiếp giáp với Trung Quốc và các cảng biển quốc tế. Đó là những điều kiện rất thuận lợi cho việc phát triển kinh tế.

Kể từ sau khi Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới WTO, Quảng Ninh trở thành điểm thu hút đầu tư trong và ngoài nước. Chỉ số hội nhập kinh tế quốc tế PEII 2010 được công bố lần đầu tiên, tỉnh Quảng Ninh đứng vị trí thứ 11 – hứa hẹn cho một tương lai phát triển khá tốt. Đến năm thứ hai của nghiên cứu, chỉ số PEII 2013, vị thế của Quảng Ninh trên bản đồ hội nhập của Việt Nam có xu hướng giảm. Đây là những kết quả chưa thực sự tương xứng với tiềm năng của địa phương. Bên cạnh đó, trong thời điểm suy thoái kinh tế như hiện nay lại

càng hé mở ra những thách thức mà địa phương sẽ cần đối mặt và có phương án giải quyết trong tương lai gần.



Mô hình PEII 2013 được sử dụng làm công cụ trong quá trình phân tích năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của Quảng Ninh. 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 và một số dữ liệu được thu thập cho năm 2012. 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 và du khách đang thăm quan 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 Quảng Ninh, 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 Quảng Ninh 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 Quảng Ninh 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 Quảng Ninh.

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 Quảng Ninh 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 trong quá trình hội nhập kinh tế của Quảng Ninh. Phần 3 Đề xuất lộ trình và các giải pháp nâng cao năng lực hội nhập kinh tế quốc tế Quảng Ninh gắn với Điểm đến Du lịch Vịnh Hạ Long

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

các địa phương, kiểm tra lại phương pháp thống kê của các địa phương để đảm bảo các con số được thống kê dựa trên cùng một phương pháp, tiêu chuẩn và cách tiếp cận. Điểm tích lũy cuối cùng của trụ cột có thể dẫn đến việc so sánh sức mạnh trụ cột giữa các địa phương. Để tránh tình trạng quá chú trọng vào việc so sánh này, chúng tôi chỉ ra một số mặt mạnh của các địa phương mà theo đó họ vượt trội hơn thay vì điểm tích lũy cuối cùng thấp. Hoặc các địa phương có thứ hạng cao trong trụ cột, nhưng ở một chiều kích nào đó trong trụ cột lại có điểm thấp. Nhiều bản đồ đo lường định vị nhận thức (perceptual mapping) được xây dựng dựa trên việc lựa chọn các địa phương có điểm tương đồng và các tiêu chí có liên quan với nhau, thay vì việc đưa tất cả các tiêu chí của 1 trụ cột vào sẽ gây ra hiện tượng “rối” dữ liệu.

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

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

Do Quảng Ninh là một trong những trung tâm du lịch rất phát triển của miền Bắc với các điểm hấp dẫn du lịch nên nhóm nghiên cứu cũng tập trung phân tích sâu hơn về trụ cột Du lịch và các vấn đề liên quan đến du lịch khác trong các trụ cột còn lại. Từ đó đưa ra các kiến nghị cho tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Quảng Ninh trong giai đoạn sắp tới.

PHẦN I - GIỚI THIỆU VỀ QUẢNG NINH

Tổng quan về Quảng Ninh

Quảng Ninh là tỉnh ven biển thuộc vùng Đông Bắc Việt Nam. Quảng Ninh được ví như một Việt Nam thu nhỏ, vì có cả biển, đảo, đồng bằng, trung du, đồi núi, biên giới. Trong quy hoạch phát triển kinh tế, Quảng Ninh vừa thuộc vùng kinh tế trọng điểm phía bắc vừa thuộc vùng duyên hải Bắc Bộ. Đây là tỉnh khai thác than đá chính của Việt Nam.

Hình 1 Vị trí địa lý của Quảng Ninh



Quảng Ninh là một trong 25 tỉnh, thành phố có biên giới, tuy nhiên lại là tỉnh duy nhất có đường biên giới trên bộ và trên biển với Trung Quốc, với đường biên giới trên bộ dài 118,825 km và đường phân định Vịnh Bắc Bộ trên biển dài trên 191 km. Mặc khác, Quảng Ninh là một trong 28 tỉnh, thành có biển, với đường bờ biển dài 250 km, trong đó có 40.000 hecta bãi triều và trên 20.000 hecta eo vịnh, có 2/12 huyện đảo của cả

nước. Tỉnh có 2.077 hòn đảo, và diện tích các đảo chiếm 11,5% diện tích đất tự nhiên.¹

Tài nguyên tự nhiên

Quảng Ninh có đến 30 sông, suối dài trên 10 km nhưng phần nhiều đều nhỏ. Diện tích lưu vực thông thường không quá 300 km², trong đó có 4 con sông lớn là hạ lưu sông Thái Bình, sông Ka Long, sông Tiên Yên và sông Ba Chẽ.

Khí hậu Quảng Ninh tiêu biểu cho khí hậu các tỉnh miền Bắc Việt Nam vừa có nét riêng của một tỉnh miền núi ven biển. Các quần đảo ở huyện Cô Tô và Vân Đồn...

Quảng Ninh là tỉnh miền núi - duyên hải. Hơn 80% đất đai là đồi núi. Hơn hai nghìn hòn đảo nổi trên mặt biển cũng đều là các quả núi.

Dân tộc, Quảng Ninh có 22 thành phần dân tộc, song chỉ có 6 dân tộc có hàng nghìn người trở lên, cư trú thành những cộng đồng và có ngôn ngữ, có bản sắc dân tộc rõ nét. Đó là các dân tộc Việt (Kinh), Dao, Tày, Sán Dìu, Sán Chỉ, Hoa.

Quảng Ninh có quỹ đất dồi dào với 611.081,3 ha, trong đó 75,370ha đất nông nghiệp đang sử dụng, 146.019 ha đất lâm nghiệp với nhiều diện tích đất có thể trồng cỏ phù hợp cho chăn nuôi, khoảng gần 20.000 ha có thể trồng cây ăn quả. Quảng Ninh có 243.833,2 ha rừng và đất rừng (chiếm 40% diện tích đất tự nhiên toàn tỉnh), trong đó rừng tự nhiên chiếm khoảng 80%. Quảng Ninh có nguồn tài nguyên khoáng sản phong

¹["Diện tích, dân số và mật độ dân số năm 2012 phân theo địa phương"](#). Tổng cục Thống kê Việt Nam. Truy cập 29 tháng 11 năm 2013.

phú, đa dạng, có nhiều loại đặc thù, trữ lượng lớn, chất lượng cao mà nhiều tỉnh, thành phố trong cả nước không có được như: than, cao lanh tấn mài, đất sét, cát thủy tinh, đá vôi,... Quảng Ninh có tài nguyên du lịch đặc sắc vào loại nhất của cả nước, có nhiều bãi biển đẹp, có cảnh quan nổi tiếng như vịnh Hạ Long – 2 lần được Unesco xếp hạng di sản thiên nhiên thế giới và trở thành 1 trong 7 kỳ quan thiên nhiên mới của thế giới. Đây là di sản có giá trị rất lớn trong khai thác phục vụ du lịch. Vịnh Hạ Long có tổng diện tích 1553 km² gồm 1969 hòn đảo lớn nhỏ, trong đó 989 đảo có tên và 980 đảo chưa có tên. Đảo của vịnh Hạ Long có hai dạng là đảo đá vôi và đảo phiến thạch, tập trung ở hai vùng chính với nhiều hang động và đảo thiên nhiên hùng vĩ.

Tài nguyên nhân văn

Quảng Ninh ngoài việc được thiên nhiên ưu đãi với những điều kiện tự nhiên không có tỉnh, thành phố nào có được. Đây cũng là tỉnh, thành có một số các tài nguyên nhân văn hấp dẫn có thể phục vụ trong khai thác du lịch.

Đơn cử như các cụm di tích lịch sử văn hóa: Cụm di tích và danh thắng Núi Bài Thơ, Di tích thương cảng Vân Đồn, Cụm di tích chiến thắng Bạch Đằng, Khu Di tích Yên Tử, Khu di tích đền Trần. Quảng Ninh cũng có khá nhiều các lễ hội thu hút được đông đảo người dân địa phương và du khách từ khắp nơi như Lễ Hội đền Bạch Đằng, Lễ hội đền Cửa Ông hay Lễ hội Yên Tử.

Thành tựu về kinh tế - xã hội của Quảng Ninh

Tốc độ tăng trưởng kinh tế (GDP) Quảng Ninh năm 2012 ước đạt 7,4% (mức bình quân cả nước tăng 5,2%), giảm 5,1 điểm % so với kế hoạch.

Nguyên nhân chủ yếu là do giá than xuất khẩu giảm 30%, giá bán than nội địa thấp hơn giá thành nhưng chưa được Chính phủ điều chỉnh tăng theo lộ trình; lượng than tồn kho có lúc lên gần 10 triệu tấn; sản lượng than tốt giảm từ 45 triệu xuống còn 40 triệu tấn. Sự giảm sút của riêng ngành than đã xấp xỉ 3% trong GDP. Ngành điện, xi măng, đóng tàu, xây dựng và một số dịch vụ giảm 2,1%. Bên cạnh đó, cả trung ương và địa phương chưa dự báo hết tình hình nên đề ra chỉ tiêu tăng trưởng trong năm quá cao so với thực tế (từ 12,5 – 13 %).

Sản xuất công nghiệp cũng suy giảm theo tình hình khó khăn của kinh tế vĩ mô. Năm 2012, giá trị sản xuất công nghiệp đạt hơn 30 nghìn tỷ đồng, bằng 99% so với năm 2011.

Tuy vậy, sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản tiếp tục phát triển ổn định. Trồng trọt toàn tỉnh đạt mức sản xuất lương thực gần 233 nghìn tấn, đạt 100% kế hoạch. Chăn nuôi giảm nhẹ. Trong khi trồng mới rừng đạt 13.589 ha, vượt 14,3% kế hoạch. Tổng sản lượng đánh bắt, nuôi trồng thủy sản đạt gần 89 nghìn tấn, vượt 7% kế hoạch, tăng 7,6 % so với cùng kỳ năm trước.

Tổng mức doanh thu dịch vụ hàng hóa bán lẻ đạt gần 40 nghìn tỷ đồng, tăng 25,5% so với năm 2011.

Tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa trên địa bàn Quảng Ninh năm 2012 đạt hơn 1.800 triệu USD, giảm 28,4% so với năm trước. Kim ngạch nhập khẩu đạt hơn 3.000 triệu USD, tăng 14,9 % so với cùng kỳ.

Công tác đầu tư phát triển: Năm 2012, tổng vốn đầu tư toàn xã hội tại Quảng Ninh đạt khoảng 37.282 tỷ đồng (kế hoạch 45.300 tỷ đồng). Riêng đầu tư của ngành than cắt giảm 4.900 tỷ đồng. Đặc biệt vốn đầu tư từ ngân sách được tỉnh ưu tiên thực hiện đầu tư cho những lĩnh vực

chiến lược nhằm tạo tiền đề phát triển cho các năm tiếp theo, đó là: 350 triệu đồng đầu tư cho lĩnh vực khoa học, công nghệ, trong đó có đề án xây dựng chính quyền điện tử gắn với trung tâm dịch vụ hành chính công; bố trí hơn 1.446 tỷ cho đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng, đặc biệt ưu tiên cho một số dự án trọng điểm.

Do tình hình kinh tế suy giảm nghiêm trọng, nên trong năm 2012, Quảng Ninh chỉ có 882 doanh nghiệp thành lập mới, tổng vốn đăng ký 4.775 tỷ đồng. Tổng số doanh nghiệp hoạt động thực tế là 6.489 doanh nghiệp, chiếm 75% số doanh nghiệp tạm dừng hoạt động.

Trong khi gặp nhiều khó khăn, nhưng năm 2012, Quảng Ninh vẫn nỗ lực tập trung mọi nguồn lực để xây dựng chương trình, mục tiêu phát triển nông thôn mới. Ước tính tổng nguồn vốn huy động đạt hơn 5.886 tỷ đồng, trong đó huy động từ ngân sách trên 500 tỷ đồng.

Đến năm 2013 tình hình có chuyển biến tốt hơn. Tính đến hết quý III/2013, tốc độ tăng trưởng kinh tế ước tăng 7,1% (so với kế hoạch là 8-8,5%). Mặc dù kinh tế đã có sự tăng trưởng nhất định nhưng một số các ngành vẫn đang trong tình trạng khá khó khăn, đặc biệt là ngành Than. Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến tốc độ tăng trưởng chung của tỉnh so với các tỉnh, thành khác trong toàn vùng.

Giá trị tăng thêm của các ngành: Nông, Lâm nghiệp và thủy sản tăng 5,2% (Kế hoạch là 2,3-4%), ngành Công nghiệp và xây dựng tăng 5% (so với kế hoạch là 4-4,5%), ngành dịch vụ tăng 9,7% (so với kế hoạch là 14-14,5%) so với cùng kỳ.²

² Báo cáo tình hình kinh tế xã hội của Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Ninh, tháng 10/2013

Nguyên nhân dẫn đến giá trị trong ngành dịch vụ đạt thấp là do sức mua của thị trường trong các tháng đầu năm giảm (tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tăng 15,2% trong khi cùng kỳ năm trước tăng 24,7%). Ảnh hưởng chủ yếu của một số ngành, lĩnh vực bởi một số nguyên nhân khác như:

- (1) Chuyển thủ tục nhập khẩu xăng dầu từ Quảng Ninh sang cảng Vân Phong, Khánh Hòa và thực hiện nộp thuế tại đây từ tháng 1/2013
- (2) Hoạt động kinh doanh tạm nhập, tái xuất, chuyển khẩu, kho ngoại quan đối với một số mặt hàng được quản lý chặt chẽ theo Chỉ thị số 23/CT-Ttg ngày 17 tháng 9 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ
- (3) Do ảnh hưởng bởi chính sách biên mậu của nước bạn Trung Quốc
- (4) Kinh tế khó khăn dẫn đến chi thường xuyên trong cả khối doanh nghiệp và người dân giảm mạnh

Kỳ vọng phát triển

Quảng Ninh là tỉnh, thành có vị trí vô cùng thuận lợi trong hội nhập kinh tế quốc tế. Một mặt tiếp giáp với biên giới Trung Quốc, một mặt tiếp giáp với biển Đông. Điều kiện này là một trong những tiền đề không thể phủ nhận của tỉnh Quảng Ninh. Bên cạnh đó, tỉnh còn được thiên nhiên ưu đãi với điều kiện tự nhiên có một không hai. Do vậy, điều quan trọng của ban hội nhập tỉnh Quảng Ninh là biến những lợi thế đó thành những nguồn lực thực tế trong quá trình hội nhập của mình.

Quảng Ninh đang nỗ lực đầu tư vào các ngành kinh tế để tạo động lực hội nhập sâu rộng trong thời gian sắp tới, biến Quảng Ninh thành nơi chung chuyển và giao lưu phát triển kinh tế.

Mặt khác, Quảng Ninh là một trong những trung tâm du lịch phát triển rất lớn của miền Bắc, thu hút số lượng khách du lịch trong nước và

quốc tế rất lớn. Kỳ vọng trong tương lai có thể là điểm du lịch hấp dẫn nhất miền Bắc và có thể biến Quảng Ninh với điểm sáng là TP Hạ Long (trở thành một thành phố du lịch).

**PHẦN II - NĂNG LỰC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ TỈNH QUẢNG
NINH GẮN VỚI ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH VỊNH HẠ LONG**

KẾT QUẢ TỔNG THỂ

Kết quả xếp hạng

Kết quả xếp hạng tổng thể năm 2013 cho thấy rằng sau 01 năm tốc độ hội nhập của các địa phương có những chuyển biến tương đối khác nhau. Một số địa phương có chuyển mình phát triển khá tốt nhưng một số khác lại có xu hướng giảm tốc độ hội nhập so với địa phương khác.

Bảng 1: Kết quả xếp hạng của các tỉnh, thành gắn với điểm đến du lịch

Bảng 1 Kết quả xếp hạng PEII 2012

Địa phương	Tổng thể	Thương mại	Đầu tư	Du lịch	Con người	Cơ sở hạ tầng	Văn hoá	Đặc điểm địa phương	Thế chế
Lào Cai	28	34	42	10	24	29	21	26	27
Quảng Ninh	23	8	9	3	7	14	37	2	8
Quảng Bình	32	51	53	9	43	26	48	34	52
Quảng Nam	26	37	51	14	33	30	9	54	31
Thừa Thiên Huế	10	33	38	8	19	9	8	24	23
Khánh Hoà	18	11	23	5	15	2	43	12	15
Đà Nẵng	5	13	15	2	5	1	39	8	6
Ninh Bình	24	36	19	4	27	13	10	23	19

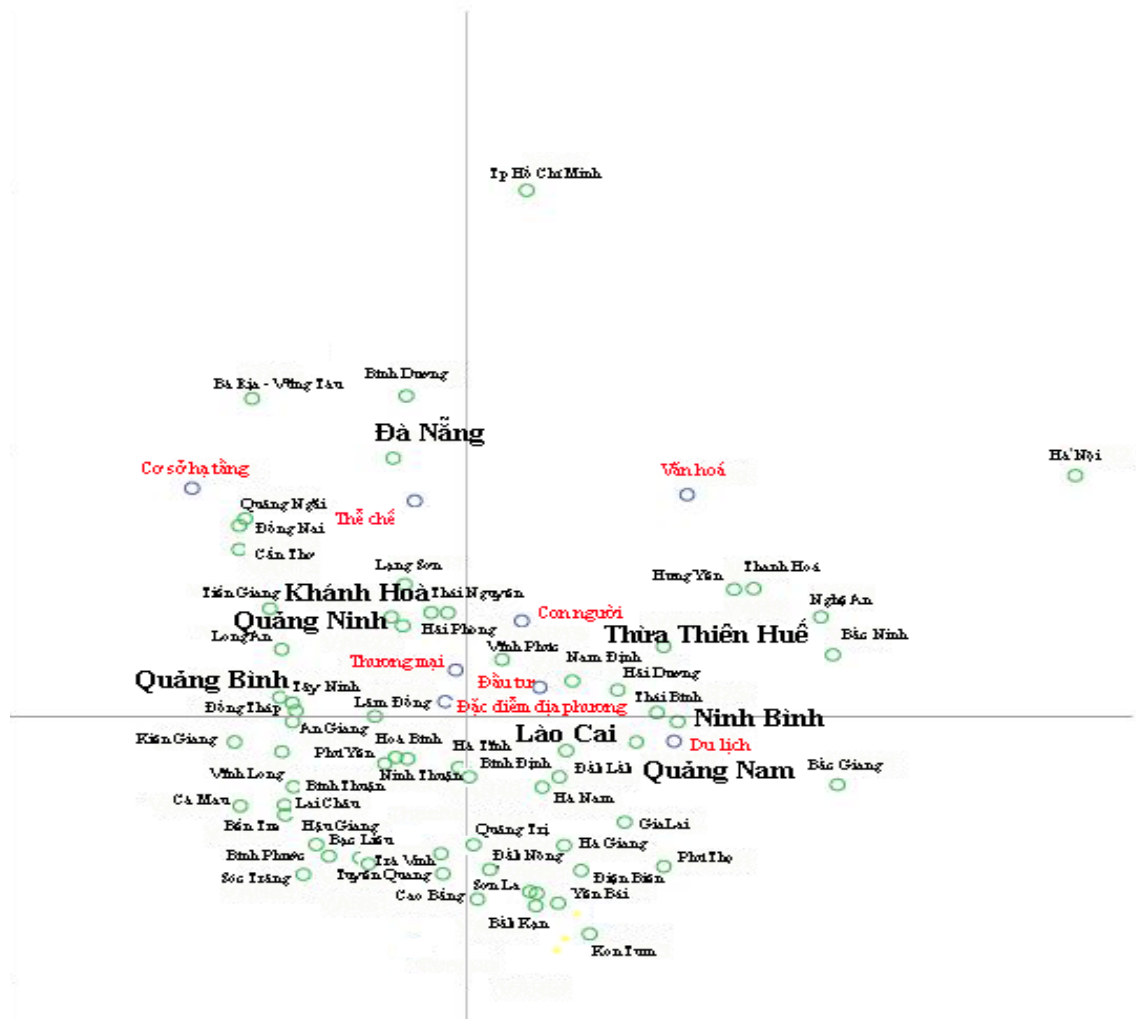
Trong các địa phương tương đồng trong phát triển du lịch, tỉnh Quảng Ninh, Khánh Hòa có xu hướng giảm hạng, Thừa Thiên Huế có xu hướng

tăng hạng so với năm 2012. Xét về tổng thể, Quảng Ninh đang đứng vị trí 23 (nhóm trung bình) trong khi Đà Nẵng, Thừa Thiên Huế đứng lần lượt thứ 5, 10 (nhóm dẫn đầu). Nhóm phía sau là Ninh Bình, Quảng Nam, Quảng Bình.

Tương quan 8 trụ cột đối sánh toàn quốc

Nhóm nghiên cứu cũng thể hiện rõ sự thay đổi về thứ hạng của từng trụ cột phát triển của Quảng Ninh so với các tỉnh, thành phố có các điểm đến du lịch gắn với di sản thiên nhiên qua hình 2.

Hình 2 Tương quan 8 trụ cột



Trên tương quan so sánh 8 trụ cột về hội nhập nêu trên giữa các tỉnh, thành phố này ta thấy một số điểm như sau:

- (1) Quảng Ninh là tỉnh có khá nhiều điểm tương đồng với Khánh Hòa. Đặc biệt là Quảng Ninh có lợi thế khá lớn về trụ cột Cơ sở hạ tầng, thể chế, hoạt động thương mại và cũng có khá nhiều lợi thế về đặc điểm riêng có về địa phương. Quảng Ninh được đánh giá là tỉnh dẫn đầu về điều kiện địa phương trong phát triển du lịch. Tuy nhiên, về mức độ hội nhập kinh tế quốc tế thì địa phương này chưa phát huy được năng lực của mình. Điều đó thể hiện rõ qua kết quả xếp hạng tổng thể (Quảng Ninh đứng thứ 23 trong khi Khánh Hòa đứng vị trí 18)
- (2) So với tỉnh khá như Thừa Thiên Huế, Ninh Bình hay Quảng Nam thì việc phát triển du lịch tại Quảng Ninh còn nhiều khó khăn. Khoảng cách về trụ cột du lịch của Quảng Ninh khá xa so với các tỉnh thành phố nêu trên.
- (3) Quảng Ninh đang bị xuống hạng trong những năm gần đây trong hội nhập kinh tế quốc tế.

Tuy nhiên, điều đó cũng không thể khẳng định Quảng Ninh không thể phát triển thành điểm đến du lịch hút khách trong tương lai bởi tiềm năng sẵn có của nó. Quảng Ninh có di sản thiên nhiên thế giới là Vịnh Hạ Long, có sức hấp dẫn lớn với du khách. Mặt khác, Quảng Ninh là một tỉnh thành có hạ tầng phát triển, tốc độ đầu tư ngày càng mạnh, thể chế phát triển được đánh giá khá tốt. Mặt khác, về nguồn nhân lực (con người) cũng là một nhân tố phát triển tốt trong những năm gần đây. Lý do Quảng Ninh chưa phát huy được những nội lực và tiềm năng sẵn có

của mình để biến mình thành một thành phố du lịch đó là thiếu một chiến lược phát triển toàn diện thông qua việc khai thác các giá trị của di sản thiên nhiên.

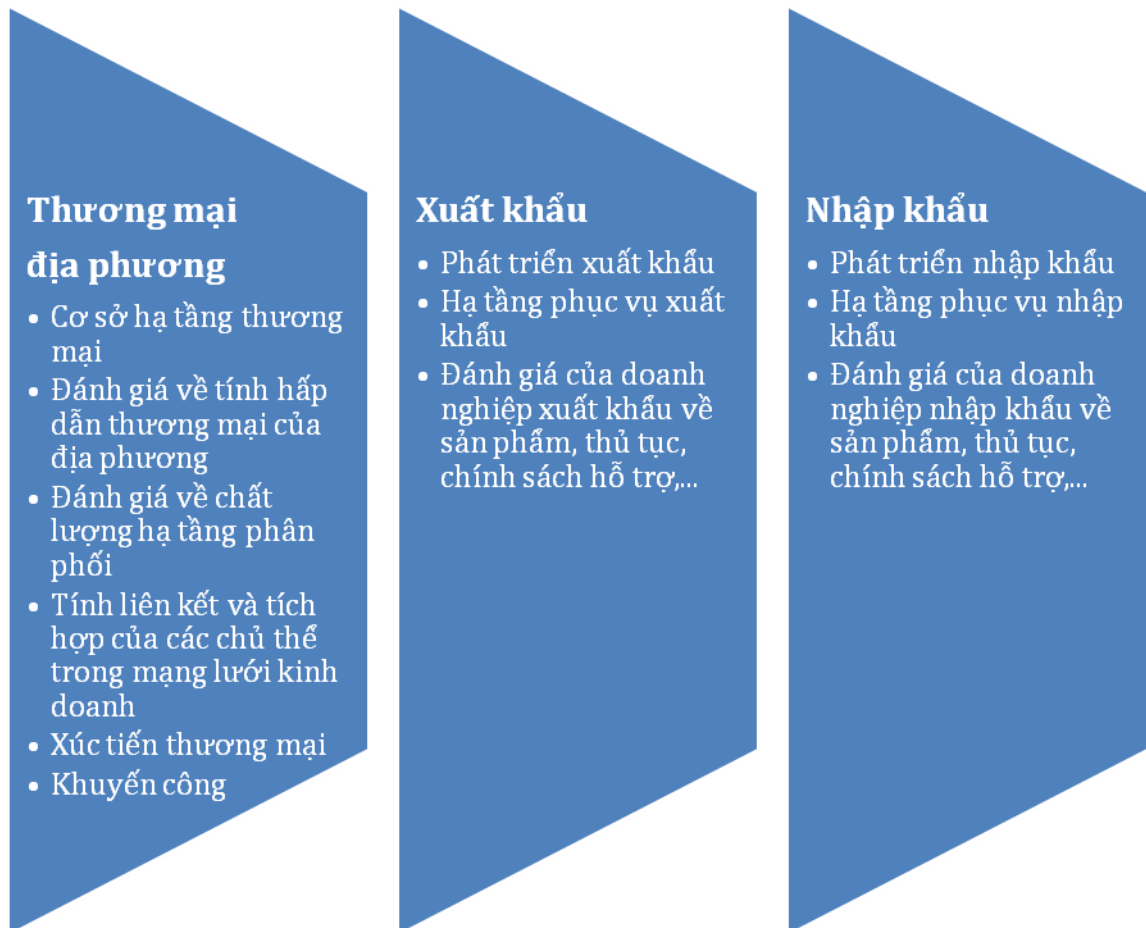
KẾT QUẢ CỤ THỂ

THƯƠNG MẠI

Trụ cột Thương mại

Trụ cột thương mại được coi là một trong những thế mạnh của Quảng Ninh trong những năm vừa qua. Theo như chúng ta đã biết, các tiêu chí được sử dụng trong mô hình PEII 2013 bao gồm:

Hình 3 Trụ cột Thương mại



Thương mại và xuất nhập khẩu

Trong những năm gần đây, kinh tế trong và ngoài nước đang trong tình trạng gặp nhiều khó khăn. Sức mua thị trường yếu, giá trị hàng hóa xuất khẩu cũng giảm theo. Nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn do sản xuất bị thu hẹp và thu nhập người lao động càng ngày càng giảm. Đặc biệt đối với Quảng Ninh việc điều chỉnh giá bán than cho điện theo cơ chế thị trường còn chậm sẽ ảnh hưởng lớn không chỉ đến hiệu quả ngành công nghiệp chủ lực của tỉnh mà còn có tác động mạnh tới các ngành, lĩnh vực khác.

Trong năm 2012 và 2013, để tháo gỡ khó khăn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung và thúc đẩy hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh phát triển, các ngành chức năng đã chủ động nắm bắt tình hình, tăng cường công tác dự báo tình hình sản xuất, kinh doanh, nhất là dự báo tình hình khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, khó khăn trong xuất khẩu hàng hoá để từ đó tham mưu cho tỉnh có những giải pháp tháo gỡ.

Cụ thể như ngành Công Thương đã tham mưu cho UBND tỉnh báo cáo các bộ, ngành Trung ương, Chính phủ tăng giá than bán cho sản xuất điện, giảm thuế xuất khẩu than từ 13% xuống còn 10%, giải quyết điện cho khu vực cụm công nghiệp Kim Sen (Đông Triều),... Đặc biệt Sở Công Thương đã tham mưu cho UBND tỉnh tổ chức hội nghị tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh tạm nhập tái xuất, chuyển khẩu, kho ngoại quan và vận tải hàng hoá trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh, với hơn 300 doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh và ngoài tỉnh tham gia. Kết quả là rất nhiều vướng mắc thuộc phạm vi thẩm quyền giải quyết của tỉnh đã được tháo gỡ ngay, những vướng mắc liên quan đến điều hành

từ vĩ mô đã có báo cáo Thủ tướng Chính phủ, các bộ, ngành chức năng, nghiên cứu giải quyết.

Tính đến hết năm 2012, Quảng Ninh thu ngân sách đạt 29.473 tỷ đồng; trong đó thu từ xuất khẩu đạt 16.500 tỷ đồng; thu từ 12.741 tỷ đồng. Với thành tích này, Quảng Ninh đứng thứ 5 trên toàn quốc về tỉnh có số thu NSNN cao nhất; đứng thứ 6/63 tỉnh về số thu nội địa.

Bên cạnh số thu ngân sách ấn tượng, Quảng Ninh cũng tích cực giảm chi tiêu hành chính với tổng số tiền lên tới 300 tỷ đồng; có 192 công trình cần cắt giảm, đình hoãn giãn tiến độ để giảm chi ngân sách.

Định hướng được du lịch là một trong những ngành kinh tế quan trọng của tỉnh, năm 2012, vịnh Hạ Long đạt danh hiệu Kỳ quan thiên nhiên thế giới đã trở thành ngày hội tập trung sự chú ý trên toàn thế giới. Sau đó là các hoạt động sôi nổi như Tuần Du lịch Hạ Long – Quảng Ninh được diễn ra khá ấn tượng. Vì thế, năm 2012, tổng số lượt khách du lịch đến Quảng Ninh đạt khoảng 7 triệu lượt, tăng 5,3% so với năm 2011; tổng doanh thu từ du lịch đạt khoảng 4.300 tỷ đồng, tăng 21% so với năm 2011.

Ngành vận tải Quảng Ninh năm 2012 cũng bứt phá đáng kể: Tổng doanh thu đạt gần 7.500 tỷ đồng, tăng 27,7% so với năm trước.

Hoạt động ngân hàng tại Quảng Ninh năm 2012: Tổng số nguồn vốn hoạt động của các ngân hàng đạt khoảng 64.000 tỷ đồng, tăng 12,6% so với năm 2011. Tổng doanh số cho vay ước đạt 102.000 tỷ, tăng 19% so với năm 2011. Bên cạnh đó, tổng số nợ xấu là 1.200 tỷ đồng, chiếm 2% tổng dư nợ.

Với những động thái khá tích cực, hoạt động thương mại của tỉnh tính đến tháng 9/2013, về nội địa tình hình cung cầu hàng hoá trên địa bàn

được đảm bảo, giá cả hàng hoá diễn biến theo quy luật thông thường, mức tăng không đột biến như một số năm trước. Tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ và doanh thu dịch vụ đạt 32.244,5 tỷ đồng, đạt 72,5% so với kế hoạch năm và tăng 15,2% so với cùng kỳ. Sở dĩ có mức tăng này là do trong 9 tháng năm 2013 giá xăng dầu, gas và một số mặt hàng thiết yếu tăng cao, đặc biệt ngành lưu trú và ăn uống tăng 53,3% so với cùng kỳ và ngành dịch vụ tăng 49,9%.

Tuy nhiên, đối với hoạt động xuất khẩu thì giá trị kim ngạch hàng hoá và dịch vụ thương mại thu ngoại tệ bị giảm 5% so với cùng kỳ bởi xuất khẩu trung ương bị giảm tới 18,2%, 2 mặt hàng xuất khẩu lớn là than và hải sản đã bị giảm mạnh. Hoạt động kinh doanh tạm nhập, tái xuất cũng bị tác động lớn do những điều tiết từ chính sách vĩ mô và các thay đổi trong chính sách biên mậu từ phía Trung Quốc.

Đối với kim ngạch nhập khẩu về cơ bản bằng so với cùng kỳ, trong tổng kim ngạch nhập khẩu phần lớn là thiết bị máy móc nâng cao công nghệ cho sản xuất kinh doanh của một số doanh nghiệp trên địa bàn như việc nhập máy móc thiết bị cho nhà máy sợi của Tập đoàn Texhong tại KCN Hải Yên (TP.Móng Cái). Theo dự báo của Sở Công Thương, tình hình những tháng cuối năm sẽ còn nhiều khó khăn, vì vậy chỉ tiêu kim ngạch xuất khẩu hàng hoá dự kiến sẽ chỉ đạt 84,1% kế hoạch năm và kim ngạch nhập khẩu đạt 81,1% kế hoạch năm.

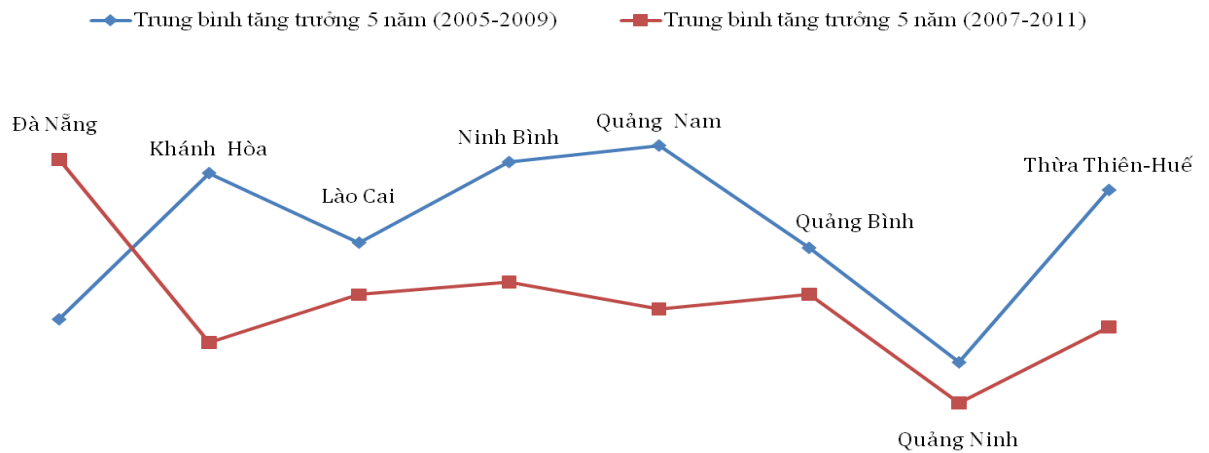
Theo Sở Công Thương Quảng Ninh, biện pháp hữu hiệu nhất vẫn là chủ động nắm tình hình và kịp thời giải quyết ngay những vướng mắc của doanh nghiệp, đồng thời báo cáo đề xuất những cơ chế, chính sách hỗ trợ cho một số doanh nghiệp có sử dụng nhiều lao động, tiêu thụ nhiều sản phẩm, các doanh nghiệp có sản phẩm tồn kho lớn. Đặc biệt là

xây dựng các biện pháp khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu, báo cáo Chính phủ tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp kinh doanh tạm nhập tái xuất, kho ngoại quan về mặt hàng kinh doanh, thời gian hàng hoá được phép lưu tại Việt Nam, địa điểm thông quan hàng đã qua sử dụng. Hoạt động thương mại nội địa trong những tháng cuối năm thường có biến động, vì vậy các ngành liên quan cần sớm có thống nhất trong xây dựng cơ chế hỗ trợ cho các doanh nghiệp của tỉnh về lãi suất vay ngân hàng, thực hiện bình ổn thị trường và kết nối tiêu thụ sản phẩm giữa các nhà tiêu thụ (trung tâm thương mại, siêu thị) với các tổ chức, cá nhân trên địa bàn tỉnh nhằm đẩy mạnh tiêu thụ các sản phẩm của tỉnh.

Thương mại và tiêu dùng

Tỷ lệ tăng trưởng trung bình mức tiêu thụ hàng hoá và tiêu dùng dịch vụ trong giai đoạn 2005-2009 và giai đoạn 2007-2011 có sự thay đổi tương đối rõ nét giữa các địa phương. Mặc dù tình hình chung là các địa phương có sự suy giảm về mức tiêu thụ hàng hóa và tiêu dùng dịch vụ do kinh tế khó khăn. Trong các nhóm địa phương đối sánh chỉ có Đà Nẵng là có mức tăng mạnh trong tiêu thụ hàng hóa và tiêu dùng dịch vụ trong giai đoạn 2007-2011. Nhóm các địa phương như Khánh Hòa, Thừa Thiên Huế, Quảng Nam hay Ninh Bình ở giai đoạn 2007-2011 mức tiêu dùng giảm khá mạnh. Còn các địa phương như Lào Cai, Quảng Bình và Quảng Ninh thì tỷ lệ này nhỏ hơn. Điều đặc biệt rằng, Quảng Ninh là tỉnh có mức gia tăng tỷ lệ tiêu dùng giai đoạn 2007-2011 là thấp nhất so với các tỉnh.

Hình 4 Tỷ lệ tăng trưởng trung bình mức tiêu thụ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng 2 giai đoạn 2005 - 2009 và 2007 - 2011

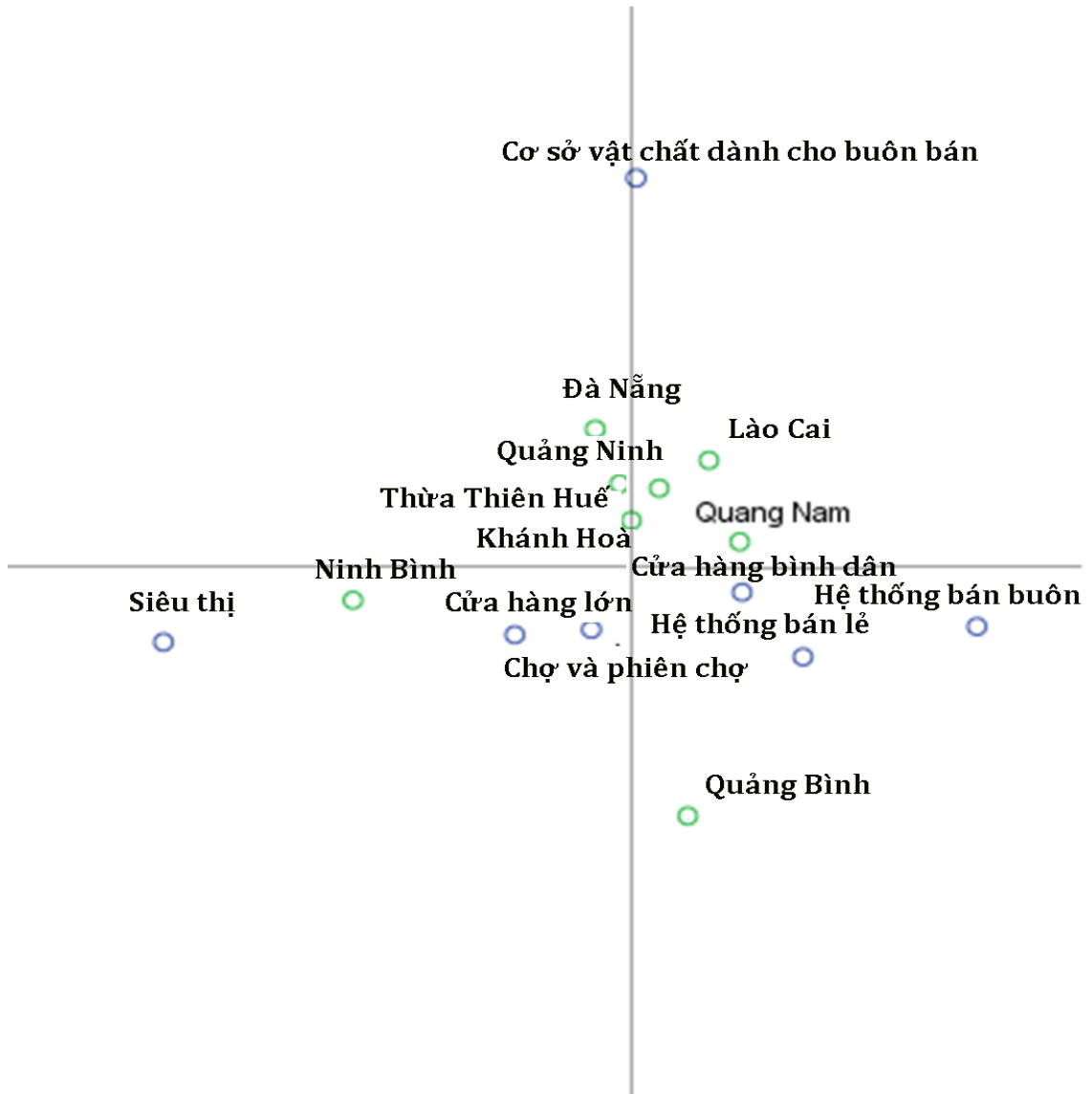


Đánh giá của về chất lượng hệ thống phân phối tại địa phương

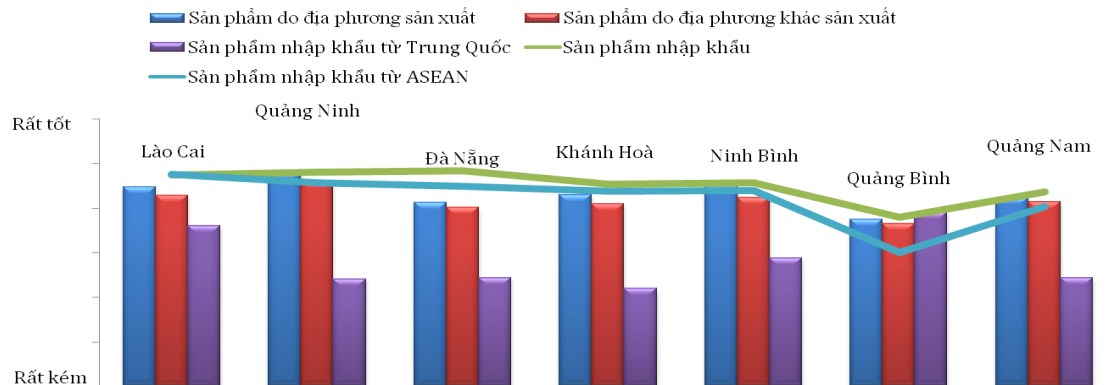
Người dân tỉnh Quảng Ninh cho rằng địa phương mình có điều kiện khá tốt về hệ thống các cửa hàng lớn, cửa hàng bình dân cũng như hệ thống bán buôn, bán lẻ khá tốt so với các địa phương khác. Tuy nhiên, tỉnh này chưa ưu tiên phát triển hệ thống phân phối hiện đại như Siêu thị như Ninh Bình. Dân cư Quảng Ninh cho rằng hệ thống phân phối của họ có nhiều điểm tương đồng với Khánh Hòa, Đà Nẵng, Lào Cai, Thừa Thiên Huế và không mạnh hẳn về một loại hình phân phối nào. Trong nhóm các tỉnh, thành phố trong nhóm đối sánh, người dân Quảng Bình không đánh giá cao về hệ thống phân phối của mình. Họ cho rằng, kênh phân phối chủ yếu đang được sử dụng và có hiệu quả nhất hiện nay đó là hệ thống chợ và hệ thống bán lẻ tư nhân. Và đa số hệ thống này phát triển rất thiếu quy hoạch, không hỗ trợ cho sự phát triển chung của toàn tỉnh.

Thái độ của người dân địa phương với các nhóm hàng hóa cũng tương đối khác nhau. Mặc dù, Lào Cai và Quảng Ninh là hai tỉnh tiếp giáp Trung Quốc, có số lượng hàng Trung Quốc đang được kinh doanh ở đây rất lớn nhưng người dân địa phương thì đánh giá chất lượng của nhóm hàng này không cao. Sản phẩm nhập khẩu và Asean đang dần có vị trí cao trong tâm trí người dân hai địa phương này. Nhóm sản phẩm này sẽ là đối thủ cạnh tranh mạnh của hàng hóa địa phương trong tương lai, đặc biệt là nhóm hàng hóa có xuất xứ Thái Lan. Các tỉnh còn lại cũng nằm trong xu thế nêu trên ngoại trừ Quảng Bình. Đây là địa phương mà hàng Trung Quốc vẫn đang chiếm ưu thế, sản phẩm nhập khẩu không được đánh giá cao, đặc biệt là từ khu vực ASEAN, trái ngược với xu hướng chung của các tỉnh, thành còn lại.

Hình 5 Đánh giá của người dân về chất lượng hệ thống phân phối



Hình 6 Đánh giá của người dân về chất lượng sản phẩm



Đánh giá của doanh nghiệp tại Quảng Ninh về hệ thống phân phối địa phương có sự khác biệt so với dân cư. Doanh nghiệp cho rằng hệ thống phân phối của họ đang phát triển thiên về hướng mở rộng loại hình cửa hàng, chợ lớn và có xu hướng phát triển theo hướng hiện đại (siêu thị). Doanh nghiệp Quảng Ninh có những đánh giá về hệ thống phân phối khá đối lập với dân cư địa phương. Doanh nghiệp không đánh giá cao hệ thống dành cho buôn bán, hệ thống phân phối của họ có nhiều điểm tương đồng với Quảng Nam và có sự khác biệt lớn so với Đà Nẵng, Lào Cai, Ninh Bình. Tuy nhiên, cả dân cư và các doanh nghiệp đều cho rằng Quảng Bình là thành phố đang có hệ thống phân phối không mấy phát triển.

Kết quả đánh giá của doanh nghiệp khá phù hợp với tình hình thực tế. Quảng Ninh hiện nay vẫn đang phát triển hai loại hình phổ biến là các cửa hàng lớn (tập trung khá nhiều ở khu vực Thị xã Móng Cái) và cũng nhiều các siêu thị đang xuất hiện ở khu vực như TP. Hạ Long, Thị xã Cẩm Phả, Thị xã Uông Bí, Móng Cái. Nguyên nhân dẫn đến hệ thống phát triển theo hướng này là do:

- (1) Đặc thù các cửa hàng kinh doanh tại Quảng Ninh đặc biệt các khu vực kinh doanh lớn đều theo hướng bán buôn nên hình thành nên các cửa hàng lớn, theo hướng chuyên môn hóa mặt hàng
- (2) Do sự xâm nhập kênh phân phối hiện đại sau hội nhập, Quảng Ninh cũng như các địa phương khác trong cả nước kênh phân phối thông qua siêu thị đang dần phổ biến.
- (3) Dân cư địa phương cũng dần chuyển thói quen từ đi chợ sang mua và tiêu dùng hàng hóa dịch vụ tại các siêu thị hay trung tâm thương mại của địa phương.

Hình 7 Đánh giá của doanh nghiệp về chất lượng hệ thống phân phối

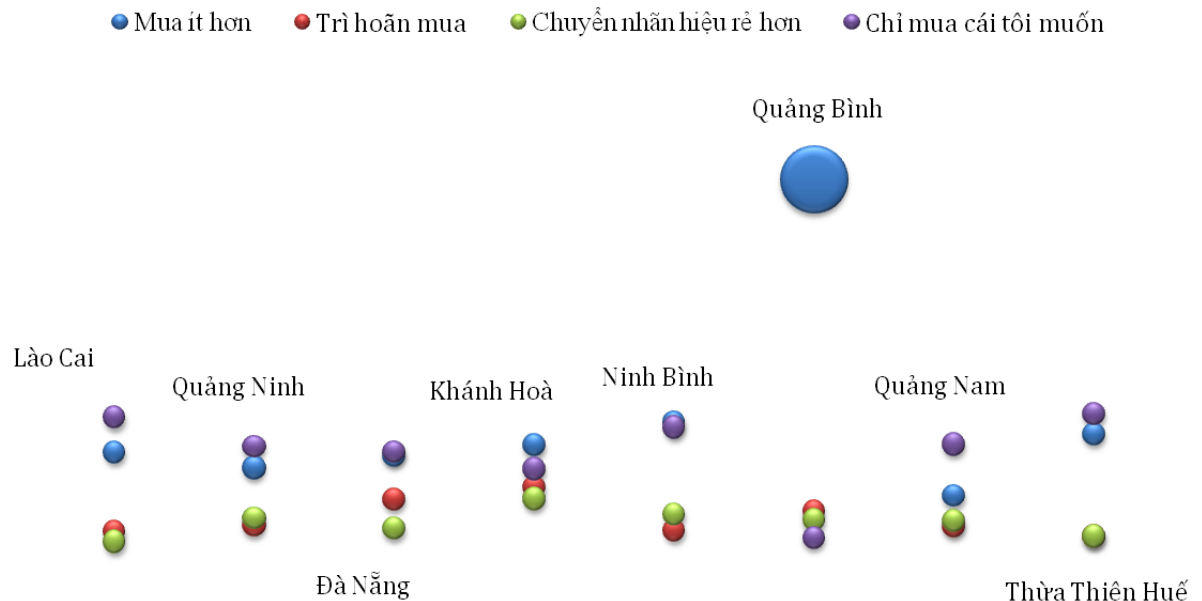


Phản ứng của người dân đối với lạm phát

Không thể phủ nhận tác động của lạm phát đến tiêu dùng của dân cư các địa phương trong toàn quốc. Phản ứng của đa số dân cư các địa phương là chuyển sang sử dụng nhãn hàng có giá rẻ hơn. Trong nhóm các tỉnh, thành thì dân cư Quảng Bình có sự thay đổi khá rõ nét. Đa số

dân cư địa phương cắt giảm chi tiêu tối đa, chuyển từ chi tiêu sang tiết kiệm để đối phó với kinh tế khó khăn. Các địa phương còn lại thì phản ứng không thực sự rõ nét (bao gồm Quảng Ninh)

Hình 8 Phản ứng của người dân đối với lạm phát



Đánh giá tính liên kết giữa các doanh nghiệp

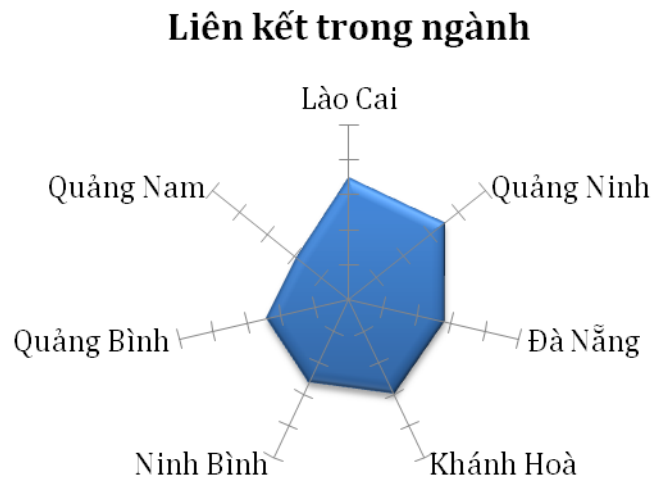
Khi nghiên cứu về mức độ liên kết giữa các doanh nghiệp trong ngành, cũng như trong hệ thống phân phối thì câu trả lời dành cho Quảng Ninh là đó mức trung bình. Nhưng trên tương quan chung với các tỉnh cũng có ưu thế nhất định, tính liên kết được đánh giá cao hơn so với Đà Nẵng (tỉnh có tốc độ phát triển tương đối tốt).

Tình trạng chung của các tỉnh, các doanh nghiệp chưa thực sự muốn bắt tay nhau trong phát triển kinh tế, mức liên kết được đánh giá thấp nhất là Quảng Nam. Tuy nhiên, xét tương quan chung giữa các tỉnh thành thì

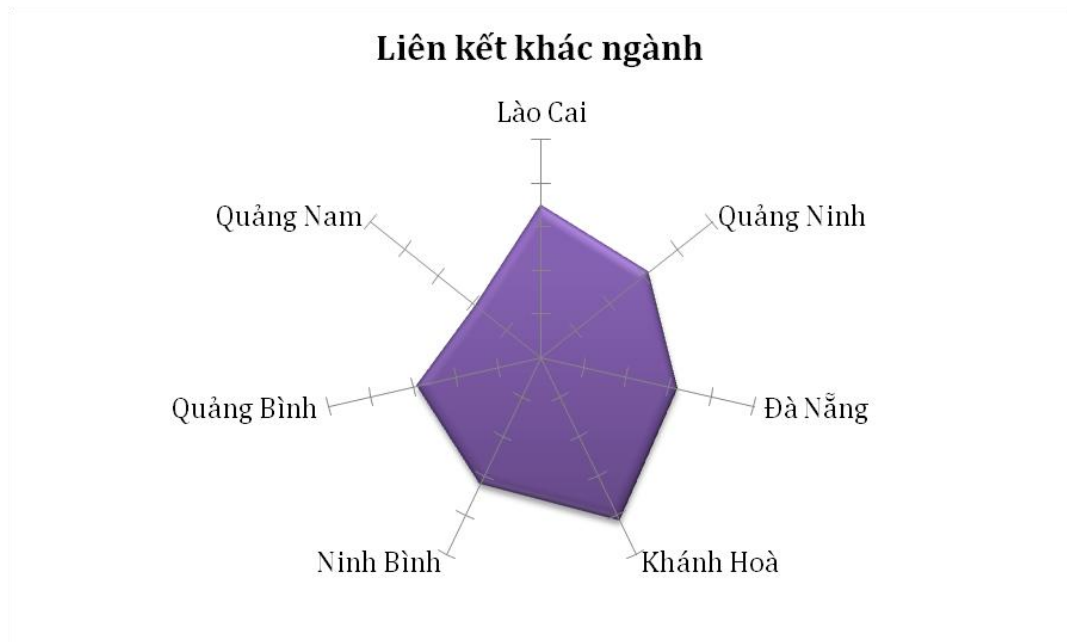
thấy rằng Quảng Ninh và Lào Cai có ưu thế hơn cả trong liên kết phát triển kinh tế.

Tương tự với liên kết trong ngành, liên kết hỗ trợ phát triển, sự kết hợp giữa các đơn vị trong tất cả địa phương ở khâu quảng cáo, cung cấp thông tin, dịch vụ hậu cần còn nhiều bất cập.

Hình 9 Đánh giá liên kết trong ngành

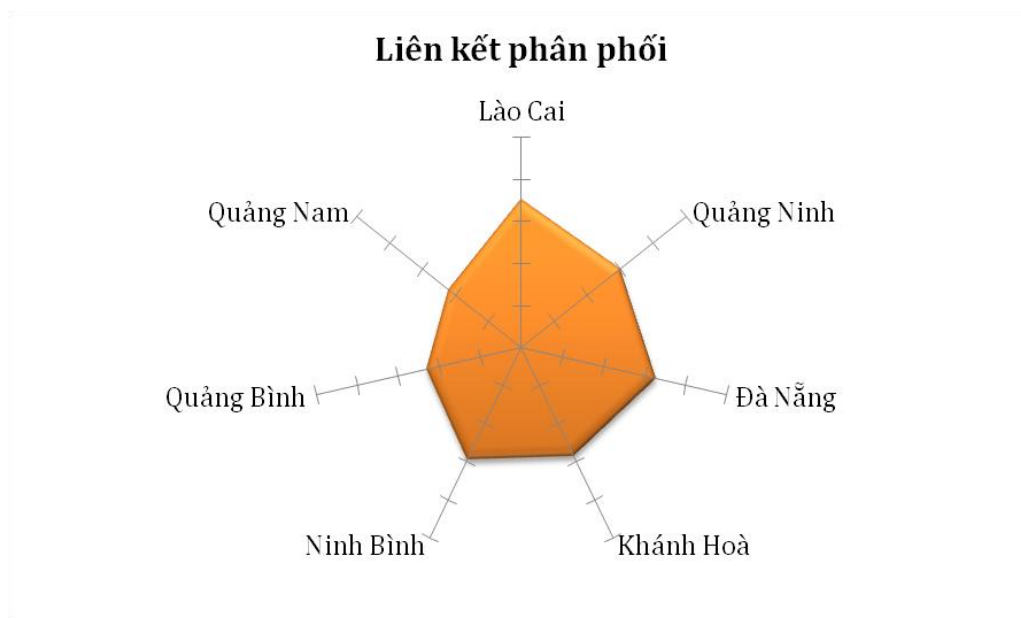


Hình 10 Đánh giá liên kết khác ngành



Riêng liên kết trong phân phối thì Quảng Ninh có sự thay đổi, tính liên kết có sự giảm nhẹ so với liên kết trong và ngoài ngành trong phát triển. Tương tự Quảng Ninh, Quảng Bình và Quảng Nam cũng là hai tỉnh có mức liên kết trong phân phối khá yếu. Đây là một trong những bất lợi không nhỏ đối với sự phát triển kinh tế chung của tỉnh, thành phố này.

Hình 11 Đánh giá liên kết phân phối



Nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng thiếu liên kết như trên có thể là:

- (1) Thiếu người định hướng chiến lược và giữ vai trò kết nối giữa các chủ thể kinh doanh trong địa phương
- (2) Thiếu cơ chế phân chia lợi ích và minh bạch giữa các thành viên tham gia và các mối liên kết
- (3) Tuy duy nhỏ lẻ, manh mún, mạnh ai nấy lo vẫn đang tồn tại trong không ít các doanh nhân điều hành doanh nghiệp địa phương

ĐẦU TƯ

Trụ cột Đầu tư

Đây là trụ cột luôn được đánh giá cao của Quảng Ninh trong những năm vừa qua. Hiện nay Quảng Ninh đang là một trong mười địa phương có khả năng thu hút đầu tư nhiều nhất trong cả nước.

Các tiêu chí được sử dụng để đánh giá trụ cột đầu tư năm 2012 theo mô hình PEII bao gồm:

Hình 12 Trụ cột Đầu tư



Đầu tư nước ngoài

Trong năm 2012, tỉnh Quảng Ninh đã chủ trương phát động chiến dịch thu hút đầu tư nước ngoài cho các năm tiếp theo một cách bài bản, khoa học, quyết liệt. Tổng mức thu hút vốn FDI đạt 412 triệu USD, gấp 15 lần so với năm 2011.

Riêng đầu tư trong lĩnh vực du lịch, số dự án đầu tư của Quảng Ninh khá hạn chế, mỗi năm chỉ có khoảng 2-3 dự án được cấp phép trong suốt giai đoạn 2007-2012 vừa qua. Trong khi đó các tỉnh, thành khác có số dự án được thông qua khá cao như Ninh Bình (trung bình 10 dự án/năm); Đà Nẵng (trung bình 50 dự án/năm, riêng năm 2012 có 60 dự án được thông qua); Khánh Hòa (có 33 dự án trong năm 2012),...

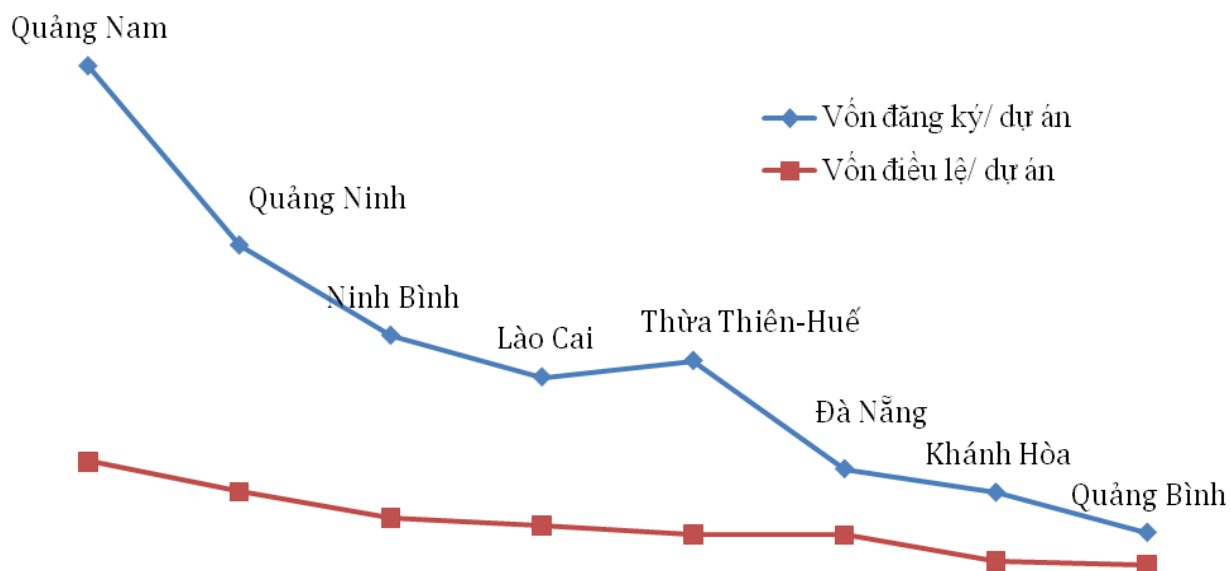
Nhìn vào vốn đăng ký và vốn điều lệ các tỉnh theo nghiên cứu ta thấy rằng:

- (1) Số dự án kinh doanh của các địa phương đối đối đồng đều nhau nhưng vốn đăng ký lại có sự chênh lệch đáng kể. Quảng Nam và Quảng Ninh là hai địa phương có số vốn đăng ký khá cao nhưng tỷ lệ chuyển thành vốn kinh doanh thì cũng không cao hơn so với các tỉnh, thành phố còn lại. Điều này là hoàn toàn phù hợp vì trụ cột thể chế của Quảng Ninh gần đây có sự xuống hạng khá nhiều (29 bậc). Sự gia tăng khó khăn trong xét và thông qua các dự án làm giảm số lượng dự án đầu tư vào tỉnh này trong năm vừa qua. Nhưng xét góc độ tuyệt đối thì Quảng Ninh vẫn là tỉnh đứng thứ 2 trong các tỉnh, thành về mức hấp dẫn đầu tư.
- (2) Một số tỉnh, thành khác như Đà Nẵng, Khánh Hòa có sự chuyển đổi khá tốt từ vốn đăng ký sang vốn kinh doanh. Điều này cũng phù hợp bởi cơ chế mở cửa của tỉnh thành này khá tốt.

Riêng Quảng Bình mức chuyển đổi gần như là cao nhất nhưng xét về tuyệt đối thì số vốn điều lệ lại thấp nhất trong tất cả các tỉnh nên đây cũng không phải lợi thế của tỉnh này.

Tóm lại, Quảng Ninh là một tỉnh có sức hấp dẫn đầu tư khá lớn so với các tỉnh khác. Vấn đề đặt ra ở đây đối với Quảng Ninh là cần xây dựng cơ chế phù hợp hơn cho các nhà đầu tư nhằm gia tăng sự chuyển đổi vốn đăng ký thành vốn đầu tư hiệu quả cho địa phương mình trong tương lai. Tuy nhiên, trong lĩnh vực du lịch, số vốn đầu tư trên dự án khá cao (năm 2012 -02 dự án với số vốn là 1104 tỷ đồng, trung bình mỗi dự án được đầu tư khoảng 550 tỷ đồng). Ninh Bình có mức chi trung bình cho 1 dự án chỉ khoảng 30,6 tỷ đồng, Khánh Hòa là 241,33 tỷ đồng/dự án. Như vậy, có thể nói Quảng Ninh đầu tư có trọng điểm trong phát triển du lịch địa phương.

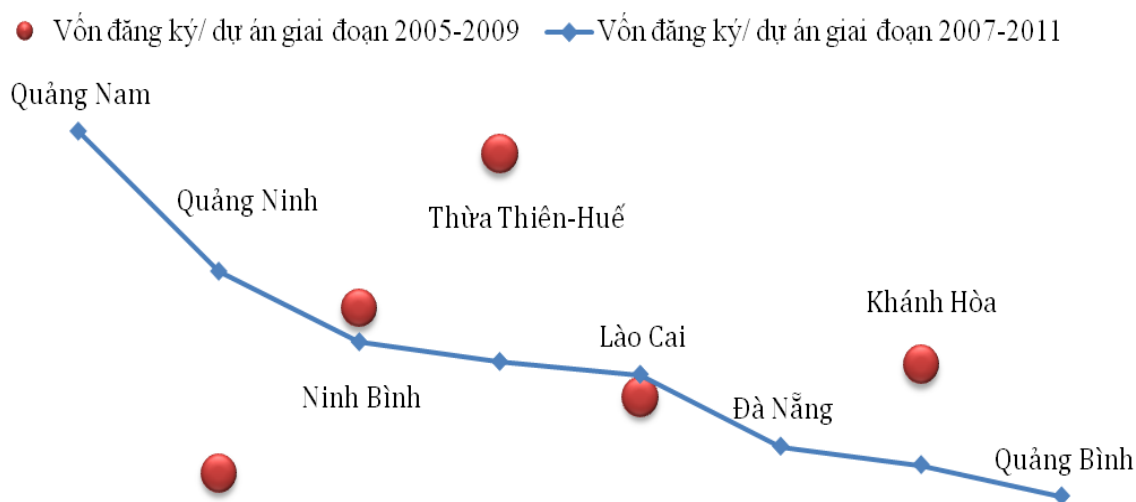
Hình 13 Tỷ lệ vốn đăng ký/ dự án và vốn điều lệ/ dự án



Khi tiến hành so sánh vốn đăng ký của các tỉnh, thành phố trong hai giai đoạn, nhóm nghiên cứu thấy rằng Quảng Ninh là tỉnh có ưu thế nổi trội

trong giai đoạn 2007-2011. Đây là tỉnh duy nhất có số vốn đăng ký tăng mạnh so với giai đoạn 2005-2009. Đa số các số vốn đăng ký đều giảm, tron đó có Thừa Thiên Huế và Khánh Hòa là giảm mạnh nhất. Còn một số tỉnh như Quảng Nam, Đà Nẵng và Quảng Bình thì đang thiếu số liệu đối sánh. Thông qua dữ liệu này có thể khẳng định rằng Quảng Ninh đang dần trở nên hấp dẫn hơn trong mắt các nhà đầu tư ở giai đoạn hiện nay.

**Hình 14 Số vốn đăng ký/ dự án trong giai đoạn 2005 - 2009
và 2007 - 2011**

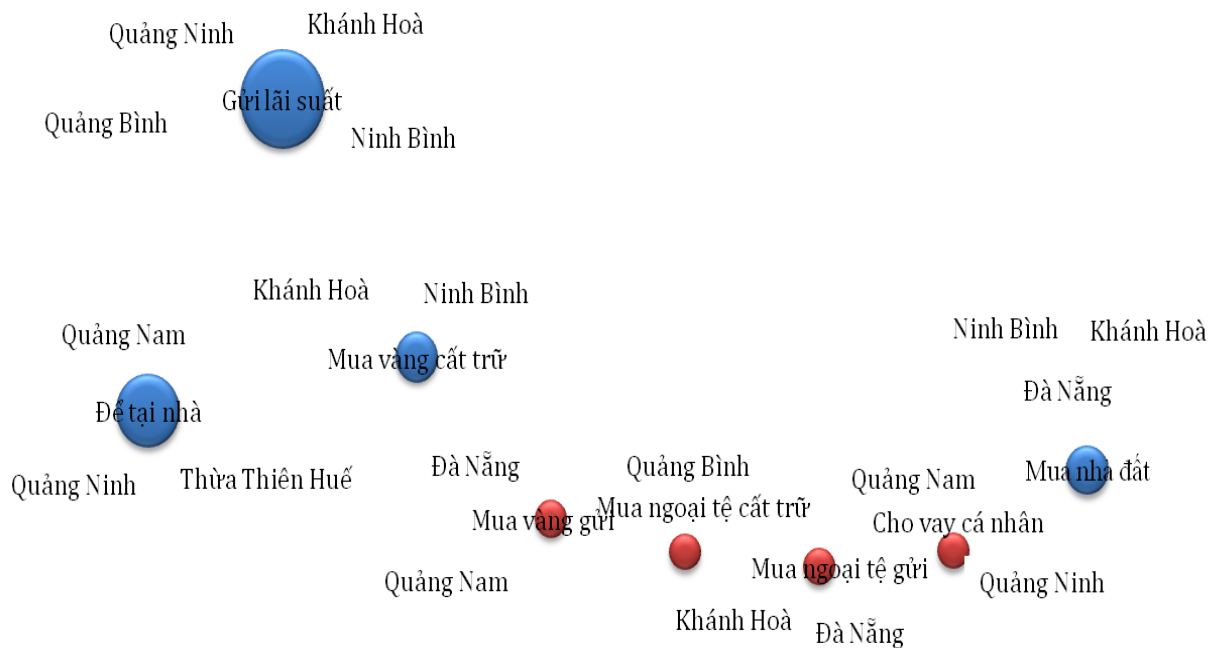


Đầu tư nội địa

Có 7 xu hướng lưu trữ, tiết kiệm của người dân trong giai đoạn hiện nay đó là gửi lãi suất, để tại nhà, mua vàng cất trữ, mua vàng gửi ngân hàng, mua ngoại tệ cất trữ, mua ngoại tệ gửi, cho vay cá nhân và mua nhà đất. Trong các xu hướng đó thì chiếm ưu thế hơn cả là dân cư địa phương tiến hành gửi lãi suất và để tại nhà. Dân cư Quảng Ninh cũng theo xu hướng chung là tiến hành gửi lãi suất, để tại nhà và một số ít tiến hành

cho vay cá nhân. Đây là thuận lợi không nhỏ cho đầu tư của tỉnh. Vì số tiền gửi lãi suất ngân hàng và cho vay cá nhân sẽ trở lại thị trường đầu tư phát triển kinh doanh cho tỉnh. Các tỉnh thuộc khu vực phía nam ngoài xu thế chung, họ tiến hành đầu tư vào thị trường bất động sản (Khánh Hòa, Đà Nẵng) làm cho thị trường này vẫn tiếp tục phát triển. Các tỉnh thuộc khu vực phía bắc thì xu thế này hoàn toàn bị triệt tiêu, điều đó làm cho thị trường kinh doanh bất động sản năm vừa qua thực sự rất ảm đạm. Thị trường vàng và ngoại tệ cũng khá phát triển ở khu vực phía nam (Khánh Hòa, Quảng Bình, Đà Nẵng) do dân cư địa phương tiến hành mua vàng và ngoại tệ để cất trữ hoặc gửi ngân hàng.

Hình 15 Xu hướng lưu trữ, tiết kiệm của người dân



Yếu tố hấp dẫn đầu tư

Dịch vụ hỗ trợ đầu tư

Khảo sát về dịch vụ hỗ trợ đầu tư trong giai đoạn vừa qua thấy rằng, mỗi địa phương có thiên hướng tương đối khác nhau. Đà Nẵng là thành phố có dịch vụ thông tin pháp luật phát triển nhất trong các địa phương. Lào Cai và Quảng Bình là hai địa phương có thiên hướng hỗ trợ cho doanh nghiệp tiếp cận đất đai khá tốt và phát triển các cụm/khu công nghiệp. Tuy nhiên, Quảng Bình có lợi thế hơn Lào Cai về việc hỗ trợ thông tin kinh doanh cho các doanh nghiệp đầu tư tại địa phương.

Quảng Ninh, Khánh Hòa và Thừa Thiên Huế là nhóm có khả năng thu hút vốn đầu tư nước ngoài hơn cả. Quảng Ninh được đánh giá là địa phương có khả năng hỗ trợ các doanh nghiệp trong tìm kiếm đối tác kinh doanh tốt hơn cả. Đây là tiền đề để nâng cao tính liên kết của doanh nghiệp trong tương lai.

Hình 16 Các yếu tố hấp dẫn đầu tư của địa phương

gắn với điểm đến du lịch



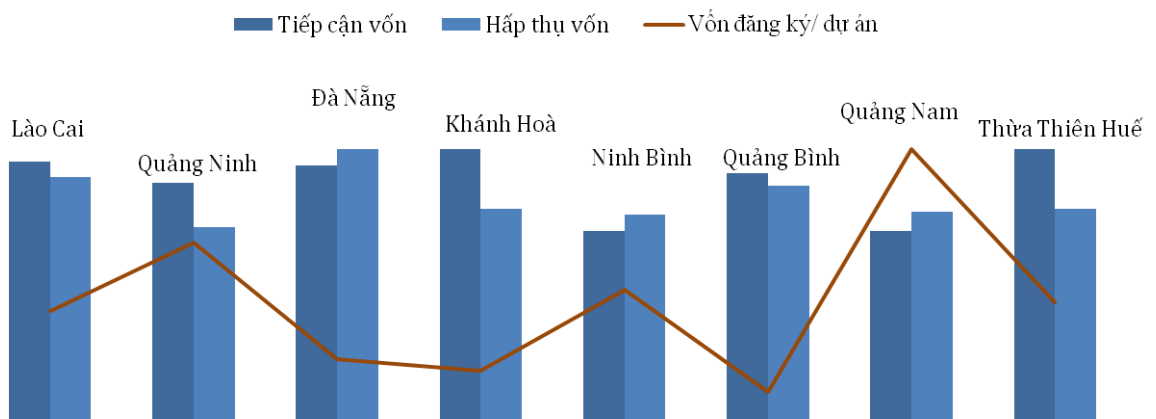
Dịch vụ tư vấn thông tin pháp luật và thẩm định đối tác là mảng dịch vụ đầu tư mà Quảng Ninh cần phải nâng cao chất lượng trong thời gian tới. Bởi nếu chỉ hỗ trợ tìm kiếm đối tác tốt mà công tác thẩm định đối tác còn nhiều hạn chế thì tình trạng số vốn đăng ký cao mà số vốn điều lệ (dự án kinh doanh đi vào thực tế) vẫn sẽ có khoảng cách lớn như hiện nay.

Khả năng tiếp cận và hấp thụ vốn

Khả năng tiếp cận và hấp thụ vốn đầu tư của Quảng Ninh cũng nằm trong nhóm trung bình. Mặc dù lượng vốn đăng ký của Quảng Ninh

đứng thứ 2 trong nhóm đối sánh nhưng khả năng hấp thụ vốn lại thấp nhất trong tất cả các tỉnh, thành và thấp hơn khá nhiều so với khả năng tiếp cận vốn (có sự tương đồng với Khánh Hòa và Thừa Thiên Huế). Trong nhóm này thì có nhiều tỉnh có khả năng hấp thụ vốn rất tốt như Đà Nẵng, Ninh Bình và đặc biệt là Quảng Nam (tiếp cận vốn rất kém nhưng hấp thụ vốn lại rất tốt). Điều này chỉ ra rằng hiện nay tỉnh Quảng Ninh chưa thực sự sử dụng hiệu quả nguồn vốn hiện có của mình. Nguyên nhân dẫn đến tình trạng này là do các dự án được đưa vào kinh doanh chưa có tầm chiến lược và còn yếu ở khâu kiểm soát quá trình hoạt động của dự án.

Hình 17 Khả năng tiếp cận và hấp thụ vốn



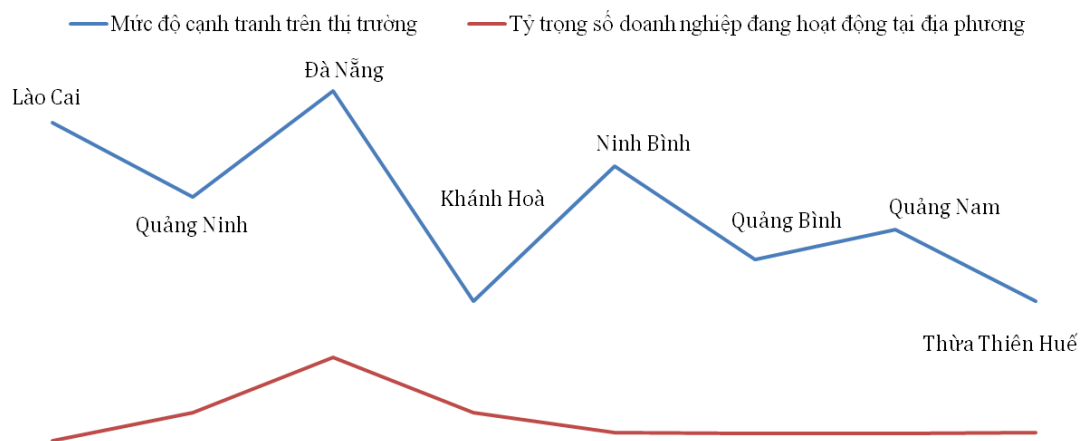
Mức độ cạnh tranh trên thị trường đầu tư

Khi xét đến mức độ cạnh tranh trên thị trường đầu tư thì nhóm nghiên cứu thấy rằng Đà Nẵng, Lào Cai và Ninh Bình là 3 tỉnh, thành có mức độ cạnh tranh trên thị trường khá khốc liệt. Ở Đà Nẵng thì nguyên nhân là do nguồn cung trên thị trường khá nhiều, cầu hạn chế nên tạo ra cạnh tranh trong việc thu hút cầu thị trường. Nhưng điều ngược lại xảy ra ở

Lào Cai, khi số doanh nghiệp đang kinh doanh tại địa phương rất ít nhưng mức độ cạnh tranh lại rất cao. Điều này có thể do hai xu hướng: một là do Lào Cai là tỉnh có nhiều khách du lịch trong nước và quốc tế nên cầu tương đối phức tạp, khách hàng khá khó tính đòi hỏi nhà cung ứng cần cạnh tranh nhau trong việc thỏa mãn nhu cầu của khách hàng; hai là do các hàng hóa từ các khu vực khác (hàng nhập khẩu từ Trung Quốc và nước ngoài, hàng hóa từ địa phương khác) chiếm tỷ trọng lớn nên có nhiều sự thay thế trong sự lựa chọn của khách hàng làm tăng mức độ cạnh tranh trên thị trường tỉnh.

Quảng Ninh nằm trong nhóm thị trường có mức độ cạnh tranh trung bình. So với Khánh Hòa, số doanh nghiệp hoạt động tại địa phương của hai tỉnh là tương đương nhau nhưng mức độ cạnh tranh trên thị trường Khánh Hòa lại rất thấp (gần như thấp nhất trong các tỉnh). Như vậy, các doanh nghiệp Quảng Ninh cần phải gia tăng nỗ lực hơn các địa phương khác để nâng cao vị thế của mình trong con mắt khách hàng và phát triển doanh nghiệp trong tương lai.

Hình 18 Mức độ cạnh tranh trên thị trường đầu tư



Yếu tố hấp dẫn đầu tư

Yếu tố tạo ra sức hấp dẫn đầu tư của Quảng Ninh so với các tỉnh thành khác trong cả nước có thể khẳng định là chi phí xã hội thấp hơn, tinh thần kinh doanh tốt hơn, năng suất lao động toàn tỉnh cao hơn, trình độ quản lý của nhà quản trị tốt, làm việc trong môi trường chuyên nghiệp và có sáng tạo. Những ưu thế này sẽ được làm rõ trong yếu tố con người của Quảng Ninh.

Khi so sánh mức độ hấp dẫn giữa các tỉnh, thành thì nhóm nghiên cứu thấy rằng Quảng Ninh có khá nhiều điểm tương đồng với Lào Cai. Tuy nhiên Lào Cai có ưu thế hơn về yếu tố văn hóa ứng xử trong kinh doanh. Trong các tỉnh đối sánh thì Đà Nẵng là tỉnh được đánh giá cao nhất về yếu tố văn hóa ứng xử kinh doanh.

Những điểm yếu mà Quảng Ninh cần phải khắc phục trong tương lai đó là:

- (1) Các vấn đề về chiến lược và kế hoạch đầu tư. Đây là một vấn đề mang tính cốt lõi, ảnh hưởng khá nhiều đến hoạt động đầu tư hiện tại. Cũng có thể nói rằng, hiệu quả hấp thụ vốn hiện nay của Quảng Ninh là vì tỉnh chưa có một kế hoạch mang tính dài hơn và có tầm nhìn xa hơn cho các dự án kinh doanh của mình.
- (2) Vấn đề thứ 2 là lao động mang tính đặc thù. Đây cũng là một yếu tố khá quan trọng. Đặc biệt nếu Quảng Ninh muốn tạo dựng một hình ảnh riêng có cho mình. Quảng Ninh có thể là tỉnh thành có ưu thế về số lao động quản lý có trình độ nhưng nếu thiếu lao động đặc thù thì cũng ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả và năng suất lao động. Đặc biệt, theo chiến lược phát triển của tỉnh, biến Quảng Ninh trở thành một thành phố du lịch trong

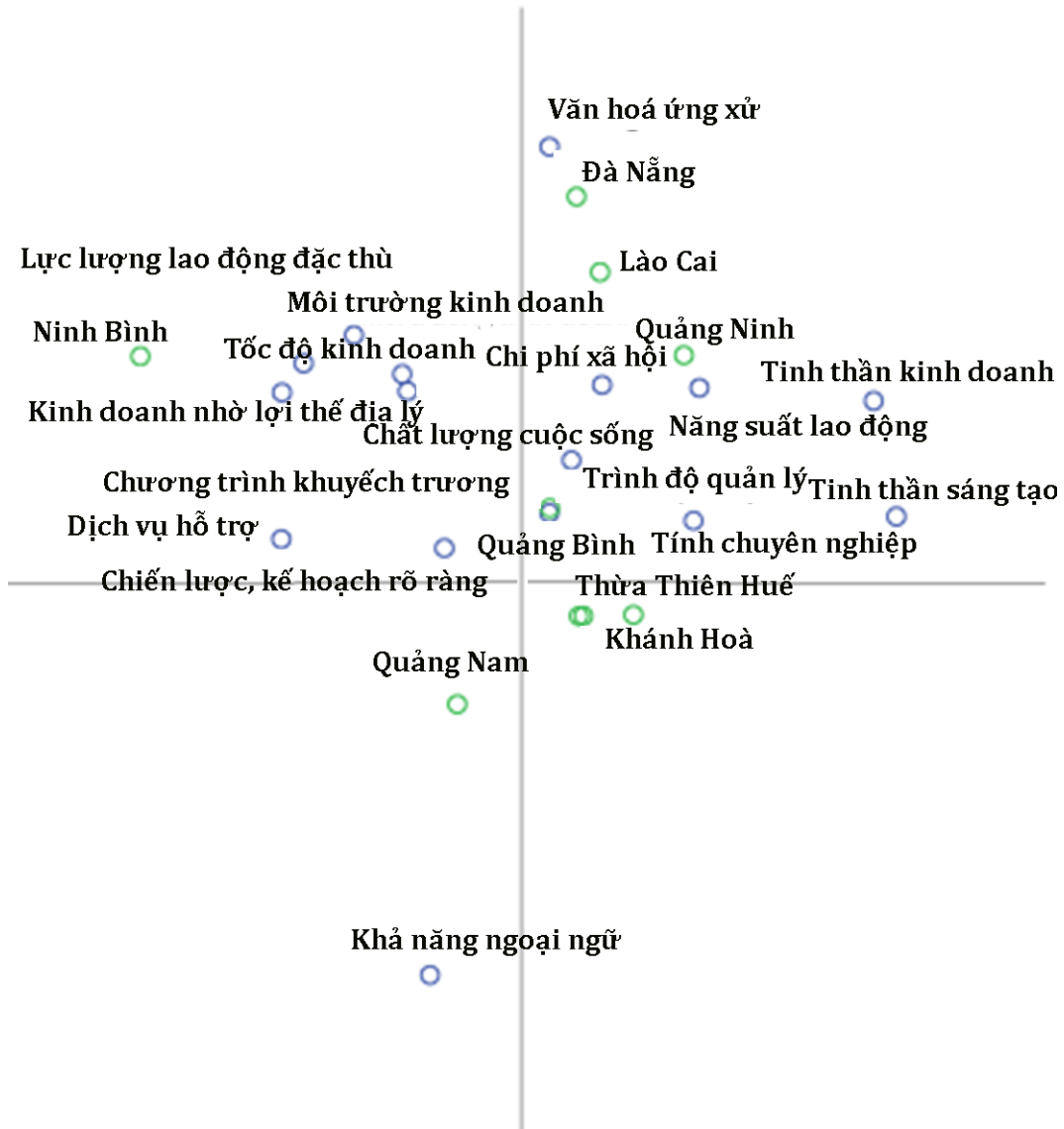
tương lai thì cần có lao động du lịch trình độ cao, đáp ứng nhu cầu của du khách trong nước và đặc biệt là du khách quốc tế là thực sự cần thiết.

(3) Vấn đề thứ 3 là Quảng Ninh còn hạn chế trong việc khai thác vị trí về địa lý của mình. Như trên đã nói, Quảng Ninh là tỉnh thành được thiên nhiên ưu đãi, vị trí địa lý vô cùng thuận lợi với đường biển, đường biên giới, địa hình đa dạng, nhiều khoáng sản. Tuy nhiên, Quảng Ninh lại chưa thể biến lợi thế đó thành nguồn lực tốt như Ninh Bình.

(4) Một vài vấn đề khác cũng cần được quan tâm trong tương lai là môi trường kinh doanh, tốc độ kinh doanh, dịch vụ hỗ trợ, chương trình marketing cho các doanh nghiệp đầu tư trên địa bàn tỉnh cũng cần được cải thiện nhằm nâng cao vị thế của Quảng Ninh trong tương lai.

Tóm lại, mặc dù Quảng Ninh vẫn còn tồn tại khá nhiều yếu tố làm giảm hấp dẫn đầu tư nhưng trong tương quan chung, nhóm nghiên cứu thấy rằng đây là một tỉnh, thành có nhiều yếu tố tạo ra sức hấp dẫn đầu tư trong tương lai. Đây là một trong những điểm sáng hứa hẹn sự quay trở lại của Quảng Ninh trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế với vị trí cao hơn.

Hình 19 Các yếu tố hấp dẫn đầu tư

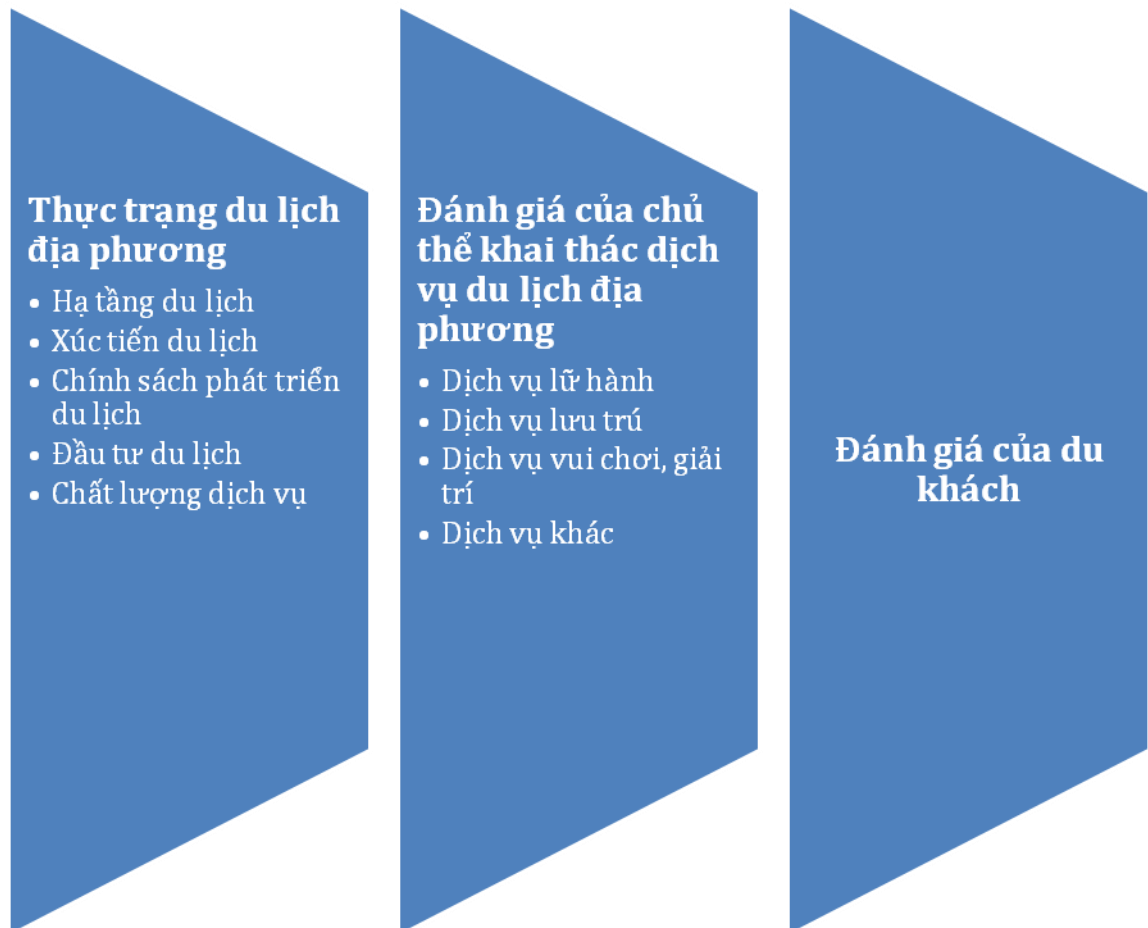


DU LỊCH

Trụ cột Du lịch

Trụ cột du lịch là trụ cột có xu hướng tăng hạng trong những năm gần đây. Các biến số của trụ cột được đề cập trong mô hình PEII như sau :

Hình 20 Trụ cột Du lịch



Số lượng du khách nội địa và quốc tế

Lượng khách quốc tế và nội địa đến với Quảng Ninh chiếm một tỷ trọng khá lớn so với các tỉnh trong khu vực cũng như vượt khá xa so với so với các địa phương đối sánh. Theo tổng hợp của các sở VH TTDL và Tổng cục du lịch, Quảng Ninh nằm trong nhóm 10 địa phương có lượng khách quốc tế và nội địa cao nhất cả nước. Riêng về lượng khách quốc

tế đến, Quảng Ninh đứng vị trí thứ 2 sau TP.Hồ Chí Minh. Điều này thể hiện sức hấp dẫn du lịch của Quảng Ninh đối với du khách trong nước và quốc tế là rất cao.

Bảng 2 Số lượng khách du lịch nội địa giai đoạn 2007 - 2012

Đơn vị : Nghìn lượt khách

Tỉnh/Năm	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Lào Cai	409,00	279,00	373,56	499,39	529,35	573,08
Quảng Ninh	2.132,00	2.207,00	2.791,00	3.295,00	4.163,00	4.509,00
Ninh Bình	1.014,30	1.331,80	1.608,50	2.433,30	2.684,80	3.074,40
Quảng Bình	569,49	572,53	635,09	734,19	936,44	1.017,01
Quảng Nam	-	-	-	-	1.193,00	1.330,00
Thừa Thiên Huế	851,20	889,25	828,89	1.036,78	1.247,96	1.676,86
Khánh Hòa	1.081,27	1.281,64	1.298,88	1.555,28	1.739,62	1.787,29
Đà Nẵng	724,43	915,45	1.104,69	1400,00	1840,89	2028,65

Nguồn: Tổng hợp từ các Sở VHTTDL

Bảng 3 Số lượng khách du lịch quốc tế giai đoạn 2007 - 2012

Đơn vị : Nghìn lượt khách

Tỉnh/Năm	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Lào Cai	223,00	338,00	326,89	389,00	439,62	375,53
Quảng	1.468,00	2.307,00	2.009,00	2.122,00	2.296,00	2.491,00

Ninh						
Ninh Bình	503,10	567,00	591,40	663,30	667,40	675,60
Quảng Bình	23,57	20,14	17,16	23,60	24,98	29,65
Quảng Nam	-	-	-	-	1.289,00	1.470,0
Thừa Thiên Huế	666,59	790,75	601,11	798,43	806,41	867,90
Khánh Hòa	282,27	315,58	281,20	284,97	440,39	530,66
Đà Nẵng	299,59	353,69	314,16	367,00	534,13	630,90

Nguồn: Tổng hợp từ các Sở VHTTDL

Nguồn thu từ du lịch của Quảng Ninh năm 2012 của Quảng Ninh cũng nằm trong nhóm 10 địa phương đứng đầu (doanh thu 4.340 tỷ đồng, chiếm 2,71% doanh thu từ du lịch của toàn quốc. Đà Nẵng và Quảng Nam có tổng thu du lịch cao hơn so với Quảng Ninh (tương ứng là 6000 tỷ đồng và 5.499 tỷ đồng). Số liệu này cho thấy Đà Nẵng và Quảng Nam là hai tỉnh thành mức chi tiêu trung bình/khách du lịch cao hơn khá nhiều so với Quảng Ninh. Lượng khách du lịch quốc tế Quảng Ninh gấp hơn 4 lần Đà Nẵng, lượng khách nội địa gấp hơn 2 lần nhưng thu nhập du lịch của Quảng Ninh chỉ hơn 75% so với Đà Nẵng. Tương tự như vậy đối với Quảng Nam. Như vậy, có thể kết luận rằng ngành du lịch Quảng Ninh thiếu đi các sản phẩm (các dịch vụ vui chơi giải trí hấp dẫn, các sản phẩm địa phương hay quà lưu niệm, etc) có thể làm tăng mức chi tiêu của khách nội địa so với một số địa phương khác.

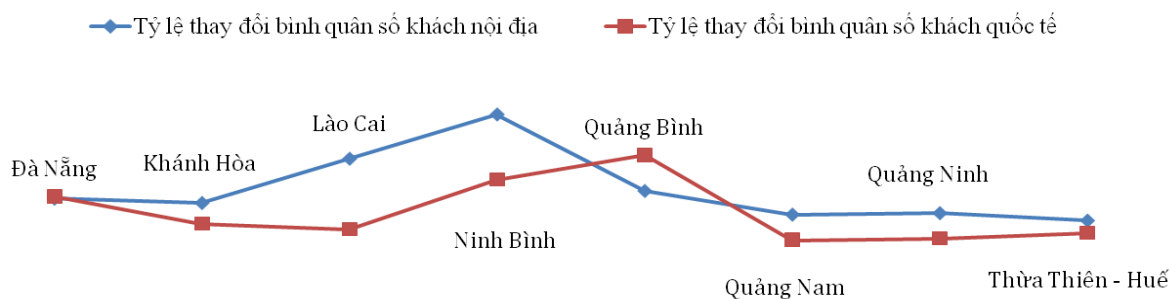
Xét về tỷ lệ thay đổi bình quân số khách thì Quảng Ninh lại không có tỷ lệ thay đổi đáng kể. Như vậy, lượng khách đến Quảng Ninh về số lượng

có thể lớn nhưng mức tăng trưởng trong những năm gần đây giảm dần. Trong khi đó, một số tỉnh như Ninh Bình hay Lào Cai thì tỷ lệ này có xu hướng tăng. Nhóm nghiên cứu thấy có một số xu hướng như sau trong du lịch giai đoạn gần đây :

- (1) Ninh Bình đang là điểm hấp dẫn du lịch mới đối với cả khách du lịch trong nước và quốc tế.
- (2) Lào Cai càng ngày càng trở nên hấp dẫn khách du lịch nội địa (với điểm đến Sa Pa). Quảng Bình là địa phương có sức hấp dẫn lớn đối với các khách du lịch quốc tế (Khu du lịch Phong Nha – Kẻ Bàng, bãi biển Nhật Lệ)
- (3) Sức hấp dẫn du lịch của Quảng Ninh suy giảm dần đối với cả hai đối tượng khách trong nước và quốc tế, tương tự đó có Thừa Thiên Huế và Khánh Hòa, Đà Nẵng.

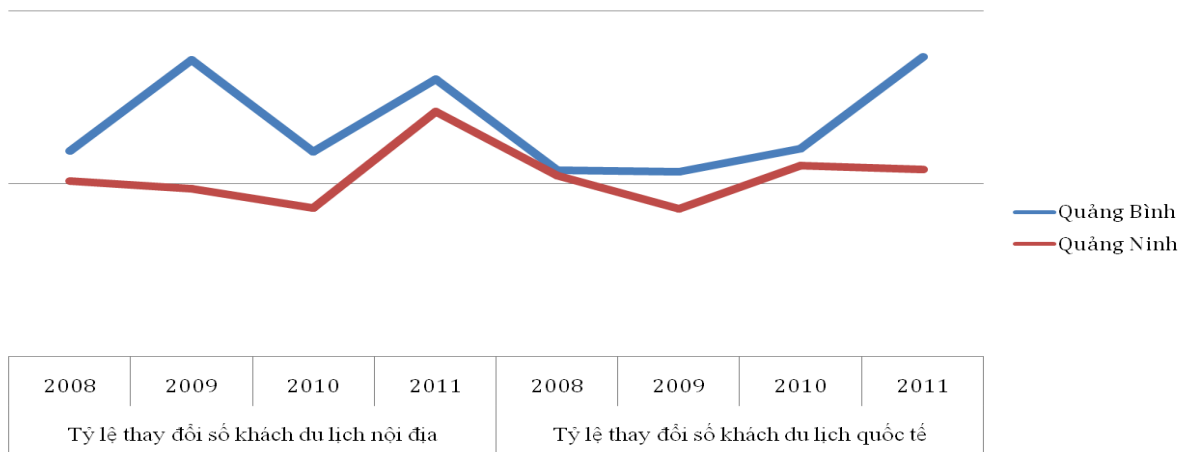
Như vậy, so với các địa phương thì gần đây khả năng cạnh tranh về du lịch của Quảng Ninh có xu hướng giảm. Các điểm đến của Ninh Bình, Lào Cai và Quảng Bình đang trở nên hấp dẫn hơn so với điểm đến du lịch Quảng Ninh.

Hình 21 Tỷ lệ thay đổi bình quân khách quốc tế và nội địa



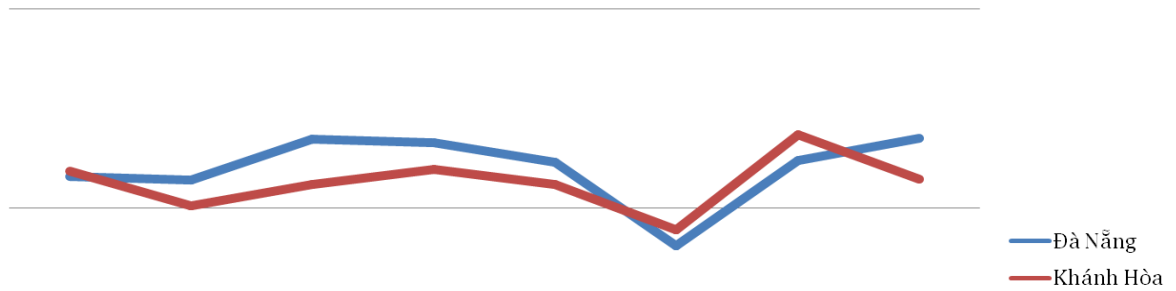
Hình 22 Tỷ lệ thay đổi bình quân khách quốc tế và nội địa Quảng Bình và Quảng Ninh

Hình 22 Tỷ lệ thay đổi bình quân khách quốc tế và nội địa của Quảng Bình và Quảng Ninh



Những nhận định trên cũng được thể hiện thông qua tỷ lệ thay đổi khách nội địa và quốc tế trên tương quan giữa hai tỉnh có di sản thiên nhiên là Quảng Bình và Quảng Ninh. Tỷ lệ thay đổi khách quốc tế giữa Quảng Ninh và Quảng Bình ngày càng mở rộng trong những năm gần đây nhưng xu hướng này đối với khách nội địa lại ngược lại.

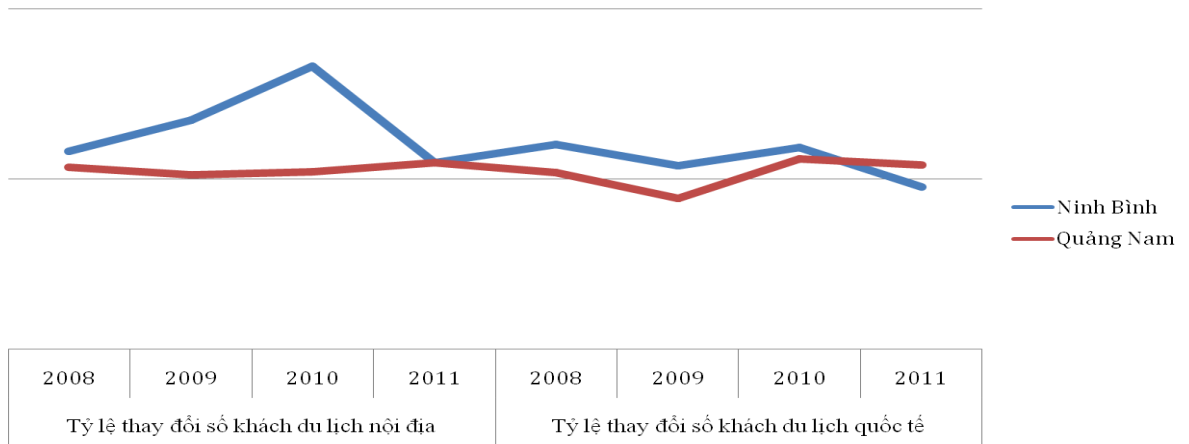
Hình 23 Tỷ lệ thay đổi bình quân khách quốc tế và nội địa của Đà Nẵng và Khánh Hoà



2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Tỷ lệ thay đổi số khách du lịch nội địa				Tỷ lệ thay đổi số khách du lịch quốc tế			

Đối với các tỉnh, thành phát triển du lịch dựa trên tài nguyên biển như Đà Nẵng, mức thay đổi của Đà Nẵng cao hơn (khả năng hấp dẫn khách nội địa tốt hơn) so với Khánh Hoà về khách nội địa. Nhưng tỷ lệ thay đổi khách quốc tế thì diễn biến khá phức tạp, giai đoạn 2008-2010 thì lượng khách quốc tế đến Khánh Hoà cao hơn một chút so với Đà Nẵng. Đến năm 2011 thì lượng khách đến Khánh Hoà có xu hướng giảm mạnh, trong khi Đà Nẵng lượng khách tăng.

**Hình 24 Tỷ lệ thay đổi bình quân khách quốc tế và nội địa
của Ninh Bình và Quảng Nam**



Đối với các tỉnh có di sản nhân tạo, Ninh Bình đang ngày trở nên có ưu thế hơn so với Quảng Nam (đặc biệt là trong mắt du khách nội địa). Còn đối với khách quốc tế, chỉ trong giai đoạn 2008-2010 Ninh Bình có ưu thế hơn đến năm 2011 thì Quảng Nam lại đột phá dẫn trước so với Ninh Bình.

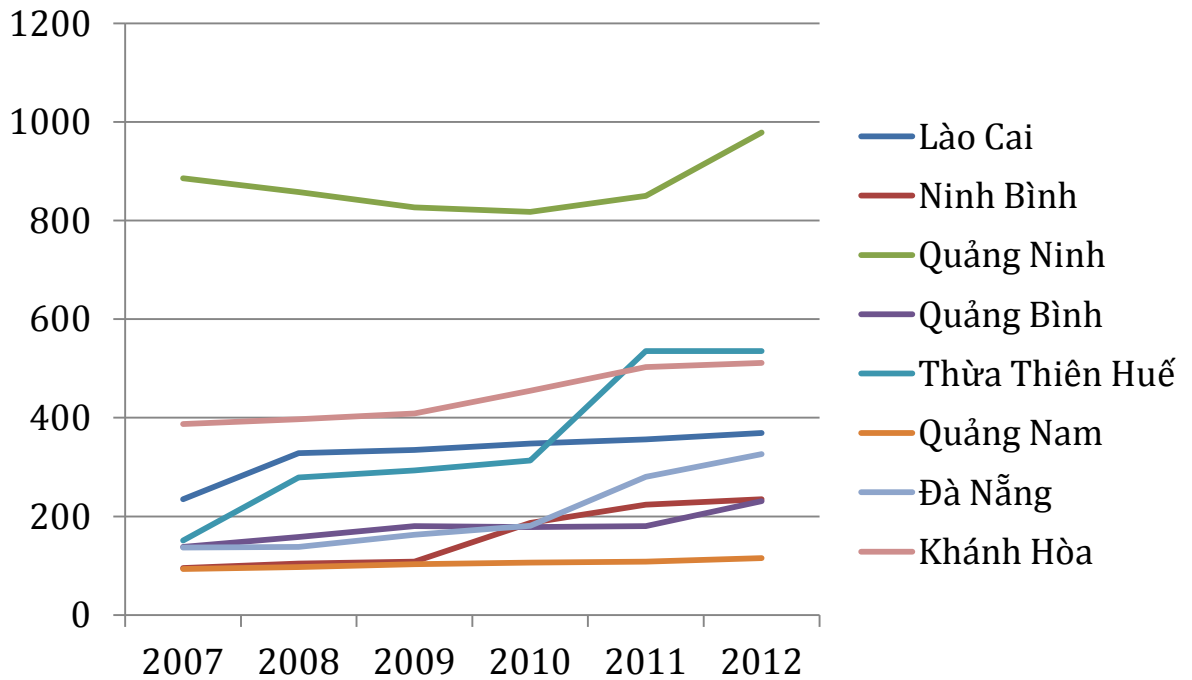
Lượng cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành

Về số lượng các cơ sở lưu trú địa phương, Quảng Ninh là tỉnh có ưu thế hơn cả so với các địa phương còn lại. Điều này hỗ trợ cho ngành du lịch Quảng Ninh trong việc cung cấp chỗ lưu trú cho một lượng lớn khách du lịch đến đây. Sự phát triển của cơ sở lưu trú hiện nay phù hợp với sự gia tăng về lượng khách du lịch đến với địa phương. Tuy nhiên, có một vấn đề đang đặt ra là ngành du lịch Quảng Ninh vẫn đang thiếu các cơ sở lưu trú có chất lượng cao để phục vụ khách quốc tế.

Trong giai đoạn vừa qua, công suất phòng lưu trú có tỉnh thành khá tốt. Riêng Quảng Ninh, giai đoạn trước công suất khá thấp nhưng đến hai

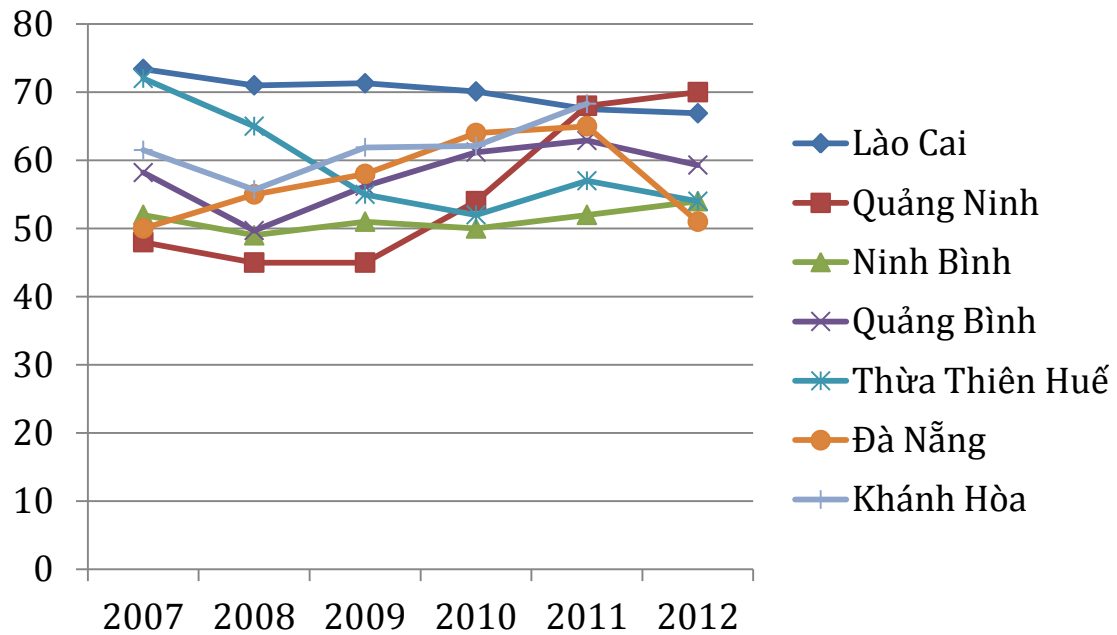
năm gần đây công suất phòng lưu trú Quảng Ninh đã vươn lên nhóm đứng đầu. Với công suất lưu trú cao có thể một phần kết luận về tình hình kinh doanh du lịch của các tỉnh, thành phố khá tốt trong giai đoạn gần đây (riêng Đà Nẵng có xu hướng giảm công suất).

Hình 25 Số lượng cơ sở lưu trú các địa phương trong 2007 - 2012



Nguồn: Vụ Khách sạn và các sở VH TTDL

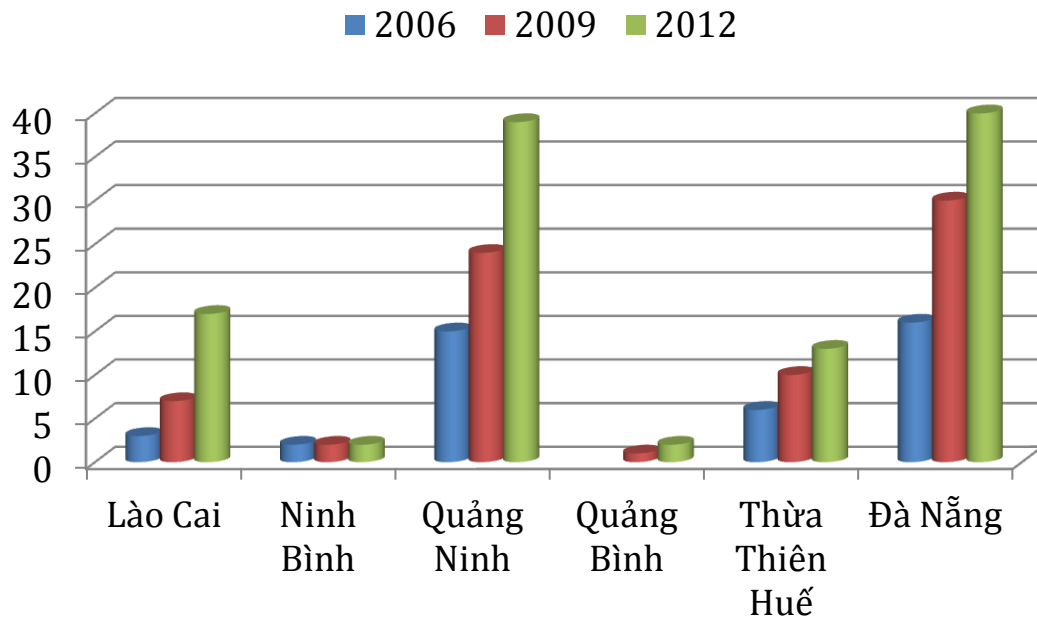
Hình 26 Công suất phòng lưu trú giai đoạn 2007 - 2012



Nguồn: Vụ Khách sạn và các sở VH TTDL

Bên cạnh các cơ sở lưu trú, việc có các doanh nghiệp lữ hành quốc tế cũng góp phần phát triển du lịch trong tỉnh. Trong các địa phương đối sánh, Quảng Ninh là tỉnh có số lượng các doanh nghiệp lữ hành quốc tế cao (xấp xỉ Đà Nẵng), cũng là một trong mười tỉnh có nhiều doanh nghiệp lữ hành quốc tế nhất trong cả nước. Đây là một điều kiện thuận lợi trong việc tiếp cận nguồn khách và thu hút khách du lịch quốc tế đến với Quảng Ninh.

Hình 27 Số lượng doanh nghiệp lữ hành quốc tế



Nguồn: Vụ Khách sạn và các sở VH TTDL

Thực trạng du lịch

Đánh giá của du khách trong nước và quốc tế là một trong những tiêu chí khá quan trọng thể hiện bức tranh hiện trạng du lịch địa phương. Nó thể hiện hình ảnh địa phương trong tâm trí khách du lịch.

Theo đánh giá của du khách nội địa, Bà Rịa – Vũng Tàu, Quảng Ninh và Hải Phòng là những điểm du lịch có sức hấp dẫn cao. Theo đó, nhóm nghiên cứu thấy rằng:

- (1) Bà Rịa – Vũng Tàu được đánh giá cao về chất lượng của các dịch vụ liên quan nhiều đến lưu trú
- (2) Hải Phòng được đánh giá tích cực về các dịch vụ liên quan đến vận chuyển du lịch, môi trường du lịch và hướng dẫn viên du lịch

(3) Quảng Ninh được đánh giá tích cực trong tính chuyên nghiệp về cung cấp dịch vụ như: bảo hiểm du lịch, dịch vụ vui chơi giải trí hấp dẫn, thông tin du lịch đầy đủ cho du khách, các dịch vụ như xông hơi, mát xa,...

Hình 28 Đánh giá của khách quốc tế về thực trạng du lịch



Đánh giá của khách du lịch quốc tế về các địa phương này cũng tương đồng với khách du lịch nội địa. Tuy nhiên, riêng Quảng Ninh giai đoạn gần đây du khách quốc tế đánh giá thấp vấn đề đảm bảo an toàn du lịch

và quản lý các cơ sở cung ứng du lịch địa phương. Còn hiện tượng các cơ sở du lịch không đăng ký kinh doanh bán các chương trình du lịch và gây ra những tai nạn đáng tiếc cho du khách trong nước và quốc tế. Du khách quốc tế đến Quảng Ninh cũng đánh giá thấp khả năng ngoại ngữ của nhân lực du lịch và các dịch vụ taxi của địa phương.

Hình 29 Đánh giá của khách nội địa về thực trạng du lịch

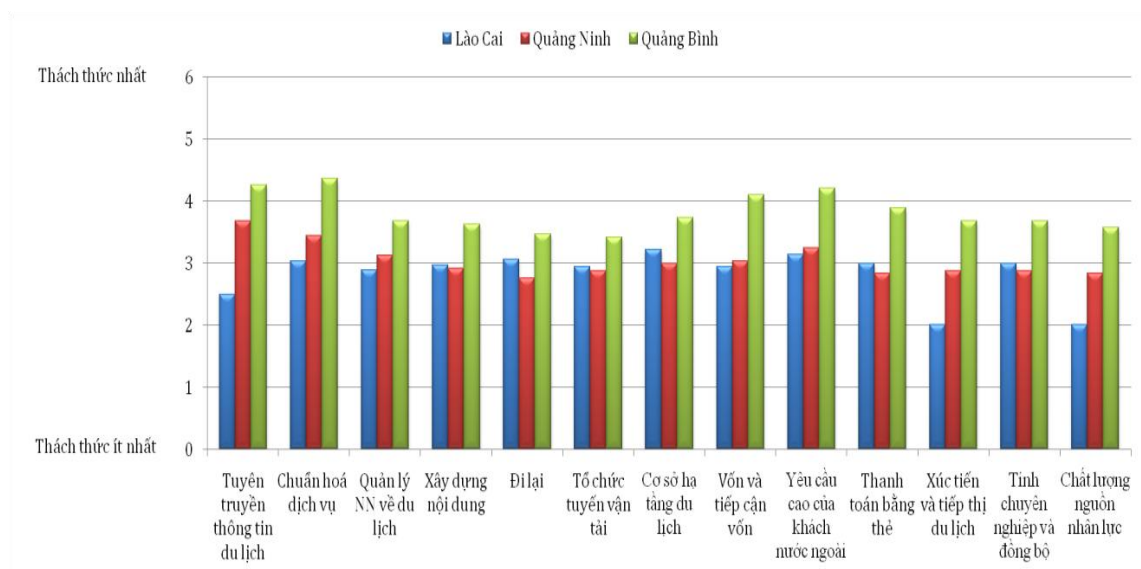


Thách thức và nhu cầu phát triển du lịch của địa phương

Thực trạng du lịch Quảng Ninh hiện nay cho thấy có những hướng phát triển tích cực nhưng cũng còn tồn tại không ít những bất cập. Điều này tạo ra những thách thức trong tương lai đối với việc phát triển du lịch của địa phương như tuyên truyền thông tin, chuẩn hóa dịch vụ, quản lý nhà nước về du lịch, chất lượng nguồn nhân lực, xúc tiến và tiếp thị, vận chuyển du lịch,...

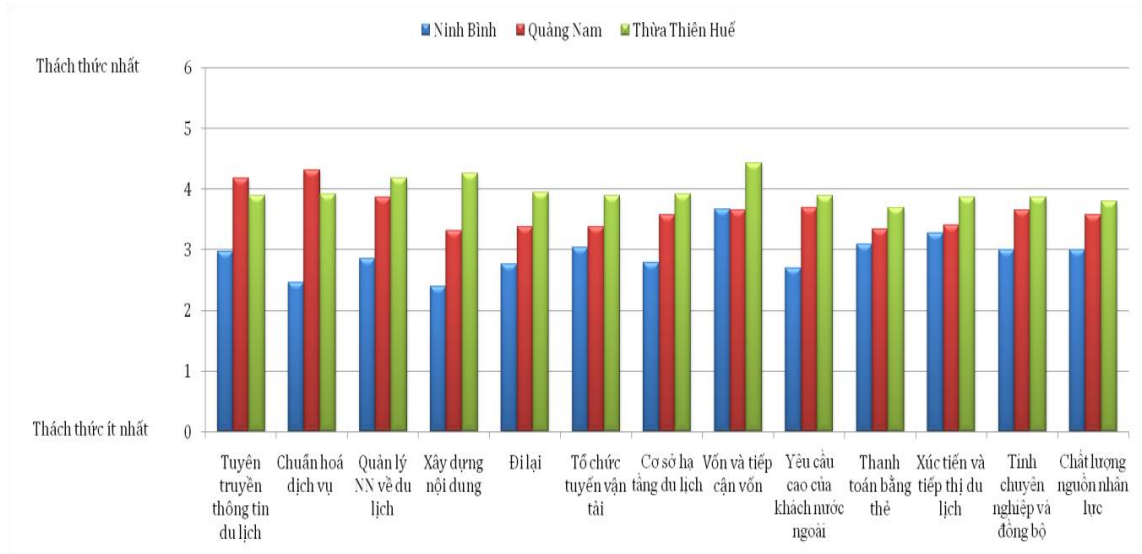
Trong các địa phương đối sánh, Quảng Bình và Thừa Thiên Huế đang gặp nhiều thách thức nhất trong phát triển du lịch. Ninh Bình và Lào Cai là hai tỉnh thuận lợi nhất trong phát triển. Đối với phát triển du lịch của Quảng Ninh cũng còn khá nhiều thách thức đặt ra, nhưng đa số đạt ngưỡng trung bình, đây khó khăn chung. Hiện nay, Quảng Ninh nên giải quyết các vấn đề việc tuyên truyền thông tin du lịch, chuẩn hóa dịch vụ, tăng cường quản lý NN về du lịch và nâng cao chất lượng dịch vụ chung để đáp ứng yêu cầu của khách quốc tế.

Hình 30 Thách thức đối với du lịch Lào Cai, Quảng Ninh, Quảng Bình

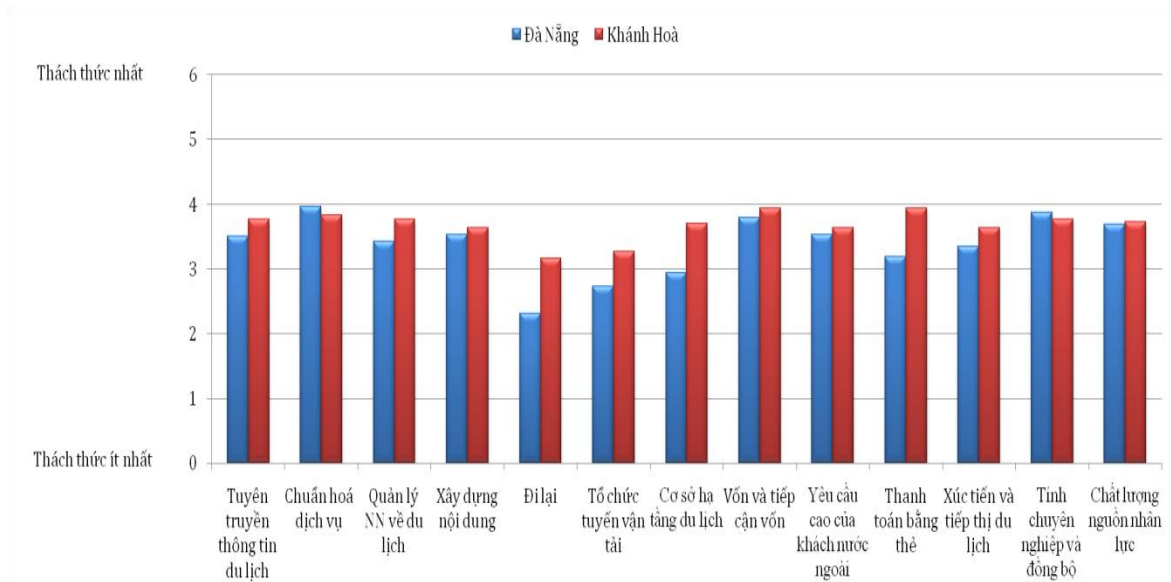


Hình 31 Thách thức đối với du lịch Ninh Bình, Quảng Nam, Thừa Thiên Huế

Thừa Thiên Huế



Hình 32 Thách thức đối với du lịch Đà Nẵng và Khánh Hoà



CON NGƯỜI

Trụ cột Con người

Đứng thứ ở vị trí thứ 7, trụ cột con người là trụ cột được đánh giá khá cao của Quảng Ninh, tăng 3 bậc so với năm nghiên cứu trước đây. Các tiêu chí về trụ cột con người được sử dụng trong mô hình PEII 2012 là:

Hình 33 Trụ cột Con người



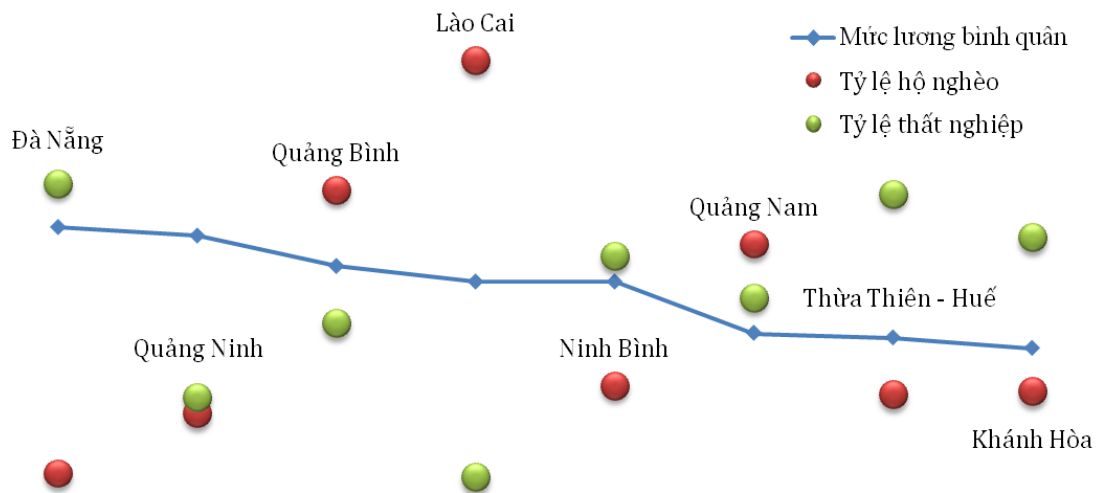
Thu nhập, Việc làm và Hộ nghèo

Quảng Ninh và Đà Nẵng là hai thành phố có mức lương bình quân cao nhất trong các tỉnh, thành phố. Khánh Hòa và Thừa Thiên Huế là hai tỉnh thành có mức lương bình quân thấp nhất. Như vậy, so với các tỉnh, thành còn lại đời sống nhân dân Quảng Ninh có phần ổn định hơn.

Bên cạnh đó, thành công của Quảng Ninh là việc giảm thiểu tỷ lệ hộ nghèo và tỷ lệ thất nghiệp trong toàn tỉnh. Tỷ lệ hộ nghèo của Quảng Ninh chỉ cao hơn so với Đà Nẵng, thấp hơn rất nhiều so với Lào Cai.

Quảng Ninh cũng là tỉnh có sự tương đồng cao giữa tỷ lệ thất nghiệp với hộ nghèo. Lào Cai thì tỷ lệ thất nghiệp rất thấp trong khi tỷ lệ hộ nghèo rất cao. Điều này cũng khẳng định rằng chính sách xã hội đang được tỉnh Quảng Ninh thực thi khá tốt so với các tỉnh thành khác trong cả nước.

Hình 34 Thu nhập, Việc làm và Hộ nghèo



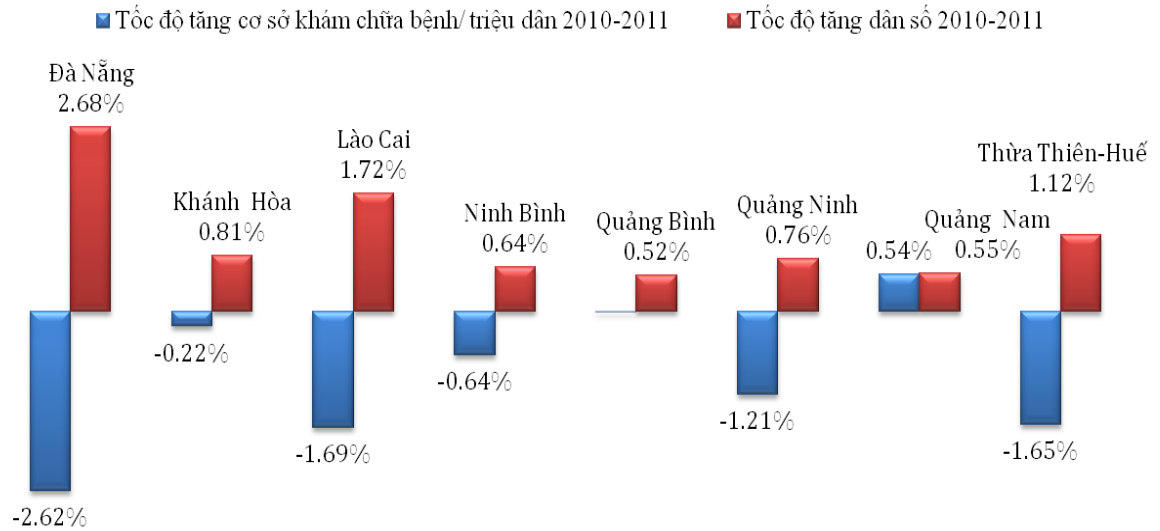
Tốc độ tăng dân số và hạ tầng y tế

Một tiêu chí khác khi nói đến sự phát triển của con người đó là tốc độ tăng dân số và tốc độ nâng cấp của hạ tầng y tế địa phương.

Nhìn chung, tốc độ tăng dân số các địa phương trong năm 2010-2011 đều ở ngưỡng dương. Đặc biệt, Đà Nẵng có mức tăng nhanh hơn hẳn các thành phố còn lại (2.68%). Quảng Ninh giữ mức tăng không chênh lệch nhiều so với các tỉnh khác như Ninh Bình, Khánh Hòa, Quảng Nam. Điều đáng lưu ý ở đây là tương quan giữa tốc độ tăng dân số và tốc độ tăng các cơ sở khám chữa bệnh dành cho dân cư địa phương. Tốc độ tăng dân số nhanh, số cơ sở khám chữa bệnh lại có xu hướng giảm, mạnh nhất ở Đà Nẵng, Lào Cai và Thừa Thiên Huế.

Quảng Ninh có 15 bệnh viện, 09 phòng khám đa khoa khu vực, 10 trung tâm y tế tuyến tỉnh, 14 trung tâm y tế tuyến huyện, 186 trạm y tế xã, phường. Đội ngũ y sỹ, bác sỹ chuyên nghiệp với 02 tiến sỹ y học, 53 thạc sỹ y học, 24 bác sỹ chuyên khoa II, 218 bác sỹ chuyên khoa I, 437 bác sỹ, 478 y sỹ, 109 kỹ thuật viên, 960 điều dưỡng viên, 225 nữ hộ sinh, 43 dược sỹ đại học, 99 dược sỹ trung học và 982 cán bộ chuyên môn khác đạt tỷ lệ 30 giường bệnh trên 10.000 dân, đạt tỷ lệ 8 bác sỹ trên 10.000 dân. Tuy nhiên, năm 2012 số lượng cơ sở khám chữa bệnh giảm (với tỷ lệ là 1,21%). Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng cuộc sống của dân cư địa phương. Khi dân số tăng lên, nhu cầu với dịch vụ y tế cũng tăng theo nhưng số cơ sở đáp ứng nhu cầu đó lại giảm xuống.

Hình 35 Tốc độ tăng dân số và hạ tầng y tế



Xu hướng chuyển biến cuộc sống của người dân

Có rất nhiều yếu tố để đánh giá xu hướng chuyển biến cuộc sống của dân cư các địa phương. Một số địa phương có những yếu tố chuyển biến mang tính tích cực nhưng cũng không tránh khỏi những diễn biến tiêu cực. Quảng Ninh có môi trường sống an toàn hơn, nhiều niềm tin vào cuộc sống hơn, khỏe hơn nhưng cũng bị đe dọa bởi sự ô nhiễm môi trường (do khai thác tài nguyên không có giới hạn, các khu công nghiệp gây ô nhiễm môi trường địa phương) hay giá cả ngày càng đắt đỏ hơn.

Sự phát triển kinh tế cũng ảnh hưởng không nhỏ đến đời sống người dân, một số địa phương chịu những ảnh hưởng vô cùng tiêu cực. Ninh Bình (gia tăng tệ nạn xã hội, gia tăng thất nghiệp do khó khăn trong tìm kiếm việc làm, nhiều bệnh tật, số lượng doanh nghiệp phá sản gia tăng). Quảng Nam và Quảng Bình thì dân cư cảm thấy ít hạnh phúc hơn, mất niềm tin vào nhau trong cuộc sống.

Như vậy, xu hướng chuyển biến về chất lượng cuộc sống của dân cư không được khả quan trong thời gian gần đây. Đa số dân cư địa phương đánh giá cuộc sống ít an toàn, ít hạnh phúc, khó khăn và nhiều bệnh tật, môi trường không sạch như hiện nay.

Hình 36 Xu hướng chuyển biến cuộc sống của người dân

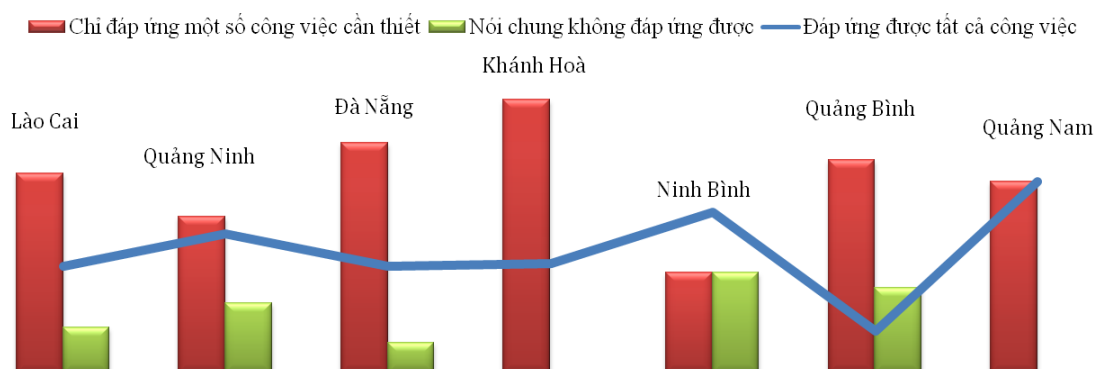


Chất lượng lao động địa phương

Chất lượng lao động địa phương có sự khác biệt giữa các địa phương. Khánh Hòa và Quảng Nam là hai tỉnh mà lao động địa phương được đánh giá cao, người lao động của tỉnh này một lượng lớn có thể đáp ứng

các công việc cần thiết, phần còn lại đáp ứng được tất cả các công việc. Ninh Bình là tỉnh mà có số lượng lao động không đáp ứng được yêu cầu công việc là cao nhất nhưng cũng có số lượng lao động đáp ứng tất cả các công việc cao nhất. Đối với Quảng Ninh, số lượng lao động có khả năng đáp ứng tất cả các công việc khá cao, chỉ thấp hơn so với Quảng Nam và Ninh Bình. Tuy nhiên, tỉnh cũng đang tồn tại số lượng lớn lao động nhìn chung không đáp ứng yêu cầu công việc. Điều này thể hiện sự thiếu quy hoạch trong công tác đào tạo nhân lực địa phương trong giai đoạn vừa qua.

Hình 37 Đánh giá của doanh nghiệp về chất lượng lao động địa phương

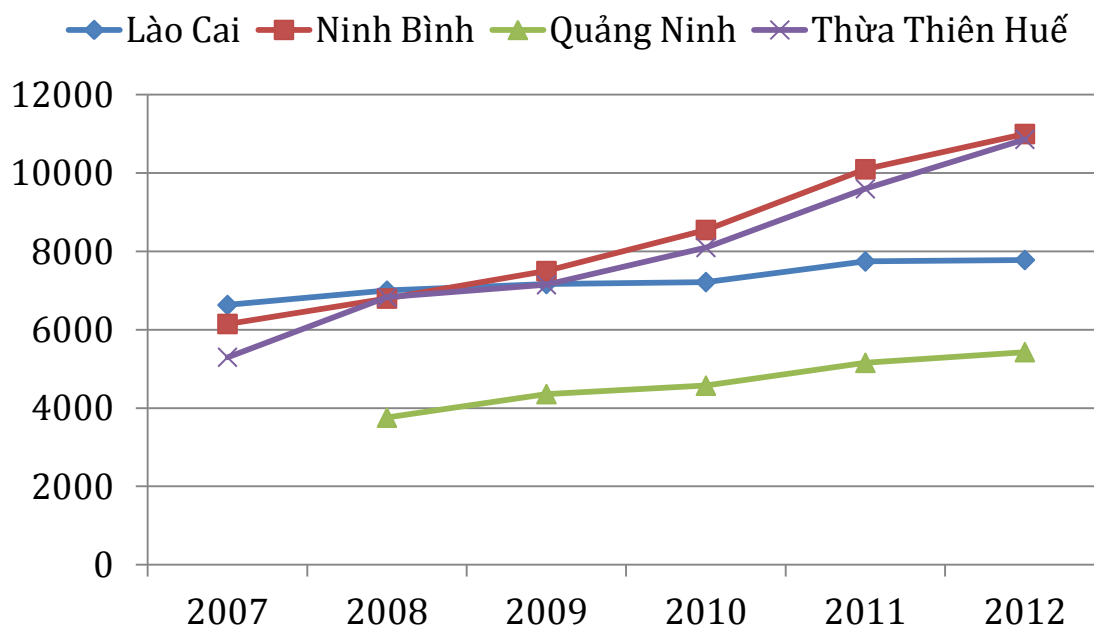


Nguồn nhân lực du lịch

Nguồn nhân lực du lịch được phân bố trong phạm vi cả nước nhưng không đồng đều giữa các vùng, lao động du lịch chủ yếu tập trung ở hai trung tâm du lịch lớn, có nhiều tài nguyên du lịch được khai thác và đưa vào sử dụng là Hà Nội và phụ cận, TP. Hồ Chí Minh và phụ cận (năm 2005 tỷ lệ lao động hai khu vực này chiếm 73%, năm 2008 là 67,4%). Theo đó, các dịch vụ lữ hành, nhà hàng, khách sạn, vận chuyển, khu mua sắm, vui chơi giải trí,... phát triển mạnh ở các trung tâm du lịch để phục vụ du khách, kéo theo nhu cầu về nhân lực. So với các tỉnh, thành có

tương đồng trong phát triển du lịch, Quảng Ninh là tỉnh có nhu cầu về lao động du lịch khá cao (87.200 lao động). Tuy nhiên, theo số liệu thực tế về lao động trong ngành du lịch địa phương thì thấy rằng Quảng Ninh chưa thực sự đáp ứng được nhu cầu đó.

Hình 38 Số lượng nhân lực trực tiếp phục vụ du lịch tại địa phương



Như vậy, so với các tỉnh, thành khác Quảng Ninh có số lượng lao động phục vụ du lịch rất ít. Trong khi đó, lượng khách du lịch đến với Quảng Ninh rất lớn (thường gấp 2 -3 lần các tỉnh thành khác) dẫn đến hiện tượng quá tải, lao động du lịch khó đáp ứng được nhu cầu của du khách, làm giảm chất lượng dịch vụ, ảnh hưởng đến sức hấp dẫn của điểm đến du lịch.

Bên cạnh tình hình chung, đội ngũ hướng dẫn viên quốc tế và nội địa của Quảng Ninh cũng không đáp ứng được yêu cầu phục vụ khách trong nước và quốc tế. Quảng Ninh được xếp vào 10 tỉnh thành có số lượng HDV quốc tế nhiều nhất nước 2012 (248 HDV, xếp thứ 5, sau Đà Nẵng

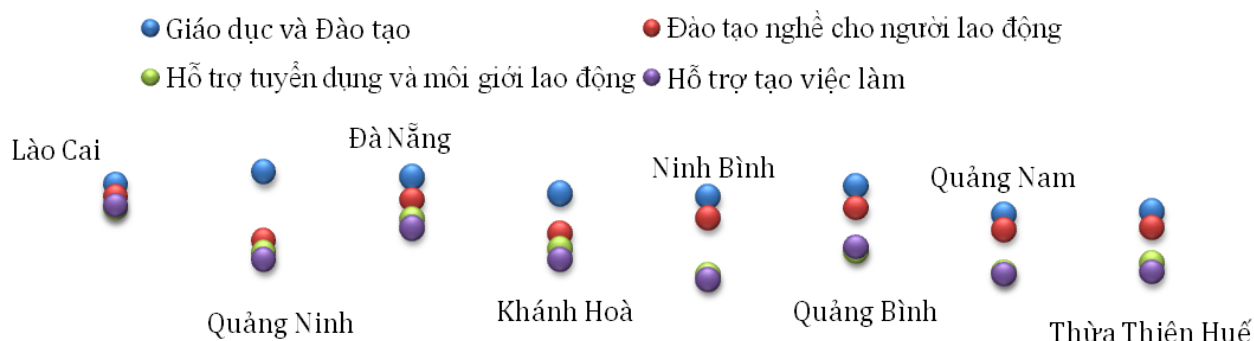
và Thừa Thiên Huế) thể hiện sự gia tăng về chất lượng hướng dẫn viên tại điểm trong những năm gần đây nhưng tỷ lệ 1 HDV/khách còn rất cao. Bên cạnh đó, vì giai đoạn trước Quảng Ninh thường đón lượng lớn khách du lịch Trung Quốc nên phần lớn các HDV ở đây là HDV tiếng Trung (185/248 HDV). Hiện nay, các HDV viên tại điểm khó có thể đáp ứng được yêu cầu của khách thuộc các thị trường khác như Anh, Pháp, Mỹ. Điều tương tự cũng xảy ra với các địa phương như Ninh Bình, Lào Cai. Do vậy, nhân lực du lịch các địa phương này chủ yếu là lực lượng người lao động tự đào tạo ngoại ngữ để phục vụ du khách (trong đó có các HDV) làm cho kỹ năng phục vụ khách du lịch quốc tế còn yếu.

Chất lượng dịch vụ hỗ trợ người lao động

Theo đánh giá của người dân, Quảng Ninh là một trong những tỉnh có dịch vụ giáo dục và đào tạo rất tốt (tương đương với Đà Nẵng, Quảng Bình). Tuy nhiên, tỉnh chưa có dịch vụ hỗ trợ đào tạo nghề cho dân cư địa phương. Vấn đề này ảnh hưởng không nhỏ làm cho các lao động tác nghiệp địa phương có nghiệp vụ chưa thực sự cao. Đây là khó khăn có các ngành nghề trong tỉnh nói chung cũng như ngành du lịch nói riêng. Riêng ngành du lịch, dịch vụ đào tạo nghề cho lao động đặc biệt có ý nghĩa. Do dân cư địa phương tham gia rất nhiều trong cung cấp dịch vụ du lịch của toàn tỉnh trong khi đó họ lại thiếu kỹ năng cơ bản và nghiệp vụ để có thể đáp ứng nhu cầu của du khách, đặc biệt là du khách quốc tế.

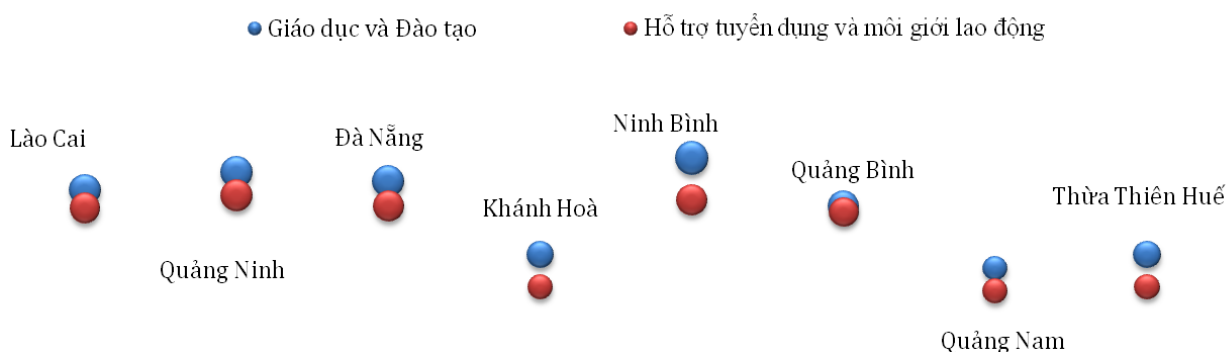
Dịch vụ hỗ trợ tạo việc làm và hỗ trợ tuyển dụng của Quảng Ninh chưa thực sự tốt nhưng điều này cũng không ảnh hưởng lớn đến tình hình lao động chung của tỉnh (tỷ lệ thất nghiệp thấp).

Hình 39 Đánh giá của người dân về dịch vụ hỗ trợ lao động



Dưới góc độ doanh nghiệp, công tác giáo dục và đào tạo, hỗ trợ tuyển dụng và môi trường đào tạo của Quảng Ninh cũng được đánh giá khá tốt (tương đương với Đà Nẵng, Ninh Bình và tốt hơn khá nhiều so với Quảng Nam và Khánh Hòa). Tuy nhiên, đánh giá riêng trong ngành du lịch thì Ninh Bình là tỉnh thành có ưu thế hơn cả trong đào tạo nhân lực chuyên sâu. Các doanh nghiệp thường xuyên tổ chức đào tạo tại chỗ nhằm nâng cao kỹ năng nghề. Do vậy, Ninh Bình có khả năng phục vụ du khách tốt hơn và tạo ra sức hấp dẫn cao hơn so với khách du lịch trong nước, quốc tế.

Hình 40 Đánh giá của doanh nghiệp về dịch vụ hỗ trợ lao động



Chính sách nhân dụng của doanh nghiệp

Khi đánh giá về các chính sách nhân dụng của doanh nghiệp, có một số điểm đáng lưu ý như sau:

- (1) Đà Nẵng là địa phương có ưu thế trong việc xây dựng các chương trình phát triển và công nhận lao động rất tốt bên cạnh các chính sách chăm sóc sức khỏe lao động và người nhà người lao động, các chính sách lương, thưởng và đãi ngộ cho lao động rất tốt. Bên cạnh đó, Đà Nẵng là thành phố có chính sách bảo hiểm thất nghiệp tốt nhất so với tỉnh, thành.
- (2) Quảng Ninh có ưu thế trong hỗ trợ nhà ở, hỗ trợ người lao động vay vốn, hỗ trợ ăn trưa và phương tiện di chuyển khá tốt cho người lao động có nhiều tương đồng với Ninh Bình, Quảng Bình. Tuy nhiên, Quảng Ninh còn nhiều hạn chế trong thực hiện chế độ bảo hiểm xã hội, chăm sóc sức khỏe lao động cũng như thiếu định hướng phát triển lao động trong tương lai.

Hình 41 Đánh giá của người dân về chất lượng nhân dụng của doanh nghiệp



Chính sách nhân dụng của địa phương

Đánh giá đối với chính sách nhân dụng của địa phương, các doanh nghiệp Quảng Ninh cho rằng địa phương mình có chính sách nâng bậc lương cho lao động khá tốt bên cạnh chính sách thất nghiệp và luân chuyển lao động. Riêng Đà Nẵng và Ninh Bình thì tập trung ưu tiên cho

các nhà khoa học và nguồn nhân lực có khả năng trong phát triển. Điều này làm cho hiện tượng ‘chảy máu chất xám’ của hai tỉnh Đà Nẵng và Ninh Bình ít hơn các tỉnh, thành còn lại.

Hình 42 Đánh giá của doanh nghiệp về chất lượng nhân dụng của địa phương



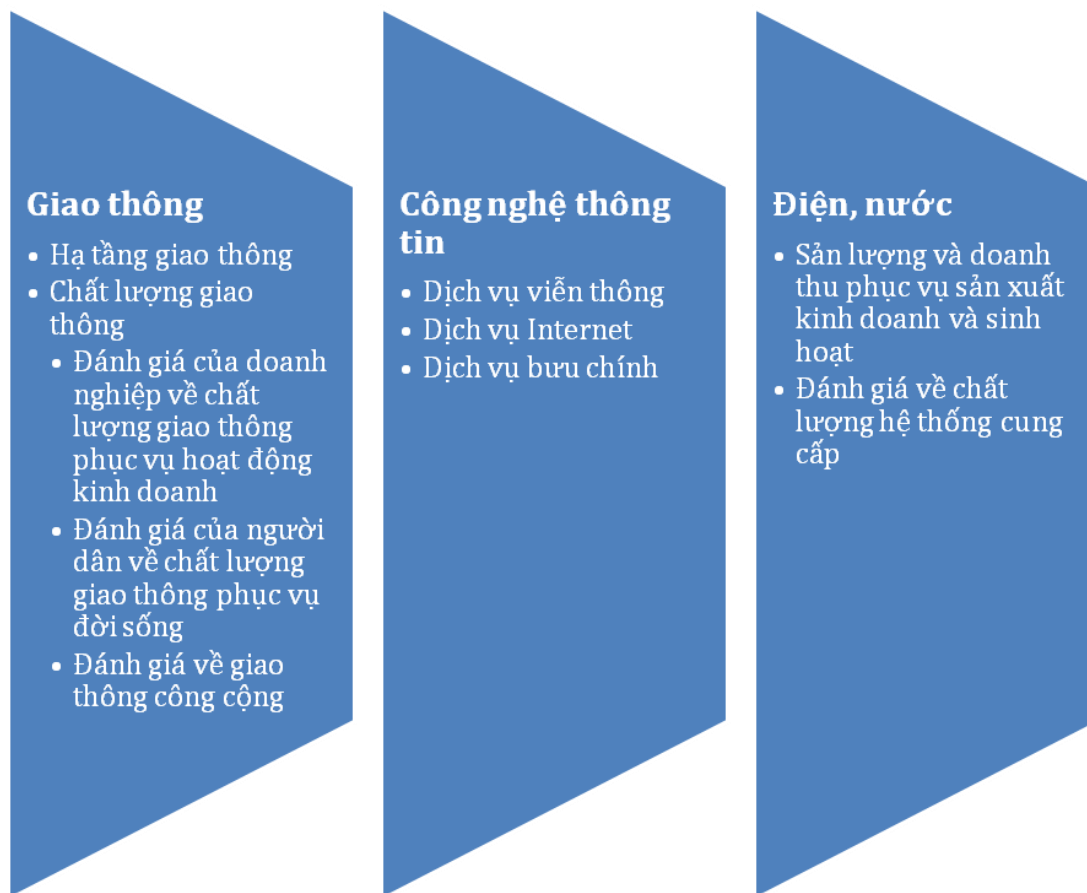
CƠ SỞ HẠ TẦNG

Trụ cột Cơ sở hạ tầng

Đây là trụ cột có được đánh giá có nhiều lợi thế của Quảng Ninh. Điều này có được là do sự tích cực đầu tư của tỉnh vào các hệ thống như giao thông, công nghệ thông tin và điện nước. Mục tiêu đầu tiên của toàn tỉnh là nâng cao chất lượng cuộc sống của nhân dân bên cạnh hỗ trợ sản xuất của doanh nghiệp.

Các yếu tố được đưa vào mô hình PEII năm 2012 như sau:

Hình 43 Trụ cột Cơ sở hạ tầng

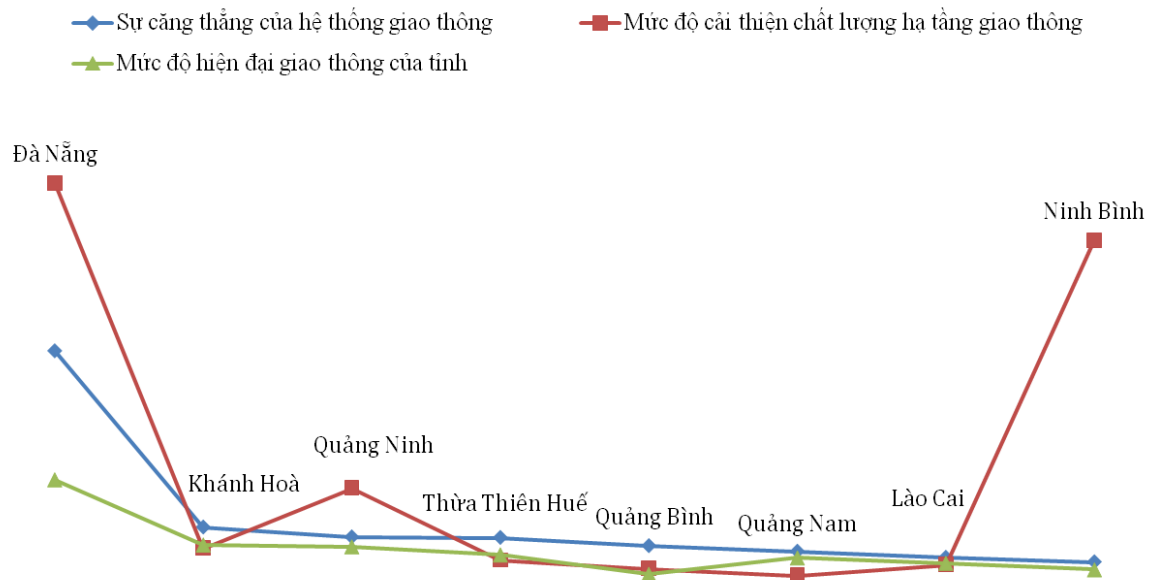


Hệ thống giao thông

Quảng Ninh là tỉnh thành có hệ thống giao thông khá phát triển bao gồm giao thông đường bộ, giao thông đường thủy nội địa, giao thông đường biển, giao thông đường sắt và các cảng hàng không. Tỉnh có nhiều tuyến quốc lộ, 5 cảng hàng không và hai sân bay. Hệ thống này góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh và thuận lợi hơn cho dân cư địa phương. Trong các tỉnh thành thì Đà Nẵng và Ninh Bình có mức độ cải thiện hệ thống hạ tầng giao thông tốt nhất. Tại Đà Nẵng, các tuyến đường thường xuyên được cải thiện, nhiều tuyến đường mới và cầu mới được xây dựng (Cầu Rồng). Đà Nẵng cũng tích cực xây dựng và cải thiện hệ thống giao thông theo hướng hiện đại hóa nhưng kèm theo đó là sự gia tăng của dân số và số lượng khách du lịch làm cho tình hình giao thông trở nên căng thẳng hơn.

Xét tương quan, Quảng Ninh cũng là tỉnh có mức độ cải thiện chất lượng hạ tầng giao thông tốt. Sự căng thẳng của hệ thống giao thông thấp, người dân và khách du lịch có thể dễ dàng tham gia giao thông ở khu vực này. Tuy nhiên, mức độ hiện đại của giao thông tỉnh còn chưa cao, chỉ tương đương với các tỉnh còn lại, thấp hơn so với Đà Nẵng.

Hình 44 Sự căng thẳng, Mức độ hiện đại và mức độ cải thiện chất lượng hạ tầng giao thông

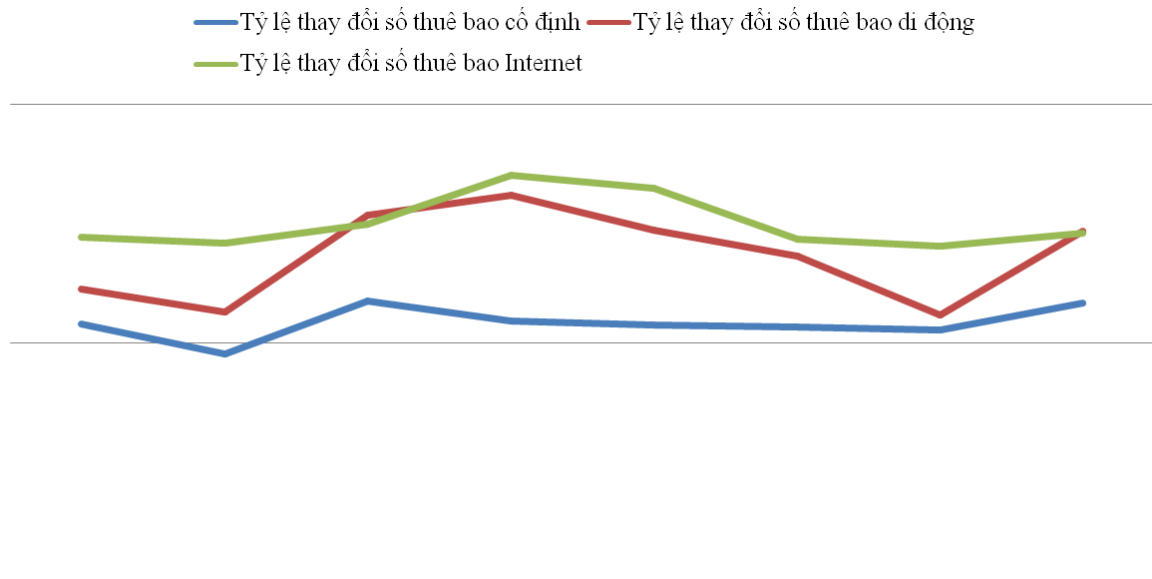


Hạ tầng Viễn thông

Nhìn chung hệ thống hạ tầng viễn thông của Quảng Ninh được đánh giá khá tốt. Hệ thống bưu chính viễn thông đã đạt tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện đáp ứng được các nhu cầu và hình thức thông tin. Mạng viễn thông được trang bị các thiết bị kỹ thuật số với công nghệ tiên tiến, hiện đại, đa dịch vụ. Đầu năm 2009 trên địa bàn tỉnh đã có 693 trạm phát sóng di động BTS, trong đó số trạm phát triển mới trong năm 2008 là 206 trạm. Đặc biệt, Vinaphone đã lắp đặt trạm BTS trên đảo Ti Tốp (Vịnh Hạ Long) nên đã phủ sóng di động cơ bản trên Vịnh Hạ Long, góp phần phục vụ tốt nhu cầu du lịch trên Vịnh. Mạng BTS đang được triển khai ở khu vực di tích danh thắng Yên Tử (TX Uông Bí) và Núi Bài Thơ (TP Hạ Long). Mạng thông tin di động của mạng Vinaphone, Viettel, Mobiphone và mạng S-phone đã phủ sóng 14/14 huyện, thị xã, thành phố cùng nhiều đảo xa của tỉnh. Tổng số thuê bao trên toàn tỉnh tính

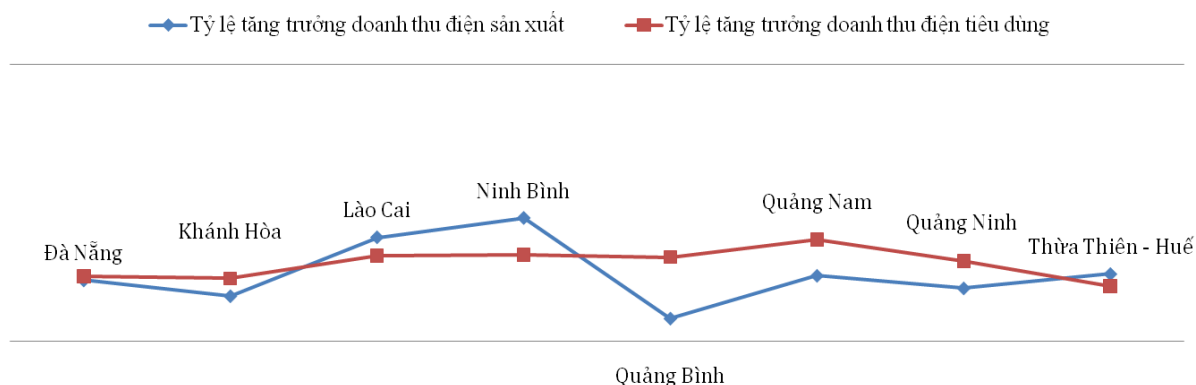
đến hết năm 2008 đạt 1.795.970 thuê bao, đưa mật độ điện thoại cố định và điện thoại di động trả sau đạt 34,4 thuê bao/100 dân). Hệ thống Internet băng rộng, tính đến hết năm 2010 tổng số thuê bao Internet trên toàn tỉnh là 36.173 thuê bao.

Hình 45 Tỷ lệ thay đổi thuê bao cố định, thuê bao di động và Internet



Đánh giá về tỷ lệ tăng trưởng doanh thu điện sản xuất, Ninh Bình là địa hương có tỷ lệ doanh thu điện sản xuất cao nhất, sau đó đến Lào Cai, Thừa Thiên Huế. Quảng Ninh nằm trong mức tăng trưởng điện sản xuất trung bình cùng với Quảng Nam và Khánh Hòa. Điều này cũng một phần thể hiện sự gia tăng quy mô sản xuất của các địa phương nói trên. Về doanh thu điện tiêu dùng thì cũng không có sự chênh lệch nhiều giữa các địa phương được so sánh.

Hình 46 Tỷ lệ tăng trưởng doanh thu điện sản xuất và điện tiêu dùng

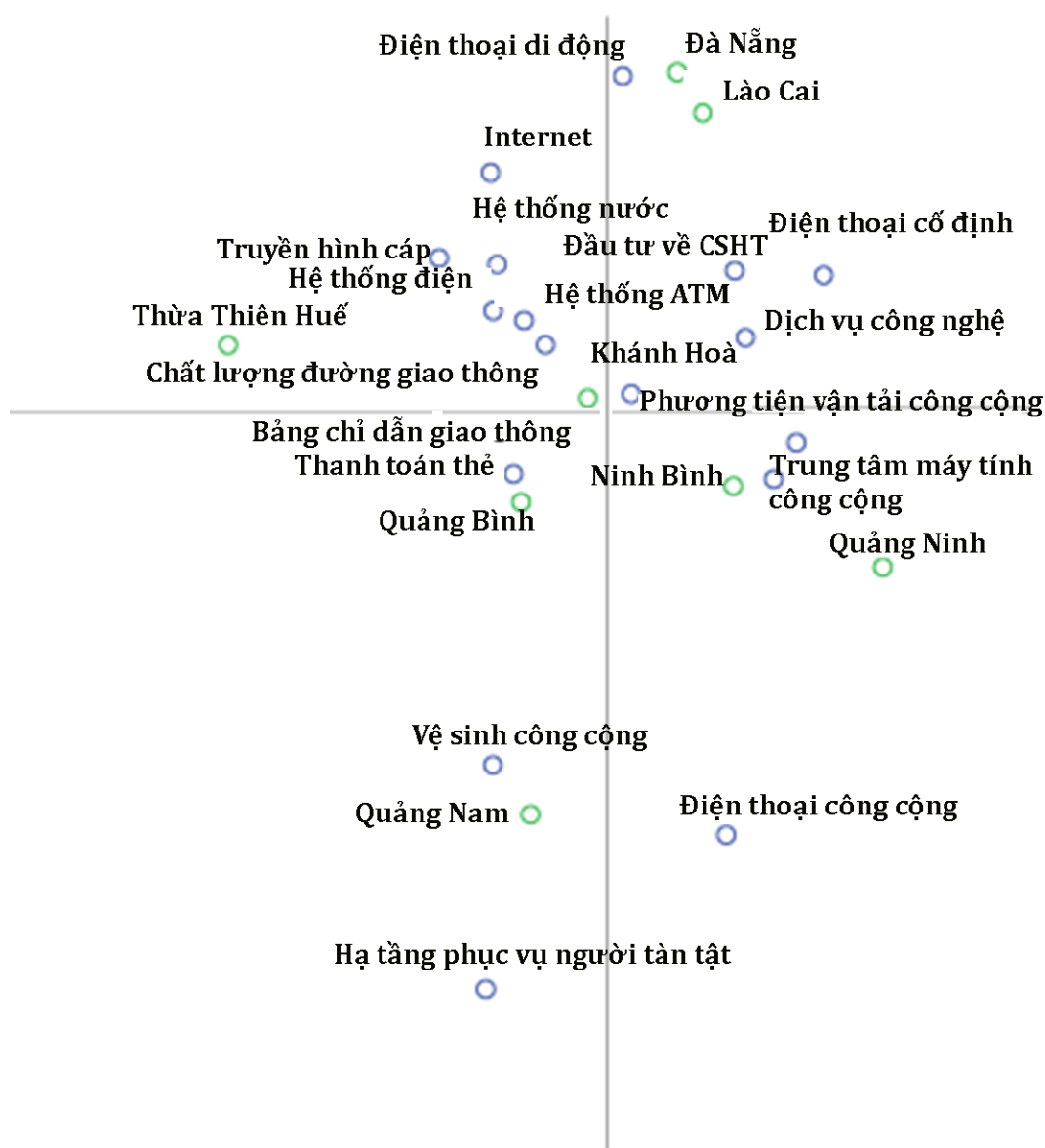


Thực trạng hạ tầng

Đánh giá của người dân về thực trạng hạ tầng như sau:

- (1) Một số địa phương đang dần chuyển hình thức thanh toán truyền thống sang hình thức thanh toán hiện đại hơn (phát triển hệ thống ATM và chuyển sang hình thức thanh toán thẻ).
- (2) Chất lượng cuộc sống của dân cư một số địa phương được nâng lên do được sự hỗ trợ của dịch vụ như internet, điện thoại di động, truyền hình cáp, dịch vụ công nghệ, chất lượng giao thông tốt hơn. Trong đó chất lượng cuộc sống tốt hơn cả có Đà Nẵng, Lào Cai, Thừa Thiên Huế và Khánh Hòa.
- (3) Nhân tố hạ tầng là yếu tố được đánh giá chung là có nhiều ưu thế của Quảng Ninh nhưng bản thân dân cư địa phương thì không đánh giá cao nhân tố này.

Hình 47 Đánh giá của người dân về thực trạng CSHT



Đánh giá của doanh nghiệp thì có sự khác biệt nhỏ với dân cư địa phương. Doanh nghiệp cho rằng thực trạng hạ tầng của Quảng Ninh khá tốt, có ưu thế về dịch vụ công nghệ, hệ thống điện nước, hệ thống hạ tầng giao thông và đặc biệt là xu hướng chuyển biến sang hệ thống thanh toán hiện đại (qua thẻ và chuyển khoản) khá rõ nét. Doanh nghiệp

Quảng Ninh đánh giá điều kiện hạ tầng của mình tốt hơn so với Đà Nẵng.

Hình 48 Đánh giá của doanh nghiệp về thực trạng CSHT



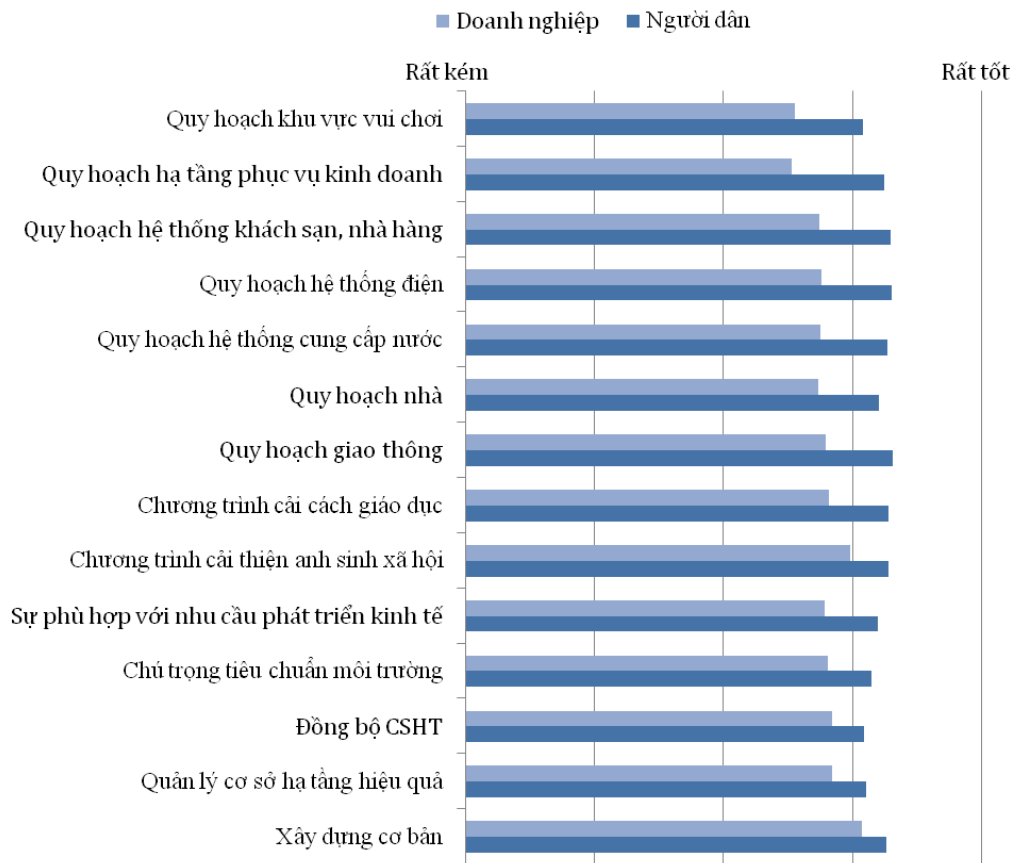
Quản lý các dịch vụ và phát triển hạ tầng

Về việc quản lý dịch vụ phát triển hạ tầng, một số vấn đề nổi lên như sau:

- (1) Người dân và doanh nghiệp đều đánh giá cao các hoạt động quản lý về hạ tầng địa phương, đặc biệt trong xây dựng cơ bản và quy hoạch giao thông đường bộ. Bên cạnh đó, công tác quy hoạch nhà hàng khách sạn, các chương trình cải thiện an sinh xã hội, sự phù hợp với nhu cầu phát triển kinh tế địa phương, cải cách chương trình giáo dục cũng được đánh giá ở mức tốt.
- (2) Một vấn đề đang đặt ra đối với quản lý dịch vụ phát triển hạ tầng của địa phương dưới góc nhìn của doanh nghiệp đó là việc quy hoạch hạ tầng phục vụ kinh doanh chưa tốt.

Như vậy, với những nhận định trên, Quảng Ninh có tiền đề nhất định trong việc phát triển hạ tầng trong thời gian tới. Một điểm sáng cho ngành du lịch là việc quy hoạch các khu vui chơi, giải trí, quy hoạch nhà hàng khách sạn đã được lưu tâm. Nó tạo ra cơ sở cho phát triển du lịch Quảng Ninh.

Hình 49 Đánh giá về Quản lý các dịch vụ và phát triển hạ tầng



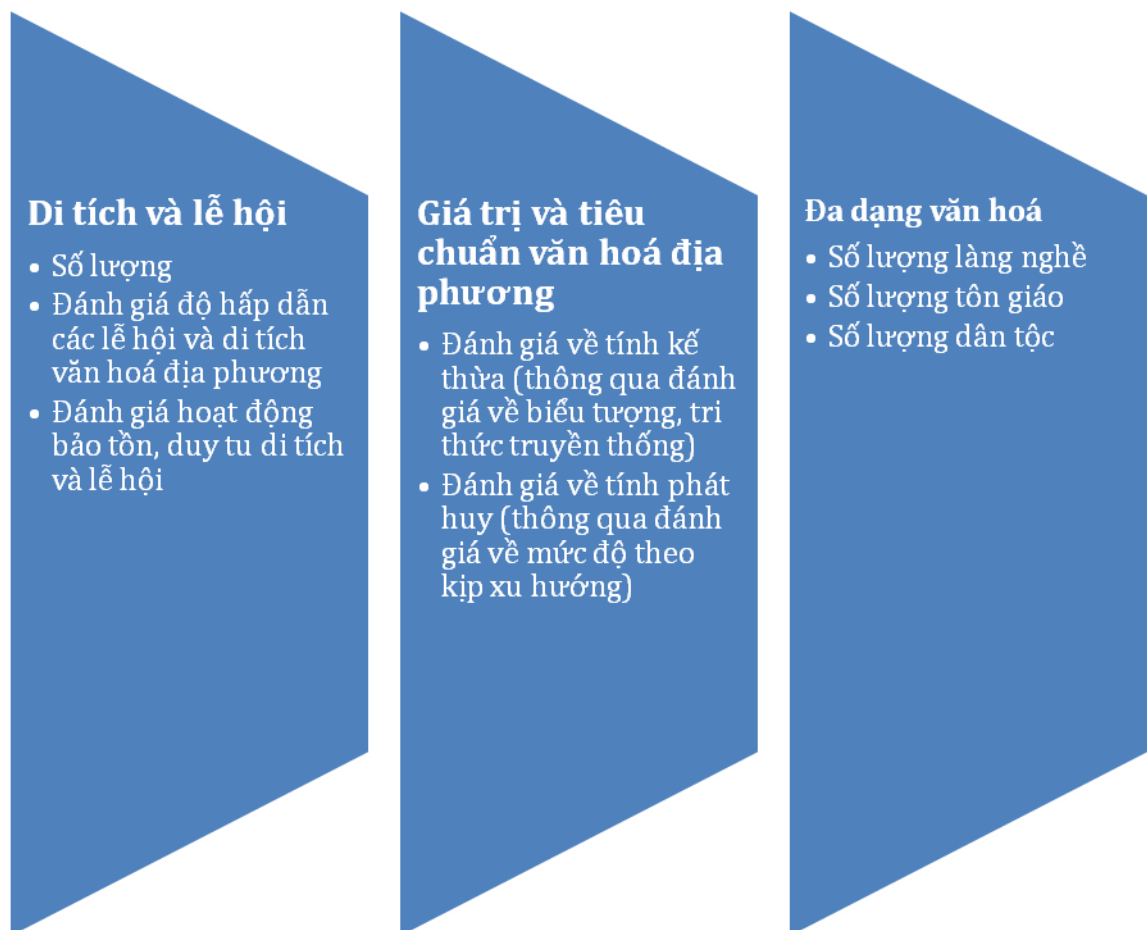
VĂN HÓA

Trụ cột Văn hoá

Tỉnh Quảng Ninh có gần 500 di tích lịch sử, văn hoá, nghệ thuật gắn với nhiều lễ hội truyền thống, trong đó có những di tích nổi tiếng như đền Cửa Ông (Cẩm Phả), Đình Trà Cổ (Móng Cái), chùa Long Tiên (TP.Hạ Long), Đệ tứ chiến khu Đông Triều, đình Quan Lạn, chùa Cái Bầu - Thiền viện Trúc Lâm Giác Tâm (Vân Đồn). Đây là những điểm thu hút khách thập phương đến với các loại hình du lịch văn hoá, tôn giáo, nhất là vào những dịp lễ hội. Tuy nhiên năm vừa qua có nhiều biến động văn hóa ảnh hưởng đến thứ hạng của trụ cột này của Quảng Ninh.

Các chỉ tiêu của trụ cột Văn hoá trong mô hình PEII 2013 gồm:

Hình 50 Trụ cột Văn hoá

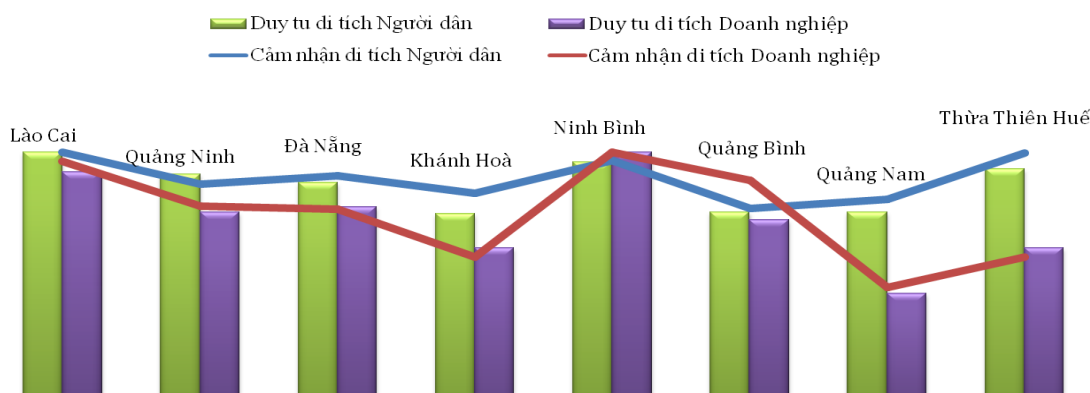


Di tích và Lễ hội

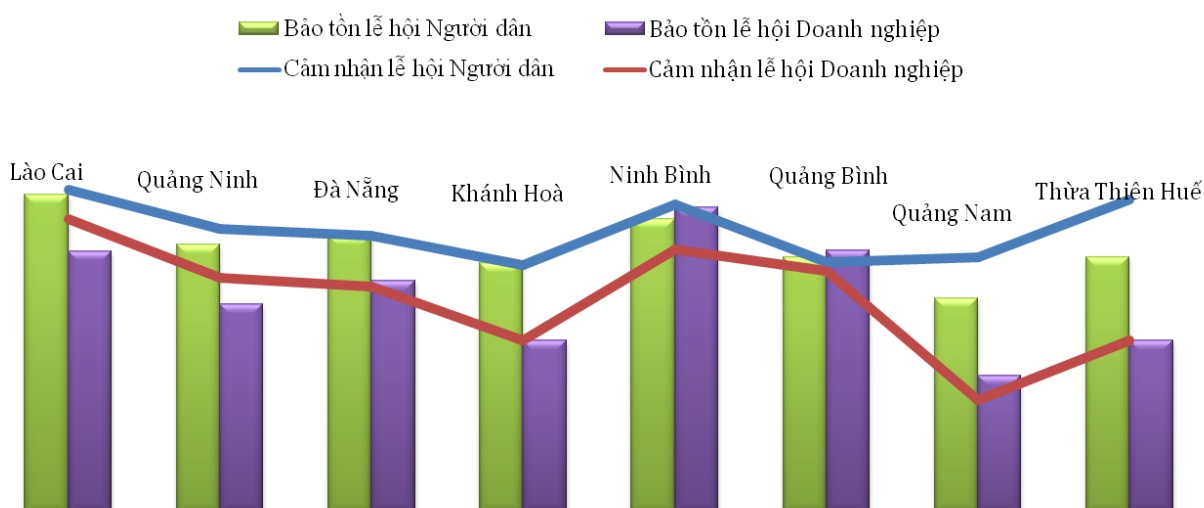
Đối với công tác duy tu di tích: Trong giai đoạn gần đây doanh nghiệp cũng như dân cư địa phương có những chuyển biến khá tích cực. Nếu trong giai đoạn trước nhiều công trình kiến trúc, di tích lịch sử bị khai thác phục vụ du lịch và không có sự duy tu dẫn đến tình trạng xuống cấp nghiêm trọng thì giai đoạn giai hiện nay tình trạng đó đã giảm thiểu khá nhiều. Các địa phương dần nhận ra các giá trị xã hội cũng như kinh tế mà di tích có thể đem lại nên cũng có định hướng bảo tồn khá tốt. Nhưng trên bình diện chung, dân cư địa phương lại là đối tượng có xu hướng duy tu các di tích cao hơn đối tượng doanh nghiệp (người khai thác trực tiếp trong kinh doanh của họ, đặc biệt là doanh nghiệp du lịch). Tỉnh Ninh Bình là tỉnh có công tác duy tu, bảo tồn di tích tốt nhất, sau đó đến Quảng Ninh và Lào Cai. Quảng Nam là tỉnh chưa chú trọng đến công tác bảo tồn di tích hơn cả. Bên cạnh Quảng Nam, có Thừa Thiên Huế cũng là một địa phương có số lượng di tích khá lớn, có giá trị văn hóa cao nhưng ý thức của doanh nghiệp địa phương trong duy tu các di tích lại rất thấp.

Nguyên nhân dẫn đến việc một số địa phương chưa quan tâm đến công tác duy tu các di tích trên địa bàn nhóm nghiên cứu cho rằng di cảm nhận về giá trị di tích chưa cao. Điều này được thể hiện khá rõ, các tỉnh có mức cảm nhận cao (đánh giá cao các giá trị của di tích) thì mức độ duy tu thường cao hơn các tỉnh còn lại.

Hình 51 Đánh giá của người dân và doanh nghiệp về di tích



Hình 52 Đánh giá của người dân và doanh nghiệp về lễ hội



Về cơ bản dân cư các địa phương thường có xu hướng coi trọng các giá trị của lễ hội hơn các doanh nghiệp (xu hướng này rõ nét nhất ở Thừa Thiên Huế). Riêng Quảng Bình, dân cư và doanh nghiệp đều có đánh giá tương đồng nhau về giá trị lễ hội. Điều này tạo tính cộng hưởng trong công tác bảo tồn ở địa phương.

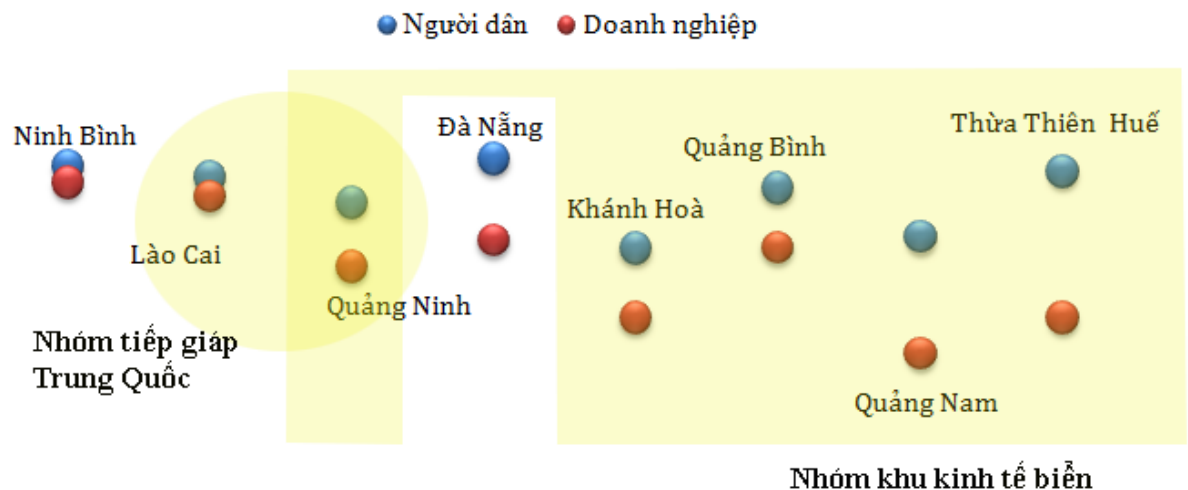
Giống với duy tu các di tích lịch sử, Ninh Bình vẫn là địa phương có xu hướng bảo tồn lễ hội tốt nhất và Quảng Nam là địa phương chưa coi

trọng nhất công tác bảo tồn lễ hội. Quảng Ninh là địa phương có công tác bảo tồn lễ hội tương đương với Đà Nẵng và Quảng Bình, nhưng mà sự góp sức của doanh nghiệp chưa thực sự có ưu thế so với hai địa phương còn lại. So với Khánh Hòa (địa phương có nhiều tương đồng) thì Quảng Ninh thực hiện công tác bảo tồn lễ hội tốt hơn, đặc biệt là khối doanh nghiệp.

Tóm lại, công tác duy tu di tích và bảo tồn lễ hội thể hiện thái độ của địa phương đối với các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể. Xu hướng hiện nay là các địa phương đã dần chú trọng hơn trong công tác này. Tuy nhiên, với riêng Quảng Ninh, nếu muốn biến mình trở thành một thành phố du lịch cần chú ý trong bảo tồn các giá trị văn hóa địa phương hơn nhằm khai thác phục vụ du lịch trong tương lai.

Tính kế thừa và chuẩn mực xã hội

Hình 53 Đánh giá của người dân và doanh nghiệp về tính kế thừa và chuẩn mực văn hoá xã hội



Đánh giá về tính kế thừa văn hóa và chuẩn mực xã hội của địa phương dưới góc độ người dân và doanh nghiệp, nhóm nghiên cứu nhận thấy các vấn đề như sau:

- (1) Người dân Đà Nẵng, Thừa Thiên Huế và Ninh bình đánh giá khá tốt việc kế thừa các giá trị và chuẩn mực xã hội hiện tại của địa phương mình. Trong khi đó Quảng Nam và Khánh Hòa thì có xu hướng thấp hơn nhiều so với các đại phương còn lại. Quảng Ninh cũng nằm trong nhóm bị đánh giá thấp trong tiêu chí này.
- (2) Nếu như dân cư Thừa Thiên Huế đánh giá rất cao các giá trị văn hóa thì nhóm doanh nghiệp lại có đánh giá ngược lại. Khối doanh nghiệp tại Ninh Bình đánh giá các giá trị văn hóa và chuẩn mực xã hội của mình rất cao, khá tương đồng so với nhóm dân cư địa phương. Riêng Quảng Ninh, đánh giá của doanh nghiệp về giá trị văn hóa và chuẩn mực xã hội địa phương vẫn nằm trong nhóm thấp trong tương quan với địa phương còn lại.
- (3) Nếu dựa trên vị trí địa lý thấy rằng nhóm địa phương tiếp giáp với Trung Quốc thì doanh nghiệp có xu hướng coi trọng các giá trị văn hóa và chuẩn mực xã hội hơn so với các địa phương tập trung phát triển kinh tế biển. Do vậy, cũng một phần có thể khẳng định rằng sự phát triển kinh tế theo xu hướng hiện đại hóa ảnh hưởng không nhỏ đến các giá trị truyền thống địa phương.

Đặc trưng văn hoá

Người dân Lào Cai đánh giá cao đặc trưng văn hóa địa phương mình, đặc biệt các món ăn dân tộc. Họ cũng đánh giá cao các giá trị văn hóa và chuẩn mực xã hội đang được thực hiện tại địa phương. Bên cạnh đó, Ninh Bình và Thừa Thiên Huế cũng có đánh giá tương tự.

Quảng Ninh là một tỉnh không được dân cư đánh giá cao trong việc có những nét đặc trưng về văn hóa của riêng mình và nhiều nét tương đồng so với Khánh Hòa.

Hình 54 Đánh giá của người dân về đặc trưng văn hoá địa phương



Về phía doanh nghiệp Đà Nẵng, họ cho rằng là tỉnh có khá nhiều nét đặc trưng riêng như giá trị văn hóa và chuẩn mực xã hội, sự đa dạng tôn giáo và dân tộc, dân cư có tính thẩm mỹ cao và theo kịp xu hướng thời trang hiện nay.

Theo đánh giá này, Quảng Ninh tuy không có nét đặc trưng nổi trội nhưng cũng được đánh giá cao. Họ cũng cho rằng đây là địa phương có giá trị văn hóa và chuẩn mực xã hội được thực hiện tốt, có các danh nhân nổi tiếng và đặc biệt có các món ăn địa phương hấp dẫn.

Hình 55 Đánh giá của doanh nghiệp về đặc trưng văn hoá địa phương

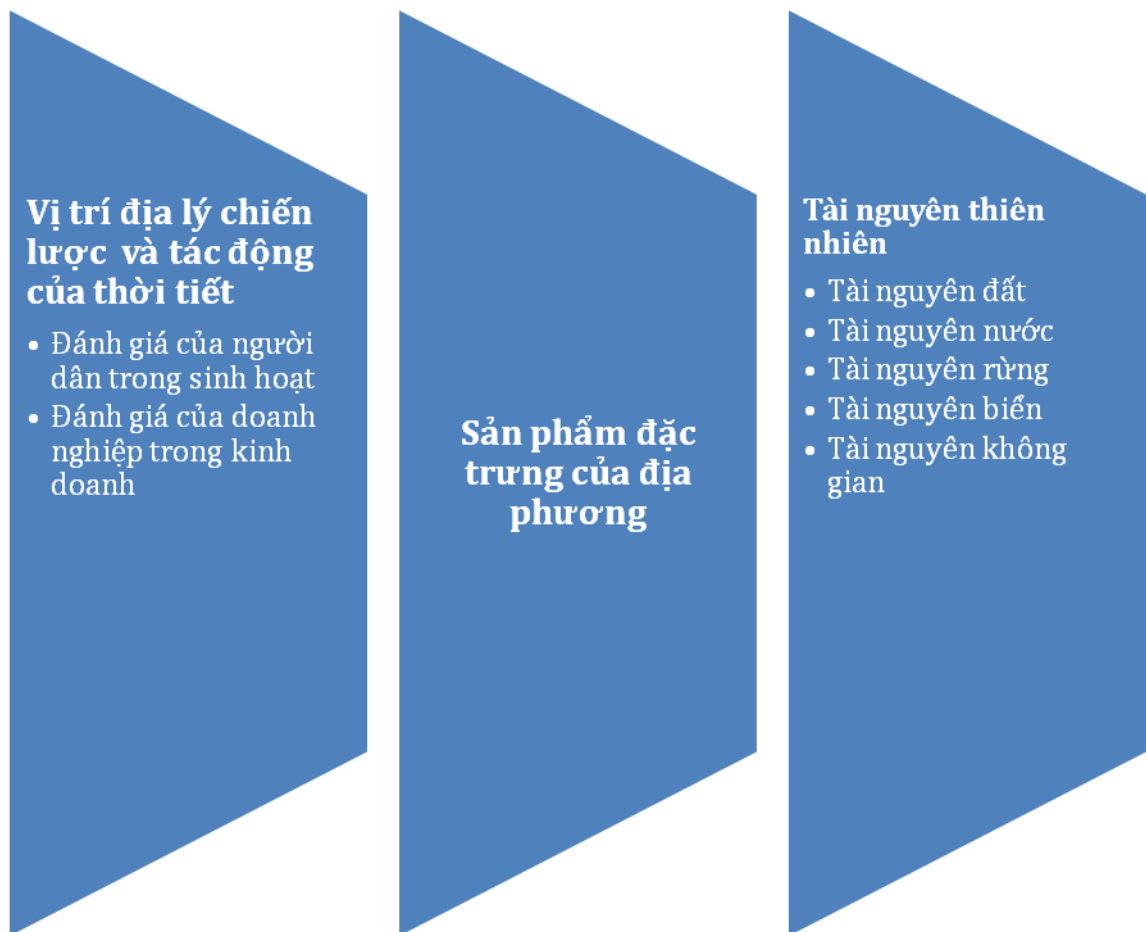


ĐẶC ĐIỂM ĐỊA PHƯƠNG

Trụ cột Đặc điểm địa phương

Đặc điểm địa phương Các tiêu chí của trụ cột được đánh giá cao nhất trong năm đầu tiên đánh giá, đến nay trụ cột này của Quảng Ninh đã xuống 01 hạng. Các yếu tố được sử dụng trong mô hình PEII 2013 bao gồm:

Hình 56 Trụ cột Đặc điểm địa phương

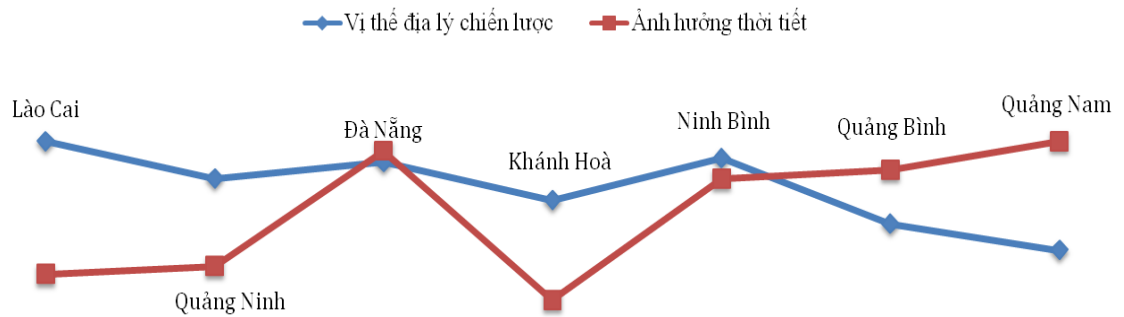


Vị thế địa lý chiến lược và tác động của thời tiết

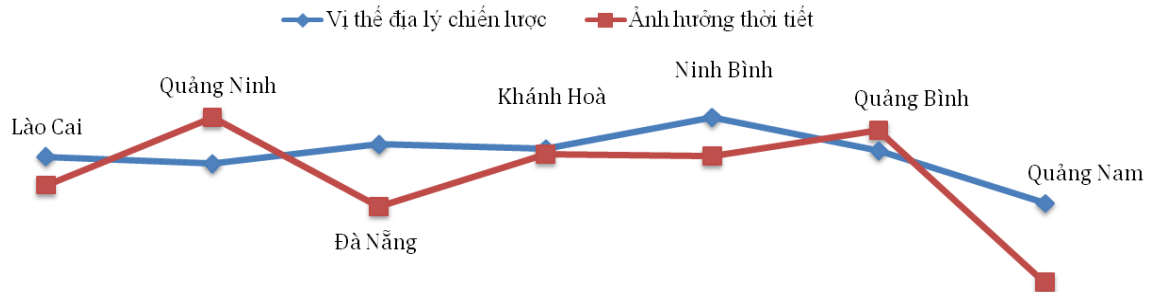
Đánh giá về vị thế địa lý chiến lược và tác động của thời tiết của người dân và địa phương có mấy điểm lưu ý như sau:

- (1) Người dân địa phương Quảng Ninh cho rằng vị thế địa lý chiến lược cao thứ hai sau Lào Cai, ảnh hưởng của thời tiết đến hoạt động chung của tỉnh không nhiều (nằm trong nhóm tỉnh bị ảnh hưởng thấp nhất). Doanh nghiệp Quảng Ninh thì lại cho rằng vị thế địa lý chiến lược của mình không thấp hơn nhiều so với Lào Cai mà có khoảng cách lớn so với Ninh Bình
- (2) Doanh nghiệp Quảng Ninh cho rằng ảnh hưởng thời tiết rất lớn đến hoạt động chung. Ngược lại, dân Quảng Nam cho rằng thời tiết ảnh hưởng đến địa phương mình rất mạnh (do thiên tai xảy ra liên tục) nhưng doanh nghiệp địa phương thì cho rằng thời tiết không ảnh hưởng quá nhiều đến hoạt động của doanh nghiệp.

Hình 57 Đánh giá của người dân về vị thế địa lý chiến lược và tác động tiêu cực của thời tiết



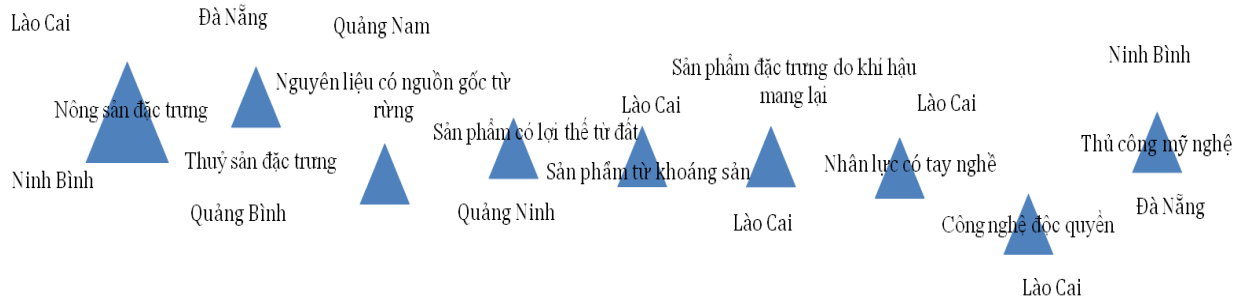
Hình 58 Đánh giá của doanh nghiệp về vị thế địa lý chiến lược và tác động tiêu cực của thời tiết



Sản phẩm đặc trưng

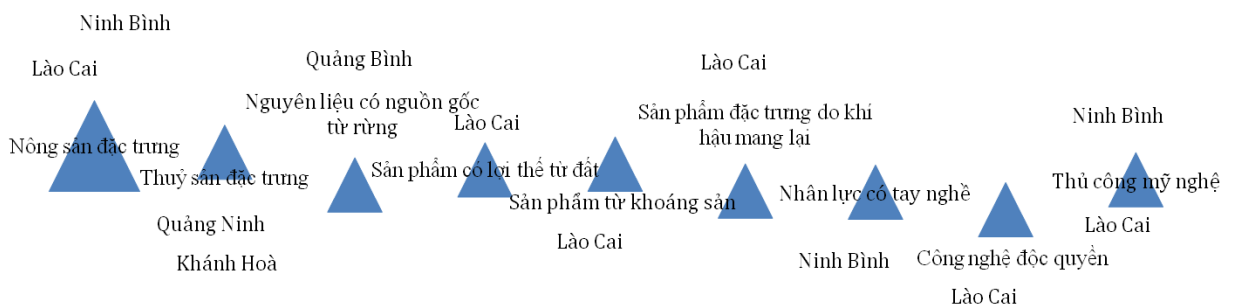
Người dân địa phương cho rằng sản phẩm đặc trưng của Quảng Ninh là sản phẩm có lợi thế từ đất. Trong các tỉnh, Lào Cai có khá nhiều sản phẩm đặc trưng như nông sản, khoáng sản, công nghệ độc quyền hay nguồn nhân lực có tay nghề. Trong nhóm địa phương tiếp giáp thấy rằng Quảng Ninh có quá ít những sản phẩm đặc trưng để tạo sức hấp dẫn. So với các tỉnh thành có biển, Quảng Ninh cũng không thể cạnh tranh được với Đà Nẵng, Quảng Bình. So với các tỉnh có di sản, Ninh Bình có lợi thế hơn vì có sản phẩm thủ công mỹ nghệ độc đáo. Đây là lợi thế để Ninh Bình có thể cung cấp quà tặng cho khách du lịch.

Hình 59 Đánh giá của người dân về sản phẩm đặc trưng địa phương



Doanh nghiệp địa phương Quảng Ninh cho rằng sản phẩm mang đến lợi thế cho địa phương lại là thủy sản, tương đồng với Khánh Hòa. Các doanh nghiệp Lào Cai cũng đánh giá cao về các sản phẩm đặc trưng của địa phương như nông sản, khoáng sản, sản phẩm đặc trưng theo vùng khí hậu, công nghệ đặc quyền hay thủ công mỹ nghệ. Như vậy, Lào Cai có lợi thế hơn nhiều tỉnh thành khác trong nhóm đối sánh. Doanh nghiệp Ninh Bình cho rằng ngoài thủ công mỹ nghệ, họ còn có nguồn nhân lực có tay nghề cao. Đây là một nhận định khá chính xác, vì nguồn nhân lực Ninh Bình hiện nay khá tốt (đặc biệt nhân lực đang phục vụ trong ngành du lịch).

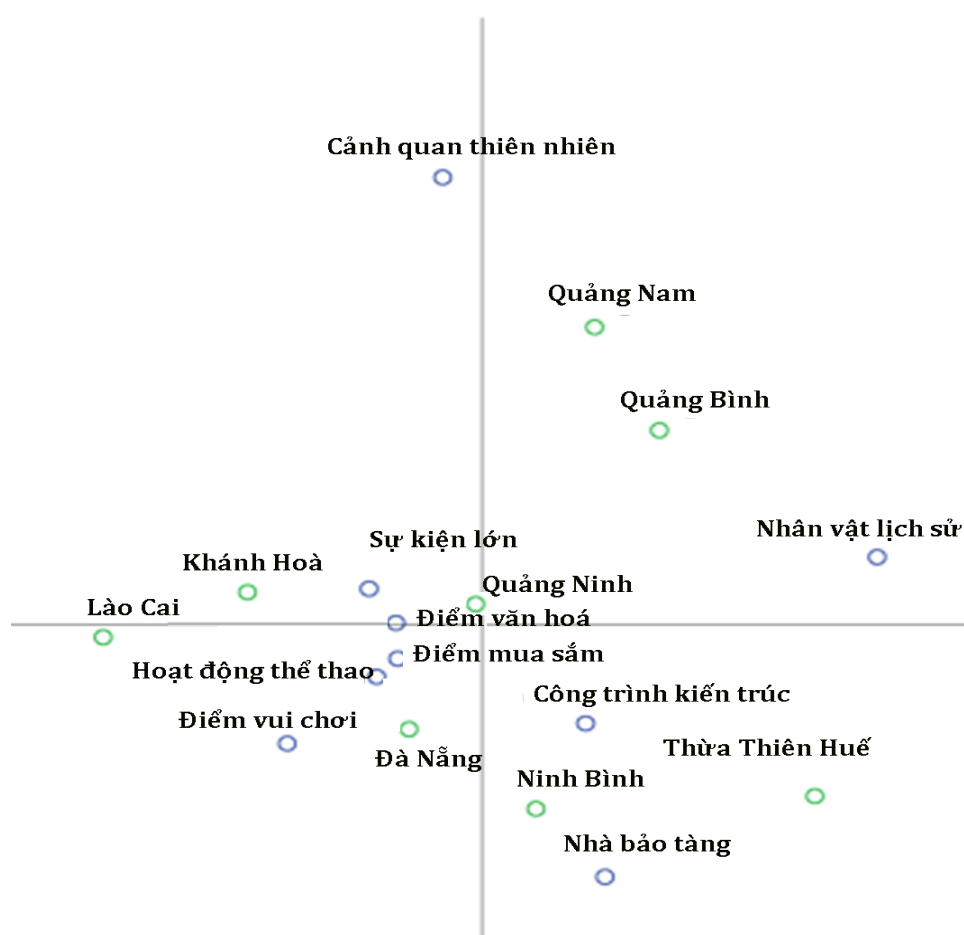
Hình 60 Đánh giá của doanh nghiệp về sản phẩm đặc trưng địa phương



Đặc điểm đặc trưng

Theo đánh giá của người dân của Quảng Ninh, ưu thế của tỉnh là nhiều điểm văn hóa, điểm mua sắm, các hoạt động thể thao và nhiều sự kiện lớn được diễn ra ở đây. Quảng Ninh là tỉnh có di sản thiên nhiên thế giới nhưng mà người dân địa phương không đánh giá cao cảnh quan thiên nhiên của địa phương mình.

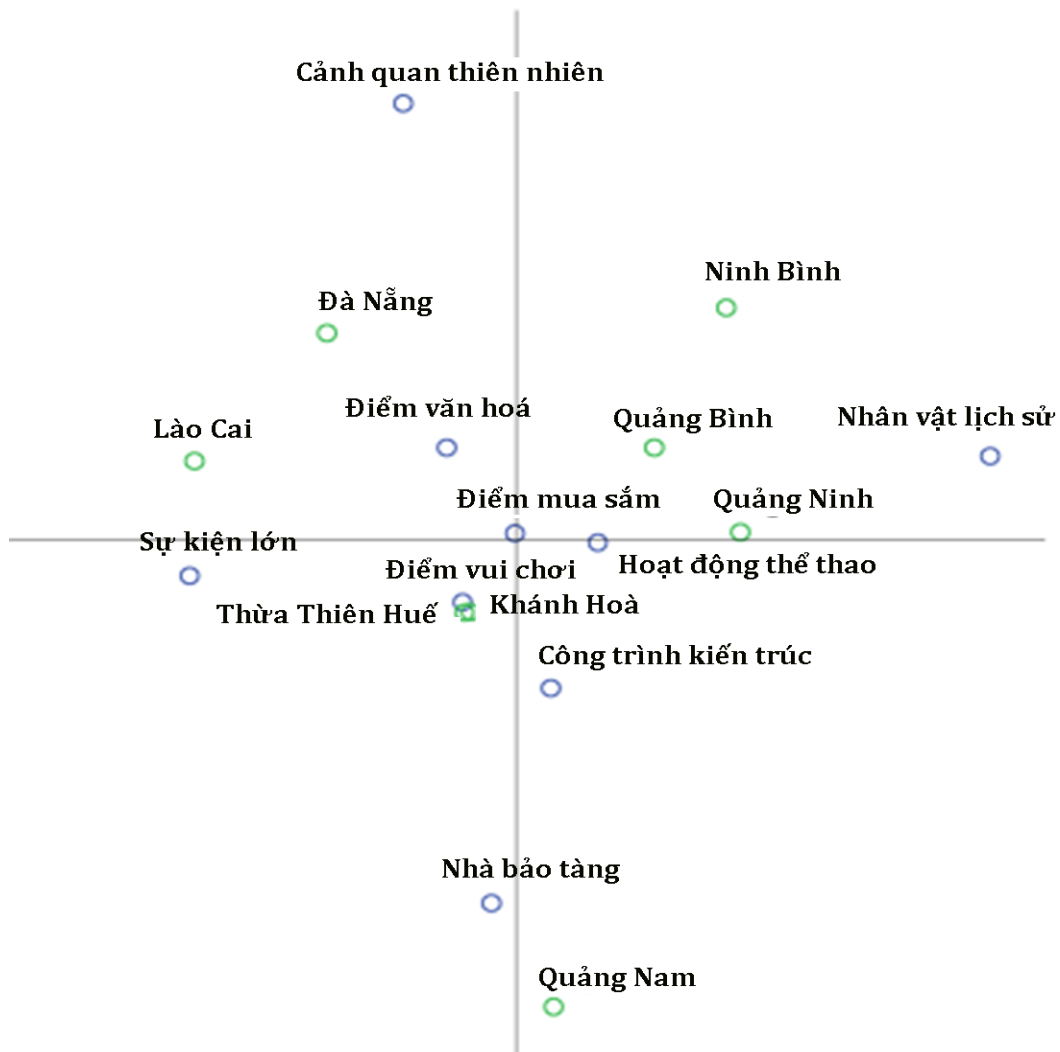
Hình 61 Đánh giá của người dân về đặc trưng địa phương



Cùng với quan điểm của dân cư địa phương, doanh nghiệp Quảng Ninh không đánh giá cao sự ưu đãi của thiên nhiên với địa phương mình thông qua yếu tố cảnh quan thiên nhiên. Các doanh nghiệp cho rằng

tỉnh Quảng Ninh có ưu thế về các điểm văn hóa, điểm mua sắm, hoạt động thể thao và các nhân vật lịch sử, có nhiều nét tương đồng với Quảng Bình. Nói về khía cạnh này, thấy rằng Đà Nẵng và Ninh Bình là hai địa phương không được đánh giá cao về điều kiện đặc trưng nhưng lại là hai tỉnh thành có sức phát triển khá tốt (đặc biệt là trong lĩnh vực du lịch). Kết quả này là do hai tỉnh có những đầu tư tích cực nhằm thu hút khách du lịch đến địa phương mình.

Hình 62 Đánh giá của doanh nghiệp về đặc trưng địa phương



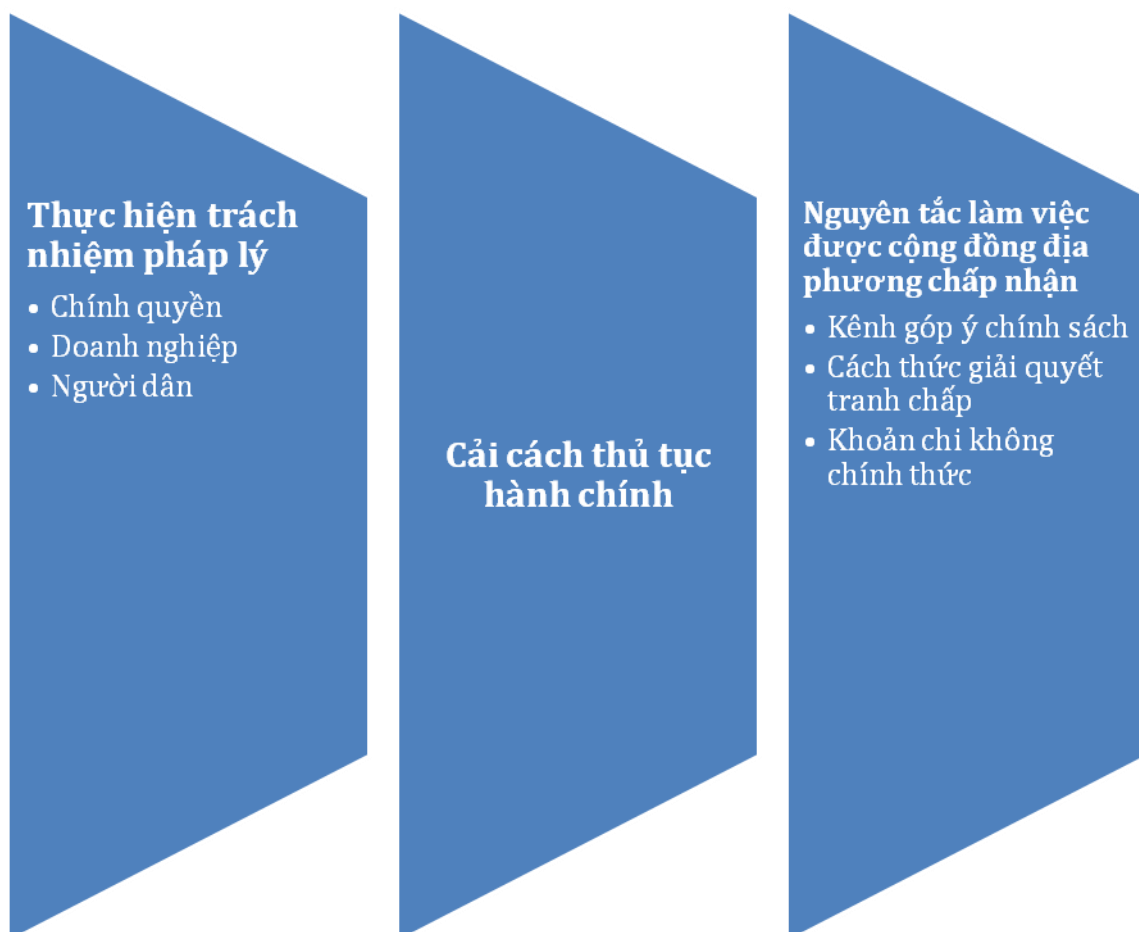
THỂ CHẾ

Trụ cột Thể chế

Đây cũng là trụ cột đánh dấu sự tăng hạng của Quảng Ninh trong năm vừa qua. Nhận thức được việc thay đổi cơ chế, chính sách là một trong những yếu tố tác động không nhỏ đến sự phát triển của toàn tỉnh, các lãnh đạo của Ủy ban nhân dân Tỉnh Quảng Ninh đã tích cực cải cách hành chính, tiếp thu góp ý của người dân cũng như tăng cường các biện pháp quản lý thi hành pháp luật.

Các chỉ tiêu của trụ cột Thể chế trong mô hình PEII 2013 gồm:

Hình 63 Trụ cột Thể chế



Cán bộ công chức

Đánh giá sự phát triển của thể chế địa phương, nhóm nghiên cứu sử dụng các tiêu chí về tỷ lệ thủ tục cơ chế một cửa hay số viên chức, công chức/dân cư địa phương.

Quảng Ninh có số tỷ lệ thủ tục cơ chế một cửa/tổng thủ tục hành chính tương đương với các địa phương khác. Trong nhóm này, chỉ có Ninh Bình và Thừa Thiên Huế là tỷ lệ này tương đối thấp, thể hiện tiến trình cải cách hành chính sang cơ chế một cửa còn chậm so với các tỉnh, thành còn lại.

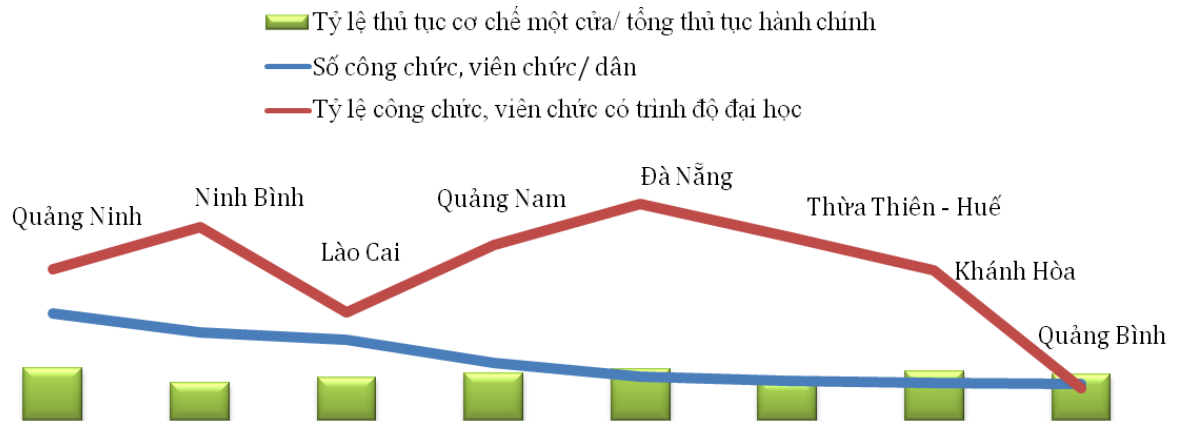
Số công chức, viên chức/dân của Quảng Ninh chiếm tỷ lệ cao nhất trong các tỉnh, thành. Tuy nhiên, tỷ lệ công chức, viên chức có trình độ đại học của tỉnh lại thấp hơn khá nhiều so với Đà Nẵng, Ninh Bình, Thừa Thiên Huế. Điều này cho thấy là trình độ công chức, viên chức chưa thực sự cao, ảnh hưởng đến việc điều hành nói chung của tỉnh trong giai đoạn sắp tới khi Quảng Ninh hội nhập sâu và rộng hơn trên các lĩnh vực.

Trong điều tra phía trên, Quảng Ninh là một tỉnh có hấp dẫn đầu tư do kỹ năng quản lý tốt. Do vậy, có thể nói rằng trình độ nghiệp vụ của các công chức, viên chức Quảng Ninh được đánh giá có hơn các tỉnh, thành còn lại. Và nguồn lực này có thể phát huy hơn nữa năng lực của mình nếu Ủy ban nhân dân tỉnh có quy hoạch nâng cao trình độ chuyên môn hợp lý trong thời gian sắp tới.

Hình 60 Đội ngũ cán bộ công chức địa phương

Hình 64 Tỷ lệ thủ tục cơ chế một cửa, Số công chức, viên chức/ dân,

Tỷ lệ công chức, viên chức có trình độ đại học

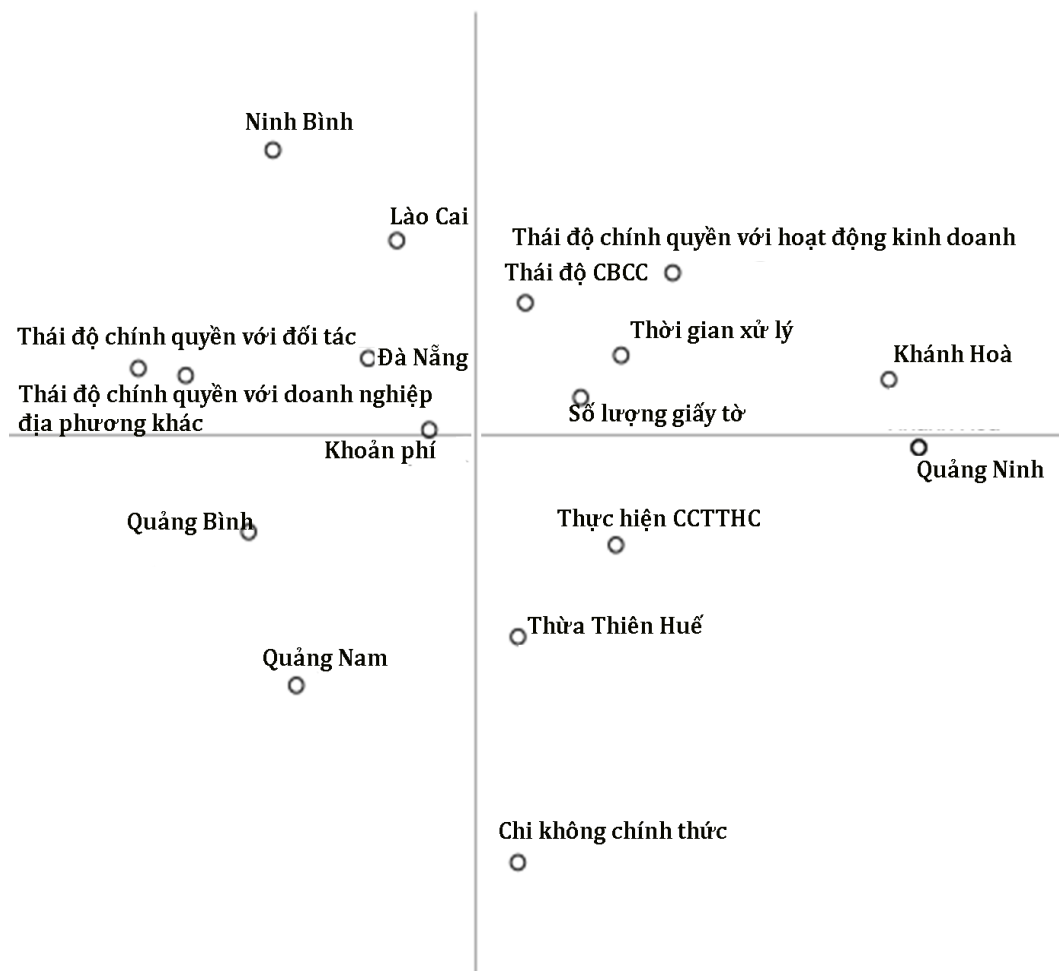


Cải cách thủ tục hành chính

Cải cách hành chính là vấn đề đang được bàn đến rất nhiều trong thời gian vừa qua. Đảng và Nhà nước ta đang tích cực tiến hành công tác cải cách hành chính ở các địa phương nhằm góp phần nâng cao hiệu quả làm việc của bộ máy công quyền, nâng cao lợi ích và giảm hao phí không cần thiết của người dân.

quyền trong việc phát triển kinh doanh tại địa phương). Quảng Bình là tỉnh được đánh giá có thời gian xử lý các thủ tục hành chính rất nhanh, không có sự bê trễ trong việc xử lý các giấy tờ, yêu cầu từ phía nhân dân. Quảng Bình cũng điều chỉnh khoản phí hành chính khá hợp lý, số lượng giấy tờ hành chính ít. Bên cạnh đó, Ninh Bình cũng là tỉnh có ưu thế khá rõ trong việc tiến hành cải cách hành chính. Chính quyền Ninh Bình khuyến khích dân cư tiến hành hoạt động kinh doanh, thời gian xử lý hành chính tốt, khoản phí hợp lý và tiến hành cải cách hành chính khá triệt để. Điều đáng lưu ý là dân cư địa phương Khánh Hòa cho rằng, tỉnh đã chi khá nhiều các khoản chi không chính thức trong việc cải cách hành chính, trong khi các địa phương khác thì khoản chi này không ảnh hưởng nhiều đến hoạt động cải cách hành chính nói chung.

Hình 66 Đánh giá của doanh nghiệp về cải cách thủ tục hành chính



Đánh giá của doanh nghiệp về công tác cải cách hành chính địa phương có một số điểm chung so với dân cư:

- (1) Lào Cai là tỉnh có ưu thế trong phát triển hoạt động kinh doanh do chính quyền khá ưu tiên đối với các đối tác phát triển kinh doanh và hoạt động kinh doanh chung của toàn tỉnh
- (2) Quảng Ninh cũng chưa thể hiện được những ưu thế rõ nét trong cải cách hành chính địa phương.
- (3) Đà Nẵng là doanh nghiệp ưu tiên liên kết với các đối tác trong phát triển kinh doanh vì thái độ của chính quyền địa

phương với doanh nghiệp địa phương khác khá tốt. Khác hẳn so với Quảng Ninh và Khánh Hòa.

Tuy nhiên cũng có những nét khác biệt nhất định

- (1) Các khoản chi không chính thức không ảnh hưởng đến cải cách hành chính (bao gồm cả Khánh Hòa)
- (2) Quảng Bình không phải là địa phương có ưu thế tuyệt đối trong việc đẩy nhanh công tác giải quyết các thủ tục hành chính. Các doanh nghiệp địa phương này cho rằng, cán bộ công chức, viên chức vẫn có sự trì trệ trong giải quyết đề nghị từ phía doanh nghiệp.
- (3) Doanh nghiệp Ninh Bình cho rằng chính quyền không thực sự hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh tốt hơn địa phương, số lượng giấy tờ hành chính còn khá nhiều, thực hiện cải cách hành chính còn nhiều vấn đề.

Tình hình thực thi pháp luật

Nhìn chung, người dân có đánh giá tốt hơn về tình hình thực thi pháp luật so với doanh nghiệp. Nhưng cả hai đối tượng này đều cho rằng mức độ thực thi pháp luật của các địa phương đều khá tốt. Nhân dân đã thực hiện khá nghiêm túc các chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước. Theo nhận định của người dân, dân cư Ninh Bình chấp hành pháp luật nghiêm túc nhất trong các địa phương, Quảng Ninh và Khánh Hòa là hai tỉnh có mức độ chấp hành pháp luật của dân cư thấp hơn cả. Đa số dân cư các địa phương đều cho rằng mức độ tuân thủ pháp luật của CBCC địa phương cao so với các doanh nghiệp cùng tỉnh. Trong các tỉnh thành, Đà Nẵng và Ninh Bình là hai địa phương mà doanh nghiệp và

CBCC địa phương tuân thủ rất tốt các chính sách pháp luật của Đảng và Nhà nước.

Hình 67 Đánh giá của người dân về mức độ tuân thủ pháp luật



Hình 68 Đánh giá của doanh nghiệp về mức độ tuân thủ pháp luật



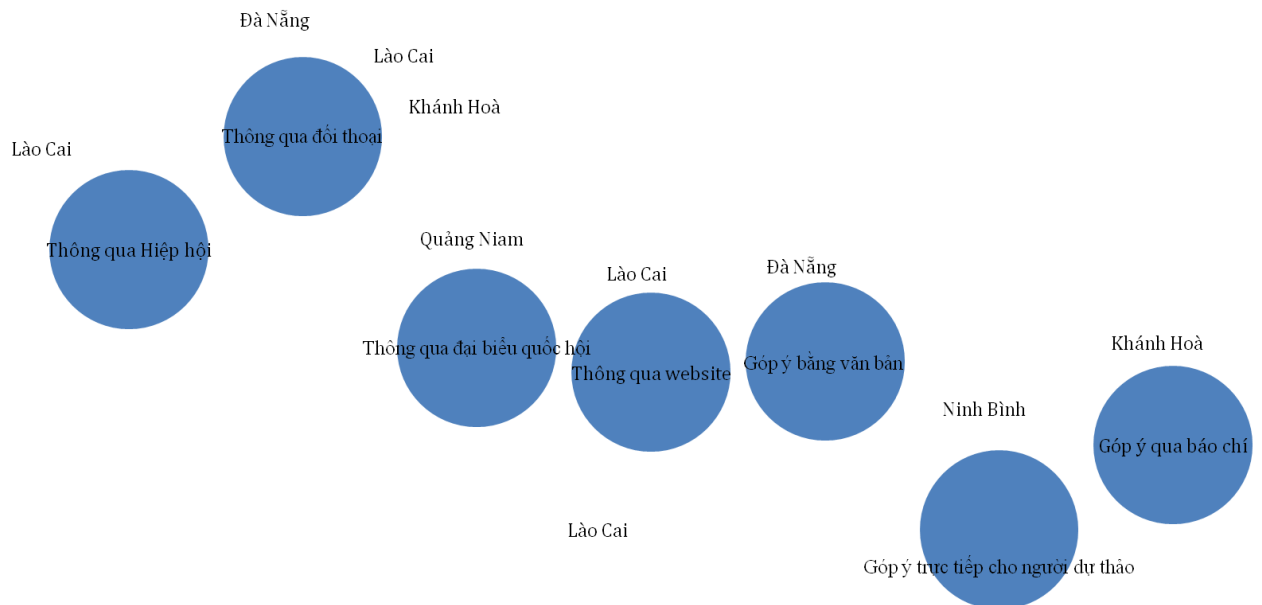
Theo nhận định của doanh nghiệp, mức độ thực thi pháp luật địa phương có phần thấp hơn so với khối dân cư và cũng có sự thay đổi về vị trí đứng đầu trong nhóm các đô thị thực thi pháp luật tốt nhất. Họ cho rằng, Ninh Bình là thành phố có mức độ tuân thủ pháp luật tốt nhất (cả doanh nghiệp, CBCC địa phương và dân cư địa phương). Quảng Ninh, Đà Nẵng, Quảng Bình và Lào Cai được đánh giá khá tương đương nhau. Khánh Hoà là địa phương có tình hình tuân thủ pháp luật là kém nhất.

Tóm lại mức độ tuân thủ pháp luật thể hiện tình hình an ninh, chính trị địa phương. Theo đánh giá của cả dân cư và doanh nghiệp thì Quảng Ninh có môi trường chính trị có mức ổn định tương đối nhưng chưa thực sự hấp dẫn trong đầu tư phát triển kinh doanh trong tương lai.

Kênh góp ý chính sách

Khi xem xét đến kênh góp ý chính sách của từng địa phương thấy rằng: Lào Cai sử dụng kênh khá trực tiếp là qua web của tỉnh, qua các Hiệp hội và qua đối thoại trực tiếp giữa người dân và chính quyền địa phương. Việc sử dụng loại kênh này làm cho việc tiếp nhận các góp ý chính sách của dân cư địa phương đầy đủ, nhanh chóng và có tính đại diện hơn. Tạo động lực cho việc đưa chính sách đến gần hơn với dân cư. Trong khi đó, Quảng Nam lại góp ý chính sách thông qua đại biểu quốc hội, Ninh Bình thì sử dụng góp ý trực tiếp cho người dự thảo chính sách. Còn Khánh Hòa thì lại cho rằng truyền thông sẽ ảnh hưởng tích cực đến việc điều chỉnh chính sách nên họ sử dụng báo chí để góp ý.

Hình 69 Các kênh góp ý chính sách



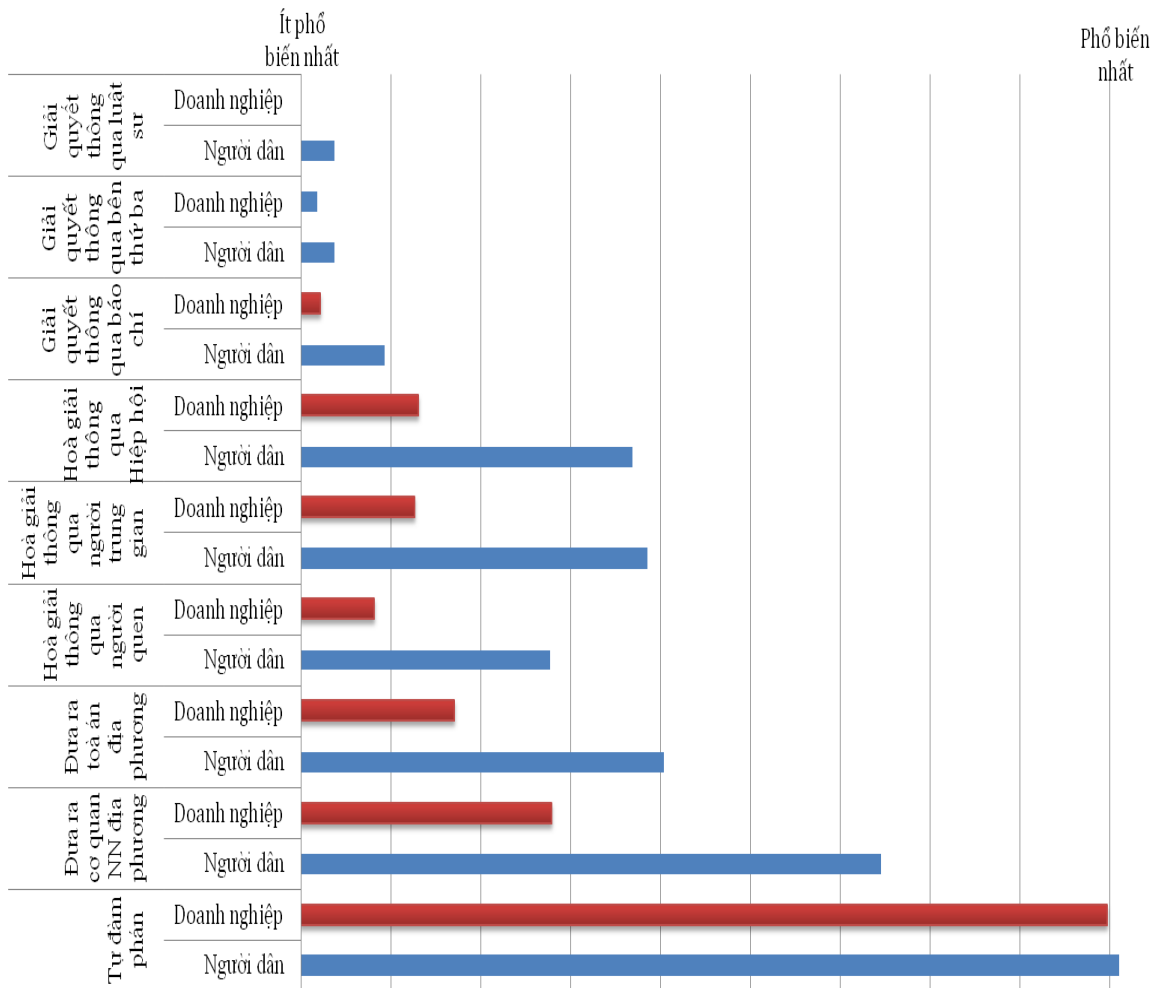
Cách giải quyết tranh chấp

Các hình thức giải quyết tranh chấp theo đánh giá của người dân và doanh nghiệp cũng khá đa dạng tại các địa phương. Cách giải quyết tranh chấp phổ biến nhất hiện nay là tự đàm phán giữa các bên tranh chấp. Đây là lựa chọn phổ biến nhất trong các trường hợp địa phương.

Ưu tiên thứ hai khi giải quyết tranh chấp đó là đưa ra cơ quan Nhà nước địa phương. Tuy nhiên, có sự chênh lệch khá lớn về tỷ lệ giữa lựa chọn này của người dân với doanh nghiệp. Điều này thể hiện việc dân cư địa phương có sự tin tưởng cao hơn vào các cơ quan Nhà nước của mình. Bên cạnh đó, tòa án cũng là lựa chọn quan trọng thứ ba mà các bên tranh chấp sử dụng để giải quyết mâu thuẫn của mình. Những số liệu này một phần thể hiện được sự tin tưởng nhất định của người dân và doanh nghiệp vào cơ quan công quyền địa phương. Ngoài ra, các

phương thức được lựa chọn khác như hòa giải thông qua các trung gian như Hiệp Hội, người quen, trung gian cũng là sự chọn lựa trong giải quyết các mâu thuẫn. Có một điều đặc biệt là doanh nghiệp không lựa chọn việc giải quyết mâu thuẫn thông qua luật sư. Trong khi xu thế của các nước phát triển trên thế giới luật sư là đại diện cho doanh nghiệp trong giải quyết tất cả các tranh chấp và mâu thuẫn. Dân cư cũng có tỷ lệ lựa chọn hình thức này khá thấp. Nguyên nhân chính dẫn đến lựa chọn này là do năng lực giải quyết các vụ tranh chấp của các luật sư hiện nay còn yếu, chưa tạo dựng được niềm tin cho dân cư và đặc biệt là các doanh nghiệp.

Hình 70 Cách thức giải quyết tranh chấp



**PHẦN III - ĐỀ XUẤT LỘ TRÌNH VÀ CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG
LỰC HNKTQT QUẢNG NINH GẮN VỚI ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH VỊNH HẠ
LONG**

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, tưởng tượng và chia sẻ với các chủ thể về tương lai của địa phương, từ đó thấu hiểu mong ước của các chủ thể và sáng tạo ra tầm nhìn hội nhập. Tương lai có thể tưởng tượng, nhưng không thể dự đoán, tầm nhìn cũng mang ý nghĩa tương tự. Vì vậy, tầm nhìn phải vừa được gắn kết và hài hoà trên cơ sở các phân tích, khuynh hướng, nhân khẩu học, lối sống, những quy định mới, sự biến đổi về công nghệ, và những phân tích này phải tạo ra được một cơ sở vững chắc. Từ việc có tầm nhìn, bản thân địa phương có được định hướng với giá trị khác biệt. Tầm nhìn đưa ra như lời hứa cam kết với chính bản thân địa phương về những giá trị và cam kết cốt lõi mà nó hướng đến. Nhận thức được tầm nhìn sẽ giúp nhà lãnh đạo định hướng chiến lược, kế hoạch xây dựng, phát triển trong tương lai. Để có được sự chia sẻ về tầm nhìn phải có được sự quan tâm chung của các chủ thể trong địa phương. Như vậy, mới thực sự có ý nghĩa đối với tập thể và từng cá nhân, đồng thời liên kết các hoạt động trong địa phương đó.

Nhưng để là cam kết được thừa nhận chung thì cam kết đó cần tránh được xác định trong sự áp đặt những gì là mong ước của tương lai.

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

Thiếu thông tin và nghiên cứu

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

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

Thiếu năng lực xây dựng kế hoạch

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

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

Thiếu cơ chế phân quyền và thực thi chiến lược

Do vấn đề về trách nhiệm, để thực thi các kế hoạch, các đơn vị chủ trì thường phải lấy ý kiến nhiều đầu mối liên quan và trình đề xuất cho lãnh đạo phê duyệt. Công việc này thường mất nhiều thời gian và làm chậm tiến độ và hiệu quả thực thi. Xét ở góc độ hiệu quả của việc phục vụ người dân hoặc doanh nghiệp thì việc thực hiện đúng trách nhiệm, đúng thẩm quyền sẽ khiến cho việc thực thi không hiệu quả. Một số lãnh đạo địa phương, nhiều trường hợp, vì lựa chọn thực hiện hết trách nhiệm nên kéo theo phục vụ người dân và doanh nghiệp không hiệu quả.

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

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

Quan điểm đề xuất

Muốn phát triển Vịnh Hạ Long bền vững trở thành điểm đến du lịch quốc tế thì phải xác định được các nhiệm vụ then chốt.

Thứ nhất, sự hài hoà và thống nhất trong chiến lược du lịch của địa phương đối với các chiến lược khác, đặc biệt là chiến lược và kế hoạch về phát triển kinh tế gắn với khu kinh tế Vân Đồn. Điều này có vai trò quyết định đến phát triển du lịch bền vững của Vịnh Hạ Long trong tương lai.

Thứ hai, chuẩn hoá dịch vụ du lịch với tư cách là một sản phẩm dịch vụ kinh doanh cùng các quy định cụ thể, rõ ràng và các chế tài cần thiết đối với các nhà cung cấp dịch vụ. Đây là yêu cầu bức thiết để đảm bảo sự hài lòng cho khách du lịch và các đối tác.

Thứ ba, áp dụng cơ chế quản lý đặc thù đối với vùng du lịch Vịnh Hạ Long và các vùng phụ cận nhằm tăng khả năng kết nối và khai thác các điểm đến lân cận của Quảng Ninh.

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

ơ 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 gần 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

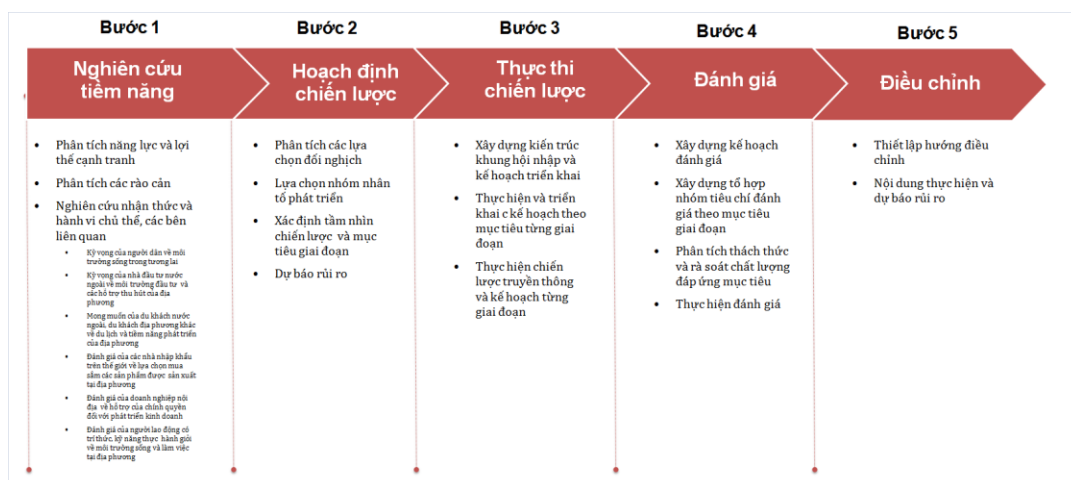
Từ các phân tích năng lực hội nhập kinh tế quốc tế cấp địa phương và các tương tác giữa các trụ cột cũng như đóng góp của từng trụ cột vào kết quả tổng thể, chúng tôi tìm cách kiến thiết một khuôn khổ các đối

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

Hình 71 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 72 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 gần 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

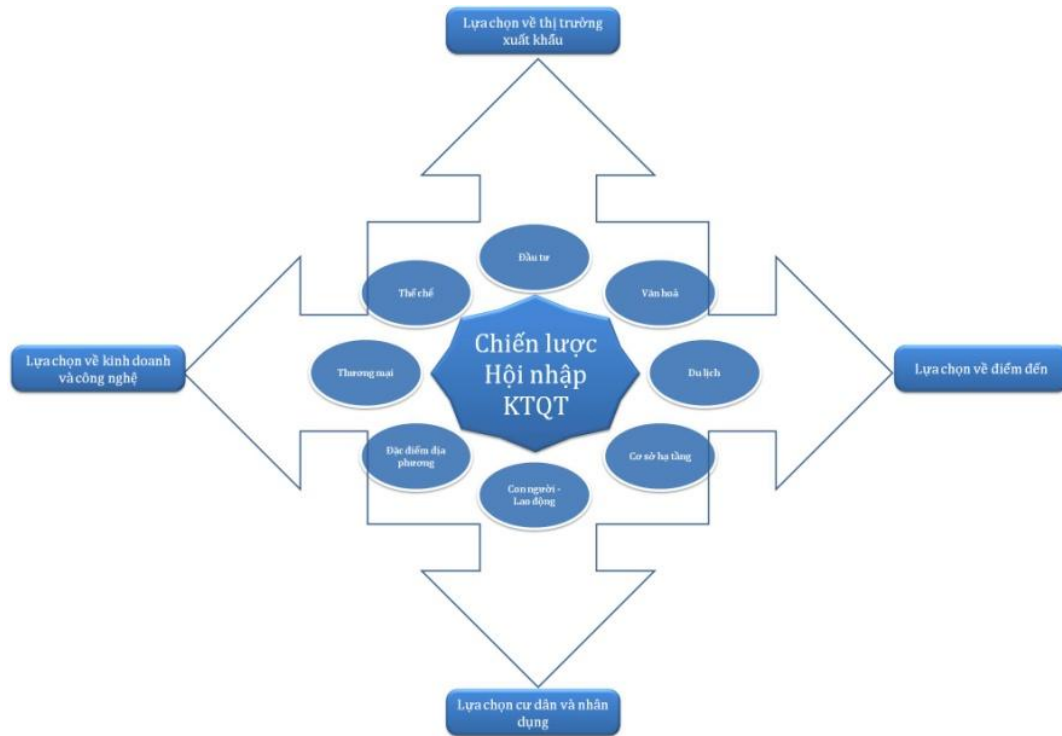
sự phát triển của một lựa chọn khác. Như đã là công xưởng sản xuất thì không thể trở thành thành phố du lịch nghỉ dưỡng hay thành phố văn hiến thì không thể trở thành địa phương công nghiệp, thành phố mua sắm thì không thể trở thành địa phương nông nghiệp,...

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. Ví dụ, một điểm đến du lịch hấp dẫn sẽ phải đòi hỏi.. Thang đo lường và đánh giá các nhân tố này được cụ thể hoá trong Báo cáo Năng lực hội nhập KTQT cấp địa phương năm 2013 và chi tiết tại mô hình điều tra, bao gồm 8 trụ cột - 150 chiều kích - 300 tiêu chí.

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

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

Hình 73 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.

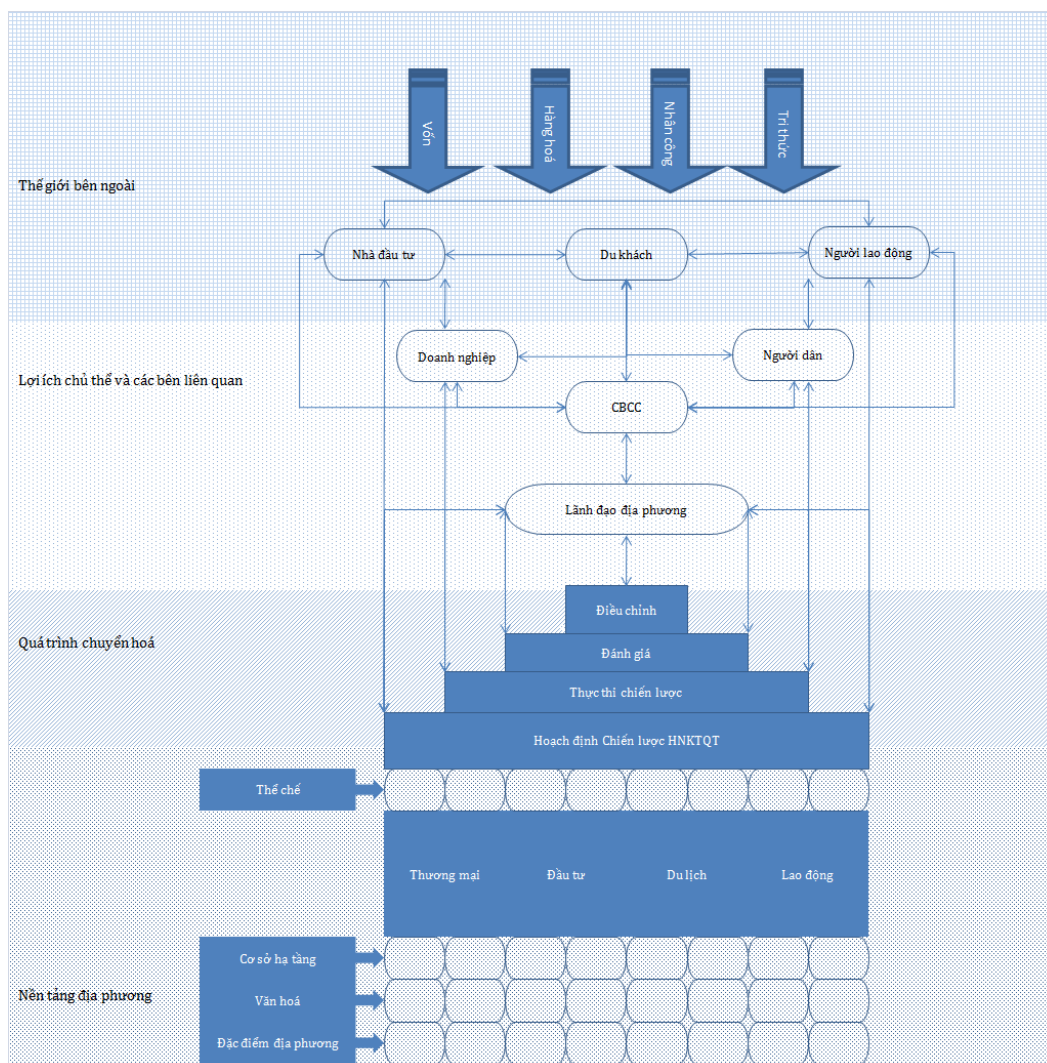
Dự báo rủi ro. Bản chất chính là dự báo tình hình thế giới, quốc gia và địa phương trong khoảng thời gian tương lai. Rủi ro có thể đến từ nhiều nguồn, từ nhiều nguyên nhân và trong nhiều góc độ: Rủi ro trong thực thi chiến lược HNKTQT, rủi ro trong quá trình hoạch định, trong quá trình đánh giá và điều 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:

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

Hình 74 Khung thực thi chiến lược HNKTQT



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

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

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

Bước 4 - Đánh giá

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

Xây dựng tổ hợp nhóm tiêu chí đánh giá theo mục tiêu giai đoạn.

Đây là nội dung quan trọng nhất vì các tiêu chí được đưa ra để đánh giá phải (1) có khả năng đo lường bằng các con số định lượng và (2) phản ánh được tính phù hợp với chiến lược hội nhập của địa phương. Mỗi

chiều kích sẽ là một bộ tổ hợp nhóm tiêu chí đánh giá dựa trên những yếu tố hấp dẫn của địa phương và được thể hiện trên thẻ điểm cân bằng của địa phương.

Hình 75 Các 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 tỉnh Quảng Ninh (2010, 2011, 2012, T9/2013), truy cập tại địa chỉ <http://www.quangninh.gov.vn>

Đỗ Lai Thúy, 2007, Phân Tâm học và tính cách dân tộc, NXB Tri thức

Edmund Malesky, Trần Hữu Huỳnh, Đậu Anh Tuấn, Lê Thanh Hà, Lê Thu Hiền, Nguyễn Ngọc Lan, Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam, www.pcvietnam.org, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

Helmut Kromrey, 1999, Nghiên cứu xã hội thực nghiệm, NXB Thế Giới

Hồ Bá Thâm, 2003, Bản sắc văn hóa dân tộc, NXB Văn hóa Thông tin

Jamshid Gharajedaghi, 2005, Tư duy hệ thống, NXB Khoa học xã hội

John D.Daniesl, Lee H.Radebaugh, 1995, Kinh doanh quốc tế Môi trường và hoạt động, NXB Thống kê

Joseph E.Stiglitz, 2010, Rơi tự do, NXB Thời đại

Joseph E.Stiglitz, 2008, Toàn cầu hóa và những mặt trái, NXB Trẻ

Joseph E.Stiglitz, 2008, Vận hành toàn cầu hóa, NXB Trẻ

Nicky Hayes, 2005, Nền tảng tâm lý học, NXB Lao động

Nguyễn Doãn Phước, Phan Xuân Minh, 2004, Lý Thuyết điều khiển mờ, NXB Khoa học và Kỹ thuật

Nguyễn Doãn Phước, Phan Xuân Minh, Hán Thành Trung, 2006, Lý Thuyết điều khiển phi tuyến, NXB Khoa học và Kỹ thuật

Nguyễn Hồ Quỳnh, 2004, Chuỗi thời gian: Phân tích và nhận dạng, NXB Khoa học và Kỹ thuật

Nguyễn Khắc Minh, 2004, Tối ưu hóa trong phân tích kinh tế, NXB Khoa học và Kỹ thuật

Nguyễn Quang Dong, 2002, Kinh tế lượng, NXB Khoa học và Kỹ thuật

Nguyễn Quốc Thịnh, Nguyễn Thành Trung, 2008, Thương hiệu với nhà quản lý, NXB Lao Động

Nguyễn Thành Trung, 2006, Tiến tới một khuôn khổ lý thuyết lợi thế cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp vừa và nhỏ: cách tiếp cận dựa trên tri thức về đoán định tương lai, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế 10, 71-77

Phan Ngọc, 2006, Bản sắc văn hóa Việt Nam, NXB Văn học

Tô Cẩm Tú, 1997, Một số phương pháp tối ưu hóa trong kinh tế, NXB Khoa học và Kỹ thuật

Trần Ngọc Thêm, 2001, Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam, NXB TP.Hồ Chí Minh

Từ điển – Tra cứu Toán học và Điều khiển học trong kinh tế, 1980, NXB Khoa học và Kỹ thuật

TIẾNG ANH

Al Sulaiti, Baker, 1998, Country of origin effects: a literature review, Marketing Intelligence and Planning, 16, 3, 150-99

Anholt, S., 2007, competitive identity: the new brand management for nations, cities and regions, Palgrave Macmillan, UK

Christensen, L.B., 1988, Experimental Methodology, 4th ed., Allyn and Bacon, Boston, MA.

Christian Ketels, Nguyen Dinh Cung, Nguyen Thi Tue Anh, Do Hong Hanh, 2010, Vietnam Competitiveness Report, CIEM

Gnoth, J., 2002, Leverage export brands through a tourism destination brand, *Journal of brand management*, 9, 262-80

Hamin, Elliott, 2006, A less developed country perspective of consumer ethnocentrism and country of origin effects: Indonesian evidence, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 18, 2, 79-92

James, C.L.R, 1963, *Beyond a boundary*, Stanley Paul, London

Kapferer, J.-N., 1992, *Strategic Brand Management*, Kogan Page, London.

Keith Dinnie, 2008, *Nation branding: concepts, issues, practice*; Elsevier, UK

Klein Naomi, 2000, *No Logo, Flamingo*, London

Kotler, P. and Gertner, D., 2002, Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective, *Journal of Brand Management*, 9, 4-5, 249-61

Kotler, P., Haider, D.H., and Rein, I., 1993, *Marketing Places: Attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*, Free Press, USA

Kuznetsov, Y. and Sabel, C., 2006, International migration of talent, diaspora networks and development: Overview of main issues, in *Diaspora networks and the international migration of skills: how countries can draw on their talent abroad*, WBI Development Studies, 3-19

Macdonald, S., 1997, *Reimagining culture: histories, identities and the Gaelic renaissance*, Berg, Oxford

Michael Spence, 2011, *The next convergence: The future of economic growth in a multispeed world*, Farrar, Straus and Giroux, New York

Nayan Chanda, 2007, *Bound Together: How Traders, Preachers, Adventurers, and Warriors shaped Globalization*, Yale University Press, New Heaven and London

Nebenzahl, Jaffe, Lampert, 1997, Towards a theory of country image effect on product evaluation, *Management International Review*, 37, 1, 27-49

Ollins, W., 1999, *Trading identities: why countries and companies are taking each others' roles*, The Foreign Policy Center, London

Peterson, Jolibert, 1995, A meta analysis of country of origin effects, *Journal of International business studies*, 26, 4, 883-900

Porter, M, 1998, *The Competitive advantage of nations*, Palgrave, UK

Quelch, J., Jocz, K., 2005, positioning the nation state, *Place Branding*, 1, 3, 229-37

Steven Brakman, Harry Garretsen, Charles van Marrewijk, Arjen van Witteloostuijn, 2006, *Nations and Firms in the global economy: An introduction to international economics and business*, Cambridge University Press.

Szondi, G., 2007, "The role and challenges of country branding in transition countries: The Central European and Eastern European experience", *Place Branding and Public Diplomacy*, 3, 1, 8-20

Torres, F. and Kuznetsov, Y., 2006, Mexico: leveraging migrants' capital to develop hometown communities, in *Diaspora networks and the international migration of skills: how countries can draw on their talent abroad*, WBI Development Studies, 99-128