

Phân tích nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của nhà đầu tư đối với môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh

TS. NGUYỄN HỒNG HÀ

Mục tiêu của nghiên cứu nhằm đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của nhà đầu tư đối với môi trường đầu tư tỉnh Trà Vinh thông qua việc thu thập số liệu 300 doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, dịch vụ tại tỉnh Trà Vinh dựa vào khung lý thuyết kinh tế học và thực tiễn tại Việt Nam bằng phương pháp phân tích nhân tố và hồi qui đa biến để định lượng các nhân tố ảnh hưởng. Kết quả nghiên cứu cho thấy những nhân tố ảnh hưởng môi trường đầu tư như: Xúc tiến thương mại và marketing địa phương, chính sách giá thuê đất, hỗ trợ tín dụng, chuyển giao công nghệ và chính sách thuế... Trong đó, nhân tố về hỗ trợ tín dụng, xúc tiến thương mại và marketing địa phương tác động mạnh nhất đến mức độ hài lòng của nhà đầu tư đối với môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh.

Từ khóa: Doanh nghiệp, nhân tố, mức độ hài lòng, môi trường đầu tư

1. Đặt vấn đề

Nhiều quốc gia trên thế giới đã rất thành công trong công tác huy động vốn đầu tư phát triển kinh tế, tuy nhiên cũng không ít quốc gia gặp khó khăn trong công tác này. Những khó khăn trong công tác huy động vốn bắt nguồn từ việc theo đuổi chính sách phát triển dựa quá nhiều vào lý thuyết lợi thế so sánh không còn phù hợp trong nền kinh tế thế giới hiện nay (Fairbanks & Linsay, 1997). Một điều cần lưu ý là một số quốc gia vực dậy nền kinh tế của mình như: Nhật Bản, Hàn Quốc,... không dựa

nhiều vào lợi thế cạnh tranh mà chủ yếu xây dựng được lợi thế cạnh tranh trong công tác huy động vốn (Porter, 2000). Những thách thức trong cạnh tranh toàn cầu đòi hỏi các quốc gia, thành phố, tỉnh thay đổi cách nhìn về họ. Các thuộc tính cơ bản không còn là điều kiện tiên quyết cho phát triển kinh tế nữa. Nếu các địa phương cùng cạnh tranh nhau bằng tài nguyên thiên nhiên sẽ dẫn đến giá của nó ngày càng giảm đi. Lao động rẻ thường không bù đắp được kỹ năng lao động. Trong bối cảnh kinh tế thế giới với trình độ khoa học và công nghệ ngày càng phát triển, đòi hỏi kỹ năng chuyên môn cao hơn so với số lượng và chi phí cho lực



lượng lao động. Vai trò trong việc xuất khẩu tài nguyên thiên nhiên và lao động rẻ ngày càng mờ nhạt (Fairbanks & Linsay, 1997).

Vì vậy, hoạch định chính sách phát triển kinh tế cho một địa phương được xem như là một thương hiệu marketing cho nó (Kotler & ctg, 2002). Bên cạnh đó, huy động vốn bằng cách thu hút vốn đầu tư được chú ý nhiều nhất do vốn đầu tư tạo ra nhiều ngành nghề, công ăn việc làm, tăng trưởng kinh tế, phát triển công nghệ và thu nhập cho ngân sách nhà nước (Root, 1990).

2. Cơ sở lý thuyết

Có nhiều nguyên nhân chủ quan và khách quan tác động đến công tác thu hút vốn đầu tư trong và ngoài nước của một địa phương. Theo Dunning (1977), một doanh nghiệp chỉ thực hiện đầu tư trực tiếp ra nước ngoài (FDI) khi hội đủ 03 điều kiện: (1) Doanh nghiệp phải sở hữu một số lợi thế so với doanh nghiệp khác như: Quy mô, công nghệ, mạng lưới tiếp thị, khả năng tiếp cận nguồn vốn có lãi suất thấp hay các tài sản vô hình đặc thù của doanh nghiệp; (2) nội vi hóa: Việc sử dụng những lợi thế đó trong nội bộ doanh nghiệp có lợi hơn là bán hay cho các doanh nghiệp khác thuê; và (3) sản xuất tại nước tiếp nhận đầu tư có chi phí thấp hơn là sản xuất tại nước mẹ rồi xuất khẩu.

Paul Krugman (1991) cho rằng, các doanh nghiệp có xu hướng xác định vị trí sản xuất của họ ở những nơi “trung tâm” đông đúc dân cư và vốn, vì tận dụng được lợi thế nhờ quy mô. Hơn nữa, việc này sẽ dẫn tới dân cư - vừa là người cung cấp lao động vừa là người tiêu dùng - sẽ càng di chuyển tới “trung tâm” này vì ở đó có tính lợi thế quy mô cao hơn, cũng có nghĩa là giá cả hàng hóa rẻ hơn và sản phẩm đa dạng hơn. Mô hình ngoại tác của Romer và Lucas (2007) cho thấy các nhân tố tác động đến hành vi đầu tư là: (1) Sự thay đổi trong nhu cầu; (2) lãi suất; (3) mức độ phát triển của hệ thống tài chính; (4) đầu tư công; (5) khả năng về nguồn nhân lực; (6) các dự án đầu tư khác trong cùng ngành hay trong các ngành có mối liên kết; (7) tình hình phát triển công nghệ, khả năng tiếp thu và vận dụng công nghệ; (8) mức độ ổn định về môi

trường đầu tư, bao gồm môi trường kinh tế vĩ mô, pháp luật; (9) các quy định về thủ tục; và (10) mức độ đầy đủ về thông tin, kể cả thông tin về thị trường, luật lệ, thủ tục, các tiến bộ công nghệ.

Lý thuyết thị trường địa phương đã chỉ ra rằng, những yếu tố tác động vào sự thỏa mãn của nhà đầu tư có thể chia thành 03 nhóm chính, đó là: (1) Cơ sở hạ tầng đầu tư; (2) chế độ, chính sách đầu tư; và (3) môi trường làm việc và sinh sống. Khách hàng đầu tư thỏa mãn với một địa phương khi họ hoạt động có hiệu quả tại địa phương đó. Hiệu quả có thể được thể hiện ở nhiều dạng khác nhau tùy theo mục tiêu doanh nghiệp. Tuy nhiên, một cách tổng quát, công ty hoạt động có hiệu quả khi nó đạt được tăng trưởng về doanh thu và lợi nhuận. Một nhà đầu tư đạt được mục tiêu, họ sẽ có xu hướng tiếp tục quá trình đầu tư của họ cũng như giới thiệu cho các công ty khác đầu tư tại địa phương. Về cơ sở hạ tầng, biến số được sử dụng tương đối rộng rãi ở các nghiên cứu về FDI ở Việt Nam là số điện thoại hay số điện thoại trên 1.000 dân (Nguyen và Nguyen, 2007, không thấy tác động, Le Viet Anh, 2004, Nguyen Phi Lan, 2006, tác động tích cực ở hầu hết các mô hình); nguồn điện được cung cho các hoạt động sản xuất kinh doanh ở các tỉnh (Nguyen và Hans-Rimbert, 2002, tác động dương tới FDI thực hiện cộng dồn); độ dài giao thông đường nhựa ở tỉnh (Nguyen và Hans-Rimbert, 2002 không có tác động); khối lượng hành khách vận chuyển địa phương (Mayer và Nguyen, 2005, tác động dương trừ trường hợp FDI mới). Ngoài ra, khu cụm công nghiệp cũng được sử dụng như một chỉ số cho cơ sở hạ tầng (Nguyen và Nguyen, 2007; Nguyen và Hans-Rimbert, 2002, có tác động cùng chiều ở tất cả các mô hình). Ngoài ra, khoảng cách đến các trung tâm lớn cũng có thấy tác động âm đối với số đề án FDI cấp mới năm 2006 (Malesky, 2007).

Vai trò marketing địa phương chính là động cơ phát triển (Drucker, 1958; Kotler & ctg, 1993; Kotler & ctg, 2002). Tuy nhiên, nhiều nước đang phát triển xem nhẹ vai trò marketing địa phương mà thường tập trung vào vấn đề sản xuất, tài



chính... (Reddy & Campbell, 1994), thương hiệu là đơn vị cơ bản của marketing (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2003).

Tại Việt Nam, nghiên cứu khả năng huy động vốn đầu tư phát triển kinh tế cho thấy nhiều thuộc tính địa phương cần phải được hoàn thiện để hấp dẫn nhà đầu tư như: Cơ sở hạ tầng còn hạn chế, kỹ năng của người lao động còn thấp, thủ tục hành chính chưa hiệu quả... (Lê Đăng Doanh, 2003; Phan Ngọc Liên, 2005). Những tồn tại này không chỉ xuất hiện ở các tỉnh vùng xa mà còn ở những nơi có mức độ phát triển tương đối cao như: Bình Dương, TP.HCM (Hồ Đức Hùng & ctg, 2003; Phan Cao Sơn, 2004). Vì vậy, chúng ta có thể kỳ vọng là có nhiều thuộc tính địa phương tác động đến khả năng huy động vốn như: Cơ sở hạ tầng, chính sách ưu đãi, chính sách đào tạo nghề... có thể đóng góp vào khả năng thu hút vốn tại một địa phương (Lam & ctg, 2004).

3. Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở kế thừa lý thuyết và đề phù hợp với

Bảng 1. Thang đo các yếu tố ảnh hưởng mức độ hài lòng của nhà đầu tư đến môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh (chưa kiểm định)

Thang đo	Ký hiệu
1. Về chính sách Thuế	X_1
2. Về chính sách đào tạo nghề	X_2
3. Chính sách giá thuê đất	X_3
4. Cơ sở hạ tầng	X_4
5. Chuyển giao công nghệ	X_5
6. Xúc tiến thương mại và marketing địa phương	X_6
7. Chính sách tín dụng	X_7
8. Hỗ trợ tín dụng	X_8
9. Văn hóa và môi trường sống	X_9
Mức độ hài lòng về môi trường đầu tư tại Trà Vinh	Y

điều kiện đặc thù tại Trà Vinh, nhóm nghiên cứu đã tổng hợp các ý kiến và hội thảo với các chuyên gia theo nhóm các nhân tố nêu trên, nhằm xác định các nhân tố chính ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của nhà đầu tư đối với môi trường đầu tư tỉnh Trà Vinh. Đồng thời, kế thừa nghiên cứu của Nguyễn Đình Thọ và ctg (2009); Đinh Phi Hồ và Cộng sự (2011). Các thang đo và các biến quan sát sử dụng thang điểm Likert 5 mức độ (Likert R.A., 1932) và được mô tả chi tiết tại Bảng 1.

Bảng 2. Ký hiệu các biến nghiên cứu

Ký hiệu	Tên gọi	Giá trị
X_1	Chính sách thuế	05 biến đo lường
X_2	Chính sách đào tạo nghề	05 biến đo lường
X_3	Chính sách giá thuê đất	05 biến đo lường
X_4	Cơ sở hạ tầng	06 biến đo lường
X_5	Chuyển giao công nghệ	04 biến đo lường
X_6	Xúc tiến thương mại và marketing địa phương	05 biến đo lường
X_7	Chính sách tín dụng	03 biến đo lường
X_8	Hỗ trợ tín dụng	04 biến đo lường
X_9	Văn hóa và môi trường sống	02 biến đo lường
D_1	Ngành nghề kinh doanh	0: Thương mại dịch vụ 1: Các ngành khác
D_2	Thời gian kinh doanh	0: Thời gian hoạt động dưới 03 năm 1: Thời gian hoạt động từ 03 năm trở lên
D_3	Quy mô doanh nghiệp	0: Số lượng lao động dưới 20 người 1: Số lượng lao động từ 20 người trở lên
D_4	Loại hình doanh nghiệp	0: Doanh nghiệp tư nhân 1: Các loại hình còn lại (TNHH, CP, QD, LD...)
Y	Mức độ hài lòng về môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh	03 biến đo lường



4. Phương pháp nghiên cứu và phân tích dữ liệu

Nghiên cứu được tiến hành qua 02 giai đoạn: Giai đoạn 1: Nghiên cứu định tính nhằm xây dựng và phát triển hệ thống khái niệm/thang đo và các biến nghiên cứu, từ đó tiến hành xây dựng bảng câu hỏi điều tra khảo sát.

Giai đoạn 2: Thông qua sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 16.0 quá trình nghiên cứu định lượng được thực hiện theo 02 bước:

Bước 1: Sử dụng kiểm định Cronbach Alpha để đánh giá chất lượng thang đo xây dựng. Thang đo được đánh giá chất lượng tốt khi hệ số Cronbach Alpha của tổng thể lớn hơn 0,6.

Bước 2: Sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA: Exploratory Factor Analysis) để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các yếu tố theo đánh giá của doanh nghiệp nhằm xây dựng được hệ thống thang đo tin cậy của các nhân tố ảnh hưởng.

Bước 3: Sử dụng phân tích hồi quy tuyến tính để nhận diện các nhân tố ảnh hưởng có ý nghĩa và vai trò của từng nhân tố.

5. Phạm vi nghiên cứu và cách thức thu thập thông tin

Hiện nay, theo nhiều nhà nghiên cứu, kích thước mẫu càng lớn càng tốt (Nguyễn, 2011). Hair *et al.* (2006) cho rằng để sử dụng phân tích nhân tố khám phá (EFA), kích thước mẫu tối thiểu phải là 50, tốt hơn là 100 và tỷ lệ quan sát/biến đo lường là 5:1, nghĩa là 1 biến đo lường cần tối thiểu 5 quan sát (Nguyễn, 2011). Cụ thể, trong mô hình nghiên cứu được nhóm nghiên cứu đề xuất có 09 biến quan sát có thể được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá. Do đó, số mẫu tối thiểu cần thiết của nghiên cứu là $46 \times 5 = 230$ mẫu. Thực tế, tác giả đã điều tra 300 doanh nghiệp đóng tại tỉnh Trà Vinh trong khoảng thời gian từ tháng 3/2013 đến tháng 6/2014. Như vậy, số liệu được thu thập đảm bảo thực hiện tốt mô hình nghiên cứu.

Để ứng dụng mô hình trong thực tiễn tại Trà Vinh, nhóm nghiên cứu đã tiến hành điều tra 300 doanh nghiệp tại tỉnh Trà Vinh theo phương pháp phân tầng kết hợp với ngẫu nhiên tại 07 huyện bao gồm: Thành phố Trà Vinh

50 doanh nghiệp, huyện Cầu Ngang 40 doanh nghiệp, huyện Càng Long 40 doanh nghiệp, huyện Châu Thành 40 doanh nghiệp, huyện Duyên Hải 40 doanh nghiệp, huyện Trà Cú 40, Tiểu Cần 25 doanh nghiệp, huyện Cầu Kè 25 doanh nghiệp. Trong đó, 159 DN tư nhân chiếm tỷ trọng 53%; 141 Loại hình DN khác, chiếm tỷ trọng 47%; mỗi doanh nghiệp phỏng vấn 01 người là nhân sự chủ chốt.

Trước đó, nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát thử nghiệm với 10 doanh nghiệp thuộc diện đối tượng nghiên cứu. Thông qua đó, các thang đo được điều chỉnh lại và hoàn chỉnh bảng câu hỏi phù hợp hơn với thực tế Trà Vinh. Sau đó, tiến hành điều tra chính thức tại địa bàn nghiên cứu.

6. Kết quả nghiên cứu

6.1. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Nhận diện các yếu tố: Các thang đo lường và các biến quan sát để tiến hành phân tích nhân tố khám phá được mô tả chi tiết trong bảng 1 gồm 10 thang đo với 42 biến quan sát. Thực hiện phân tích nhân tố cho các kiểm định được đảm bảo:

1. Mức độ tin cậy của các thang đo (Hệ số Cronbach Alpha từ 0,686 đến 0,923 > 0,6)
2. Độ tin cậy của các biến quan sát (Factor loading > 0,5)
3. Kiểm định tính thích hợp của mô hình ($0,5 < \text{KMO} < 1$)
4. Kiểm định Bartlett về tương quan giữa các biến quan sát ($\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$)
5. Kiểm định phương sai cộng dồn (Cumulative variance > 50%)

Qua EFA, nhận được 10 yếu tố tác động (Biến độc lập) với 38 biến quan sát và biến phụ thuộc (Y) với 3 biến quan sát.

Qua phân tích nhân tố khám phá, Bảng 3 cho biết có 10 thang đo mới đại diện cho các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của nhà đầu tư về môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh với 38 biến quan sát (do khi phân tích nhân tố đã loại các biến không ý nghĩa hoặc đa cộng tuyến) và thang đo về mức độ hài lòng về môi trường đầu tư tại Trà Vinh với 3 biến quan sát.

6.2. Phân tích hồi quy về phía doanh nghiệp



Bảng 3. Hệ thống thang đo đã được kiểm định về phía doanh nghiệp

Yếu tố ảnh hưởng (Biến độc lập)		Ký hiệu
F1	1. Chính sách thuế	
Các biến quan sát	Chính sách thuế luôn được chính quyền tỉnh cập nhật thường xuyên	X_{11}
	Hệ thống thuế rõ ràng	X_{12}
F2	2. Chính sách ưu đãi	
Các biến quan sát	Thông tin ưu đãi đầu tư luôn kịp thời đến doanh nghiệp	X_{13}
	Văn bản pháp luật thuế luôn được triển khai kịp thời	X_{14}
	Chính sách ưu đãi đầu tư hấp dẫn	X_{15}
F3	3. Về chính sách đào tạo nghề	
Các biến quan sát	Trường đào tạo nghề đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp khi tuyển dụng	X_{21}
	Nguồn lao động địa phương dồi dào	X_{22}
	Chi phí lao động rẻ	X_{23}
	Công nhân có tay nghề lao động cao	X_{24}
	Học viên tốt nghiệp tại trường đào tạo nghề có thể làm việc ngay	X_{25}
F4	4. Chính sách giá thuê đất	
Các biến quan sát	Giá thuê đất hợp lý	X_{31}
	Giá thuê đất ổn định	X_{32}
	Chi phí đền bù, giải phóng mặt bằng thỏa đáng	X_{33}
	Thời gian thuê đất hợp lý	X_{34}
	Mặt bằng được bố trí, giải tỏa kịp thời	X_{35}
F5	5. Cơ sở hạ tầng	
Các biến quan sát	Mạng lưới cấp điện ổn định	X_{41}
	Giá nước hợp lý	X_{43}
	Giá điện phù hợp	X_{44}
	Thông tin liên lạc thuận tiện	X_{45}
	Các phương tiện giao thông vận chuyển thuận lợi	X_{46}
F6	6. Chuyển giao công nghệ	
Các biến quan sát	Địa phương luôn tập huấn chuyển giao thiết bị kịp thời	X_{51}
	Công tác hỗ trợ các ngành ưu đãi đặc thù hiệu quả	X_{52}
	Công tác bảo vệ bản quyền, nhãn hiệu hàng hóa chặt chẽ	X_{53}
	Hỗ trợ kinh phí nghiên cứu ứng dụng công nghệ vào sản xuất	X_{54}
F7	7. Xúc tiến thương mại và Marketing địa phương	
Các biến quan sát	Địa phương luôn có chính sách hỗ trợ các ngành đặc thù	X_{61}
	Thủ tục hải quan nhanh gọn	X_{62}
	Công tác hỗ trợ xuất nhập khẩu hiệu quả	X_{63}
	Thông tin thị trường luôn được cập nhật	X_{64}
	Dịch vụ quảng cáo, tổ chức sự kiện chuyên nghiệp	X_{65}
F8	8. Chính sách tín dụng	
Các biến quan sát	Các ngân hàng luôn có chính sách tín dụng dễ dàng	X_{71}
	Tài sản thế chấp được định giá hợp lý	X_{72}
	Có nhiều chính sách bảo lãnh tín dụng	X_{73}
F9	9. Hỗ trợ tín dụng	
Các biến quan sát	Hệ thống ngân hàng hoàn chỉnh	X_{81}
	Thủ tục vay vốn đơn giản, thuận tiện	X_{82}
	Lãi suất cho vay hợp lý	X_{83}
	Có những gói tín dụng hỗ trợ doanh nghiệp	X_{84}
F10	10. Văn hóa và môi trường sống	
Các biến quan sát	Doanh nghiệp có gặp trở ngại về văn hóa	X_{91}
	Doanh nghiệp gặp phải một số trở ngại về ngôn ngữ	X_{92}
Y	Mức độ hài lòng về môi trường đầu tư tại Trà Vinh	
Các biến quan sát	Doanh nghiệp làm ăn đạt lợi nhuận như mong muốn	Y_1
	Doanh thu và Môi trường kinh doanh tốt	Y_2
	Có ý định làm ăn và đầu tư lâu dài tại Trà Vinh	Y_3

Mô hình hồi quy tổng quát được hiệu chỉnh sau khi phân tích nhân tố khám phá:

$$Y = f(F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10)$$

Việc xem xét trong các yếu tố từ F1 đến F10, yếu tố nào thật sự tác động đến môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh một cách trực tiếp sẽ được thực hiện bằng hồi quy tuyến tính:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 F1 + \beta_2 F2 + \beta_3 F3 + \beta_4 F4 + \beta_5 F5 + \beta_6 F6 + \beta_7 F7 + \beta_8 F8 + \beta_9 F9 + \beta_{10} F10 + e_i$$

Trong đó, các biến đưa vào phân tích hồi quy được xác định bằng cách tính điểm của các nhân tố (Factor score, nhân



Bảng 4. Diễn giải các biến trong mô hình hồi quy tuyến tính phía doanh nghiệp

STT	Tên nhân tố	Ký hiệu	Biến quan sát trong nhân tố	Dấu kỳ vọng
1	Mức độ hài lòng về môi trường đầu tư	Y	Y1, Y2, Y3	
2	Chính sách thuế	F1	X11, X12	+
3	Chính sách ưu đãi	F2	X13, X14, X15	+
4	Chính sách đào tạo nghề	F3	X21, X22, X23, X24, X25	+
5	Chính sách giá thuê đất	F4	X31, X32, X33, X34, X35	+
6	Cơ sở hạ tầng	F5	X41, X43, X44, X45, X46	+
7	Chuyển giao công nghệ	F6	X51, X52, X53, X54	+
8	Xúc tiến thương mại và marketing địa phương	F7	X61, X62, X63, X64, X65	+
9	Chính sách tín dụng	F8	X71, X72, X73	+
10	Hỗ trợ tín dụng	F9	X81, X82, X83, X84	+
11	Văn hóa và môi trường sống	F10	X91, X92	+

Các tham số được ước lượng bằng phương pháp bình phương bé nhất (OLS) trên phần mềm SPSS

số). Các biến trong mô hình hồi quy tuyến tính được giải thích như Bảng 4.

Bảng 5 cho biết biến F2 và F6 có ý nghĩa với độ tin cậy 90%, biến F4 có ý nghĩa với độ tin cậy 95%, F7 và F9 có ý nghĩa với độ tin cậy 99%. Các kiểm định tính phù hợp của mô hình, hiện tượng đa cộng tuyến ($Vif < 10$), tự tương quan, phương sai sai số thay đổi đã thực hiện cho thấy không có hiện tượng vi phạm.

Biến F7 (Xúc tiến thương mại và Marketing địa phương) có ảnh hưởng mạnh nhất đến mức độ hài lòng của nhà đầu tư đối với môi trường đầu tư tại Trà Vinh, kế đến là biến F4 (Chính sách giá thuê đất), tiếp theo là F9 (hỗ trợ tín dụng), F6 (chuyển giao công nghệ) và cuối cùng là biến F2 (Chính sách thuế).

Mô hình R^2 điều chỉnh là 0,662 cho biết 66,2% mức độ hài lòng của nhà đầu tư về môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh được giải thích bởi các biến độc lập.

6.3. Giải thích ý nghĩa của hệ số hồi quy

- Khi nhà đầu tư đánh giá yếu tố “Xúc tiến

thương mại và Marketing địa phương (F7)” tăng thêm 1 điểm thì mức độ hài lòng của nhà đầu tư về môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh giảm 0,319 điểm (tương ứng hệ số tương quan chưa được chuẩn hóa 0,319).

- Khi nhà đầu tư đánh giá yếu tố “Chính sách giá thuê đất (F4)” tăng thêm 1 điểm thì mức độ hài lòng của nhà đầu tư về môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh tăng 0,211 điểm (tương ứng hệ số tương quan chưa được chuẩn hóa 0,211).

Bảng 5. Kết quả hồi quy từ phía doanh nghiệp

	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa Sig.	Thống kê cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.090E-16	.050		.000	1.000		
F1	-.005	.067	-.005	-.074	.941	.564	1.775
F2	.172	.065	.172	2.633*	.009	.590	1.696
F3	.117	.084	.117	1.399	.163	.362	2.759
F4	.211	.101	.211	2.082**	.038	.246	4.063
F5	.102	.069	.102	1.489	.137	.535	1.870
F6	.184	.095	.184	1.946*	.053	.283	3.535
F7	-.319	.116	-.319	-2.744***	.006	.187	5.337
F8	-.003	.086	-.003	-.039	.969	.342	2.927
F9	.209	.076	.209	2.736***	.007	.434	2.303
F10	-.030	.053	-.030	-.567	.571	.901	1.110
R ² hiệu chỉnh: 0,662							
ANOVA: F: 134,7323, Sig. = 0,000							
d = 1,626							
Hệ số tương quan hạng Spearman có sig. từ 0,63 đến 0.82							

Ghi chú: *, **, *** lần lượt có ý nghĩa ở mức α là 10%, 5% và 1%



- Khi nhà đầu tư đánh giá yếu tố “Hỗ trợ tín dụng (F9)” tăng thêm 1 điểm mức độ hài lòng của nhà đầu tư về môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh tăng 0,209 điểm (tương ứng hệ số tương quan chưa được chuẩn hóa 0,209).
- Khi nhà đầu tư đánh giá yếu tố “Chuyển giao công nghệ (F6)” tăng thêm 1 điểm thì mức độ hài lòng của nhà đầu tư về môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh tăng 0,184 điểm (tương ứng hệ số tương quan chưa được chuẩn hóa 0,184).
- Khi nhà đầu tư đánh giá yếu tố “Chính sách thuế (F2)” tăng thêm 1 điểm mức độ hài lòng của nhà đầu tư về môi trường đầu tư tại tỉnh Trà Vinh tăng 0,172 điểm (tương ứng hệ số tương quan chưa được chuẩn hóa 0,172).

7. Một số gợi ý chính sách

Từ kết quả nghiên cứu trên, để xây dựng một môi trường đầu tư thông thoáng và nâng cao khả năng thu hút vốn đầu tư phát triển kinh tế tỉnh Trà Vinh, địa phương cần phải chú trọng:

Thứ nhất, thường xuyên giới thiệu, quảng bá về hình ảnh của tỉnh, tiềm năng, lợi thế của tỉnh, lợi thế phát triển công nghiệp, du lịch, đặc biệt là tiềm năng phát triển hệ thống cảng. Lợi thế về những ngành kinh tế mũi nhọn của quốc gia và ảnh hưởng lan tỏa tích cực của nó đến sự phát triển của các ngành kinh tế khác. Chú trọng hỗ trợ tối đa những nhà đầu tư hiện hữu để quảng bá về tiềm năng, cơ hội đầu tư trên địa bàn Tỉnh cho các nhà đầu tư tiềm năng khác; công khai quy hoạch chi tiết các khu chức năng, đặc biệt về du lịch, nuôi trồng chế biến thủy sản... có nhu cầu kêu gọi vốn đầu tư trong và ngoài nước.

Thứ hai, cải cách thủ tục hành chính là giải pháp đột phá nhằm thu hút đầu tư và phát triển kinh tế- xã hội. Do vậy, cần có cơ chế, giải pháp để nâng cao năng lực và trách nhiệm của

các cơ quan, cá nhân được phân công giải quyết thủ tục đầu tư; xây dựng qui chế phối kết hợp giữa các cơ quan, đơn vị có liên quan nhằm tạo sự thống nhất, thuận tiện, nhanh gọn khi giải quyết thủ tục. Cụ thể, thủ tục cấp giấy chứng nhận đầu tư, thủ tục giao đất, đăng ký kinh doanh,...

Thứ ba, cải thiện môi trường đầu tư, tiếp tục rà soát, xem xét giảm bớt thủ tục hành chính, rút ngắn thời gian đăng ký đầu tư, tạo sự hấp dẫn, thu hút đầu tư. Tỉnh cần ban hành các quy định riêng về ưu đãi đầu tư, phù hợp chính sách ưu đãi khuyến khích đầu tư của Chính phủ về thời gian miễn giảm tiền sử dụng đất, tiền thuê đất thô; có chính sách hỗ trợ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, để giá cho thuê lại đất thấp hơn; cần có chính sách giải toả đền bù thỏa đáng để xây dựng cơ sở hạ tầng nhanh.

Thứ tư, cơ chế giá thuê quyền sử dụng đất phải cụ thể hoá căn cứ trên tình hình thực tiễn của các khu công nghiệp cũng như các khu vực đầu tư cần phải linh hoạt, ưu đãi và minh bạch. Đặc biệt cần có quy chế về sự phối hợp giữa các cơ quan liên quan để thực hiện giải phóng mặt bằng nhanh nhất, tránh việc để cho các nhà đầu tư tự xoay trở chạy từ cơ quan này đến cơ quan khác để hoàn thiện các thủ tục. Tránh những phiền hà không cần thiết cho các nhà đầu tư.

Thứ năm, đặc thù của tỉnh là doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm trên 95%, vì vậy các NHTM cần có chính sách tín dụng ưu đãi dành cho đối tượng này. Đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trong các ngành đặc thù, thế mạnh và bền vững của Tỉnh như: nuôi trồng, chế biến thủy hải sản; lương thực, thực phẩm; làng nghề truyền thống... phù hợp với tiềm năng phát triển địa phương để mời gọi các ngân hàng thương mại cho vay. ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2009), *Nghiên cứu khoa học trong quản trị Kinh doanh*, (p135-142).
2. Nguyễn Quốc Nghi (2010), *Nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận nguồn tín dụng hỗ trợ của DNNVV ở thành phố Cần Thơ Tạp chí Công nghệ Ngân hàng số 57*, (p7-10).
3. Chen Hong và Wei Jian Ye (2009), *Growing Characters, Influencing Factors and Supporting Policies of Medium-sized and Small Technological Enterprises- An Analysis of the Survey of Medium-sized and Small Technological Enterprises in Taiyuan Development Zone for High and New Technological Industry, Journal of North University of*



China (Social Science Edition), No. 4.

4. Onwumere, J. (2008), *Policy Issues in Enhancing the Output Of Agribusiness Small And Medium Scale Piggery Enterprises (AGRI-SMEs) in Abia State, Journal of Agricultural Extension, Vol 12, No. 2.*

5. Nguyễn Thị Cành (2008), *Khả năng tiếp cận nguồn tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam, Tạp chí Phát triển kinh tế số 212.*

6. Nguyễn Đình Hương (2002), *Giải pháp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa, NXB Chính trị Quốc Gia Hà Nội.*

7. Lại Tiến Đình và Nguyễn Hồng Hà (2012), *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận các chính sách ưu đãi đầu tư cho các doanh nghiệp tỉnh Trà Vinh, Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng số 126.*

8. Võ Thành Danh (2014), *Khả năng tiếp cận tín dụng ngân hàng của các doanh nghiệp tư nhân ở đồng bằng Sông Cửu Long, tại www.cantholib.org.vn/Present/Part.asp%3FID%3D243.*

9. Hoàng Minh (2007), *Tín dụng ngân hàng đối với sự phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa, Tạp chí Ngân hàng số 14 (p13).*

SUMMARY

The Analysis of factors affecting the level of satisfaction of investors on investment environment in Tra Vinh Province

The objective of the study was to evaluate the factors affecting the level of satisfaction of investors on investment environment in Tra Vinh province through the collection of data of 300 enterprises manufacturing business and services in Tra Vinh province, that is based on a theoretical framework and practical economists in Vietnam by means of factor analysis and multivariate regression to quantify the factors that influence. The study results proved that the factors affecting the investment environment, such as: trade promotion and marketing of local, land rented policy, credit assistance, technology transfer and tax policies ... In particular, credit assistance, trade promotion and marketing of local that impact to the satisfaction of investors for the investment environment in Tra Vinh province.

THÔNG TIN TÁC GIẢ

Nguyễn Hồng Hà, Tiến sỹ

Đơn vị công tác: Trường Đại học Trà Vinh

Lĩnh vực nghiên cứu chính: Tài chính - Ngân hàng.

Tạp chí tiêu biểu đã có bài viết đăng tải: Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng, Tạp chí Thị Trường Tài chính- Tiền tệ số, Tạp chí Công nghệ Ngân hàng...

Email: honghaicbtv@yahoo.com.vn

tiếp theo trang 14

Bài nghiên cứu tập trung phân tích những khó khăn hiện nay của hoạt động cấp tín dụng cho người nghèo từ khu vực chính thức và bán chính thức. Theo đó, NHCSXH đóng vai trò chủ yếu trong việc cấp tín dụng cho người nghèo nhưng không chắc chắn về đối tượng mục tiêu. Các tổ chức TCVM cả khu vực chính thức lẫn bán chính thức đều đang gặp khó khăn trong việc huy động vốn và đặc biệt là về vấn đề pháp lý, cấu trúc thị trường, nguồn nhân lực... QTDND chưa mở rộng tín dụng ra các khu vực có điều kiện khó khăn. Do vậy, với tình hình thực tế,

trước mắt để hoạt động cấp tín dụng cho người nghèo phát triển có hiệu quả, Chính phủ cần tạo lập cơ chế bán vốn từ NHCSXH và Agribank cho các tổ chức TCVM nhằm tăng cường mức độ tiếp cận với khách hàng. Bên cạnh đó, thay vì tập trung vào việc cấp tín dụng trực tiếp cho người nghèo thông qua nhiều chương trình như hiện nay, tín dụng có thể cấp gián tiếp cho các doanh nghiệp địa phương sử dụng nhiều lao động, hoặc đi vào các công trình thủy lợi, trường học, trạm xá, chợ, nhà văn hóa... nhằm vừa tạo việc làm vừa cải thiện đời sống, tinh thần cho người nghèo, giúp người nghèo thoát nghèo một cách bền vững. ■