

CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM ĐỊA PHƯƠNG CỦA TỈNH BÌNH ĐỊNH TRONG VIỆC THU HÚT VỐN ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN

Hà Thanh Việt*

Mục tiêu của Bình Định đến năm 2020 là trở thành địa phương có nền công nghiệp hiện đại, du lịch phát triển. Để đạt được mục tiêu đã đề ra, tỉnh Bình Định cần vận dụng marketing địa phương với chính sách marketing mix nhằm thu hút đầu tư. Trong đó, chủ trọng chính sách sản phẩm địa phương để thu hút các nhà đầu tư mục tiêu trong các lĩnh vực Công nghiệp - Xây dựng (CN-XD) và Du lịch (DL). Bình Định cần phải có sự hiện diện số đông của các DN thuộc lĩnh vực CN-XD và DL với mức tăng trưởng hàng năm cao và ổn định.

Từ khóa: Chính sách sản phẩm địa phương Bình Định; thu hút đầu tư vào Bình Định

1. Chính sách sản phẩm địa phương- Chính sách quan trọng trong hoạt động marketing địa phương thu hút đầu tư

Marketing địa phương là một quá trình, trong đó, các hoạt động của một địa phương hướng đến việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng mục tiêu trên cơ sở đảm bảo lợi ích xã hội và hiệu quả kinh tế, phù hợp với mục tiêu đã đề ra.

Thiết lập marketing mix địa phương hay còn gọi là marketing địa phương hỗn hợp hoặc phối thức marketing địa phương, đó là việc địa phương xây dựng và phối hợp thực hiện các công cụ marketing địa phương để tác động lên đối tượng nhà đầu tư (NĐT) mục tiêu nhằm đạt được các kết quả thu hút đầu tư theo mục tiêu marketing đã đề ra. Các công cụ marketing mix địa phương cơ bản là: sản phẩm địa phương (Product - P₁), giá sản phẩm địa phương (Price - P₂), phân phối sản phẩm địa phương (Place - P₃) và các hoạt động khuyến khích thương địa phương (Promotion - P₄).

Chính sách sản phẩm địa phương là thuật ngữ mô tả toàn bộ những chính sách liên quan đến môi trường và điều kiện đầu tư của một địa phương, có thể thoả mãn tốt nhu cầu đầu tư và khả năng sinh lợi cho các NĐT, đồng thời góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế- xã hội của địa phương đó. Các NĐT tìm kiếm lợi ích từ sản phẩm địa phương thông qua hoạt động đầu tư vào địa phương đó. Họ chỉ chấp

nhận đầu tư khi sản phẩm địa phương mang lại những giá trị lợi ích mà họ đang tìm kiếm. Đây cũng là yêu cầu đặt ra cho các địa phương sao cho luôn gia tăng giá trị sản phẩm dành cho NĐT. Giá trị sản phẩm địa phương là toàn bộ những lợi ích mà NĐT sẽ nhận được khi quyết định thực hiện hành vi đầu tư vào địa phương. Đó chính là môi trường và các điều kiện đầu tư mà địa phương có thể cung cấp. Do mỗi địa phương mang những đặc trưng và có nhiều yếu tố (như: con người, văn hoá, ưu đãi tự nhiên, tiềm lực xã hội, phương thức quản lí,...) khác nhau nên các giá trị họ tạo ra cho sản phẩm địa phương cũng sẽ khác nhau. Do vậy, NĐT cũng có nhiều cơ hội lựa chọn hơn khiến các địa phương ngày càng phải gia tăng hơn nữa những giá trị cho sản phẩm của địa phương mình. Các yếu tố cơ bản tạo nên giá trị sản phẩm địa phương bao gồm: nhóm yếu tố tạo nên giá trị sử dụng của sản phẩm địa phương; nhóm yếu tố tạo nên giá trị hình ảnh và danh tiếng dành cho NĐT, nhóm yếu tố tạo nên giá trị con người, nhóm yếu tố tạo nên giá trị về dịch vụ (DV).

2. Thực trạng chính sách sản phẩm địa phương Bình Định trong thu hút đầu tư phát triển

2.1. Giá trị sử dụng của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định:

Giá trị sử dụng của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định thể hiện ở các tiêu chí cơ bản sau:

Bảng 1. Một số tiêu chí về chi phí gia nhập thị trường ở Bình Định

Chỉ tiêu	Địa phương	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Chi phí gia nhập thị trường (Thang điểm 10)	Tỉnh Bình Định	7,16	9,26	9,00	8,49	7,77	8,83	9,60
	Trung bình toàn quốc	7,39	7,87	8,26	8,35	6,60	8,59	8,91
	Địa phương thấp nhất	4,96	6,23	6,31	6,53	5,07	7,30	5,87
	Địa phương cao nhất	9,17	9,49	9,36	9,52	8,11	9,41	9,60
Thời gian ĐKKD trung bình (ngày)	Tỉnh Bình Định	18,24	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
	Trung bình toàn quốc	20,34	15,00	12,25	10,00	10,00	8,50	10,00
	Địa phương thấp nhất	11,71	7,00	5,00	6,50	7,00	7,00	7,00
	Địa phương cao nhất	58,44	22,50	17,50	15,00	15,00	15,00	15,00
Thời gian ĐKKD bổ sung trung bình (ngày)	Tỉnh Bình Định	6,91	3,00	3,00	3,00	3,00	7,00	7,00
	Trung bình toàn quốc	10,16	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
	Địa phương thấp nhất	5,83	3,00	3,00	3,00	2,50	3,00	3,00
	Địa phương cao nhất	34,90	15,00	10,00	10,00	12,50	14,50	15,00

(Nguồn: Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam)

Thứ nhất, khả năng cấp phép các lĩnh vực ngành nghề kinh doanh: Theo Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bình Định đến năm 2020, Bình Định đang kêu gọi NĐT vào tất cả các lĩnh vực: công nghiệp (CN) và tiểu thủ CN; Nông, lâm nghiệp; Thủy sản; Hoạt động xuất khẩu, DL, dịch vụ (DV) và phát triển đô thị; Phát triển kết cấu hạ tầng; Giáo dục và đào tạo; Y tế; Văn hoá thông tin; Phát triển khoa học và công nghệ; Tài chính Ngân hàng;... Điều này cho thấy, lĩnh vực đầu tư mà NĐT có thể lựa chọn là tương đối đa dạng, phong phú. NĐT có thể lựa chọn lĩnh vực đầu tư phù hợp với thế mạnh của mình để rủi ro thấp nhất và lợi nhuận cao nhất nhất.

Thứ hai, thời gian để cấp đầy đủ các giấy phép cho các NĐT: Thời gian đăng ký kinh doanh của Bình Định từ năm 2006 đến năm 2012 đã được cải thiện và duy trì ổn định ở mức tốt cho các NĐT.

Theo khảo sát và đánh giá trong bảng 1, chi phí gia nhập thị trường của Bình Định ngày càng thuận lợi cho NĐT, đến năm 2012 tiêu chí này của Bình Định tốt nhất trong toàn quốc. Khẳng định thủ tục đầu tư kinh doanh tại Bình Định thuận lợi và dễ dàng.

Thứ ba, thời gian để địa phương bàn giao mặt bằng cho NĐT: nhìn chung, tiêu chí này của Bình Định có sự cải thiện đáng kể. Theo điều tra, thời gian chờ đợi trung bình của NĐT để được cấp Giấy

chứng nhận quyền sử dụng (GCNQSD) đất giảm từ 77,76 ngày năm 2006 còn 17,5 ngày năm 2012, tốt hơn so với trung bình toàn quốc. Tuy nhiên việc bàn giao mặt bằng cho NĐT có sự không ổn định: 30 ngày vào năm 2010 tăng lên 60 ngày năm 2011 và giảm xuống 17,5 ngày năm 2012.

Thứ tư, chất lượng của vị trí, diện tích đất đai cấp phép cho NĐT: Tiêu chí này rất khó lượng hoá trong thực tiễn bởi không thể đánh giá được chất lượng của vị trí hay diện tích đất đai. Tuy nhiên, phần lớn các NĐT tại Bình Định đều có đất đai và mặt bằng kinh doanh để có thể kinh doanh theo mục tiêu của mình đã được lập ra trong dự án kinh doanh.

Thứ năm, công tác quản lý đất đai của Chính quyền địa phương:

Theo khảo sát, tiêu chí này của Bình Định cũng có sự cải thiện đáng kể trong năm 2012. So với trung bình toàn quốc thì tiêu chí này của Bình Định tốt hơn, chỉ có điểm đáng lưu ý là sự ổn định của tiêu chí này chưa tốt (Bảng 3). Phân tích sâu hơn vào các tiêu chí ảnh hưởng đến công tác quản lý đất đai của chính quyền tỉnh, ta thấy vẫn còn nhiều điều đáng quan tâm. Chẳng hạn năm 2012: số DN chưa có GCNQSD đất còn đến gần 20%; có đến 65% DN gặp cản trở về mặt bằng kinh doanh ở những mức độ khác nhau khi đầu tư vào Bình Định; cộng đồng DN khi làm ăn tại tỉnh Bình Định vẫn đánh giá rủi ro bị thu hồi đất ở mức cao; chỉ có 31,31% số DN

Bảng 2. Thời gian chờ đợi trung bình để được cấp GCNQSD đất

Địa phương	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tỉnh Bình Định	77,76	52,50	60,00	30,00	30,00	60,00	17,50
Trung bình toàn quốc	121,14	60,00	48,50	30,00	30,00	30,00	30,00
Địa phương thấp nhất	40,26	30,00	30,00	0,00	20,00	15,00	15,00
Địa phương cao nhất	338,91	180,00	105,00	180,00	150,00	90,00	60,00

(Nguồn: Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam). (ĐVT: Ngày)

được hỏi cho rằng nếu bị thu hồi đất sẽ được bồi thường thỏa đáng, đây còn là tiêu chí giảm điểm và thấp hơn trung bình toàn quốc thể hiện đánh giá không lạc quan của NĐT; và đến hơn 20% DN khảo sát cho rằng sự thay đổi khung giá đất của tỉnh chưa phù hợp với với sự thay đổi giá thị trường.

Sáu là, Quy hoạch Khu CN (KCN), cụm CN (CCN), Khu kinh tế (KKT): Bình Định đã chú trọng quy hoạch KCN, CCN, KKT dành cho NĐT,... Đây được xem là một trong các nỗ lực làm tăng giá trị sản phẩm địa phương để thu hút các NĐT. Thực trạng CCN, KCN, KKT ở Bình Định như sau:

CCN: Bình Định đã quy hoạch xây dựng (XD) 62 CCN, tổng diện tích 1.920 ha với các ngành nghề chủ yếu: chế biến nông, lâm, thủy sản, thực phẩm; cơ khí; sản xuất gạch ngói; vật liệu xây dựng; hàng tiêu dùng,... Hiện đã có 34 CCN đi vào hoạt động với tổng diện tích 1.110 ha.

KCN: Theo định hướng quy hoạch phát triển các KCN của tỉnh, đến năm 2020 trên địa bàn tỉnh sẽ

hình thành 8 Khu công nghiệp (không bao gồm các KCN trong Khu kinh tế Nhơn Hội), trong đó có 6 KCN đã được Thủ tướng Chính phủ quy hoạch và bổ sung quy hoạch. Còn lại 02 KCN trong quy hoạch của tỉnh là KCN Bồng Sơn 120 ha và KCN Bình Long 120 ha. Hiện nay các KCN Phú Tài, Long Mỹ, Nhơn Hòa có tỷ lệ lấp đầy khá tốt, nhưng chất lượng cơ sở hạ tầng của các KCN này còn cần được cải thiện đáng kể.

KKT Nhơn Hội: được thành lập năm 2005, Quy hoạch chung KKT Nhơn Hội đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại quyết định số 142/2005/QĐ-TTg ngày 14/6/2005. Tổng diện tích hiện nay của KKT Nhơn Hội là 12.000 ha.

Bây là, vị trí địa lý của địa phương: nếu so sánh với các địa phương ở gần các trung tâm kinh tế chính trị của cả nước như: Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh,... thì Bình Định có những bất lợi nhất định về thị trường, nguồn lao động chất lượng cao và những tác động lan tỏa của những trung tâm này. Tuy

Bảng 3. Các chỉ số phản ánh công tác quản lý đất đai của chính quyền địa phương

Chỉ tiêu	Địa phương	2009	2010	2011	2012
Tiếp cận đất đai (thang điểm 10)	Tỉnh Bình Định	7,17	6,26	6,27	7,12
	Trung bình toàn quốc	6,46	6,14	6,51	6,45
	Địa phương thấp nhất	4,28	3,04	4,34	4,20
	Địa phương cao nhất	8,84	8,65	8,37	8,84
% DN có GCNQSD đất	Tỉnh Bình Định	73,27%	77,33%	63,16%	83,13%
	Trung bình toàn quốc	73,68%	72,88%	77,55%	75,86%
	Địa phương thấp nhất	46,82%	26,67%	34,04%	54,32%
	Địa phương cao nhất	94,51%	95,89%	97,06%	93,59%
Tỉ lệ diện tích đất trong tỉnh có GCNQSD đất chính thức (%)	Tỉnh Bình Định	80,48%	80,35%	68,56%	83,05%
	Trung bình toàn quốc	77,89%	80,71%	79,24%	82,21%
	Địa phương thấp nhất	23,53%	27,27%	42,83%	29,22%
	Địa phương cao nhất	98,56%	98,31%	98,03%	97,65%
DN đánh giá rủi ro bị thu hồi đất (1: rất cao đến 5: rất thấp)	Tỉnh Bình Định	2,58	2,64	2,86	2,90
	Trung bình toàn quốc	2,55	2,56	2,90	2,71
	Địa phương thấp nhất	2,11	1,91	1,86	2,16
	Địa phương cao nhất	3,05	3,30	3,35	3,23
Nếu bị thu hồi đất, DN sẽ được bồi thường thỏa đáng (%luôn luôn hoặc thường xuyên)	Tỉnh Bình Định	48,59%	45,56%	50,85%	31,31%
	Trung bình toàn quốc	40,54%	39,19%	35,82%	36,67%
	Địa phương thấp nhất	16,90%	19,12%	14,77%	12,95%
	Địa phương cao nhất	55,17%	55,38%	61,82%	69,23%
Sự thay đổi khung giá đất của tỉnh phù hợp với sự thay đổi giá thị trường (% đồng ý).	Tỉnh Bình Định	71,88%	74,00%	70,67%	77,67%
	Trung bình toàn quốc	69,75%	72,00%	68,00%	69,57%
	Địa phương thấp nhất	53,33%	53,91%	41,89%	36,02%
	Địa phương cao nhất	81,11%	86,17%	86,17%	87,64%
DN không gặp cản trở về mặt bằng kinh doanh (%).	Tỉnh Bình Định	32,47%	19,17%	16,67%	34,62%
	Trung bình toàn quốc	30,72%	23,89%	30,00%	31,33%
	Địa phương thấp nhất	11,02%	8,28%	12,22%	11,25%
	Địa phương cao nhất	52,32%	49,00%	68,51%	52,88%

(Nguồn: Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam)

Bảng 4. Đánh giá giá trị hình ảnh, danh tiếng sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định

Vấn đề đánh giá	Hiện trạng thực hiện
Ý nghĩa và tác động của các tên “Bình Định”	Rất ít tác động, cũng như góp phần nâng cao hiệu quả kí kết hợp đồng giữa DN và đối tác kinh doanh
Thương hiệu “tỉnh Bình Định” với việc góp phần làm gia tăng hình ảnh thương hiệu của DN	Chưa có tác động gì rõ rệt. Có tác động đến DN kinh doanh trong lĩnh vực gỗ, đá, DL văn hóa, DL tâm linh.
Tác động của sự phát triển kinh tế tỉnh Bình Định đến hoạt động sản xuất kinh doanh của DN	Chưa có sự tác động đáng kể và gây sự chú ý của đối tác
Thái độ của DN khi đặt trụ sở tại Bình Định	Bình thường

Nguồn: Phòng vấn trực tiếp các chủ DN và tổng hợp tài liệu

nhiên, so với các địa phương còn lại thì vị trí địa lý của Bình Định có những thuận lợi như: nằm trên trục đường quốc lộ 19, là cửa ngõ ra biển gần nhất và thuận lợi nhất của Tây Nguyên, Nam Lào, Đông Bắc Campuchia và Thái Lan; là điểm giao thương của tuyến đường bộ Bắc Nam, đường sắt, đường biển, đường không;... Đây là những điều kiện thuận lợi cho thu hút đầu tư phát triển, tập trung vào lĩnh

vực cơ sở hạ tầng (CSHT), CN chế biến xuất khẩu, CN phụ trợ, DL và CN cảng biển,...

Tóm lại, các loại ưu đãi: Theo quy định hiện nay, khi đầu tư vào Bình Định, ngoài chính sách ưu đãi đầu tư của Chính phủ, NĐT còn được hưởng các ưu đãi của tỉnh Bình Định như: Hỗ trợ chi phí đào tạo công nhân, hỗ trợ xúc tiến thương mại, hỗ trợ hạ tầng kỹ thuật, hỗ trợ cung cấp thông tin.

Bảng 5. Chỉ số ảnh hưởng giá trị hình ảnh con người của sản phẩm địa phương Bình Định

Chỉ tiêu khảo sát	Địa phương	2009	2010	2011	2012
1. Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh (Thang điểm 10: 1 - Rất yếu; 10 - Rất tốt)	<i>Tỉnh Bình Định</i>	6,91	5,32	3,75	6,17
	<i>Trung bình toàn quốc</i>	4,91	5,26	4,66	4,85
	<i>Địa phương thấp nhất</i>	1,87	2,66	1,39	1,39
	<i>Địa phương cao nhất</i>	9,39	8,08	9,38	7,17
2. Cán bộ tỉnh nắm vững các chính sách, quy định để giải quyết khó khăn, vướng mắc cho DN (% Đồng ý hoặc Hoàn toàn đồng ý)	<i>Tỉnh Bình Định</i>	48,77%	75,53%	60,53%	69,30%
	<i>Trung bình toàn quốc</i>	43,75%	75,31%	65,15%	65,57%
	<i>Địa phương thấp nhất</i>	28,42%	54,37%	41,67%	34,48%
	<i>Địa phương cao nhất</i>	71,96%	90,14%	92,16%	88,31%
3. Tinh sáng tạo và sáng suốt trong việc giải quyết những trở ngại đối với cộng đồng DN tư nhân (% Đồng ý hoặc Hoàn toàn đồng ý).	<i>Tỉnh Bình Định</i>	86,67%	50,56%	36,11%	59,43%
	<i>Trung bình toàn quốc</i>	72,65%	49,38%	46,58%	47,66%
	<i>Địa phương thấp nhất</i>	54,67%	25,00%	19,35%	22,48%
	<i>Địa phương cao nhất</i>	91,72%	71,11%	78,26%	71,13%
4. Cảm nhận của DN về thái độ của chính quyền tỉnh đối với khu vực tư nhân (% Tích cực hoặc Rất tích cực).	<i>Tỉnh Bình Định</i>	54,11%	46,36%	42,68%	56,80%
	<i>Trung bình toàn quốc</i>	42,47%	47,00%	45,33%	44,44%
	<i>Địa phương thấp nhất</i>	23,94%	31,11%	26,25%	27,56%
	<i>Địa phương cao nhất</i>	72,59%	67,09%	82,89%	66,95%
5. DN tin tưởng vào khả năng bảo vệ của pháp luật: bản quyền hoặc thực thi hợp đồng (% Đồng ý hoặc Hoàn toàn đồng ý)	<i>Tỉnh Bình Định</i>	61,00%	64,17%	81,82%	60,00%
	<i>Trung bình toàn quốc</i>	62,32%	62,69%	86,36%	63,75%
	<i>Địa phương thấp nhất</i>	45,63%	43,36%	63,16%	41,73%
	<i>Địa phương cao nhất</i>	75,76%	71,11%	96,34%	81,82%
6. Các Hiệp hội DN đóng vai trò quan trọng trong tư vấn và phân biệt các chính sách của tỉnh (% quan trọng hoặc rất quan trọng)	<i>Tỉnh Bình Định</i>	34,65%	35,14%	29,79%	25,24%
	<i>Trung bình toàn quốc</i>	35,71%	37,04%	31,25%	31,82%
	<i>Địa phương thấp nhất</i>	18,64%	15,15%	9,52%	15,33%
	<i>Địa phương cao nhất</i>	57,32%	55,56%	60,61%	66,25%
7. Chi phí không chính thức (Thang điểm 10: 1 - Rất yếu; 10 - Rất tốt)	<i>Tỉnh Bình Định</i>	6,79	6,36	6,13	7,07
	<i>Trung bình toàn quốc</i>	6,65	6,24	6,81	6,49
	<i>Địa phương thấp nhất</i>	5,36	4,57	4,54	4,52
	<i>Địa phương cao nhất</i>	8,35	8,53	8,62	8,61

(Nguồn: Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam)

Bảng 6. Đánh giá trị con người của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định

Vấn đề đánh giá	Hiện trạng thực hiện
<i>Sự nhiệt tình của cán bộ thực thi trong việc giải quyết các vấn đề của DN</i>	Khá so với mức trung bình toàn quốc, có xu hướng được cải thiện
<i>Thái độ và sự hợp tác của người dân địa phương</i>	Đa số có thiện chí với DN. Có một số trường hợp người dân phản đối, cản trở do sự ô nhiễm của một số CCN gây ra.
<i>Mức độ quan tâm của các nhà lãnh đạo địa phương</i>	Có xu hướng tích cực trong việc giải quyết những trở ngại đối với cộng đồng DN tư nhân. Cảm nhận tích cực của DN về thái độ của chính quyền tỉnh đối với DN tư nhân. DN có xu hướng giảm tin tưởng vào khả năng bảo vệ của pháp luật về bản quyền hoặc thực thi hợp đồng. Đặc biệt, cần khắc phục tính không ổn định.
<i>Sự gây phiền nhiễu đến DN</i>	Còn có sự gây phiền nhiễu đến DN thông qua các chi phí không chính thức mà DN phải trả. Tuy nhiên, mức độ gây phiền nhiễu có xu hướng giảm.

2.2. Giá trị hình ảnh, danh tiếng của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định

Kết quả đánh giá giá trị hình ảnh, danh tiếng của sản phẩm địa phương ở tỉnh Bình Định được tổng hợp trong bảng 4.

Tỉnh Bình Định vẫn được biết đến với các ngành gỗ, đá và DL tâm linh- văn hóa gắn với hình ảnh triều đại Tây Sơn. Vì vậy, giá trị mà thương hiệu tỉnh Bình Định mang đến cho DN có liên quan đến các ngành nói trên. Phong trào Tây Sơn gắn với hình ảnh Hoàng đế Quang Trung, Võ Bình Định,... chưa có tác động đến thu hút đầu tư vào Bình Định.

2.3. Đánh giá giá trị con người của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định

Giá trị con người của sản phẩm địa phương Bình Định là tất cả những gì liên quan đến con người ở Bình Định tác động trực tiếp và gián tiếp đến việc NĐT triển khai hoạt động đầu tư. NĐT sẽ cảm thấy giá trị của sản phẩm địa phương Bình Định được gia

tăng nếu có những hành vi cư xử của con người nơi đây thân thiện, hướng đến phục vụ lợi ích dành cho họ.

Theo số liệu khảo sát ta thấy: Năm 2012 cộng đồng DN đánh giá khá tốt tính năng động của lãnh đạo tỉnh Bình Định sau 2 năm 2010 và 2011 bị sụt giảm. Tuy nhiên, nhìn vào bảng 5 ta thấy: chỉ có 22,24% DN được khảo sát cho rằng các Hiệp hội DN đóng vai trò quan trọng trong tư vấn và phân biện các chính sách của tỉnh. Và một vấn đề ảnh hưởng không nhỏ đến giá trị sản phẩm địa phương Bình Định là DN phải chịu chi phí không chính thức. Trong những năm qua, mặt dù đã được cải thiện nhưng tiêu chí này của Bình Định vẫn được đánh giá ở mức trung bình khá so với toàn quốc.

Từ việc phân tích các chỉ số ảnh hưởng, kết quả đánh giá về giá trị con người của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định được tổng hợp trong bảng 6.

Kết quả đánh giá cho thấy đội ngũ cán bộ cũng

Bảng 7. Bảng đánh giá CSHT Bình Định năm 2011

T	Tỉnh	Tỉ lệ % số DN đánh giá chất lượng KCN (% Tốt hoặc Rất tốt)	Đánh giá chất lượng đường bộ (% Tốt hoặc Rất tốt)	Đánh giá chất lượng DV viễn thông (% Tốt hoặc Rất tốt)	Đánh giá chất lượng mạng internet (% Tốt hoặc Rất tốt).	CSHT cảng/sân bay (Thang điểm 10)
1	Đà Nẵng	55,63%	79,56%	86,19%	76,00%	10,00
2	Quảng Nam	55,22%	37,50%	73,75%	57,69%	1,00
3	Quảng Ngãi	31,17%	35,80%	73,75%	50,00%	3,25
4	Bình Định	34,25%	39,02%	80,49%	68,29%	7,75
5	Phú Yên	30,00%	28,38%	81,33%	65,28%	1,00
6	Khánh Hòa	53,85%	51,55%	79,38%	76,40%	5,50
	<i>Trung bình toàn quốc</i>	40,00%	39,74%	70,83%	56,25%	1,00
	<i>Địa phương thấp nhất</i>	15,56%	15,85%	41,03%	33,77%	1,00
	<i>Địa phương cao nhất</i>	78,77%	79,56%	86,42%	84,13%	10,00

(Nguồn: Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam)

Bảng 8. Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp tại Bình Định

Chỉ tiêu	Địa phương	2009	2010	2011	2012
1, DV hỗ trợ DN (Thang điểm 10: 1 - Rất yếu; 10 - Rất tốt)	Tỉnh Bình Định	4,23	5,54	3,46	4,29
	Trung bình toàn quốc	5,20	5,68	3,57	3,89
	Địa phương thấp nhất	2,84	3,46	1,75	2,31
	Địa phương cao nhất	8,55	8,75	7,26	5,80
2, Số hội chợ TM do tỉnh tổ chức trong năm trước hoặc đăng ký tổ chức cho năm nay	Tỉnh Bình Định	1	0	6	16
	Trung bình toàn quốc	4	6	6	11
	Địa phương thấp nhất	1	0	1	1
	Địa phương cao nhất	10	20	20	20
3, Số lượng các nhà cung cấp (NCC) DV công là tư nhân (TN) trong tỉnh	Tỉnh Bình Định	6	22	10	8
	Trung bình toàn quốc	8	12	9	8
	Địa phương thấp nhất	1	0	1	0
	Địa phương cao nhất	10	192	3024	2862
4, DN đã sử dụng (SD) NCC DV TN cho DV tìm kiếm thông tin KD trên (%)	Tỉnh Bình Định	31,76%	34,55%	40,43%	36,54%
	Trung bình toàn quốc	38,81%	39,22%	41,89%	29,73%
	Địa phương thấp nhất	20,59%	16,67%	20,37%	4,35%
	Địa phương cao nhất	58,82%	55,56%	80,00%	56,67%
5, DN đã SD NCC DV TN cho DV tư vấn về thông tin pháp luật (%)	Tỉnh Bình Định	11,76%	13,33%	21,28%	35,09%
	Trung bình toàn quốc	16,95%	13,33%	30,00%	18,75%
	Địa phương thấp nhất	3,03%	2,04%	4,17%	4,35%
	Địa phương cao nhất	43,18%	33,33%	69,08%	50,00%
6, DN đã SD NCC DV TN cho DV hỗ trợ tìm đối tác KD (%)	Tỉnh Bình Định	38,16%	54,17%	47,50%	55,56%
	Trung bình toàn quốc	44,12%	54,55%	50,00%	45,45%
	Địa phương thấp nhất	25,00%	0,00%	21,57%	5,56%
	Địa phương cao nhất	70,21%	70,37%	80,88%	84,62%
7, DN đã SD NCC DV TN cho DV xúc tiến TM (%)	Tỉnh Bình Định	10,71%	10,81%	10,26%	40,00%
	Trung bình toàn quốc	18,00%	15,79%	24,14%	17,65%
	Địa phương thấp nhất	4,44%	0,00%	0,00%	0,00%
	Địa phương cao nhất	38,42%	42,31%	74,60%	70,00%
8, DN đã SD NCC DV TN cho các DV liên quan đến công nghệ (%)	Tỉnh Bình Định	37,31%	32,50%	48,65%	47,62%
	Trung bình toàn quốc	38,60%	40,63%	45,00%	33,33%
	Địa phương thấp nhất	17,65%	4,76%	0,00%	6,45%
	Địa phương cao nhất	65,85%	69,23%	83,08%	62,50%

(Nguồn: Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam)

như nhà quản lý của tỉnh Bình Định đã hỗ trợ DN ở mức độ nhất định, nhưng vẫn còn những hạn chế cần khắc phục để tăng cường thu hút NĐT. Cần tăng cường hơn nữa mối quan hệ giữa địa phương và DN, nhất là sau khi đã triển khai đầu tư, DN rất cần sự quan tâm hơn của lãnh đạo địa phương để giải quyết những vướng mắc của mình.

2.4. Giá trị DV của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định

Đó là những DV mà Bình Định có thể cung cấp và DN có thể khai thác nhằm hỗ trợ hoạt động sản xuất kinh doanh của mình đạt được hiệu quả cao hơn.

Về CSHT, qua khảo sát các DN cho rằng chất lượng KCN, chất lượng đường bộ, chất lượng DV viễn thông, chất lượng mạng internet của Bình Định ở mức trung bình so với cả nước. Trong khu vực Nam Trung Bộ các tiêu chí này Bình Định chỉ đứng sau Đà Nẵng và cao hơn các địa phương khác trong khu vực. Riêng về CSHT cảng, sân bay Bình Định

là một địa phương có lợi thế.

DV hỗ trợ DN của Bình Định cũng có những cải thiện đáng kể, đáng chú ý là sự gia tăng số lượng hội chợ thương mại do tỉnh tổ chức.

Nhìn vào bảng 8, ta thấy chính sách phát triển hoạt động cung cấp DV công và các DV hỗ trợ DN ở khu vực tư nhân còn yếu kém, số lượng NCC DV tư nhân giảm, chất lượng chưa cao nên tỷ lệ DN sử dụng (kể cả ý định tiếp tục sử dụng) các DV của NCC tư nhân còn hạn chế.

Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước ở Bình Định theo khảo sát từ 2007 đến năm 2012 không có sự thay đổi đáng kể. Tuy nhiên, tiêu chí được cải thiện đáng kể nhất là tỷ lệ DN sử dụng hơn 10% thời gian để thực hiện các Quy định của Nhà nước: từ 24,73% số DN năm 2010 giảm xuống còn 4,49% năm 2012. Tương tự, doanh nghiệp ở tỉnh chỉ phải ngừng hoạt động một lần/năm để thanh, kiểm tra. Thời gian thanh, kiểm tra trung bình một lần của cơ quan thuế, cơ quan tiến hành

Bảng 9. Chi phí thời gian và hiệu quả của cải cách hành chính công

Chỉ tiêu	Địa phương	2009	2010	2011	2012
1, Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước (Thang điểm 10: 1 - Rất yếu; 10 - Rất tốt)	Tỉnh Bình Định	7,99	6,42	6,76	6,89
	Trung bình toàn quốc	6,49	6,33	6,70	5,73
	Địa phương thấp nhất	3,68	4,47	3,81	3,51
	Địa phương cao nhất	8,93	8,38	8,28	8,12
2, % DN sử dụng hơn 10% quỹ thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước	Tỉnh Bình Định	14,55%	24,73%	11,76%	4,49%
	Trung bình toàn quốc	15,38%	19,00%	11,27%	13,85%
	Địa phương thấp nhất	7,27%	8,14%	2,74%	3,23%
	Địa phương cao nhất	30,36%	35,37%	31,58%	28,57%
3, Số cuộc thanh tra trung vị (tất cả các cơ quan)	Tỉnh Bình Định	1,0	1,0	1,0	1,0
	Trung bình toàn quốc	1,0	1,0	1,0	1,0
	Địa phương thấp nhất	1,0	1,0	1,0	0,0
	Địa phương cao nhất	2,0	2,0	2,0	2,0
4, Số giờ trung vị làm việc với thanh tra thuế	Tỉnh Bình Định	16,0	6,0	8,0	4,0
	Trung bình toàn quốc	5,0	4,0	4,0	4,0
	Địa phương thấp nhất	1,0	1,0	1,0	1,0
	Địa phương cao nhất	40,0	28,0	24,0	24,0
5, Các cán bộ nhà nước làm việc hiệu quả hơn sau khi thực hiện CCHCC (% Có)	Tỉnh Bình Định	54,69%	50,83%	45,24%	36,92%
	Trung bình toàn quốc	44,09%	44,83%	39,74%	32,61%
	Địa phương thấp nhất	28,68%	26,00%	12,35%	13,46%
	Địa phương cao nhất	58,26%	61,11%	59,49%	61,36%
6, Số lần đi xin dấu và xin chữ ký của DN giảm sau khi thực hiện CCHCC (% Có)	Tỉnh Bình Định	35,42%	28,33%	23,81%	33,85%
	Trung bình toàn quốc	30,23%	29,07%	23,75%	23,45%
	Địa phương thấp nhất	17,69%	17,78%	7,41%	9,90%
	Địa phương cao nhất	45,95%	53,16%	47,37%	40,19%
7, Thủ tục giấy tờ giảm sau khi thực hiện CCHCC (% Có)	Tỉnh Bình Định	48,44%	46,67%	41,67%	44,62%
	Trung bình toàn quốc	47,89%	45,60%	47,06%	40,66%
	Địa phương thấp nhất	25,20%	30,09%	20,99%	20,16%
	Địa phương cao nhất	63,16%	68,75%	65,38%	66,67%
8, Các loại phí, lệ phí của nhiều thủ tục giảm sau khi thực hiện CCHCC (% Có)	Tỉnh Bình Định	31,25%	17,50%	13,10%	12,31%
	Trung bình toàn quốc	24,18%	21,21%	16,47%	15,49%
	Địa phương thấp nhất	11,38%	9,80%	3,70%	5,06%
	Địa phương cao nhất	34,04%	32,22%	31,71%	36,36%
9, Không có bất kỳ sự thay đổi nào sau khi thực hiện CCHCC (% Có)	Tỉnh Bình Định	-	17,50%	20,24%	7,69%
	Trung bình toàn quốc	-	17,50%	26,83%	27,27%
	Địa phương thấp nhất	-	4,69%	8,24%	6,82%
	Địa phương cao nhất	-	30,00%	59,26%	54,87%

(Nguồn: Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam)

thanh tra, kiểm tra thường xuyên nhất, đã giảm xuống chỉ còn 4 tiếng.

Về hiệu quả của cải cách hành chính công (CCHCC), năm 2012 chỉ có 36,92% DN được khảo sát cho rằng các cán bộ nhà nước làm việc hiệu quả hơn sau khi thực hiện CCHCC (giảm nhiều so với 54,69% năm 2009). Còn 7,69% DN cho rằng không có bất kỳ sự thay đổi nào sau khi thực hiện CCHCC.

Tính minh bạch: sự minh bạch trong các thông tin liên quan đến Bình Định có xu hướng giảm trong giai đoạn 2009–2012. Đáng chú ý là tính minh bạch của các tài liệu kế hoạch và tính minh bạch trong các tài liệu pháp lý (như Quyết định, Nghị định)

giảm. Khả năng có thể dự đoán được trong thực thi pháp luật của tỉnh Bình Định cũng có xu hướng giảm đáng xem xét. Mặc dù đã có nhiều nỗ lực nhằm làm tăng tính minh bạch và giảm tham nhũng, DN vẫn cảm thấy việc tiếp cận với tài liệu kế hoạch của Bình Định còn nhiều khó khăn và không công bằng (Xem bảng 10).

Đào tạo lao động: nhiều tiêu chí phản ánh đào tạo lao động tại Bình Định năm 2012 đều có xu hướng tốt so với những năm trước (Bảng 11). Điều này cho thấy sự nỗ lực của lãnh đạo tỉnh Bình Định để thúc đẩy đào tạo nghề và phát triển kỹ năng nhằm hỗ trợ các ngành kinh doanh địa phương và giúp

người lao động tìm kiếm việc làm.

Từ những số liệu khảo sát được và các kết quả phân tích, đánh giá khác nhau, chúng ta có thể tổng hợp về giá trị DV của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định ở bảng 12.

3. Hoàn thiện chính sách sản phẩm địa phương Bình Định nhằm tăng cường thu hút đầu tư phát triển

3.1. Xác định mục tiêu marketing địa phương để hoàn thiện chính sách sản phẩm địa phương Bình Định

Bình Định cần lựa chọn chính xác nhóm đối tượng khách hàng mục tiêu là các NĐT trong lĩnh vực CN-XD và DL mà hoạt động marketing địa phương của tỉnh cần hướng tới trong các giai đoạn tới để nâng cao giá trị sản phẩm địa phương, thỏa mãn tối đa nhu cầu của NĐT.

Tạo sự khác biệt mang nét đặc trưng của tỉnh Bình Định nhằm gia tăng sức mạnh cạnh tranh thu hút đầu tư đối với các địa phương khác. Nét khác biệt đó có thể dựa vào lợi thế về đất đai rộng lớn, tài nguyên biển dồi dào, cảnh quan còn chưa được khai thác, hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng xã hội tốt,... của KKT Nhơn Hội. Bình Định có thể kêu gọi các dự án DL, CN-XD, Dầu khí, Cảng biển,... với quy mô lớn vào KKT Nhơn Hội. Truyền đạt hình ảnh Bình Định, đặc biệt là KKT Nhơn Hội là địa điểm đầu tư với nhiều điều kiện thuận lợi cho các NĐT.

Phân đầu đạt tỉ lệ các dự án đầu tư thu hút: CN-XD 43%; DL và DV 41%.

3.2. Giải pháp hoàn thiện chính sách sản phẩm địa phương Bình Định

Từ việc đánh giá thực trạng sản phẩm địa phương, trong thời gian tới để nâng cao giá trị sản phẩm địa phương, Bình Định cần thực hiện những công việc cơ bản sau:

Thứ nhất, giải pháp nâng cao giá trị sử dụng của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định.

Công tác quản lý đất đai của Chính quyền địa phương cần được khoa học, minh bạch và hiệu quả hơn. Giảm tối thiểu trở ngại về mặt bằng kinh doanh cho DN đầu tư vào Bình Định, đưa ra những cam kết để cộng đồng DN thấy được rủi ro bị thu hồi đất rất thấp. Trong trường hợp bắt buộc phải thu hồi đất để thực hiện mục đích của Nhà nước thì phải bồi thường thỏa đáng cho DN, cần công khai minh bạch các tiêu chí bồi thường. Sự thay đổi khung giá đất của tỉnh là cần thiết do các nguyên nhân khách quan, nhưng sự thay đổi này cần phù hợp với sự thay đổi giá thị trường, có nghĩa là có tăng thì phải

có giảm và đúng giá trị thật, có sức cạnh tranh so với các địa phương trong khu vực.

Quy hoạch và triển khai quy hoạch KCN, CCN, KKT: Nhanh chóng hoàn thiện đầu tư hạ tầng kỹ thuật các KCN Phú Tài, Long Mỹ, Nhơn Hòa; Sớm triển khai đầu tư và kêu gọi đầu tư các KCN Hòa Hội, Cát Trinh, Bình Nghi để sẵn sàng về hạ tầng và mặt bằng thu hút những NĐT mục tiêu. Rà soát các dự án hạ tầng thiết yếu, đề nghị các chủ đầu tư khẩn trương đẩy nhanh tiến độ. Trường hợp, xét thấy không bảo đảm năng lực đầu tư thì thu hồi Giấy chứng nhận đầu tư để có cơ sở kêu gọi các NĐT mới. Đẩy mạnh hơn nữa các hình thức xã hội hóa trong XD các công trình hạ tầng thiết yếu, chủ động mời gọi các NĐT uy tín, có năng lực và tạo điều kiện thuận lợi nhất để triển khai. Kêu gọi và mạnh dạn áp dụng các hình thức đầu tư BT, BOT, BTO, PPP,... để nhanh chóng hoàn thiện hệ thống hạ tầng của KKT.

Rà soát, củng cố các phương án, hồ sơ bồi thường giải phóng mặt bằng (GPMB) bảo đảm đã áp dụng đúng, đầy đủ theo quy định để thực hiện chi trả GPMB. Các trường hợp người dân chưa rõ thì giải thích, vận động, đối với các trường hợp có ý đòi hỏi sai quy định, cản trở công tác GPMB thì kiên quyết xử lý theo pháp luật. Cần có biện pháp quyết liệt yêu cầu NĐT ứng kinh phí GPMB phù hợp, kịp thời theo tiến độ GPMB. Nếu không bảo đảm thì đình chỉ nhiệm vụ đầu tư, thu hồi Giấy chứng nhận đầu tư để giao cho các NĐT khác có năng lực phù hợp.

Đa dạng hóa các hình thức đầu tư hệ thống hạ tầng bên ngoài các KCN, KKT để từng bước, đầu tư cải thiện để tạo sự đồng bộ cả hệ thống nội bộ và hạ tầng đối ngoại.

Thứ hai, cải thiện giá trị hình ảnh, danh tiếng của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định

Tạo sự khác biệt bắt đầu từ sản phẩm địa phương là cách định vị cần thiết cho tỉnh Bình Định khi tiến hành thu hút đầu tư. Bởi vì sản phẩm địa phương, với những giá trị được XD, là những gì mà NĐT thực sự tìm kiếm ở mỗi địa phương. Để cải thiện giá trị hình ảnh, danh tiếng của sản phẩm địa phương, tỉnh Bình Định cần tập trung mọi nguồn lực thực hiện các công việc sau:

Trước hết, địa phương tiếp tục XD và hoàn thiện hạ tầng các KCN, CCN, KKT và các khu vực phát triển kinh tế với những điều kiện thuận lợi nhất dành cho NĐT để thu hút sự đầu tư của họ. Kiên định XD KKT Nhơn Hội hiện đại và hiệu quả.

Hai là, chú ý tập trung hỗ trợ NĐT triển khai

Bảng 10. Tính minh bạch và tiếp cận thông tin ở Bình Định

Chỉ tiêu	Địa phương	2009	2010	2011	2012
1, Tính kinh bạch và tiếp cận thông tin (Thang điểm 10: 1 - Rất yếu; 10 - Rất tốt)	Tỉnh Bình Định	6,67	6,18	5,78	5,79
	Trung bình toàn quốc	5,92	5,83	5,84	5,86
	Địa phương thấp nhất	2,92	2,76	4,51	2,93
	Địa phương cao nhất	8,85	7,39	7,34	6,98
2, Tính minh bạch của các tài liệu kế hoạch (Thang điểm 10: 1 - Rất yếu; 10 - Rất tốt)	Tỉnh Bình Định	3,38	2,38	2,63	2,55
	Trung bình toàn quốc	3,16	2,31	2,52	2,39
	Địa phương thấp nhất	2,69	2,00	2,29	1,81
	Địa phương cao nhất	3,97	2,62	2,98	3,14
3, Tính minh bạch của các tài liệu pháp lý như quyết định, nghị định (Thang điểm 10: 1 - Rất yếu; 10 - Rất tốt)	Tỉnh Bình Định	4,03	3,12	3,07	2,81
	Trung bình toàn quốc	3,89	3,05	3,03	2,84
	Địa phương thấp nhất	3,33	2,79	2,58	1,98
	Địa phương cao nhất	4,54	3,44	3,83	3,38
4, Cần có "mối quan hệ" để có được các tài liệu của tỉnh (%quan trọng hoặc rất quan trọng)	Tỉnh Bình Định	45,57%	69,81%	68,83%	57,89%
	Trung bình toàn quốc	61,26%	78,64%	75,00%	62,20%
	Địa phương thấp nhất	45,57%	37,29%	41,18%	29,73%
	Địa phương cao nhất	78,26%	95,71%	93,33%	82,69%
5, Thương lượng với cán bộ thuế là phân thiết yếu trong hoạt động KD (%hoàn toàn đồng ý hoặc đồng ý)	Tỉnh Bình Định	35,06%	48,42%	28,38%	26,36%
	Trung bình toàn quốc	41,32%	40,78%	41,10%	39,36%
	Địa phương thấp nhất	29,69%	23,75%	7,69%	14,53%
	Địa phương cao nhất	62,40%	67,05%	62,67%	67,78%
6, Khả năng có thể dự đoán được trong thực thi pháp luật của tỉnh (%luôn luôn hoặc thường xuyên)	Tỉnh Bình Định	8,97%	12,77%	8,57%	5,00%
	Trung bình toàn quốc	8,40%	8,97%	8,57%	6,67%
	Địa phương thấp nhất	3,57%	2,38%	0,00%	1,30%
	Địa phương cao nhất	22,22%	20,24%	29,49%	13,51%
7, Điểm số trang web của tỉnh	Tỉnh Bình Định	16,00	15,50	13,00	14,50
	Trung bình toàn quốc	15,00	15,00	15,00	14,00
	Địa phương thấp nhất	0	0	9,00	0
	Địa phương cao nhất	20,00	19,00	20,00	20,00

(Nguồn: Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam)

nhanh các dự án trọng điểm trong KKT Nhơn Hội. Khi đó sẽ thay đổi nhận thức của NĐT về một Bình Định hiện nay “chỉ biết đưa khách đến nhà chứ chưa biết làm món gì để đãi khách” (vì tỷ lệ vốn thực hiện/vốn đăng ký thấp).

Ba là, xây dựng và quảng bá mạnh mẽ hình ảnh “Thi ca” và “Võ thuật” Bình Định để khai thác hiệu quả giá trị văn hóa - lịch sử của Bình Định, đó là “Đất thơ” với Hàn Mặc Tử, Xuân Diệu,... và “Đất võ” với Hoàng đế Quang Trung – Nguyễn Huệ và phong trào Tây Sơn. Đây là những hình ảnh có thể khai thác tốt trong chủ trương phát triển ngành DL của tỉnh. Cần có kế hoạch dài hạn để tổ chức các cuộc thi võ thuật, thi ca thường niên với quy mô quốc gia và quốc tế.

Thứ ba, cải thiện giá trị DV của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định

Cần cải thiện chất lượng đường bộ, chất lượng DV viễn thông, chất lượng mạng internet của Bình Định. Cần triển khai và đề nghị Chính phủ sớm triển khai quy hoạch hiện nay để tăng cường đầu tư hệ

thống hạ tầng giao thông của tỉnh Bình Định.

Chú ý đến chất lượng các hội chợ thương mại do tỉnh tổ chức. Nếu hội chợ thương mại tổ chức không hiệu quả sẽ dẫn đến những hệ quả như số lượng DN tham gia ít, ảnh hưởng của hội chợ đến việc hỗ trợ quảng bá hình ảnh cho DN không cao, không thu hút được những DN có thương hiệu.

Bên cạnh đó, tỉnh Bình Định cần quan tâm đến chính sách phát triển hoạt động cung cấp DV công ở khu vực tư nhân, nhằm làm tăng số lượng và chất lượng NCC tư nhân để nâng cao tỷ lệ DN sử dụng các DV của NCC tư nhân.

Cần có chỉ đạo và kiểm tra sâu sát hơn trong công tác CCHCC để cải thiện hơn nữa hiệu quả làm việc của cán bộ nhà nước, từ đó cán bộ nhà nước sẽ tích cực hơn trong việc hỗ trợ DN về những thủ tục hành chính phát sinh trong quá trình sản xuất kinh doanh.

Tăng khả năng DN tiếp cận thông tin của tỉnh, bao gồm: chủ trương, chính sách phát triển kinh tế, tình hình ngân sách, kế hoạch phát triển kinh tế - xã

Bảng 11. Đào tạo lao động ở Bình Định

Chỉ tiêu	Địa phương	2009	2010	2011	2012
1, Đào tạo lao động (Thang điểm 10: 1 - Rất yếu; 10 - Rất tốt)	Tỉnh Bình Định	5,10	5,29	4,83	5,40
	Trung bình toàn quốc	4,83	5,35	4,76	4,97
	Địa phương thấp nhất	2,82	2,96	3,85	3,60
	Địa phương cao nhất	7,69	7,43	5,80	6,12
2, DV Giáo dục phổ thông do các cơ quan Nhà nước tại địa phương cung cấp (% Tốt hoặc Rất tốt)	Tỉnh Bình Định	60,23%	55,10%	52,44%	71,68%
	Trung bình toàn quốc	45,45%	46,99%	52,05%	54,65%
	Địa phương thấp nhất	22,08%	20,27%	28,77%	24,62%
	Địa phương cao nhất	68,94%	68,97%	75,80%	80,00%
3, DV Dạy nghề do các cơ quan Nhà nước tại địa phương cung cấp (% Tốt hoặc Rất tốt)	Tỉnh Bình Định	41,90%	36,19%	25,93%	64,29%
	Trung bình toàn quốc	27,12%	27,40%	34,88%	41,73%
	Địa phương thấp nhất	10,26%	10,67%	16,46%	15,25%
	Địa phương cao nhất	48,51%	64,37%	68,25%	73,39%
4, % DN hài lòng với chất lượng lao động	Tỉnh Bình Định	-	71,67%	83,33%	93,88%
	Trung bình toàn quốc	-	73,47%	75,61%	92,73%
	Địa phương thấp nhất	-	58,40%	42,99%	71,64%
	Địa phương cao nhất	-	90,11%	93,75%	100,00%
5, Số lượng học viên tốt nghiệp trường đào tạo nghề/số lao động chưa qua đào tạo	Tỉnh Bình Định	5,58%	2,16%	3,42%	3,91%
	Trung bình toàn quốc	5,45%	3,13%	3,60%	3,73%
	Địa phương thấp nhất	1,42%	0,89%	1,03%	0,95%
	Địa phương cao nhất	29,02%	20,51%	20,08%	22,43%
6, Số lao động tốt nghiệp THCS (% tổng lực lượng lao động)	Tỉnh Bình Định	9,47%	6,69%	4,36%	5,07%
	Trung bình toàn quốc	10,33%	8,65%	7,11%	7,69%
	Địa phương thấp nhất	4,36%	4,36%	2,74%	2,06%
	Địa phương cao nhất	30,24%	28,02%	16,17%	19,09%

(Nguồn: Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam)

Bảng 12. Giá trị dịch vụ của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định

Vấn đề đánh giá	Hiện trạng thực hiện
Đầu tư hạ tầng giao thông	Giao thông đường bộ chưa thuận lợi, đường còn chật hẹp, chất lượng ở mức trung bình so với cả nước. Có ưu thế hơn nhiều địa phương về cảng biển và đường hàng không.
Quy hoạch đô thị	Có quy hoạch. Chưa triển khai được tốt trong thực tiễn nên bộ mặt đô thị ở Bình Định không tạo ấn tượng đặc biệt đối với NĐT.
Hỗ trợ DN về những thủ tục hành chính phát sinh trong quá trình sản xuất kinh doanh	Đã thực hiện trợ giúp DN giải quyết những thủ tục phát sinh. DV có sự cải thiện nhưng vẫn cần nhiều hơn nữa sự nỗ lực của chính quyền tỉnh Bình Định
DV bưu chính, viễn thông, thông tin liên lạc và internet	Ở mức trung bình của khu vực và cả nước, đáp ứng yêu cầu của DN và xã hội
Công tác đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực	Chính quyền có quan tâm và đã cho triển khai những khoá đào tạo, tuy nhiên chất lượng chỉ ở mức khá theo đánh giá của DN. Thiếu lao động có chất lượng cao.
DV đào tạo	DV khá tốt. Đa dạng ngành nghề, đảm bảo cho mọi bậc học với số lượng lớn do có hệ thống nhiều trường CĐ, ĐH và TCCN.
Khả năng DN tiếp cận thông tin của tỉnh.	Doanh nghiệp còn nhiều khó khăn trong việc tiếp cận: chủ trương, chính sách phát triển kinh tế; tình hình ngân sách; kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm; chương trình phát triển khu vực kinh tế tư nhân. Chủ yếu cung cấp thông tin chung. Khó tiếp cận được với thông tin cụ thể, có độ tin cậy cao.
DV điện nước.	Đáp ứng khá tốt
An ninh và trật tự xã hội	Tốt
DV vận tải	Phát triển các DV vận tải hành khách đường bộ, đường sắt, đường không, chưa phát triển đường thủy. Có đầy đủ các DV vận tải chuyên nghiệp, bao gồm cả vận tải hành khách và hàng hoá.
Tổ chức quản lý DN theo hiệp hội	Đã thành lập và hoạt động hiệp hội DN nhưng chưa phát huy được vai trò và chức năng bảo vệ quyền lợi của thành viên tham gia hiệp hội
Hoạt động hỗ trợ quảng bá hình ảnh DN và tìm kiếm đối tác	Địa phương tổ chức nhiều hội chợ thương mại hơn, tuy nhiên các DN có vẻ ít quan tâm chi tiền cho hoạt động này. Điều này phản ánh ít nhiều chất lượng hoạt động này.

hội năm, chương trình phát triển khu vực kinh tế tư nhân,... Để thực hiện vấn đề này, lãnh đạo tỉnh cần chỉ đạo Sở KH&ĐT Bình Định (Trung tâm xúc tiến đầu tư) xây dựng, quản lý và cập nhật những tài liệu này một cách thường xuyên, hiệu quả thông qua trang web.

Thứ tư, nâng cao giá trị con người của sản phẩm địa phương tỉnh Bình Định

Yếu tố con người đóng vai trò quan trọng, có ảnh hưởng lớn đến sự cảm nhận của NĐT khi tiến hành đầu tư vào địa phương. Đặc biệt trong quá trình đầu tư tại địa phương, những giao tiếp giữa đội ngũ quản

lí, người dân địa phương với DN sẽ quyết định mối quan hệ chặt chẽ hoặc lỏng lẻo giữa DN với địa phương. Vì vậy, tỉnh Bình Định cần có biện pháp thúc đẩy mối quan hệ chặt chẽ hơn nữa giữa các cán bộ, nhà quản lý với DN trên địa bàn.

Tóm lại: Sử dụng công cụ marketing địa phương để thu hút đầu tư là hướng tiếp cận mới cho tỉnh Bình Định trong việc tìm kiếm các biện pháp thu hút đầu tư vào địa phương. Trong đó, hoàn thiện chính sách sản phẩm địa phương trong giai đoạn này là ưu tiên số một để có thể thu hút các nhà đầu tư mục tiêu ở các lĩnh vực đã được xác định là CN-XD và du lịch. □

Tài liệu tham khảo:

Ban quản lý Khu kinh tế Bình Định (2012), *Báo cáo tình hình xây dựng và phát triển KKT Nhơn Hội và các KCN năm 2012*.

Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2003), *Kỹ năng xúc tiến đầu tư*. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright (2001), *Marketing địa phương (Tài liệu dịch)*, Thành phố Hồ Chí Minh.

IPC Bình Định (2012), *Báo cáo tình hình công tác năm 2012*

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2012), *Số liệu PCI năm 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012*. <http://www.pcivietnam.org>

Thủ tướng Chính phủ (2009), *Quyết định số 54/2009/QĐ-TTg, ngày 14/4/2009 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bình Định đến năm 2020*.

Tỉnh ủy Bình Định (2011), *Các Văn kiện trình đại hội đại biểu lần thứ XVIII Đảng bộ tỉnh Bình Định (nhiệm kỳ 2011 - 2015)*

Trung tâm thông tin và tư vấn phát triển - Hội khoa học kinh tế Việt Nam (2002). *Tổng quan quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam, Tập 1*. NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

Kotler, Haider, Rein (2010), *Marketing Places*, United States of America.

Local product policies of binh dinh province in attracting capital investment development

Abstract:

Becoming a region of modern industry and tourism development is the key target of Binh Dinh province towards 2020. In order to achieve this goal, it is essential to apply the local marketing-mix policy, especially focus on local product strategy to attract target investors in the areas of industry, construction and tourism. In addition, the presence of the majority of enterprises with annual high growth in the fields of industry, construction and tourism will contribute significantly to completing objectives outlined.

*** Thông tin tác giả:**

Hà Thanh Việt, Tiến sĩ

- Cơ quan công tác: Khoa Tài chính - Ngân hàng & Quản trị kinh doanh – Trường Đại học Quy Nhơn

- Lĩnh vực nghiên cứu chính: Nghiên cứu thu hút và sử dụng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, Về marketing địa phương trong thu hút đầu tư,...

- Các tạp chí đã đăng tải công trình: *Tạp chí Kinh tế và Phát triển, Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Kế toán, Tạp chí Tài chính, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Kế toán, Tạp chí Kinh tế Châu Á Thái Bình Dương.*

E-mail: hathanhviet@qnu.edu.vn