

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH

LƯƠNG HỮU ĐỨC

*Các nhân tố tác động đến việc cải thiện
môi trường đầu tư tỉnh Lâm Đồng*



LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

TP.Hồ Chí Minh – Năm 2006

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM

LƯƠNG HỮU ĐỨC

***Các nhân tố tác động đến việc cải thiện
môi trường đầu tư tỉnh Lâm Đồng***



Chuyên ngành: Kinh tế phát triển.
Mã số: 60.31.05

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
PGS.TS NGUYỄN TRỌNG HOÀI

TP.Hồ Chí Minh – Năm 2006

MỤC LỤC

	Trang
Trang phụ bìa	
Lời cam đoan	
Mục lục	
Danh mục các ký hiệu, chữ viết tắt	
Danh mục các bảng, biểu	
Danh mục các hình vẽ, đồ thị	
Mở đầu	1
Chương 1: Cơ sở lý thuyết của đề tài	
1.1. Các nhân tố tác động đến môi trường đầu tư và nhà đầu tư.	8
1.1.1. Môi trường đầu tư là gì?	8
1.1.2. Sự cần thiết phải quan tâm đến môi trường đầu tư.	9
1.1.3. Các nhân tố tác động đến môi trường đầu tư.	10
1.1.4. Các nhân tố mềm theo quan điểm của PCI.	16
1.1.5. Cải thiện môi trường đầu tư.	18
1.2. Marketing địa phương và chiến lược phát triển địa phương.	20
1.3. Kinh nghiệm thu hút đầu tư tại các địa phương.	23
1.3.1. Tỉnh Bình Dương.	23
1.3.2. Tỉnh Đồng Nai.	25
1.3.3. Thành phố Hồ Chí Minh	26
1.4. Tóm tắt chương 1	27
Chương 2: HIỆN TRẠNG MÔI TRƯỜNG ĐẦU TƯ CỦA TỈNH LÂM ĐỒNG	30
2.1. Tổng quan tình hình kinh tế, tự nhiên, xã hội và đầu tư của Lâm	
Đồng.	30
2.1.1. Điều kiện tự nhiên.	30
2.1.2. Đặc điểm kinh tế - xã hội.	32
2.1.3. Kết quả thu hút đầu tư thời gian qua.	34

2.2. Các nhân tố mềm ảnh hưởng đến môi trường đầu tư.	35
2.2.1. Quan điểm phân tích.	35
2.2.2. Phân tích yếu tố mềm qua kết quả khảo sát PCI-2006.	36
2.3. Phân tích định lượng giữa PCI và FDI.	45
2.4. Tóm tắt chương 2	48
Chương 3: CÁC GỢI Ý CHÍNH SÁCH NHẪM CẢI THIỆN MÔI TRƯỜNG ĐẦU TƯ LÂM ĐÔNG (2006-2010)	50
3.1. Cải thiện các nhân tố ảnh hưởng đến môi trường đầu tư.	50
3.1.1. Thái độ đối với doanh nhân.	50
3.1.2. Tiết kiệm thời gian.	53
3.1.3. Hạn chế trục lợi.	55
3.2. Các chính sách định hướng cơ cấu thu hút đầu tư.	56
3.2.1. Đối với việc phát triển du lịch.	56
3.2.2. Chiến lược đối với nguồn nhân lực	57
3.2.2.1. <i>Xác định tầm nhìn và mục tiêu</i>	57
3.2.2.2. <i>Đề xuất hướng chiến lược</i>	58
3.2.3. Chiến lược marketing đối với lĩnh vực thu hút đầu tư	59
3.2.3.1. <i>Lâm Đồng cần và có thể thu hút đầu tư vào những ngành nào</i>	60
3.2.3.2. <i>Thiết kế hình ảnh và quảng bá tiếng tăm</i>	61
3.3. Tóm tắt chương 3.	62
Chương 4: CÁC KIẾN NGHỊ	63
4.1. Kiến nghị.	63
4.1.1. Trong ngắn hạn.	64
4.1.2. Trong dài hạn.	65
4.1.3. Chuyên nghiệp hóa hoạt động xúc tiến đầu tư.	67
4.2. Tóm tắt chương 4	69
KẾT LUẬN	70
Tài liệu tham khảo	
Phụ lục	

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

AFTA	= (ASEAN Free Trade Agreement) Khu vực mậu dịch tự do cộng đồng các nước Đông Nam Á.
APEC	= (Asia Pacific Economic co-operation) tổ chức hợp tác kinh tế châu Á – Thái Bình Dương.
ASEAN	= (Association of South East Asian Country) Cộng đồng các nước Đông Nam Á.
CEPT	= (The Common Effective Preferential Tariff) Chương trình Ưu đãi Thuế quan có hiệu lực chung.
CIEM	= Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương.
CSVN	= Cộng Sản Việt Nam
DN	= Doanh nghiệp.
DNNN	= Doanh nghiệp nhà nước.
DNTN	= Doanh nghiệp tư nhân.
ĐTNN	= Đầu tư nước ngoài.
FDI	= Đầu tư trực tiếp nước ngoài.
GCNQSD	= Giấy chứng nhận quyền sử dụng
ITPC	= (Investment and Trade Promotion Centre HCM City) Trung tâm thương mại và xúc tiến đầu tư TPHCM.
KCN	= Khu công nghiệp.
KCX	= Khu chế xuất.
MNC	= Công ty đa quốc gia
PCI_2006	= Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam năm 2006.
PNTR	= Quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn.
R&D	= Nghiên cứu và Phát triển.
SWOT	= Điểm mạnh-Điểm yếu-Cơ hội-thách thức.
TPHCM	= Thành phố Hồ Chí Minh
UBND	= Ủy ban nhân dân.
VCCI	= phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
VNCI	= Dự án Nâng cao Năng lực cạnh tranh Việt Nam
WTO	= Tổ chức Thương Mại Thế giới.

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

	Trang
Hình 1.1. Chỉ số PCI và sự thịnh vượng kinh tế	19
Hình 1.2. Các cấp của marketing địa phương	21
Hình 1.3. Quy trình marketing địa phương	21
Hình 1.4. Khả năng của một địa phương	22
Hình 1.5. Các bước marketing trong thu hút đầu tư	22
Hình 1.6. Sơ đồ hóa môi trường đầu tư	27
Hình 4.1. Sơ đồ tổ chức điển hình một trung tâm xúc tiến thương mại- đầu tư -du lịch	68

DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU

	Trang
Bảng 0.1. Số lượng du khách đến Đà Lạt tăng dần qua các năm (2001-2005)	01
Bảng 1.1. Kết quả phân tích định lượng giữa FDI và một số nhân tố “cứng”	12
Bảng 1.2. Biến thể chế trong các nghiên cứu thực nghiệm về hồi qui tăng trưởng các nước	15
Bảng 2.1. Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Lâm Đồng đến 31/12/2005 (phân theo đối tác đầu tư)	34
Bảng 2.2. Điểm 10 nhân tố tổng hợp của Lâm Đồng và 4 tỉnh chọn lọc	36
Bảng 2.3. Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố chi phí gia nhập thị trường.	37
Bảng 2.4. Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố tiếp cận đất đai.	38
Bảng 2.5. Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố tính minh bạch.	39
Bảng 2.6. Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố chi phí thời gian.	40
Bảng 2.7. Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố chi phí không chính thức.	40
Bảng 2.8. Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố Ưu đãi DNNN.	41
Bảng 2.9. Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố tính năng động của lãnh đạo.	42
Bảng 2.10. Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố chính sách phát triển KTTN.	43
Bảng 2.11. Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố Đào tạo lao động.	43
Bảng 2.12. Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố Thiết chế pháp lý.	44
Bảng 2.13. Ma trận tương quan giữa 10 biến nhân tố.	46
Bảng 3.1. Xếp hạng ưu tiên đầu tư vào Việt Nam	60

MỞ ĐẦU

1. Ý nghĩa của đề tài nghiên cứu.

Lâm Đồng là tỉnh có ngành du lịch - dịch vụ khá phát triển với tài nguyên thiên nhiên du lịch và tài nguyên nhân văn phong phú. Nằm trong khu vực kinh tế năng động nhất của đất nước là miền Đông Nam bộ, đặc biệt là TPHCM, lại có chức năng du lịch định hình rõ nét và khá sớm nên tỉnh Lâm Đồng đã coi du lịch - dịch vụ là một ngành kinh tế mũi nhọn. Trong quy hoạch tổng thể phát triển du lịch bền vững của Việt Nam từ nay đến 2010, Tổng cục Du lịch đã xác định Lâm Đồng là một trong những trung tâm du lịch lớn của cả nước và hiện có 3 sản phẩm du lịch đặc trưng là du lịch sinh thái miền núi; du lịch nghỉ dưỡng; và du lịch phục vụ hội thảo, hội nghị.

Bảng 0.1: Số lượng du khách đến Đà Lạt tăng dần qua các năm (2001-2005):

CHỈ TIÊU	ĐVT	2001	2002	2003	2004	2005	Tốc độ tăng bq
- Lượt khách	Lượt	803.000	905.000	1.238.389	1.620.752	2.075.832	27,1%
+ Khách quốc tế	"	78.000	85.000	96.999	155.040	175.000	24,0%
+ Khách nội địa	"	725.000	820.000	1.141.390	1.465.712	1.900.832	27,6%

(Nguồn: Trung tâm Xúc tiến TMĐT Lâm Đồng-2006)

Bảng 0.1 cho chúng ta thấy, trong năm năm qua số lượng du khách đến Lâm Đồng du lịch tăng bình quân 27,1% /năm, chủ yếu là khách nội địa (27,6%) do điều kiện đời sống kinh tế người dân ngày càng cải thiện, trong khi lượng khách quốc tế tăng chậm hơn (bình quân 24%/ năm). Điều này có thể cho thấy lượng khách gia tăng những năm qua là chủ yếu là do phía cầu, còn về phía cung theo đánh giá của nhiều du khách, các điểm du lịch của Lâm Đồng vẫn chậm được đầu tư đổi mới, ngoài đặc điểm khí hậu mát mẻ, chưa có nhiều các hoạt động hấp dẫn để giữ chân du khách, công tác quảng bá cũng còn nhiều hạn chế.

Ngoài du lịch, Lâm Đồng còn có tiềm năng cho việc phát triển công nghiệp khai thác, chế biến nông lâm sản; các ngành công nghiệp thâm dụng lao động và cả

các ngành công nghiệp công nghệ cao. Điều kiện tự nhiên khí hậu của Lâm Đồng, đặc biệt là thành phố Đà Lạt, theo đánh giá của các chuyên gia (Giáo sư Tay Kheng Soon (Đại học Quốc gia Singapore - NUS), giáo sư Heng Chye Kiang (NUS), tiến sĩ Thái Quang Trung (Hans Seidel Foundation, Đức), Tiến sĩ Peter McLoughlin đến từ thung lũng sinh học Waterford (Ireland), bà Tara Kimbrell Cole (Công ty tư vấn Synovations, Mỹ)) tại hội thảo “Tư vấn về quy hoạch thành phố Đà Lạt và phát triển kinh tế tri thức tỉnh Lâm Đồng”, ngày 14+15/07/2006 tại Đà Lạt, còn rất thích hợp cho lĩnh vực giáo dục đào tạo, nghiên cứu khoa học và sáng tác nghệ thuật.

Theo báo cáo kinh tế xã hội của UBND tỉnh Lâm Đồng năm 2006, nhờ việc quan tâm cải thiện chính sách, cơ chế thu hút đầu tư tại tỉnh Lâm Đồng, tổng mức đầu tư xã hội thời kỳ 2001-2005 đạt 9.250 tỷ đồng, tăng gấp 3 lần so với giai đoạn 1996-2000 và bằng 42,1% GDP; trong đó nguồn vốn của khu vực dân doanh và đầu tư nước ngoài chiếm khoảng 60% vốn đầu tư toàn xã hội. Sự gia tăng thu hút các nguồn vốn đầu tư từ các thành phần kinh tế đã góp phần đưa tốc độ tăng trưởng GDP bình quân thời kỳ 2001-2005 đạt 10,7%.

Trong xu thế toàn cầu hóa, hiện đại hóa, Lâm Đồng vẫn còn rất nhiều lợi thế tiềm năng chưa được khai thác, đơn cử như công ty du lịch Lâm Đồng đang sở hữu một khối lượng cơ sở vật chất, điều kiện tự nhiên và tài nguyên nhân văn phong phú nhưng hàng năm nộp ngân sách mới chỉ bằng khoảng 1% tổng thu ngân sách toàn tỉnh (Đình Tiên, Giám đốc công ty du lịch Lâm Đồng); Liên doanh du lịch DRI sớm nhất của Lâm Đồng (1991) giữa công ty du lịch Lâm Đồng và công ty ĐaNao-Hồng Kông với phần góp vốn của Lâm Đồng là 14 biệt thự cổ đẹp nhất trên đường Trần Hưng Đạo - Đà Lạt, dinh I (dinh toàn quyền Đông Dương), khách sạn Dalat Palace, Novotel (02 khách sạn lớn nhất lúc bấy giờ) và toàn bộ đội Cù thơ mộng nhưng sau 13 năm hoạt động lỗ tới 33 triệu USD, đến 11/2004 phải chuyển sang hình thức 100% vốn nước ngoài (Phong An, <http://web.Thanhnien.com.vn/Xahoi/2005/4/4/66886.tno>); Dự án Đankia-Suối vàng do 3 công ty kinh doanh thương mại - du lịch - dịch vụ hàng đầu của Singapore (gồm Natsteel Ltd, Singapore Leisure Industries Pte và KLN Management Service Ltd-PV) liên doanh

với Công ty Du lịch Lâm Đồng, số vốn lên đến 706 triệu USD, thời gian hoạt động 70 năm, được cấp giấy phép đầu tư đầu năm 1998 nhưng sau đó lại không thể triển khai vì nhiều lý do, và nay đang đàm phán để các nhà đầu tư Nhật kế thừa; Ngay cả những dự án nhỏ như dự án cáp treo Đà Lạt đã được khởi công rầm rộ đầu năm 1998 do ngân hàng Thụy Sĩ đầu tư, nhưng sau đó công ty du lịch Xuân Hương phải đứng ra đầu tư thay thế; Gần đây nhất rượu vang Đà Lạt của công ty cổ phần thực phẩm Lâm Đồng được chọn là thức uống chính cho hội nghị APEC 14, tháng 11/2006 tại Hà Nội-Việt Nam, nhưng công tác quảng bá cho thương hiệu này hầu như không có, rất ồng phí ...; Mặt khác nhìn chung các hội thảo thu hút đầu tư vào Lâm Đồng được sự quan tâm của rất nhiều nhà đầu tư, nhưng phần lớn chỉ đến xem hoặc ghi danh đăng ký còn việc triển khai thực hiện dự án đầu tư thì rất ít và rất chậm (Ngô Tuấn Cường, Phó Ban quản lý khu du lịch Hồ Tuyền Lâm)

Làm thế nào để thu hút ngày càng nhiều và có chất lượng các nhà đầu tư, các nhà trí thức đưa vốn và các nguồn lực đến đây cùng xây dựng và phát triển Lâm Đồng. Hội nghị tỉnh ủy lần thứ 6 (khoá VIII), ngày 03/10/2006 đã kết luận: *“Việc thu hút đầu tư thời gian qua chưa phát huy được những tiềm năng, thế mạnh của tỉnh một cách đúng mức; quy mô vốn của các dự án đầu tư nhỏ, chưa thu hút được những dự án có quy mô lớn để tạo đột phá trong phát triển kinh tế - xã hội; tỷ lệ vốn thực hiện so với tổng vốn đăng ký theo dự án còn thấp; nhiều dự án chậm triển khai, hiệu quả sản xuất kinh doanh chưa cao, một số dự án đầu tư đã đăng ký nhưng nhà đầu tư không triển khai dẫn đến tình phải thu hồi chủ trương đầu tư”*. Nguyên nhân là gì? Làm cách nào để khắc phục?

Với các trục trặc trong quá trình thu hút đầu tư nêu trên, tác giả mong muốn được đóng góp nhỏ với tỉnh nhà qua nghiên cứu các nhân tố tác động đến môi trường đầu tư từ đó gợi ý các giải pháp thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào Lâm Đồng, vì vậy việc phân tích tìm ra *“Các nhân tố tác động đến việc cải thiện môi trường đầu tư tỉnh Lâm Đồng”* là một đề tài cần thiết.

2. Mục đích nghiên cứu.

Mục đích nghiên cứu của luận văn này bao gồm những nội dung chính sau:

- Phân tích tình hình hiện trạng các nhân tố môi trường đầu tư của Lâm Đồng giai đoạn 2001-2005, qua đó rút ra những kinh nghiệm cho giai đoạn 2006-2010.

- Phân tích chuẩn đoán các nhân tố tác động đến việc cải thiện môi trường đầu tư của Việt Nam từ đó rút ra những ứng dụng vào điều kiện cụ thể của tỉnh Lâm Đồng.

- Đề xuất những gợi ý chính sách nhằm cải thiện môi trường đầu tư để thu hút đầu tư vào phát triển kinh tế của Lâm Đồng từ nay đến 2010.

3. Phạm vi nghiên cứu.

Địa bàn nghiên cứu: Tỉnh Lâm Đồng.

Đơn vị nghiên cứu: Các doanh nghiệp đang hoạt động trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, kể cả các nhà đầu tư ngoài tỉnh và doanh nghiệp nội tỉnh.

Thời đoạn nghiên cứu: 2001-2005

Kế thừa các kết quả nghiên cứu PCI 2006 của VCCI Việt Nam¹ và các số liệu thống kê của các cơ quan hữu quan.

4. Phương pháp nghiên cứu.

Phương pháp định tính: Phân tích SWOT, là việc đánh giá tình hình hiện tại của tỉnh Lâm Đồng qua việc phân tích đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu, cũng như các cơ hội và đe dọa đối với tỉnh. Có thể tóm tắt các bước như sau (1) thiết lập các đặc trưng hấp dẫn của Lâm Đồng, (2) nhận dạng các địa phương cạnh tranh chính với Lâm Đồng, (3) nhận dạng xu hướng phát triển, (4) xây dựng ma trận SWOT, và (5) xác định các vấn đề cốt lõi cần giải quyết.

Phương pháp định lượng: Thống kê mô tả, mô hình kinh tế lượng. Bảng số liệu sơ cấp có được từ các nguồn khác nhau, chọn lọc và xử lý ra những số liệu

¹ Chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh về môi trường kinh doanh của Việt Nam (PCI) là kết quả hợp tác nghiên cứu giữa Dự án Nâng cao Năng lực Cạnh tranh Việt Nam (VNCCI) và phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI). Tiến sĩ Edmund Malesky, chuyên gia tư vấn của dự án VNCCI là trưởng nhóm nghiên cứu và Tiến sĩ David Ray, phó giám đốc Dự án, chịu trách nhiệm xây dựng phương pháp luận và viết báo cáo. Các thành viên khác của nhóm nghiên cứu bao gồm ông Trần Hữu Huỳnh, Trưởng ban Pháp chế của VCCI, ông Đậu Anh Tuấn và bà Lê Thanh Hà của VCCI; bà Huỳnh Mai Hương, bà Lê Thu Hiền, bà Trịnh Hồng Hạnh, bà Lily Phan, bà Đỗ Lê Thu Ngọc và ông Scott Robertson của VNCCI.

mang tính đặc trưng cho tỉnh Lâm Đồng, đánh giá phân tích và lượng hóa bằng phương pháp kinh tế lượng với sự hỗ trợ của công cụ máy vi tính và phần mềm xử lý dữ liệu Eviews 4.1 của Microsoft.

Phương pháp so sánh: giữa Lâm Đồng với các địa phương khác. Phân tích so sánh số liệu thống kê tương tự của các tỉnh bạn có điều kiện tự nhiên và xã hội gần giống với Lâm Đồng từ đó rút ra những bài học kinh nghiệm có thể áp dụng cho tỉnh Lâm Đồng.

Phương pháp chuyên gia: Thu thập bổ sung và kiểm chứng thông tin của các cuộc khảo sát thông qua phỏng vấn ý kiến một số chuyên gia là:

- Các chủ doanh nghiệp đã đầu tư vào Lâm Đồng.
- Các nhà quản lý trong các doanh nghiệp của Tỉnh.
- Các chuyên viên có kinh nghiệm trực tiếp làm công tác marketing địa

phương trong tỉnh Lâm Đồng: UBND tỉnh, Sở Kế hoạch đầu tư, Sở thương mại du lịch, trung tâm xúc tiến đầu tư tỉnh, Công ty Du lịch Lâm Đồng, Ban quản lý các khu công nghiệp và Ban Quản lý các khu du lịch trong tỉnh.

5. Dữ liệu nghiên cứu.

Thu thập, tìm hiểu về ý kiến và mối quan tâm của các doanh nghiệp khi muốn đầu tư vào một địa phương Việt Nam nói chung và tỉnh Lâm Đồng nói riêng. Do thời gian có hạn, nên đề tài trích sử dụng từ bộ số liệu khảo sát xếp hạng PCI 2006 của Phòng Thương Mại và Công nghiệp Việt Nam từ chương trình khảo sát Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh về môi trường kinh doanh của Việt Nam năm 2006 do phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và Dự án Nâng cao Năng lực cạnh tranh Việt Nam (VNCI), trong đó có phần điều tra khá chi tiết về các chỉ tiêu và nhân tố của Tỉnh Lâm Đồng và 63 tỉnh thành khác của Việt Nam do các doanh nghiệp trong từng tỉnh thành bình chọn và sưu tập thêm một số số liệu thống kê khác của các cơ quan, tổ chức thống kê về Lâm Đồng để phân tích chuẩn đoán và rút ra nhận định riêng cho tỉnh Lâm Đồng. Từ đó rút ra các gợi ý chính sách để nâng cao chỉ số PCI của Tỉnh, đó cũng chính là cải thiện môi trường đầu tư của Tỉnh Lâm Đồng.

6. Những đóng góp của luận văn.

Không riêng gì Lâm Đồng, hầu hết các tỉnh kém phát triển và gặp khó khăn về vốn ở Việt Nam, việc cải thiện cơ sở hạ tầng “cứng” và nguồn nhân lực giống như một ước mơ dài hạn hơn là một giải pháp trung hạn để có thể giúp giải bài toán phát triển. Tập trung vào cải thiện môi trường pháp lý và chính sách nhằm thúc đẩy khu vực kinh tế tư nhân là một giải pháp khả thi hơn nhiều trong giai đoạn trước mắt, còn về lâu dài mới tính đến khả năng nâng cao hiệu quả đầu tư vào cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực.

Kết quả thu được của Luận văn có thể gợi ý cho các nhà hoạch định chính sách thuộc khối cơ quan quản lý tỉnh Lâm Đồng những hạn chế, nguyên nhân và trọng tâm để khắc phục trước mắt và chiến lược lâu dài cải thiện hạ tầng “mềm” tạo ra môi trường tốt để thu hút đầu tư phát triển kinh tế của tỉnh.

7. Giới hạn đề tài nghiên cứu.

Đề tài dựa trên những lý luận về marketing địa phương, chính sách công, phân tích SWOT, những bài học kinh nghiệm đúc kết từ thực tiễn, ... Tuy nhiên, tác giả đi sâu vào các vấn đề liên quan đến các nhân tố tác động đến cải thiện môi trường đầu tư có thể thực hiện ngay và chiến lược lâu dài đó là các nhân tố “mềm” (hay còn gọi là cơ sở hạ tầng mềm hoặc các chính sách từ phía chính quyền).

Do những khó khăn trong việc thu thập và sự không hoàn thiện của các số liệu, luận văn này sẽ có một số hạn chế nhất định. Kết quả nghiên cứu của luận văn chưa thể xem là kết luận cuối cùng về điều hành kinh tế và phát triển kinh tế của tỉnh, tuy nhiên đây là một góc nhìn dựa trên cơ sở lý luận kinh tế và các phương pháp nghiên cứu đã và đang được áp dụng ở các nước và Việt Nam.

8- Nội dung nghiên cứu.

Ngoài phần mở đầu, luận văn bao gồm bốn chương chính

Chương 1: Trình bày toàn bộ cơ sở lý luận, lý thuyết về các nhân tố tác động đến môi trường đầu tư, marketing địa phương và kinh nghiệm thu hút đầu tư của một số địa phương nổi bật trong nước, để làm nền tảng phân tích cho chương 2.

Chương 2: Nêu ra tình hình tổng quan về Lâm Đồng. Phân tích, chuẩn đoán các nhân tố tác động đến việc cải thiện môi trường đầu tư phát triển kinh tế tỉnh Lâm Đồng từ đánh giá của các doanh nghiệp trong tỉnh. Dựa trên kết quả khảo sát xếp loại chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) năm 2006 của phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam, tác giả đi sâu mổ xẻ từng tiêu chí nhân tố thành phần của các doanh nghiệp đã đánh giá về Lâm Đồng, những việc đã làm được và những tồn tại, mô hình hóa bằng phương pháp kinh tế lượng để từ đó đề xuất các gợi ý chính sách thích hợp ở chương 3.

Chương 3: Các gợi ý chính sách nhằm cải thiện môi trường đầu tư Lâm Đồng giai đoạn 2006-2010. Trên nền tảng phân tích ở chương 2, tác giả đề xuất các gợi ý chính sách nhằm cải thiện môi trường thu hút đầu tư của Lâm Đồng như thái độ đối với doanh nhân, tiết kiệm thời gian, hạn chế trục lợi và các chính sách marketing thu hút đầu tư vào một số lĩnh vực cụ thể, nhằm thu hút ngày càng nhiều hơn các nguồn lực vào đầu tư phát triển kinh tế của tỉnh Lâm Đồng.

Chương 4: Trên cơ sở các gợi ý chính sách của chương 3, tác giả cô đọng thành một số kiến nghị và kết luận, đây cũng là phần tổng tóm tắt cho toàn bộ luận văn.

Chương 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT CỦA ĐỀ TÀI

1.1. Các nhân tố tác động đến môi trường đầu tư và các nhà đầu tư.

1.1.1. Môi trường đầu tư là gì?.

Có rất nhiều định nghĩa về môi trường đầu tư.

Theo nghĩa chung nhất, môi trường đầu tư là tổng hoà các yếu tố bên ngoài liên quan đến hoạt động đầu tư (*Văn kiện Đại hội X của Đảng CSVN*).

Khái niệm môi trường đầu tư được Wim P.M. Vijverberg định nghĩa là bao gồm tất cả các điều kiện liên quan đến kinh tế, chính trị, kinh tế, hành chính, cơ sở hạ tầng tác động đến hoạt động đầu tư và kết quả hoạt động của doanh nghiệp (Chu Tiên Quang, 2003). Với khái niệm này, môi trường đầu tư được hiểu khá rộng.

Một khái niệm hẹp hơn và chủ yếu liên quan chặt chẽ, gắn liền với các hoạt động của doanh nghiệp và các cơ sở kinh doanh đó là Môi trường kinh doanh. Môi trường kinh doanh có thể được hiểu là “toàn bộ các yếu tố tự nhiên, kinh tế, xã hội có tác động trực tiếp hay gián tiếp đến sự hình thành và phát triển kinh doanh”. (Chu Tiên Quang, 2003).

Theo quan điểm hiện đại “Môi trường đầu tư là tập hợp những yếu tố đặc thù địa phương đang định hình cho các cơ hội và động lực để doanh nghiệp đầu tư có hiệu quả, tạo việc làm và mở rộng sản xuất” (World Bank, 2004). Tập hợp những yếu tố đặc thù này bao gồm hai thành phần chính là chính sách của chính phủ (mềm) và các nhân tố khác liên quan đến qui mô thị trường và ưu thế địa lý (cứng). Hai thành phần này sẽ tác động đến ba khía cạnh liên quan đến nhà đầu tư là chi phí cơ hội của vốn đầu tư, mức độ rủi ro trong đầu tư và những rào cản về cạnh tranh trong quá trình đầu tư. Dựa vào việc cân nhắc ba khía cạnh này nhà đầu tư sẽ xác định những cơ hội và động lực đầu tư đến một quốc gia hay một địa phương nào đó (Nguyễn Trọng Hoài, 2005).

1.1.2. Sự cần thiết phải quan tâm đến môi trường đầu tư.

Hằng ngày, các doanh nghiệp trên khắp thế giới đều phải đứng trước những quyết định quan trọng. Một nông dân buôn bán nhỏ phải cân nhắc xem có nên mở mang kinh doanh để bổ sung cho thu nhập từ sản xuất nông nghiệp của gia đình mình hay không. Một xưởng sản xuất địa phương phải xem xét có nên mở rộng dây chuyền sản xuất và thuê mướn thêm nhân công hay không. Một công ty đa quốc gia phải lựa chọn địa điểm để đặt thêm các nhà máy sản xuất toàn cầu... Những quyết định của họ có ý nghĩa quan trọng đối với tăng trưởng và xóa đói giảm nghèo ở từng địa phương. Và quyết định của họ lại phụ thuộc rất lớn vào cách thức định hình môi trường đầu tư tại các địa phương đó thông qua các chính sách và hành vi của chính phủ hay chính quyền địa phương.

Đầu tư là để tìm kiếm lợi nhuận, tuy nhiên một môi trường đầu tư tốt không phải chỉ nhằm mang lại lợi nhuận cao cho doanh nghiệp – nếu mục tiêu chỉ có vậy thì trọng tâm cũng sẽ chỉ giới hạn trong việc giảm thiểu chi phí và rủi ro. Một môi trường đầu tư tốt sẽ phải cải thiện các kết quả tạo ra cho toàn xã hội. Điều đó có nghĩa là doanh nghiệp sẽ phải gánh chịu hợp lý một số chi phí và rủi ro. Và sự cạnh tranh có vai trò then chốt trong việc kích thích sáng tạo và năng suất, đảm bảo cho lợi ích của việc nâng cao năng suất sẽ được chia sẻ cùng với người lao động và người tiêu dùng.

Một môi trường đầu tư thuận lợi sẽ tạo cơ hội và động lực cho các doanh nghiệp – từ các doanh nghiệp nhỏ cho đến các công ty đa quốc gia – đầu tư có hiệu quả, tạo công ăn việc làm và mở rộng hoạt động. Vì thế cải thiện môi trường đầu tư trong xã hội là một vấn đề thiết yếu của các địa phương, đặc biệt là ở các nước đang phát triển nhằm tạo ra một thế giới gắn bó, cân bằng và hòa bình hơn.

Theo đánh giá của các công ty tư vấn đầu tư nước ngoài, các yếu tố ưu đãi ít được nhà đầu tư sử dụng để tính toán hiệu quả dự án. 80% dự án vẫn đầu tư không tính đến các yếu tố ưu đãi, họ chỉ xem trọng môi trường đầu tư, sự thân thiện của chính quyền qua thủ tục hành chính, sự ổn định nhất quán và tính minh bạch trong chính sách nhà nước. (*Phuong Ngoc Thach, 2006*)

1.1.3. Các nhân tố tác động đến môi trường đầu tư.

Một cách tổng quát, đầu tư là để mở rộng sản xuất và chiếm lĩnh thị trường, tăng lợi nhuận. Như vậy hành vi đầu tư của các nhà đầu tư trước hết phụ thuộc vào nhận định về cơ hội kinh doanh. Đứng trước một cơ hội kinh doanh, nhà đầu tư sẽ hoạch định một kế hoạch đầu tư.

Để phân tích hành vi đầu tư của doanh nghiệp, có nhiều mô hình được phân lớn các nhà kinh tế tán thành như: **mô hình hành vi đầu tư của doanh nghiệp tiếp cận theo nguyên lý gia tốc** của Barro và Sala-i-martin, theo đó đầu tư phụ thuộc dự đoán của doanh nghiệp về sản lượng thị trường trong tương lai, cách tiếp cận này coi trọng doanh số nhưng bỏ qua khía cạnh chi phí của tư bản; **mô hình đầu tư theo lý thuyết tân cổ điển** của Solow, theo thuyết này doanh nghiệp sẽ dựa vào lợi nhuận để xác định đầu tư và đầu tư đạt tối ưu khi doanh thu biên tế của tư bản bằng chi phí đơn vị của tư bản và giá cả của sản phẩm cũng là một yếu tố tác động tới quyết định đầu tư, khi giá sản phẩm tăng sẽ kéo theo doanh thu tăng, nếu chi phí không đổi thì đầu tư có lợi và nhu cầu đầu tư lại phát sinh; **mô hình ngoại tác** của Romer và Lucas cho rằng một dự án đầu tư có thể không chỉ đem lợi cho bản thân nó mà còn đem lại lợi ích cho các dự án của các nhà đầu tư khác và toàn bộ nền kinh tế, đặc biệt là giúp phát triển vốn con người; và nhiều mô hình khác (Nguyễn Văn Phúc, 2005) Qua các mô hình này có thể tổng kết một cách vắn tắt về các nhân tố có thể tác động tới hành vi đầu tư:

1. Sự thay đổi trong nhu cầu. Dự đoán về tăng nhu cầu sẽ làm tăng đầu tư.
2. Lãi suất. Chiều hướng tác động của lãi suất còn tùy thuộc vào đặc điểm thị trường tài chính và cấu trúc tài chính đặc trưng của các DN trong từng ngành.
3. Mức độ phát triển của hệ thống tài chính. Hệ thống tài chính phát triển có tác động hỗ trợ cho đầu tư.
4. Đầu tư công cộng. Chiều hướng tác động còn tùy thuộc vào cấu trúc của đầu tư công cộng.
5. Khả năng về nguồn nhân lực. Nguồn nhân lực càng phát triển càng hỗ trợ cho đầu tư.
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. Các quy định càng đơn giản, rõ ràng, càng làm giảm chi phí giao dịch và do đó càng hỗ trợ cho đầu tư.

10. Mức độ đầy đủ về thông tin, kể cả thông tin về thị trường, luật lệ, thủ tục, về các tiến bộ công nghệ, ...

Ngoài ra còn có lý thuyết ba lợi thế của Dunning J. H về thu hút đầu tư: Thứ nhất, **lợi thế về vị trí**, bao gồm sáu nhân tố: (1) độ lớn và sự tăng trưởng của thị trường, kể cả nguồn tài nguyên phong phú của một địa phương; (2) Biến số thay đổi của đồng tiền trong thu hút đầu tư, đặc biệt là đầu tư trực tiếp nước ngoài; (3) nhân tố lãi suất, chính sách lãi suất hợp lý sẽ kích thích đầu tư; (4) các nhân tố cụ thể của một địa phương, quốc gia bao gồm những nhân tố liên quan đến chính sách khuyến khích đầu tư, rủi ro đầu tư và giá nhân công; (5) các chính sách liên quan đến rào cản thương mại và (6) viện trợ nước ngoài, dòng chảy của viện trợ nước ngoài hoặc của chính phủ Trung ương vào một địa phương có thể lôi cuốn các nhà đầu tư bởi niềm tin vào nền kinh tế của địa phương. Thứ hai, **lợi thế về quyền sở hữu**, mà theo đó sẽ có hai nhân tố, nhân tố về cạnh tranh độc quyền và nhân tố về vòng đời của sản phẩm. Cuối cùng, **lợi thế về nội bộ hóa**, tức việc cho phép tối đa hóa quyền sở hữu cũng là một động lực mạnh đối với thu hút đầu tư (Triệu Hồng Cẩm, 2003).

Về thực nghiệm, trong luận án tiến sỹ của tác giả Triệu Hồng Cẩm, 2003 cũng đã khảo sát một số nhân tố ảnh hưởng đến môi trường đầu tư của Việt Nam qua biến đại diện là đầu tư trực tiếp nước ngoài theo tỷ lệ của GDP (giá hiện hành) như: tốc độ tăng trưởng kinh tế, viện trợ nước ngoài, tỷ giá hối đoái thực, đầu tư quốc nội, lãi suất. Cũng là những nhân tố cứng. Mô hình cụ thể như sau:

$$FDI/Y = a_1 + a_2YR + a_3INV/Y + a_4AID/Y + a_5RER + a_6RWAGE + a_7IR$$

Trong đó:

Bảng 1.1: Kết quả phân tích định lượng giữa FDI và một số nhân tố “cứng”

KH	Tên nhân tố	Kết quả
FDI/Y	Đầu tư trực tiếp nước ngoài theo tỷ lệ của GDP (theo giá hiện hành)	Biến phụ thuộc, R^2 hiệu chỉnh đạt 79,6%
YR	Tốc độ tăng trưởng thực tế.	$a_2 = + 1,5244 (0,005)$
INV/Y	Đầu tư quốc nội theo tỷ lệ của GDP (theo giá hiện hành)	$a_3 = + 0,099068 (0,503)$
AID/Y	Viện trợ nước ngoài theo tỷ lệ của GDP (theo giá hiện hành)	$a_4 = + 0,38820 (0,725)$
RER	Tỷ giá hối đoái thực	$a_5 = - 0,0016644 (0,019)$
RWAGE	Lương thực tế bình quân người lao động trong doanh nghiệp	$a_6 = + 0,0045300 (0,344)$
IR	Lãi suất	$a_7 = - 0,27456 (0,025)$

(Nguồn: Triệu Hồng Cẩm, 2003)

Nhóm nghiên cứu PCI 2005 cũng đã từng chọn lọc ra ba nhân tố điều kiện truyền thống cơ bản là (i) mức độ phát triển (thiên về vốn nhân lực qua tỷ lệ học sinh tốt nghiệp PTTH năm 2000), (ii) chất lượng cơ sở hạ tầng /mức độ đô thị hóa (đo bằng số điện thoại trên đầu người 1995) và (iii) Khoảng cách tới các thị trường lớn (đo bằng số ki-lô-mét tới TPHCM hoặc Hà Nội), và kết quả phân tích nhân tố cho thấy ba nhân tố này giải thích 67% sự khác nhau của các tỉnh về điều kiện truyền thống với sự phát triển kinh tế (đại diện là biến GDP bình quân đầu người theo giá so sánh 1994) (Nguồn báo cáo Nghiên cứu chính sách –VNCI, số 4, tháng 11/2005).

Tuy nhiên nhược điểm lớn nhất của các lý thuyết truyền thống là vai trò mờ nhạt của chính sách và thể chế tác động lên tăng trưởng. Giả định của các mô hình chỉ với ba đầu vào cơ bản là vốn, lao động và kỹ thuật là đơn giản hóa thực tiễn quá mức không thể chấp nhận được. Maddison (1995) cho rằng các nhân tố này chỉ là những nhân tố trung gian (proximate factors), không phải là những nhân tố sau cùng (ultimate factors) để giải thích quyết định đầu tư của nhà đầu tư. Các nhân tố sau cùng là những nhân tố liên quan đến thể chế và chính sách tác động lên các nhân tố trung gian này và ảnh hưởng gián tiếp đến thu hút đầu tư. Bản thân Solow (2001) cũng thừa nhận thiếu sót này và cho rằng nhân tố A trong hàm sản xuất ($y=f(K, L, A)$) của ông thật ra là bao hàm rất nhiều nhân tố phi kỹ thuật (chính sách) chứ không chỉ là kỹ thuật đơn thuần (vật chất). Một nhược điểm khác của các lý thuyết truyền thống là các mô hình này chủ yếu được xây dựng để giải thích cho

các nước đã phát triển, do đó không tính đến những vấn đề của các nước đang phát triển. Đối với các nước đang phát triển, các vấn đề của thể chế, của thị trường không hoàn hảo, vấn đề cơ cấu,... là những vấn đề quan trọng có thể ảnh hưởng lớn đến thu hút đầu tư. Mở rộng khái niệm đến từng địa phương của một quốc gia cũng vậy, các nhân tố cứng như điều kiện hạ tầng, GDP, dân số, nguồn nhân lực ... thuộc về khách quan, thì các nhân tố mềm (chính sách chủ quan) sẽ đóng vai trò quan trọng (Nguyễn Văn Phúc, 2005).

* Lý thuyết về thể chế và môi trường đầu tư

Thể chế (institutions) theo North là “các ràng buộc do con người tạo ra nhằm để cấu trúc các tương tác giữa người với người” (Phúc, 2005). Thể chế bao gồm các *thể chế chính thức* (formal institutions) và *phi chính thức* (informal institutions). Thể chế chính thức là những ràng buộc được chế tài bởi nhà nước như hiến pháp, luật, các qui định; thể chế phi chính thức là những ràng buộc không thuộc phạm vi chế tài của nhà nước như tập quán, qui tắc hành xử, văn hóa,...

Cũng theo North (Nguyễn Văn Phúc, 2005), các cá nhân tham gia giao dịch thường không có đủ thông tin. Do đó, sẽ có các chi phí phát sinh gọi là *chi phí giao dịch*. Các chi phí bao gồm như chi phí tìm kiếm xem có loại hàng hóa và dịch vụ gì đang có trên thị trường, giá cả của chúng, các đặc tính của hàng hóa, các quyền về tài sản được giao dịch, mức độ tin cậy của các đối tượng giao dịch, cơ chế thực thi và giám sát thực hiện hợp đồng... Tất cả các chi phí này có liên quan chặt chẽ đến thể chế. Nếu thị trường là hoàn hảo thì không cần doanh nghiệp, các cá nhân có thể tự phân phối nguồn lực hiệu quả thông qua thị trường.

Một ảnh hưởng khác của thể chế lên tăng trưởng kinh tế là một cấu trúc thể chế sẽ tạo ra một cấu trúc khuyến khích nhất định, ảnh hưởng quyết định đến việc phân bổ tài nguyên vốn con người theo hướng tốt hay xấu cho tăng trưởng kinh tế. Nếu một cấu trúc thể chế khuyến khích cá nhân đầu tư vào một cái gì đó mà có lợi cho anh ta, trong khi tổng thể thì không có lợi cho xã hội thì thể chế đó là không tốt cho phát triển kinh tế.

Đi vào các thể chế cụ thể, như định nghĩa về thể chế cho thấy đây là một phạm trù rất rộng. Các nhà kinh tế luôn tìm cách lượng hóa để có thể so sánh, đánh giá. Do đó, các nhà kinh tế dùng một số biến đại diện để đo lường chất lượng thể

chế ở các nước. Các tác giả Knack và Keefer (1995) dùng bốn biến đại diện sau để đo lường chất lượng thể chế ở các nước: 1. Tham nhũng (corruption), 2. Chất lượng bộ máy hành chính (bureaucratic quality), 3. Tuân thủ luật pháp (rule of law), 4. Bảo vệ quyền về tài sản (security of property rights). (Phúc, 2005)

Đề lượng hóa ảnh hưởng của các nhân tố khác nhau lên môi trường đầu tư, theo Nguyễn Văn Phúc (2005), phương trình hồi qui dưới đây được sử dụng:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + \dots + a_nX_n + \varepsilon$$

Với:

Y: Là biến phụ thuộc (tốc độ tăng trưởng GDP hoặc vốn đầu tư bình quân đầu người)

X_1, \dots, X_n : Các biến giải thích (hay biến độc lập)

a_0, \dots, a_n : Các hệ số, phản ánh mức độ ảnh hưởng của các biến giải thích lên biến phụ thuộc

ε : sai số (error term)

Với phương trình hồi qui trên, các nhà kinh tế đã có các nghiên cứu thực nghiệm về mối quan hệ giữa chất lượng thể chế và tăng trưởng kinh tế. Một số kết quả nghiên cứu được tóm tắt ở bảng 1.2 dưới đây.

Bảng 1.2: Biến thể chế trong các nghiên cứu thực nghiệm về hồi qui tăng trưởng các nước (Cross-Country Growth Regressions)

Công trình nghiên cứu	Biến phụ thuộc (Dependent variable)	Biến thể chế (Institutional variable)	Kết quả tìm thấy (Results found)
Knack và Keefer (1995)	Tăng trưởng GDP bình quân đầu người 1974-89	Chất lượng thể chế (số liệu ICRG82, BERI72)	Ảnh hưởng dương và có ý nghĩa thống kê
Mauro (1995)	Tăng trưởng GDP bình quân đầu người 1960-85	Chỉ số về tham nhũng, chỉ số về chất lượng bộ máy hành chính	Ảnh hưởng dương và có ý nghĩa thống kê
Sachs và Warner (1997)	Tăng trưởng GDP bình quân đầu người 1965-90	Chất lượng thể chế (số liệu ICRG80)	Ảnh hưởng dương và có ý nghĩa thống kê
Sala-i-martin (1997)	Tăng trưởng GDP bình quân đầu người 1960-92	Tuân thủ luật pháp	Ảnh hưởng dương và có ý nghĩa thống kê
Brunetti, Kisunko và Weder (1997)	Tăng trưởng GDP bình quân đầu người 1984-93	Biến thể chế theo điều tra của Ngân Hàng Thế Giới (WB private sector survey 1996/97)	Ảnh hưởng dương và có ý nghĩa thống kê
Barro (1998)	Tăng trưởng GDP bình quân đầu người 1965-90	Tuân thủ luật pháp	Ảnh hưởng dương và có ý nghĩa thống kê

(Nguồn: Nguyễn Văn Phúc 2005)

Bảng 1.2 cho thấy chất lượng thể chế là một yếu tố quan trọng giải thích về sự khác biệt kết quả tăng trưởng kinh tế giữa các quốc gia với nhau. Thực tế cũng cho thấy quốc gia nào có chất lượng thể chế tốt thì thường có tốc độ tăng trưởng cao hơn, đồng nghĩa với thu hút đầu tư nhiều hơn.

Có thể nói đây là một đề tài rất lớn được nhiều tổ chức tham gia và được thường xuyên khảo sát bổ sung nhằm đánh giá môi trường đầu tư trên thế giới như: Dịch vụ đánh giá rủi ro kinh doanh, xếp hạng tín nhiệm quốc gia, các chỉ số rủi ro quốc gia, tự do kinh tế của thế giới, chỉ số lòng tin FDI, báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu, chỉ số tự do kinh tế ... và đều khẳng định vai trò quan trọng của các nhân tố thể chế đối với môi trường đầu tư của một địa phương. Trong luận văn này tác giả đi theo hướng phân tích nhân tố thể chế theo quan điểm của PCI.

1.1.4. Các nhân tố mềm theo quan điểm của PCI.

Đối với Việt Nam nói chung và tỉnh Lâm Đồng nói riêng, nếu căn cứ vào nhân tố cứng, thì khoảng cách tới thị trường, cơ sở hạ tầng, trình độ dân trí, tay nghề, điều kiện khí hậu, tự thiên... là những đặc điểm khách quan không dễ thay đổi trong ngắn hạn. Từ lý thuyết thể chế, nhằm đánh giá chất lượng điều hành kinh tế thúc đẩy sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân của 64 tỉnh Thành ở Việt Nam, nhóm điều tra chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) Việt Nam năm 2006 đã xây dựng mười nhân tố cấu thành năng lực cạnh tranh phản ánh những khía cạnh khác nhau của môi trường đầu tư, những khía cạnh này trực tiếp chịu ảnh hưởng từ những ứng xử của chính quyền địa phương trong ngắn hạn và trung hạn. Những chỉ số thành phần này được mô tả chi tiết trong Phụ lục 1 của luận văn này và được tóm tắt dưới đây.

1- *Chi phí gia nhập thị trường*: Nhân tố thành phần này đo thời gian một doanh nghiệp cần để đăng ký kinh doanh, xin cấp đất và nhận được mọi loại giấy phép, thực hiện tất cả các thủ tục cần thiết để bắt đầu tiến hành hoạt động kinh doanh.

2- *Tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất*: Nhân tố thành phần này được tính toán dựa trên hai khía cạnh về đất đai mà doanh nghiệp phải đối mặt - việc tiếp cận đất đai có dễ dàng không và khi có đất rồi thì doanh nghiệp có được

đảm bảo về sự ổn định, an toàn trong sử dụng đất hay không. Khía cạnh thứ nhất phản ánh tình trạng doanh nghiệp có giấy chứng nhận quyền sử dụng đất hay không, có đủ mặt bằng thực hiện những yêu cầu mở rộng kinh doanh hay không, doanh nghiệp có đang thuê lại đất của doanh nghiệp nhà nước không và đánh giá việc thực hiện chuyển đổi đất tại địa phương. Khía cạnh thứ hai bao gồm đánh giá cảm nhận của doanh nghiệp về những rủi ro trong quá trình sử dụng đất (ví dụ như rủi ro từ việc bị thu hồi, định giá không đúng, thay đổi hợp đồng thuê đất) cũng như thời hạn sử dụng đất.

3- *Tính minh bạch và tiếp cận thông tin*: Nhân tố thành phần này đánh giá khả năng mà doanh nghiệp có thể tiếp cận những kế hoạch của tỉnh và văn bản pháp lý cần thiết cho hoạt động kinh doanh, tính sẵn có của các loại tài liệu, văn bản này; liệu chúng có được đưa ra tham khảo ý kiến doanh nghiệp trước khi ban hành và tính có thể dự đoán được trong quá trình triển khai thực hiện các văn bản đó, mức độ tiện dụng của trang web của tỉnh đối với doanh nghiệp.

4- *Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước*: Nhân tố thành phần này đo lường thời gian mà các doanh nghiệp phải tiêu tốn khi chấp hành các thủ tục hành chính, cũng như mức độ thường xuyên và thời gian doanh nghiệp phải tạm dừng kinh doanh để các cơ quan Nhà nước của tỉnh thực hiện việc thanh tra, kiểm tra.

5- *Chi phí không chính thức*: Nhân tố thành phần này đo lường mức chi phí không chính thức mà doanh nghiệp phải trả và những trở ngại do những chi phí này gây nên đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, việc trả những chi phí không chính thức như vậy có đem lại kết quả hay "dịch vụ" như mong đợi không và liệu có phải các cán bộ nhà nước sử dụng các quy định pháp luật của địa phương để trục lợi không?

6- *Ưu đãi đối với doanh nghiệp nhà nước (môi trường cạnh tranh)*: Nhân tố thành phần này đánh giá tính cạnh tranh của các doanh nghiệp tư nhân do ảnh hưởng từ sự ưu đãi các doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp nhà nước đã cổ

phần hoá của chính quyền cấp tỉnh, thể hiện dưới dạng các ưu đãi cụ thể, phân biệt về chính sách và việc tiếp cận nguồn vốn.

7- *Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh*: Nhân tố thành phần này đo lường tính sáng tạo, sáng suốt của tỉnh trong quá trình thực thi chính sách Trung ương cũng như trong việc đưa ra những sáng kiến riêng nhằm phát triển khu vực kinh tế tư nhân, đồng thời đánh giá khả năng hỗ trợ và áp dụng những chính sách đôi khi chưa rõ ràng của Trung ương theo hướng có lợi cho doanh nghiệp.

8- *Chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân*: Nhân tố thành phần này phản ánh chất lượng và tính hữu ích của các chính sách cấp tỉnh để phát triển khu vực kinh tế tư nhân như xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin pháp luật cho doanh nghiệp, hỗ trợ tìm kiếm đối tác kinh doanh, cung cấp dịch vụ công nghệ cũng như phát triển các khu và cụm công nghiệp tại địa phương.

9- *Đào tạo lao động*: Nhân tố thành phần này phản ánh mức độ và chất lượng những hoạt động đào tạo nghề và phát triển kỹ năng do tỉnh triển khai nhằm hỗ trợ cho các ngành công nghiệp địa phương cũng như tìm kiếm việc làm cho lao động địa phương.

10- *Thiết chế pháp lý*: Nhân tố thành phần này phản ánh lòng tin của doanh nghiệp đối với các thiết chế pháp lý của địa phương, việc doanh nghiệp có xem các thiết chế tại địa phương này như là công cụ hiệu quả để giải quyết tranh chấp hoặc là nơi mà doanh nghiệp có thể khiếu nại những hành vi nhũng nhiễu của cán bộ công quyền tại địa phương hay không.

Đánh giá cụ thể các nhân tố này cho tỉnh Lâm Đồng và phân tích tác động của nó tới việc cải thiện môi trường đầu tư sẽ được làm rõ ở chương 2.

1.1.5. Cải thiện môi trường đầu tư.

Tất cả những cải cách chính sách từ phía chính phủ chung qui vẫn là cố gắng tạo ra một môi trường đầu tư ít rủi ro, chi phí cơ hội thấp và ít cản trở nhà đầu tư trong quá trình hoạt động mang tính cạnh tranh của họ. Một môi trường đầu tư tốt là môi trường không chỉ tốt cho các nhà đầu tư nước ngoài, mà còn tốt cho cả các nhà đầu tư trong nước và tốt cho cả một cộng đồng. Có nghĩa là nếu như có một môi

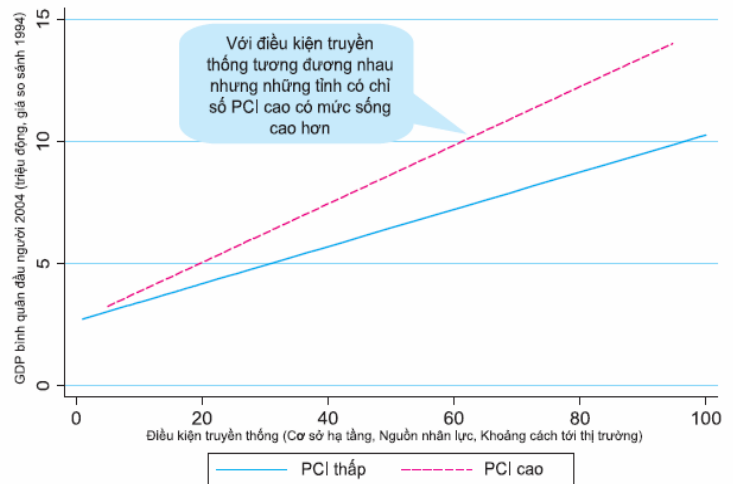
trường đầu tư tốt cho tất cả mọi người thì phải tạo ra một kịch bản thắng cuộc từ nhiều phía khác nhau (Nguyễn Trọng Hoài, 2005).

Xét về điều kiện cấp tỉnh thành trong nước Việt Nam, rõ ràng là nhiều tỉnh thành đã có thuận lợi cho phát triển kinh tế với cơ sở hạ tầng tốt hơn, lực lượng lao động có trình độ và kỹ năng cao hơn và vị trí địa lý nằm gần hơn với những thị trường tiêu thụ lớn ở Việt Nam và nước ngoài. Thêm vào đó, những tỉnh có lợi thế về điều kiện truyền thống càng được củng cố do phần thu ngân sách vượt chỉ tiêu được giao hàng năm để đầu tư nâng cấp và xây dựng cơ sở hạ tầng, giáo dục.

Nếu chỉ xét về điều kiện truyền thống (cứng), thì Hà Nội và TPHCM đứng đầu danh sách, tiếp theo là một số tỉnh đồng bằng sông Hồng và các tỉnh phía bắc của vùng Đông Nam Bộ, đó là những tỉnh được lợi do ở gần hai thành phố lớn này. Đứng cuối danh sách là các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ và các tỉnh thuộc đồng bằng sông Cửu Long. Sử dụng các điều kiện truyền thống làm thước đo sự phát triển kinh tế tiềm ẩn rủi ro là ngay bản thân các điều kiện truyền thống đã là kết quả của sự phát triển. Nếu sự tăng trưởng nhanh chóng là kết quả của thực tiễn môi trường chính sách tốt nhưng lại được đem phân tích căn cứ vào điều kiện cơ sở hạ tầng thì chúng ta đã đánh giá thấp vai trò của chất lượng điều hành kinh tế.

Hình 1.1 cho thấy tại sao những địa phương có cùng đặc điểm về vị trí, về tài nguyên, về cơ sở hạ tầng nhưng mức độ phát triển khác nhau, điều này chỉ có thể giải thích bằng các nhân tố chính sách (nhân tố mềm)².

Hình 1.1 Chỉ số PCI và sự thịnh vượng kinh tế



Nguồn: Báo cáo PCI, 2006

² Khoảng cách giữa hai đường thẳng có thể được coi là “tổn thất” do điều hành kém, hoặc “lợi ích kinh tế” nhờ điều hành tốt.

Sự đóng góp của doanh nghiệp cho xã hội chủ yếu do môi trường đầu tư quyết định. Ngoài những yếu tố về điều kiện địa lý, chính sách và hành vi của chính phủ và chính quyền địa phương đóng vai trò chủ chốt trong việc định hình môi trường đầu tư thông qua tác động của nó đến giá thành, rủi ro và các rào cản cạnh tranh như: mức độ đảm bảo các quyền về tài sản, các phương thức điều tiết và đánh thuế, cung cấp cơ sở hạ tầng, sự vận hành của thị trường lao động và tài chính, cả những vấn đề có tính chất khái quát hơn của công tác quản trị như vấn đề tham nhũng và các thể chế khác.

Đầu tư là nhân tố quan trọng nhất đối với tăng trưởng kinh tế. Môi trường đầu tư tốt sẽ thu hút được nhiều vốn đầu tư, từ đó giúp tăng trưởng kinh tế của địa phương. Đầu tư tác động lên tăng trưởng kinh tế ở cả hai mặt tổng cung và tổng cầu, với điều kiện cơ cấu đầu tư hợp lý (Nguyễn Văn Phúc và các tác giả, 2005)

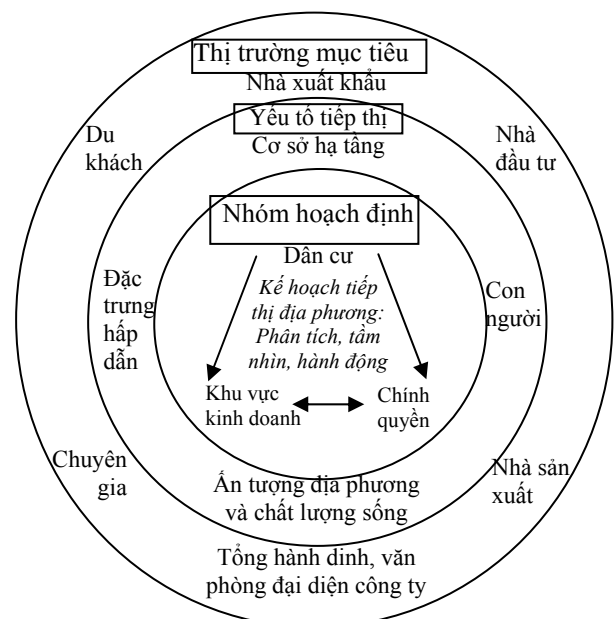
1.2. Marketing địa phương và chiến lược phát triển địa phương.

Một môi trường đầu tư hấp dẫn phải là một môi trường đầu tư được nhiều người biết đến và xác nhận là hấp dẫn. Marketing địa phương sẽ đóng vai trò giới thiệu tiềm năng, thế mạnh và cơ hội đầu tư của địa phương cho thế giới bên ngoài.

Trong nền kinh tế thị trường, địa phương cũng được xem là một loại hàng hóa mà khách hàng là những nhà đầu tư có tiềm lực về vốn, công nghệ, kỹ năng quản lý ... nhằm khai thác các tiềm năng của địa phương phục vụ lợi ích cho con người.

Các địa phương ngày nay phải tự thân vận động như một doanh nghiệp theo định hướng thị trường. Các nhà lãnh đạo cần biết xây dựng địa phương mình thành một sản phẩm hấp dẫn, đồng thời biết cách quảng bá các nét đặc thù của “sản phẩm” này một cách có hiệu quả đến các thị trường mục tiêu của mình. Tương lai phát triển

Hình 1.2: Các cấp của marketing địa phương

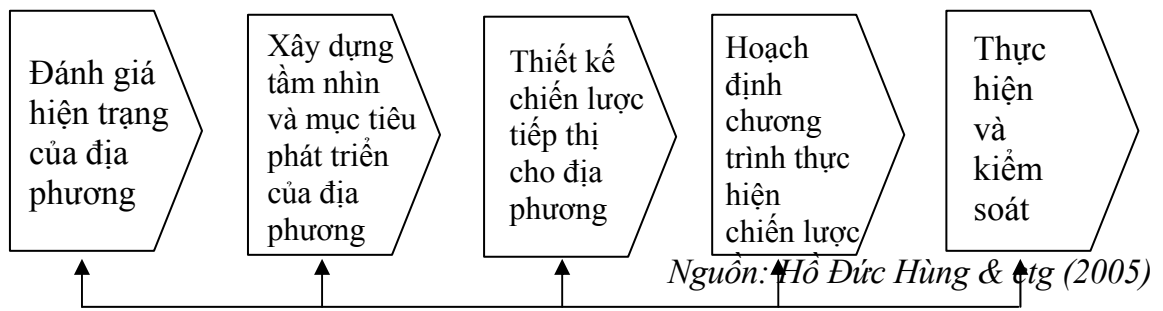


Nguồn: Kotler & ctg (2002)

các địa phương không tùy thuộc vào vị trí địa lý, khí hậu, tài nguyên thiên nhiên. Tương lai phát triển của địa phương tùy thuộc vào chuyên môn, kỹ năng đóng góp, phẩm chất của con người và tổ chức tại “địa phương” (Philip Kotler, 2002). Nhật Bản, Hàn Quốc... là những quốc gia phát triển rực rỡ lại là những quốc gia không có những lợi thế về các yếu tố sản xuất cơ bản như tài nguyên thiên nhiên hay lao động rẻ.

Vai trò của marketing đối với việc phát triển kinh tế của các quốc gia đã được các nhà quản trị và marketing đề cập đến từ nhiều thập niên qua (Drucker 1958; Reddy & Campbell 1994, Kotler & ctg 1993, 2002). Theo quan điểm hiện đại thì marketing một thương hiệu không phải chỉ là chức năng của bộ phận marketing mà là của mọi thành viên trong công ty. Hình 1.2 cho chúng ta thấy với thương hiệu địa phương thì nhà tiếp thị bao gồm nhiều thành phần khác nhau như chính quyền địa phương, cộng đồng kinh doanh và cộng đồng dân cư. Hướng đến các thị trường mục tiêu, có thể chia làm 4 nhóm thị trường chủ yếu, đó là (1) các nhà đầu tư và sản xuất kinh doanh, (2) khách du lịch, hội nghị, (3) người lao động, và (4) các nhà xuất khẩu

Hình 1.3: Quy trình marketing địa phương



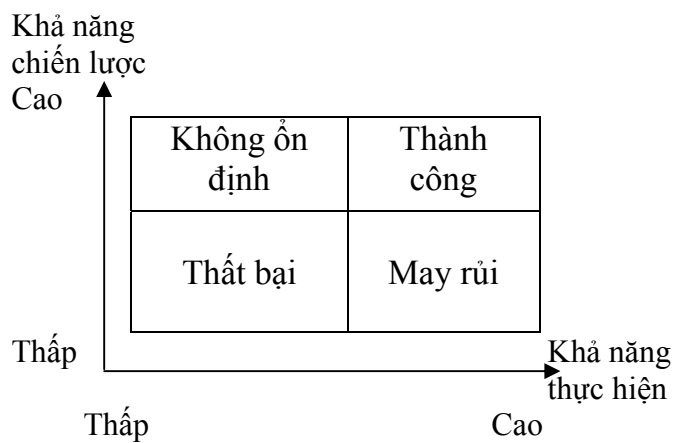
Công việc đầu tiên để hoạch định chiến lược marketing địa phương là đánh giá tình hình hiện tại của địa phương đó, thường được gọi là phân tích đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu, cũng như các cơ hội và đe dọa đối với địa phương. Cách làm này thường được gọi là phân tích SWOT trong kinh doanh. Để thực hiện việc đánh giá địa phương, nhà marketing cần phải (1) thiết lập các đặc trưng hấp dẫn cho địa phương, (2) nhận dạng các địa phương cạnh tranh chính với địa phương mình, (3) nhận dạng xu hướng phát triển, (4) xây dựng ma trận SWOT, và (5) xác định các vấn đề cốt lõi cần phải giải quyết.

Dựa vào các cơ sở đánh giá địa phương, phân tích xu hướng, so sánh với đối thủ cạnh tranh, nhà marketing phải xây dựng ma trận SWOT, trong đó phân tích những điểm yếu, điểm mạnh, cơ hội, và đe dọa chính của địa phương mình. Trên cơ sở này, nhà marketing địa phương nhận dạng được những vấn đề cơ bản của địa phương cần phải giải quyết, xác định các ưu tiên cho việc giải quyết các vấn đề của địa phương cho từng thị trường mục tiêu cụ thể.

Một khi địa phương đã có tầm nhìn và các mục tiêu cần đạt, nhà marketing địa phương cần thiết kế các chiến lược marketing để đạt được các mục tiêu đề ra. Khi thiết kế một chiến lược

marketing cho địa phương, nhà marketing cần chú ý hai vấn đề chính. Một là phải xem xét những lợi thế nào mà địa phương mình có được để có thể thực hiện thành công chiến lược đó. Hai là, địa phương có đủ nguồn lực để thực hiện thành công chiến lược đề ra hay không. (minh họa ở hình 1.4)

Hình 1.4: Khả năng của một địa phương



Nguồn: Kotler & ctg. (2002)

Hình 1.5 Các bước marketing trong thu hút đầu tư

Một địa phương thành công khi nó có khả năng hoạch định chiến lược marketing phù hợp cũng như thực hiện được quá trình marketing địa phương mình một cách có hiệu quả. Nhiều trường hợp các địa phương này có thể thành công, nhất là trong ngắn hạn. Tuy nhiên, do thiếu tầm nhìn chiến lược nên rất khó phát triển bền vững trong dài hạn.



Nguồn: Mai Thế Cường, 2005

Đây cũng là một công việc đòi hỏi sự mềm dẻo và linh hoạt. Hình 1.5 cho thấy phải luôn đánh giá và điều chỉnh chính sách cho phù hợp với từng thời kỳ và theo từng nhóm khách hàng mục tiêu.

1.3. Kinh nghiệm thu hút đầu tư tại các địa phương.

Trung Quốc, Ấn Độ, Singapore, Thái Lan, ... là những quốc gia có thành tựu nổi bật về thu hút đầu tư từ các nước để phát triển địa phương, đất nước mình, tuy nhiên với Lâm Đồng thì các kinh nghiệm từ những tỉnh bạn trong nước đã là hấp dẫn và dễ áp dụng nhất.

1.3.1. Tỉnh Bình Dương:

Bình Dương một tỉnh rất ít lợi thế tự nhiên để phát triển so với nhiều tỉnh thành khác trong cả nước (không biển, chẳng sân bay, cửa khẩu và không phải là cửa ngõ quan trọng đi đâu...). Để phát triển, chính quyền tỉnh Bình Dương đã định vị rõ vai trò của các nhà đầu tư, doanh nghiệp là đối tác của mình.

+ Sự uyển chuyển, linh động trong công tác lãnh đạo của chính quyền địa phương: Chủ trương nhất quán và xuyên suốt của Bình Dương trong việc khuyến khích, kêu gọi thu hút đầu tư vào tỉnh là nhân tố quyết định ... Ủy ban Nhân dân tỉnh thường xuyên tổ chức các cuộc hội thảo, gặp gỡ các nhà đầu tư để xúc tiến, mời gọi đầu tư và nhất quán là luôn quan tâm theo dõi giải quyết những khó khăn, vướng mắc của nhà đầu tư. Đối với các vấn đề thuộc thẩm quyền, Ủy ban Nhân dân tỉnh nhanh chóng giải quyết cho các nhà đầu tư. Đối với những vấn đề vượt thẩm quyền thì Ủy ban Nhân dân tỉnh cùng các nhà đầu tư kiến nghị với các cơ quan Trung ương kịp thời giải quyết các khó khăn, vướng mắc của nhà đầu tư trong quá trình triển khai dự án. Đây là nhân tố quan trọng đóng góp sự thành công trong thu hút đầu tư thời gian qua của Bình Dương.

+ Cơ sở hạ tầng được triển khai triệt để sẵn sàng đón nhận mời gọi các nhà đầu tư, cộng với những lợi thế về vị trí địa lý tiếp giáp với thành phố Hồ Chí Minh, đất đai có nền móng cứng, ít chịu ảnh hưởng của bão, lụt,

+ Cải tiến thủ tục hành chính: Ủy ban Nhân dân tỉnh Bình Dương đã ban hành “Quyết định về thủ tục, trình tự và thời gian xét duyệt cấp giấy phép đầu tư dự án đầu

tư trong và ngoài khu công nghiệp tại tỉnh Bình Dương, thời gian giải quyết các thủ tục hành chính có liên quan để triển khai nhanh dự án”. Theo đó cơ chế một cửa thông thoáng, tập trung đầu mối tiếp nhận hồ sơ và thẩm định dự án đầu tư nhanh gọn; công tác cải cách hành chính trong lĩnh vực đầu tư được thực hiện triệt để, giảm bớt phiền hà cho các nhà đầu tư, tạo điều kiện cho các nhà đầu tư trong quá trình xúc tiến, thẩm định, cấp giấy phép, triển khai sau cấp phép thuận lợi và nhanh chóng. Công tác thẩm định dự án được thực hiện dưới sự tham mưu của Hội đồng tư vấn đầu tư là cơ quan giúp việc cho Ủy ban Nhân dân tỉnh giải quyết nhanh gọn các vấn đề phát sinh, khó khăn vướng mắc của các nhà đầu tư khi đến đầu tư tại Bình Dương (*Điều này được tỉnh thực hiện trước khi chương trình tổng thể cải cách hành chính của Chính phủ đề ra (Lai Xuân Đạt, 2005)*). Theo xếp hạng hàng năm về thu hút đầu tư, Bình Dương nằm trong 5 tỉnh đứng đầu từ năm 2000 đến nay (PCI 2005&2006 đều đứng đầu). Phát triển khu vực kinh tế tư nhân, tận dụng mối quan hệ bạn hàng để các doanh nghiệp đến trước chủ động mời gọi các bạn hàng cùng đến đầu tư tại Bình Dương là một trong những thành tựu thu hút đầu tư của tỉnh.

+ Ngoài ra, việc tận dụng tốt các nguồn tài chính: Ngoài ngân sách của tỉnh và Trung ương, tỉnh đã mạnh dạn cho phép các nhà đầu tư trong nước thuộc thành phần kinh tế tư nhân tham gia đầu tư kinh doanh cơ sở hạ tầng kỹ thuật KCN, tạo tiền đề mạnh mẽ thu hút vốn đầu tư vào tỉnh trong thời gian qua. Bình Dương là một trong những tỉnh thực hiện đúng, triển khai tốt các chính sách thu hút đầu tư của cả nước.

1.3.2. Tỉnh Đồng Nai:

Mục tiêu của 5 năm tới (2006-2010) của tỉnh Đồng Nai là tiếp tục phát triển các KCN nằm trong quy hoạch và lấp đầy diện tích đất cho thuê. Theo đó, đến năm 2010, Đồng Nai quy hoạch xây dựng tổng cộng 34 KCN với tổng diện tích 11.726 ha (cho đến cuối tháng 3/2006 chính thức có 19 KCN được thành lập). Các KCN sẽ được phân bố rải đều từ thành phố Biên Hòa tới thị xã và các huyện, trong đó có ưu tiên cho các huyện mới thành lập và huyện miền núi như: Tân Phú, Định Quán, Xuân Lộc, Thống Nhất, Cẩm Mỹ.

Để có thể thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước, các công ty kinh doanh hạ tầng công nghiệp ở Đồng Nai đã có nhiều hình thức đầu tư đa dạng như 100% vốn của doanh nghiệp nhà nước (Biên Hòa 2, Nhơn Trạch 1, 2, 3, Tam Phước, Gò Dầu); vốn liên doanh giữa Việt Nam và nước ngoài (Amata và Loteco); vốn của nhà đầu tư trong nước (Song Mỹ). Chi phí đầu tư cho hạ tầng khu công nghiệp nhờ vậy được chia sẻ và hạ tầng kỹ thuật khá đồng bộ, đặc biệt là hạ tầng ở các KCN do các công ty liên doanh đầu tư. Kết quả là cho đến nay, 19 khu công nghiệp ở Đồng Nai đã cho thuê được 1.851 ha đất, đạt gần 56% tổng diện tích đất dùng cho thuê; thu hút được 629 dự án của các nhà đầu tư trong nước và nhà đầu tư đến từ 26 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới với tổng vốn đăng ký 6.664 triệu USD. (*Lê Xuân Bình, 2005*)

Đạt được thành quả như trên là nhờ Ủy ban Nhân dân tỉnh Đồng Nai đã:

+ Nâng cao chất lượng quy hoạch đầu tư: Định hướng và thu hút vốn đầu tư phải gắn chặt với quy hoạch phát triển các ngành, các vùng lãnh thổ và đặt trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, khai thác những tiềm năng và lợi thế so sánh của tỉnh, tránh đầu tư tràn lan, đầu tư theo phong trào làm lãng phí nguồn lực, làm giảm lòng tin của các nhà đầu tư.

+ Phát triển đồng bộ, hiện đại hóa cơ sở hạ tầng kỹ thuật: Tiếp tục nâng cao vai trò của ngân sách nhà nước trong xây dựng kết cấu hạ tầng, đặc biệt là hạ tầng ngoài hàng rào KCN. Cho phép vay ưu đãi hoặc được phát hành trái phiếu công trình để đầu tư vào các công trình trọng điểm. Ngoài ra còn khuyến khích tư nhân đầu tư vốn vào phát triển hạ tầng KCN. Áp dụng quy chế ưu đãi cụ thể đối với các hình thức đầu tư BOT, BTO, BT vào các dự án, địa bàn trọng điểm.

+ Mở rộng tự do hóa đầu tư và tăng cường xúc tiến vận động đầu tư: Cho phép các nhà đầu tư được tự do lựa chọn hình thức đầu tư, đối tác đầu tư, ngành nghề và địa điểm đầu tư. Khuyến khích các thành phần kinh tế trong nước hợp tác đầu tư với nước ngoài thành lập công ty cổ phần trong nước có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Đây là loại hình công ty có lợi thế về huy động vốn và mức độ rủi ro thấp so với công ty trách nhiệm hữu hạn.

+ Xử lý linh hoạt việc chuyển đổi các hình thức đầu tư. Xem xét linh hoạt hơn việc chuyển đổi hình thức doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài đối với các dự án sử dụng công nghệ cao, xuất khẩu phần lớn sản phẩm, xây dựng hạ tầng KCN ở địa bàn kinh tế - xã hội khó khăn.

+ Gắn công tác vận động, xúc tiến đầu tư với chương trình dự án, đối tác, địa bàn cụ thể. Hướng dẫn, hỗ trợ các nhà đầu tư trong khâu tìm hiểu, chuẩn bị dự án, xem xét cấp giấy phép và triển khai. Nhanh chóng xây dựng danh mục kêu gọi đầu tư với chất lượng cao, chi tiết để các nhà đầu tư nghiên cứu ra quyết định đầu tư. Tổ chức các kỳ hội nghị với các doanh nghiệp, các nhà tài trợ, các cuộc họp mặt, tiếp xúc với nhà đầu tư để giới thiệu cơ hội đầu tư và lắng nghe ý kiến của họ để sửa đổi chính sách cho phù hợp với thực tế.

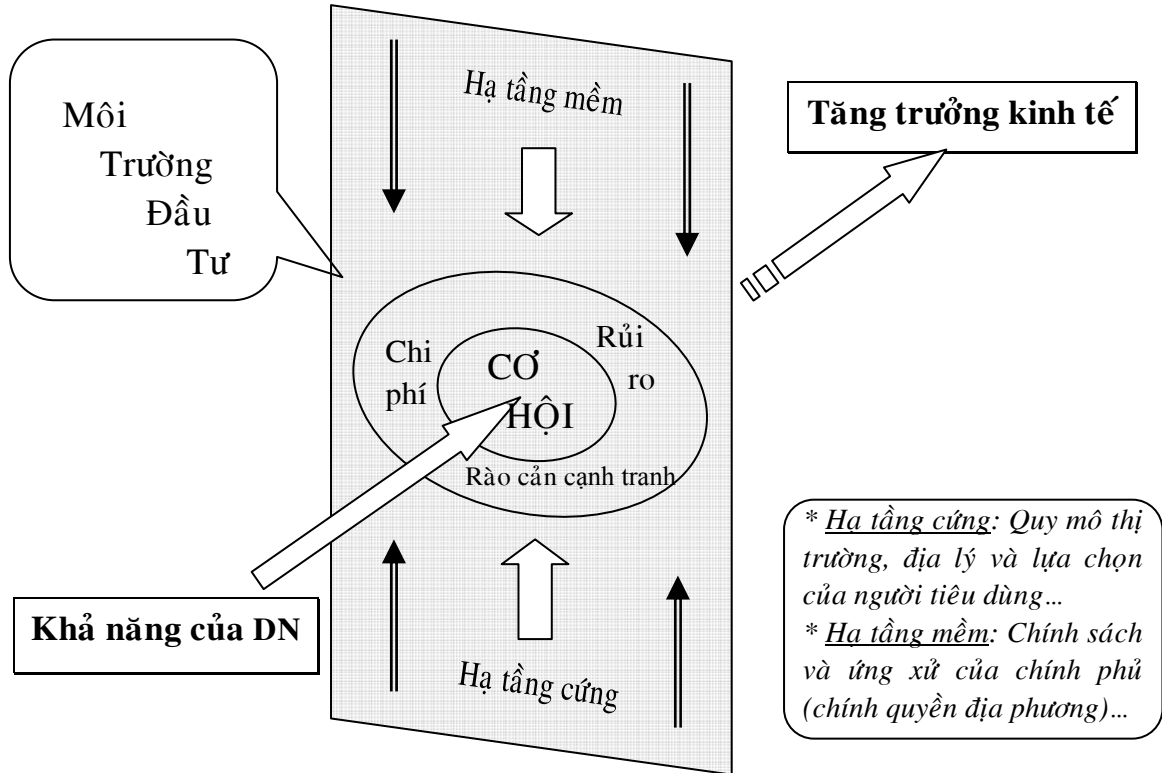
1.3.3. Thành phố Hồ Chí Minh:

Trước đây, TPHCM luôn là điểm thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, nhưng thời gian qua, các nhà đầu tư lại chuyển vốn các địa bàn lân cận như Đồng Nai, Bình Dương. Theo lãnh đạo Ủy ban Nhân dân Thành phố, trong thời gian tới thành phố sẽ thực hiện nhiều giải pháp đẩy mạnh thu hút FDI. Cụ thể, về thủ tục hành chính đã hình thành cửa làm thủ tục xuất nhập cảnh dành riêng cho các nhà đầu tư nước ngoài tại sân bay Tân Sơn Nhất. Để đi qua cửa ưu tiên, nhà đầu tư nước ngoài chỉ cần xuất trình Thẻ chứng nhận nhà đầu tư nước ngoài do Sở Kế hoạch và Đầu tư cấp. Theo kiến nghị của Trung tâm Thương mại và xúc tiến đầu tư TPHCM (ITPC), các đoàn doanh nhân nước ngoài mới đến thành phố tìm hiểu cơ hội đầu tư có thể liên hệ trực tiếp với các cơ quan xúc tiến của thành phố như ITPC, Sở Kế hoạch và Đầu tư hoặc liên hệ qua hộp thư điện tử để được hỗ trợ sắp xếp các buổi làm việc và được đón tiếp tại cửa ưu tiên.

Trường hợp nhà đầu tư đang làm hồ sơ dự án, phải đi lại nhiều lần sẽ được thành phố cấp thẻ ưu tiên có giá trị từ 3 đến 6 tháng. Ngoài ra, khi nhà đầu tư nước ngoài mới có ý định đầu tư tại Việt Nam sẽ được phòng xúc tiến thuộc Sở Kế hoạch và Đầu tư trợ giúp tìm thông tin về quỹ đất, cách thức lập dự án, ...

1.4. Tóm tắt mô hình nghiên cứu.

Hình 1.6 Sơ đồ hóa môi trường đầu tư



(Nguồn: tổng hợp theo quan điểm của World bank, 2004 và tác giả)

Hình 1.6 cho thấy, hiểu được các doanh nghiệp đưa ra quyết định đầu tư và chọn lựa địa phương như thế nào là điều hết sức quan trọng đối với các nhà tiếp thị địa phương. Về nguyên tắc, doanh nghiệp đánh giá các địa phương là những điểm tiềm năng sau khi xem xét các yếu tố xác định môi trường kinh doanh chung của một địa phương. Chúng ta gọi những chỉ báo này là “yếu tố thu hút”, và chúng có thể chia ra thành loại “cứng” và “mềm”.

Yếu tố cứng có thể đo lường theo các giá trị và ít nhiều mang tính khách quan. Ví dụ đối với tỉnh Lâm Đồng yếu tố cứng có những hạn chế là xa các trung tâm kinh tế lớn, xa cảng biển; kết cấu hạ tầng chưa đồng bộ; trình độ dân trí thấp, tay nghề người lao động chưa cao ... cần phải có thời gian và tài chính để cải thiện.

Yếu tố mềm đại diện cho những đặc tính chủ quan hơn của một địa phương. Các nhà marketing địa phương có thể dùng những yếu tố này làm kim chỉ nam để cải tiến sức hấp dẫn đối với thị trường mục tiêu.

Kết hợp đúng đắn yếu tố cứng và mềm là rất quan trọng, tuy nhiên một số khía cạnh của môi trường đầu tư, ví dụ yếu tố địa lý và quy mô thị trường đều rất khó để một địa phương có thể thay đổi trong ngắn hạn. Nhưng chính quyền địa phương lại có ảnh hưởng quyết định hơn đến hàng loạt các yếu tố khác. Những nhân tố cụ thể đề cập trong luận văn này (10 nhân tố của PCI) là những chính sách “mềm” có quan hệ mật thiết với hành vi đầu tư. Từ đó giúp tỉnh Lâm Đồng có thể cải thiện môi trường đầu tư của địa phương mình.

Để lượng hóa vai trò của các nhân tố chính sách lên môi trường đầu tư tác giả cũng lựa chọn mô hình tuyến tính:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + \dots + a_nX_n + \varepsilon$$

Có rất nhiều nhân tố mềm X, tuy nhiên tác giả chọn 10 nhân tố tiêu biểu theo quan điểm PCI 2006 để phân tích trong luận văn này là:

KH	Tên nhân tố	Dự đoán ảnh hưởng lên môi trường đầu tư
X1	Chi phí gia nhập thị trường	Càng thấp càng tốt
X2	Tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất	Càng dễ dàng, ổn định càng tốt
X3	Tính minh bạch và tiếp cận thông tin	Càng minh bạch càng tốt
X4	Chi phí về thời gian để thực hiện các quy định của nhà nước	Càng nhanh càng tốt
X5	Chi phí không chính thức	Càng ít càng tốt
X6	Ưu đãi đối với DNNN (Môi trường cạnh tranh)	Càng ít càng tốt
X7	Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh	Càng nhiều càng tốt
X8	Chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân	Càng nhiều càng tốt
X9	Đào tạo lao động	Càng chất lượng càng tốt
X10	Thiết chế pháp lý	Càng được tin tưởng càng tốt

Từ những thành công và những bước tiến mới về cơ chế, chính sách và giải pháp của các địa phương trong việc thu hút đầu tư có thể rút ra một số kinh nghiệm chủ yếu như sau: (1) thu hút vốn từ bên ngoài là con đường quan trọng, tất yếu và ngắn nhất để phát triển kinh tế của một địa phương nói chung và tỉnh Lâm Đồng nói riêng; (2) Tùy từng thời điểm từng điều kiện cụ thể mà một địa phương có thể có các chủ trương, chính sách thu hút đầu tư cho phù hợp, trên cơ sở quan tâm đến lợi ích

của nhà đầu tư. Đây là những nhân tố “mềm” rất quan trọng và dễ thực hiện để cải thiện môi trường đầu tư; (3) Không ngừng bổ sung, sửa đổi kịp thời các cơ chế chính sách lỗi thời nhằm tạo sự hấp dẫn cho các nhà đầu tư; (4) Đa dạng hóa các hình thức đầu tư, các đối tác đầu tư sẽ tạo điều kiện cho thu hút đầu tư; (5) Tổ chức và thực hiện tốt công tác xúc tiến đầu tư với các hình thức đa dạng như quảng cáo, tuyên truyền, chủ động kêu gọi các nhà đầu tư, tạo điều kiện cho hoạt động đầu tư của các nhà đầu tư trong nước có hiệu quả nhằm kêu gọi các nhà đầu tư nước ngoài.

Việc phân tích hiện trạng các nhân tố về môi trường đầu tư của Lâm Đồng giai đoạn 2001-2005, qua những đánh giá của doanh nghiệp tại tỉnh, bằng những số liệu thực nghiệm cụ thể theo quan điểm của PCI 2006 sẽ được thực hiện ở chương 2.

Chương 2: HIỆN TRẠNG MÔI TRƯỜNG ĐẦU TƯ CỦA TỈNH LÂM ĐỒNG.

2.1. Tổng quan tình hình kinh tế, tự nhiên, xã hội và đầu tư của Lâm Đồng. (Theo brochure thông tin Lâm Đồng – Tiềm năng và cơ hội đầu tư của Sở Thương Mại và Du lịch Lâm Đồng, 2006)

2.1.1. Điều kiện tự nhiên.

Lâm Đồng là tỉnh cao nguyên có diện tích tự nhiên 9.764,79 km²; nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam – là khu vực năng động, có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao và là thị trường nhiều tiềm năng. Toàn tỉnh có thể chia thành 3 vùng với 5 thế mạnh: Phát triển cây công nghiệp dài ngày, lâm nghiệp, khoáng sản, du lịch – dịch vụ và chăn nuôi gia súc.

Nhiệt độ trung bình từ 18 - 25°C, thời tiết ôn hòa và mát mẻ quanh năm. Lượng mưa trung bình 1.750 -3.150 mm/năm, độ ẩm tương đối trung bình cả năm 85 -87%, số giờ nắng trung bình cả năm 1.890 – 2.500 giờ, thuận lợi cho phát triển các loại cây trồng, vật nuôi có nguồn gốc ôn đới. Đặc biệt là thành phố Đà Lạt có khí hậu ôn đới điển hình thuận lợi cho việc phát triển mạnh các giống rau, hoa, ... chất lượng cao và phát triển du lịch, nghỉ dưỡng để có thể trở thành một trong những trung tâm du lịch của quốc gia và quốc tế.

** Tài nguyên thiên nhiên:*

- **Tài nguyên đất** – vùng nguyên liệu phục vụ công nghiệp chế biến.

Lâm Đồng có 9 nhóm đất khác nhau. Đất có độ dốc dưới 25% chiếm trên 50%, đất dốc trên 25% chiếm gần 50%. Chất lượng đất đai của Lâm Đồng rất tốt, khá màu mỡ, toàn tỉnh có khoảng 255.400 ha đất có khả năng sản xuất nông nghiệp, trong đó có 200.000 ha đất bazan tập trung ở cao nguyên Bảo Lộc – Di Linh thích hợp cho việc trồng cây công nghiệp dài ngày có giá trị kinh tế cao như cà phê – sản lượng 804 tấn /năm, chè – sản lượng 161.938 tấn /năm, dâu tằm – sản lượng 84.964 tấn /năm, điều - sản lượng 4.833 tấn/năm. Diện tích trồng chè và cà

phê đạt 145.000 ha, tập trung chủ yếu ở Bảo Lâm, Bảo Lộc, Di Linh, Lâm Hà; diện tích trồng rau hoa khoảng 23.800 ha tập trung tại Đà Lạt, Đơn Dương, Đức Trọng; Chè, cà phê, rau, hoa Lâm Đồng đa dạng về chủng loại, có những loại có giá trị phẩm cấp cao.

- **Tài nguyên rừng:** Tài nguyên rừng Lâm Đồng phong phú, đa dạng với trên 618.000 ha rừng với độ che phủ 63% diện tích toàn tỉnh, với tổng trữ lượng trên 61 triệu m³ gỗ và gần 662 triệu tấn tre, nứa. Rừng Lâm Đồng nhiều vùng còn nguyên sinh, ban sơ với nhiều thực, động vật đa dạng, đặc biệt của rừng Lâm Đồng là đặc dụng và phòng hộ. Nguồn tre, nứa, lồ ô khá dồi dào, trữ lượng lớn, tập trung ở các huyện phía nam như Đạ Huoai, Đạ Tẻ, Cát Tiên. Do mưa nhiều, khí hậu ẩm ướt, đất đai phù hợp nên các loài tre, nứa, lồ ô có tốc độ tái sinh rất nhanh sau khi khai thác. Diện tích tre nứa có đủ khả năng đáp ứng cho yêu cầu chế biến khoảng 50.000 tấn bột giấy hàng năm. Rừng Lâm Đồng đa dạng về loại, có trên 400 loài cây gỗ, trong đó có một số loài gỗ quý như: pomu xanh, cẩm lai, gõ, sao, thông 2 lá, 3 lá, ngoài ra còn có nhiều loại lâm sản có giá trị khác thuận lợi cho ngành công nghiệp chế biến bột giấy, giấy, sản xuất chế biến gỗ, hàng thủ công mỹ nghệ.

- **Tài nguyên khoáng sản:** Theo kết quả điều tra thăm dò, Lâm Đồng có 25 loại khoáng sản, trong đó bauxite, bentonite, cao lanh, đá granit, thiếc, diatomite và than bùn trữ lượng lớn, có khả năng khai thác ở quy mô công nghiệp.

Quặng bauxite ở Lâm Đồng có trữ lượng khoảng 1.234 triệu tấn, chất lượng quặng khá tốt (hàm lượng Al₂O₃: 44-45%, Fe₂O₃: 22,7-23,6%, Si₂O₃: 2,1%, TiO₂: 3,7%), điều kiện khai thác và vận chuyển khá dễ dàng. Cao lanh có trữ lượng khoảng 520 triệu tấn, chất lượng tốt. Loại cao lanh này có khả năng sử dụng làm sứ điện tử, sứ bền nhiệt cơ, sứ dân dụng cao cấp, gạch samot chịu lửa, chất độn cho công nghiệp chế biến giấy, sản xuất sunfat alumin... Sét bentonite có trữ lượng trên 4 triệu tấn, chất lượng rất tốt, sau khi được hoạt hoá với soda để chuyển sang bentonit kiềm có thể sử dụng trong kỹ nghệ làm khuôn đúc, chất tẩy rửa trong công nghiệp dầu mỡ, công nghiệp thực phẩm, chất phụ gia trong sản xuất phân bón tổng hợp, sản xuất dung dịch bùn khoan dầu khí và khoan cọc nhồi theo tiêu chuẩn của

Mỹ và Châu Âu. Than nâu và diatomite được phát hiện tại nhiều điểm, nhưng mỏ Đại Lào (Bảo Lộc) là có khả năng khai thác công nghiệp với trữ lượng 8,5 triệu m³, có thể sử dụng làm chất đốt (nhiệt lượng Q = 2172 – 5327 kcal/kg), chất cách nhiệt, phụ gia trong sản xuất phân bón hoặc phụ gia sản xuất xi măng...

- **Nguồn nước:** Lâm Đồng là tỉnh nằm trong hệ thống sông Đồng Nai, có nguồn nước rất phong phú, mạng lưới suối khá dày đặc, với 73 hồ chứa nước, 92 đập dâng. Nguồn nước phong phú và tiềm năng thủy điện rất lớn.

2.1.2. Đặc điểm kinh tế - xã hội.

* *Kết cấu hạ tầng:*

- **Hệ thống cung cấp điện, nước:** Nguồn điện cung cấp cho toàn tỉnh khá ổn định, gồm nhà máy thủy điện Đa Nhim (công suất 160 MW), thủy điện Suối Vàng (công suất 3,1 MW), Thủy điện Hàm Thuận - Đa My (công suất 475 MW) và thủy điện Đại Ninh đang được thi công (công suất 300 MW), đang xây dựng 2 nhà máy thủy điện Đồng Nai 3, Đồng Nai 4 công suất 580 MW, các nhà máy điện diesel Bảo Lộc, Di Linh, Cần Rang với tổng công suất 4,16 MW. Hiện nay tỉnh đã quy hoạch đề kêu gọi đầu tư 60 nhà máy thủy điện vừa và nhỏ. Hệ thống lưới điện quốc gia đã được kéo đến 100% các xã trong tỉnh.

Hệ thống cấp nước đã hoàn thiện tương đối tốt, hiện có: nhà máy cấp nước Đà Lạt, công suất 35.000 m³ /ngày đêm; hệ thống cấp nước thị xã Bảo Lộc, công suất 10.000 m³ /ngày đêm; hệ thống cấp nước Đức Trọng, công suất 2.500 m³ /ngày đêm; hệ thống cấp nước huyện Di Linh, công suất 3.500 m³ /ngày đêm; hệ thống cấp nước huyện Lâm Hà, công suất 6.000 m³ /ngày đêm. Đồng thời với việc cấp nước, hệ thống xử lý nước thải công nghiệp và sinh hoạt đang được hoàn thiện.

- **Giao thông, thông tin liên lạc:** Với tổng chiều dài trên 1.700 km, hiện nay hệ thống giao thông đường bộ của tỉnh đã đến được tất cả các xã và cụm dân cư. Các tuyến quốc lộ 20, 27, 28, 55, 723 nối liền Lâm Đồng với vùng Đông nam bộ, thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh thuộc vùng Tây nguyên, các tỉnh duyên hải miền Trung tạo cho Lâm Đồng có mối quan hệ kinh tế-xã hội bền chặt với các vùng, các tỉnh trong khu vực. Đặc biệt hiện nay chính phủ đã phê duyệt chủ trương cho đầu tư

xây dựng tuyến đường cao tốc từ Đầu Giây đi Đà Lạt và tuyến đường Đông Trường Sơn từ Đà Lạt đi Quảng Nam và các tỉnh trong khu vực. Cảng hàng không Liên Khương nằm cách trung tâm thành phố Đà Lạt 30 km đang được nâng cấp thành sân bay quốc tế với đường băng dài 3.250 m có thể tiếp nhận các loại máy bay tầm trung như A.320, A.321 hoặc tương đương. Con đường nối giữa hai thành phố Đà Lạt và Nha Trang có chiều dài 140 km đang được đầu tư sẽ rút ngắn khoảng cách và thời gian giữa hai trung tâm du lịch lớn.

Hệ thống thông tin liên lạc, bưu chính viễn thông hiện đại đáp ứng tốt yêu cầu phát triển kinh tế-xã hội của địa phương và các nhà đầu tư. Đến hết năm 2005, hệ thống điện thoại đã đến 145/145 xã, phường, thị trấn, tỷ lệ máy điện thoại đạt 16,9 máy trên 100 dân.

- **Nguồn lực:** Dân số toàn tỉnh đến 31/12/2005 là 1.169.851 người, trong đó dân số nông thôn là 649.412 người, chiếm 61,47%; lực lượng lao động tại chỗ hiện có 712.000 người. Các dân tộc thiểu số với những bản sắc văn hóa đa dạng.

Lâm Đồng là vùng đất mới có sức thu hút dân cư trong cả nước đến lập nghiệp, quần thể dân cư ở đây chưa ổn định và liên tục biến động, hiện tượng di dân tự do trong những năm qua từ các tỉnh khác nhau trong cả nước hội tụ về Lâm Đồng tuy có giảm nhưng vẫn còn lớn, bình quân hàng năm thời kỳ 2001-2005 có khoảng 5.000 người di cư tự do vào Lâm Đồng.

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có 02 trường đại học, 01 trường cao đẳng Sư phạm, 01 trường trung học y tế, 02 trường trung học kinh tế-kỹ thuật, 02 trường dạy nghề, hàng năm cung cấp hàng ngàn lao động có tay nghề cho địa phương; Nhiều trung tâm nghiên cứu của Trung ương đóng trên địa bàn như: Viện nghiên cứu hạt nhân, Trung tâm nghiên cứu nông lâm nghiệp, Trung tâm nghiên cứu cây rau, Phân viện sinh học... đã góp phần đáng kể trong việc ứng dụng nghiên cứu khoa học kỹ thuật vào sản xuất của tỉnh.

Quy mô dân số tăng lên hàng năm kéo theo tỷ lệ dân số trong độ tuổi lao động ngày càng tăng, tạo điều kiện bổ sung lực lượng lao động cho xã hội. Theo kết quả điều tra lao động việc làm 1-7-2005 thì số người đủ 15 tuổi trở lên là

812.881 người, chiếm 70,2% dân số, trong đó dân số trong độ tuổi lao động (nam từ 15-60 tuổi, nữ từ 15-55 tuổi) là 712.096 người, chiếm 61,54% dân số và chiếm 87,6% dân số từ 15 tuổi trở lên.

2.1.3. Kết quả thu hút đầu tư thời gian qua.

BẢNG 2.1: ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI VÀO LÂM ĐỒNG 31/12/2005 (PHÂN THEO ĐỐI TÁC ĐẦU TƯ)

	Số dự án		Tổng số vốn đầu tư đăng ký (USD)		Trong đó : Vốn pháp định (USD)	
	Tổng số	Tđ: Năm 2005	Tổng số	Tđ: Năm 2005	Tổng số	Tđ: Năm 2005
Tổng số	70	7	201.302.483	7.000.000	137.764.550	3.950.000
1. Đài loan- <i>Taiwan</i>	36	4	70.158.000	3.300.000	45.747.367	1.250.000
2. Nhật- <i>Japan</i>	9	1	32.253.372	3.000.000	24.153.372	2.000.000
3. Xin-ga-po- <i>Singapore</i>	5	-	18.799.000	-	7.000.000	-
4. Hàn Quốc- <i>South Korea</i>	5	-	14.043.135	-	7.193.525	-
5. Hồng Công- <i>Hong kong</i>	3	-	47.050.000	-	45.450.000	-
6. Ma-lai-xi-a- <i>Malaysia</i>	1	-	1.166.668	-	307.286	-
7. Anh- <i>Great Britain</i>	1	-	5.000.000	-	2.500.000	-
8. Thụy Sĩ- <i>Switzerland</i>	1	-	750.000	-	250.000	-
9. Indonesia + Hồng Kông <i>Indonesia + HongKong</i>	1	-	6.000.000	-	1.800.000	-
10. ý - <i>Italy</i>	1	-	543.000	-	543.000	-
11. Pháp- <i>France</i>	1	-	2.000.000	-	-	-
12. Pháp+Bỉ <i>France+Belgium</i>	1	-	319.308	-	300.000	-
13. Trung Quốc- <i>China</i>	2	1	1.020.000	500.000	1.020.000	500.000
14. Đức- <i>Germany</i>	1	-	1.000.000	-	1.000.000	-
15. Canada	1	-	1.000.000	-	300.000	-
16. Mỹ- <i>USA</i>	1	1	200.000	200.000	200.000	200.000

Ghi chú: Không tính các dự án đã rút vốn, giải thể và sát nhập.

(Nguồn: Cục thống kê Lâm Đồng, 2006)

Bảng 2.1 cho thấy, kết quả thu hút FDI của Lâm Đồng là thấp so với cả nước cả về số lượng (0,55%) và quy mô (0,41%) của dự án (Bộ kế hoạch đầu tư, 2006).

Trên cơ sở tiềm năng về nguyên liệu, theo hướng phát triển công nghiệp chế biến nông-lâm-khoáng sản, sản xuất hàng tiêu dùng và phục vụ du lịch, tỉnh Lâm Đồng đã tiến hành quy hoạch 2 Khu công nghiệp tại Phú Hội - Đức Trọng và Lộc Sơn-Bảo Lộc và 13 Cụm, Điểm Công nghiệp kèm theo danh mục các dự án kêu gọi

đầu tư 2006-2010 để nhằm thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước đến Lâm Đồng (*Xem chi tiết ở phụ lục số 4 và 5*).

2.2. Các nhân tố mềm ảnh hưởng đến môi trường đầu tư.

2.2.1. Quan điểm phân tích.

Những thuận lợi về cơ sở hạ tầng và điều kiện tự nhiên chắc chắn đóng vai trò quan trọng đối với việc thu hút các nguồn đầu tư vào một địa phương. Tuy nhiên nếu quá tập trung vào những yếu tố này chúng ta sẽ dễ bị lệch hướng, thực tế cho thấy có những địa phương mà ở đó điều kiện cơ sở hạ tầng không hoàn toàn có ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của các nhà đầu tư. Hơn nữa, đối với hầu hết các tỉnh kém phát triển và gặp khó khăn về vốn như Lâm Đồng, việc cải thiện cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực giống như là một mơ ước dài hạn hơn là một giải pháp trung hạn để có thể giúp giải bài toán phát triển. Tập trung vào cải thiện môi trường pháp lý và chính sách nhằm thúc đẩy khu vực kinh tế tư nhân là một giải pháp khả thi hơn nhiều trong giai đoạn trước mắt, còn về lâu dài cũng có khả năng để nâng cao hiệu quả đầu tư vào cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực.

Chỉ số PCI là kết quả đánh giá và xếp hạng các tỉnh dựa trên thái độ và ứng xử của chính quyền tỉnh đối với khu vực kinh tế tư nhân. Tất nhiên, có rất nhiều yếu tố khác ở địa phương ảnh hưởng đến dự định và cam kết đầu tư của doanh nghiệp như quy mô thị trường, cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực và vị trí địa lý ... Nhưng những yếu tố truyền thống này, thường không chịu ảnh hưởng trực tiếp từ thái độ và ứng xử hiện tại của chính quyền tỉnh đối với doanh nghiệp trong giai đoạn ngắn hoặc trung hạn. Và việc nghiên cứu của luận văn này sẽ đi sâu phân tích những nỗ lực của những tỉnh dù kém phát triển hơn và còn nhiều bất lợi về điều kiện truyền thống, nhưng đang đặc biệt cố gắng cải thiện môi trường kinh doanh tại địa phương mình.

2.2.2. Phân tích yếu tố mềm qua kết quả khảo sát PCI-2006.

Theo đánh giá xếp loại chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam năm 2006. Lâm Đồng được chấm là 52.25 điểm (cao nhất là Bình Dương 76,23

điểm và thấp nhất là Lai Châu với 36.76 điểm), xếp thứ 32/64 tỉnh thành trên cả nước, thuộc nhóm có môi trường kinh doanh trung bình.

Bảng 2.2: Điểm 10 nhân tố PCI tổng hợp của Lâm Đồng so với 4 tỉnh chọn lọc

TT	Tên nhân tố	PCI theo thang điểm 10				
		Lâm Đồng	Bình Dương	Đồng Nai	TP HCM	Vũng Tàu
1	Chi phí gia nhập thị trường	7,20	8,49	7,02	7,07	7,49
2	Tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất	6,97	6,21	6,27	5,07	5,38
3	Tính minh bạch và tiếp cận thông tin	5,54	8,50	6,18	6,97	5,43
4	Chi phí về thời gian để thực hiện các quy định của nhà nước	4,83	7,12	4,95	5,12	5,59
5	Chi phí không chính thức	6,56	6,46	6,99	6,02	5,85
6	Ưu đãi đối với DNNN (Môi trường cạnh tranh)	6,37	7,24	6,31	6,35	5,70
7	Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh	3,82	9,08	6,00	6,18	5,46
8	Chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân	6,39	8,86	7,76	7,63	5,82
9	Đào tạo lao động	4,19	6,52	8,45	7,35	5,56
10	Thiết chế pháp lý	3,93	5,46	3,79	3,81	4,73
11	PCI Tổng (đã có trọng số)	52,25	76,23	64,64	63,39	55,95
12	Vị thứ PCI (so với 64 tỉnh)	32	1	5	7	17

(Nguồn: Báo cáo PCI-2006)

Để thu được kết quả này, Nhóm nghiên cứu PCI đã xây dựng một phương pháp điều tra rất chuyên nghiệp, từ việc chọn mẫu, xây dựng bảng câu hỏi, phát hành, đốc thúc, thu nhận và xử lý dữ liệu điều tra từ những doanh nghiệp đại diện cho 64 tỉnh thành trên cả nước. Riêng với Tỉnh Lâm Đồng, số bảng câu hỏi phát hành cho các doanh nghiệp là 500 phiếu, số phản hồi là 105 phiếu, tỷ lệ phản hồi đạt 21%. (Nguồn: Đậu Anh Tuấn, thành viên nhóm nghiên cứu PCI, 2006)

Qua bảng 2.2 ta có thể đánh giá Lâm Đồng chưa thật sự hấp dẫn trong nhân tố “mềm” (nhân tố chính sách) thu hút đầu tư. Trong mười chỉ số nhân tố nêu trên chỉ có hai chỉ số Lâm Đồng cao hơn bình quân của cả nước là: Tiếp cận đất đai và chi phí không chính thức, chưa kể nếu để trở thành nhóm tỉnh có môi trường đầu tư tốt, thu hút đầu tư cao Lâm Đồng còn phải cải thiện rất nhiều kể cả hai yếu tố này.

Để tìm hiểu rõ hơn ta đi vào phân tích chi tiết từng chỉ số nhân tố cụ thể do chính các doanh nghiệp ở Lâm Đồng nhận định và trả lời, sau đó được nhóm PCI

xử lý. (Các bảng số liệu dẫn chứng dưới đây đều rút ra từ mẫu, những số liệu chi tiết sẽ được trình bày ở phần phụ lục 2)

a- Về chỉ số chi phí gia nhập thị trường.

Bảng 2.3: Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố chi phí gia nhập thị trường.

TT	Tên nhân tố chính sách	ĐVT	Lâm Đồng	TB cả nước
a.1	Thời gian đăng ký kinh doanh	ngày	24,26	21,90
a.2	Thời gian đăng ký lại	ngày	11,98	10,88
a.3	Số lượng giấy đăng ký, giấy phép kinh doanh và quyết định chấp thuận mà DN hiện có	cái	3,62	3,68
a.4	% DN phải mất hơn 1 tháng để khởi sự KD	%	22,45	24,38
a.5	% DN phải mất hơn 3 tháng để khởi sự KD	%	6,12	6,73
a.6	% DN gặp khó khăn để có đủ các loại giấy phép cần thiết	%	11,54	12,39
a.7	Thời gian từ khi nộp đơn xin cấp đến khi được cấp GCNQSD đất	ngày	159,76	140,74
a.8	Thời gian đàm phán chuyển nhượng (mua) quyền SD đất	ngày	291,98	122,10
a.9	Thời gian tìm được mảnh đất phù hợp trong trường hợp là đất do sự giới thiệu của UBND	ngày	300,00	64,94
a.10	Thời gian chờ đợi thực sự để được cấp đất	ngày	451,74	262,84
a.11	Điểm chỉ số: Chi phí gia nhập thị trường	điểm	7,20	7,36
a.12	Vị thứ so với cả nước		39	32

Nguồn: Báo cáo PCI, 2006

Theo kết quả trên ta thấy, để đăng ký kinh doanh ở Lâm Đồng cần trung bình 24 ngày, trong khi một số tỉnh như Bình Dương, Đồng Tháp chỉ cần trên dưới 14 ngày, bình quân cả nước là 22 ngày. Về thời gian đàm phán chuyển nhượng quyền sử dụng đất, thời gian tìm được mảnh đất phù hợp trong trường hợp là đất do sự giới thiệu của UBND tỉnh, sự chờ đợi để được cấp đất quá lâu so với trung bình cả nước (xem ở bảng trên) rất dễ làm nản lòng các nhà đầu tư.

Nguyên nhân ở đây chủ yếu là thủ tục hành chính và nguồn tài chính để giải tỏa đền bù giải phóng mặt bằng. Về thủ tục đăng ký kinh doanh, tỉnh đã thực hiện chính sách một cửa trong các thủ tục hành chính, tuy nhiên chỉ là khâu tiếp nhận hồ sơ, còn các khâu nghiệp vụ vẫn là bộ máy cũ, con người cũ thì thời gian hoàn thành chưa thể thay đổi nhanh được. Về chi phí bồi thường giải phóng mặt bằng tỉnh đã

có chính sách khuyến khích nhà đầu tư tự thỏa thuận đền bù và xem đây là khoản vốn đầu tư ban đầu của doanh nghiệp hoặc khấu trừ vào số nộp ngân sách khi doanh nghiệp đi vào hoạt động, tuy nhiên giải pháp này chưa hiệu quả do chính sách tái định cư cho người dân bị giải tỏa còn nhiều bất cập.

b- Về chỉ số Tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất.

Bảng 2.4: Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố tiếp cận đất đai.

TT	Tên nhân tố chính sách	ĐVT	Lâm Đồng	TB cả nước
b.1	% DN có GCNQSD đất hoặc đang trong quá trình chờ nhận	%	50,93	53,95
b.2	%DN sẽ mở rộng kinh doanh nếu dễ có mặt bằng kinh doanh hơn	%	63,89	63,81
b.3	% DN thuê lại đất từ DNNN	%	15,63	10,80
b.4	Chính sách chuyển đổi đất nông nghiệp của tỉnh có chất lượng tốt	%	64,63	55,10
b.5	Khía cạnh 1: Tiếp cận đất đai (Dữ liệu mềm)	điểm	5,95	5,93
b.6	% diện tích đất có GCNQSD đất	%	94,77	66,15
b.7	Khía cạnh 1: Tiếp cận đất đai (Dữ liệu cứng)	điểm	9,81	6,79
b.8	Khía cạnh 1: Tiếp cận đất đai	điểm	7,49	6,28
b.9	Rủi ro đối với mặt bằng kinh doanh như có thể bị chính quyền thu hồi cho mục đích khác (5=Rất thấp)	điểm	2,46	2,53
b.10	Số tiền bồi thường sẽ ở mức thỏa đáng	%	42,65	39,90
b.11	Rủi ro về thay đổi các điều kiện cho thuê (5=Rất thấp)	điểm	3,67	3,16
b.12	Tính công bằng trong cách thức giải quyết tranh chấp về hợp đồng thuê	%	56,00	42,67
b.13	Thời hạn thuê	%	68,04	72,28
b.14	Khía cạnh 2: Sự ổn định trong sử dụng đất	điểm	6,46	5,57
b.15	Điểm Chỉ số: Tiếp cận đất và Sự ổn định trong sử dụng đất	điểm	6,97	5,92
b.16	Vị thứ so với cả nước		5	32

Nguồn: Báo cáo PCI, 2006

Qua kết quả bảng 2.4 trên cho thấy, Lâm Đồng được đánh giá khá cao về chỉ số này. Đặc biệt theo số liệu cứng do nhóm PCI thu nhận từ các cơ quan chuyên môn có tới 95% diện tích đất trên toàn tỉnh đã có giấy CNQSD đất. Tuy nhiên về đất của doanh nghiệp chỉ có 51% có GCNQSD đất hoặc đang trong quá trình chờ nhận, tác giả chấp nhận theo số liệu của nhóm PCI, tuy nhiên phải chăng công tác cấp GCNQSD đất cho doanh nghiệp đang gặp phải những vướng mắc và tình cần quan tâm hơn công tác này để các doanh nghiệp có thể an tâm đầu tư lâu dài.

Tỷ lệ doanh nghiệp thuê lại đất của DN nhà nước cũng khá cao (15,6%) tuy nhiên niềm tin của doanh nghiệp khi nhà nước thu hồi sẽ được bồi thường thỏa đáng cũng như rủi ro về thay đổi các điều kiện cho thuê hay tính công bằng trong cách thức giải quyết tranh chấp về hợp đồng thuê đều cao hơn so với trung bình cả nước là yếu tố tích cực mà tỉnh cần tiếp tục phát huy.

c- Về tính minh bạch và tiếp cận thông tin.

Bảng 2.5: Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố tính minh bạch.

TT	Tên nhân tố chính sách	ĐVT	Lâm Đồng	TB cả nước
c.1	Tính minh bạch của các tài liệu kế hoạch, quyết định, nghị định	điểm	5,99	5,18
c.2	Cần có “mối quan hệ” để có được các tài liệu kế hoạch của tỉnh	%	63,37	61,65
c.3	Gia đình và bạn bè có vai trò quan trọng trong thương lượng với cán bộ Nhà nước	%	46,08	57,79
c.4	Thương lượng với cán bộ thuế là phần thiết yếu trong hoạt động kinh doanh	%	54,08	62,21
c.5	Khía cạnh 2: Tính công bằng và sự ổn định trong việc áp dụng các quy định	điểm	6,82	5,54
c.6	Khả năng có thể dự đoán được trong thực thi pháp luật của tỉnh	điểm	8,00	10,24
c.7	Tình có trao đổi ý kiến với doanh nghiệp về những thay đổi trong các quy định pháp luật	%	12,75	9,17
c.8	Chất lượng dịch vụ tư vấn do cơ quan của tỉnh cung cấp về thông tin pháp luật tốt hoặc rất tốt	%	56,38	47,34
c.9	Khía cạnh 3 Khả năng có thể dự đoán và tính ổn định của các quy định, chính sách	điểm	5,90	4,84
c.10	Điểm số Website	điểm	7,00	9,16
c.11	Khía cạnh 4 Tính cởi mở	điểm	4,50	5,58
c.12	Điểm Chỉ số: Tính minh bạch và tiếp cận thông tin	điểm	5,54	5,34
c.13	Vị thứ so với cả nước		30	32

Nguồn: Báo cáo PCI, 2006

Qua kết quả trên, ta thấy Lâm Đồng đạt mức trung bình chung cả nước về khía cạnh này. Tuy nhiên các doanh nghiệp còn phàn nàn nhiều (63,37%) khi cần phải có “mối quan hệ” để có được các tài liệu kế hoạch của tỉnh và khả năng có thể dự đoán được trong thực thi pháp luật của tỉnh còn thấp. Đặc biệt tính phổ biến của trang web của tỉnh Lâm Đồng còn hạn chế do mức độ cập nhật thông tin còn chậm và thông tin còn nghèo nàn chưa thực sự thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư.

d- Về chỉ số Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước.

Bảng 2.6: Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố chi phí thời gian.

TT	Tên nhân tố chính sách	ĐVT	Lâm Đồng	TB cả nước
d.1	Số ngày làm việc với chính quyền địa phương giảm đi sau khi có Luật DN	ngày	42,05	41,10
d.2	% DN sử dụng hơn 10% quỹ thời gian để làm việc với chính quyền	%	20,83	22,09
d.3	Khía cạnh 1: Tuân thủ các quy định của Nhà nước	điểm	5,75	5,46
d.4	Số cuộc thanh tra (số trung vị)	cuộc	1,00	1,05
d.5	Số giờ làm việc với thanh tra thuế (số trung vị)	giờ	4,00	9,23
d.6	Số cuộc thanh tra giảm kể từ khi có Luật DN	giờ	48,33	45,51
d.7	Khía cạnh 2: Thanh tra	điểm	3,92	3,49
d.8	Điểm Chỉ số: Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước	điểm	4,83	4,47
d.9	Vị thứ so với cả nước		21	32

Nguồn: Báo cáo PCI, 2006

Kết quả bảng 2.6 trên cho thấy, Lâm Đồng có khá hơn so với trung bình cả nước về chỉ tiêu này nhưng vẫn phải cải tiến nhiều hơn để đạt được như các tỉnh trong tứ giác phát triển Đông Nam bộ (TPHCM, Vũng Tàu, Đồng Nai và Bình Dương), cụ thể về thời gian doanh nghiệp phải bỏ ra để làm việc với chính quyền địa phương nhằm tuân thủ các quy định của Nhà nước vẫn còn nhiều, số cuộc thanh tra vẫn giảm chậm kể từ khi có luật doanh nghiệp.

e- Về chỉ số Chi phí không chính thức.

Bảng 2.7: Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố chi phí không chính thức.

TT	Tên nhân tố chính sách	ĐVT	Lâm Đồng	TB cả nước
e.1	Các chi phí không chính thức là cản trở chính với hoạt động KD	%	34,69	42,57
e.2	Các DN cùng ngành trả chi phí không chính thức	%	69,00	69,19
e.3	% DN tổn hơn 10% doanh thu cho các loại chi phí không chính thức	%	8,51	13,48
e.4	Cán bộ tỉnh sử dụng các quy định riêng của địa phương với mục đích trục lợi	%	43,16	40,60
e.5	Công việc được giải quyết sau khi đã trả chi phí không chính thức	%	38,10	47,00
e.6	Điểm Chỉ số: Chi phí không chính thức	điểm	6,56	6,36
e.7	Vị thứ so với cả nước		23	32

Nguồn: báo cáo PCI, 2006

Lâm Đồng đạt trên mức trung bình của cả nước về các chi phí không chính thức đây là tín hiệu tốt vì các chi phí không chính thức là khoản chi phí phát sinh

do sự chưa hoàn thiện trong hệ thống chính sách và sẽ là cản trở với hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Bảng 2.7 cho thấy, Lâm Đồng vẫn bị các doanh nghiệp đánh giá là còn tình trạng cán bộ tình sử dụng các quy định riêng của địa phương để trục lợi (43,16% doanh nghiệp cho là có) hay một số (8,51%) doanh nghiệp phải tốn hơn 10% doanh thu cho các loại chi phí không chính thức.

f- Về chỉ số Ưu đãi doanh nghiệp nhà nước.

Bảng 2.8: Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố Ưu đãi DNNN.

TT	Tên nhân tố chính sách	ĐVT	Lâm Đồng	TB cả nước
f.1	Tình ưu đãi Doanh nghiệp Nhà nước	%	32,97	35,37
f.2	Tình có thái độ tích cực với DNTN	%	50,00	48,96
f.3	Thái độ của tỉnh đối với DNTN đang được cải thiện	%	65,69	68,47
f.4	Thái độ không phụ thuộc vào mức đóng góp về tài chính	%	37,50	36,78
f.5	Tình ưu đãi DN cổ phần hóa	%	20,88	29,63
f.6	Nỗ lực thực hiện cổ phần hóa của tỉnh là tốt hoặc rất tốt	%	51,90	56,51
f.7	Ưu đãi đối với DNNN – Dữ liệu mềm	điểm	5,89	5,59
f.8	% thay đổi về số lượng DNNN do địa phương quản lý so với năm 2000	%	-18,87	-26,24
f.9	Tỷ trọng nợ của DNNN trong tổng số nợ của các DN /Tỷ trọng doanh thu của DNNN trong tổng doanh thu của các DN của tỉnh	lần	1,88	1,36
f.10	Tỷ trọng dư nợ cho vay đối với DNNN (của 4 ngân hàng thương mại quốc doanh)	lần	0,22	0,19
f.11	Ưu đãi đối với DNNN – Dữ liệu cứng	điểm	6,86	7,59
f.12	Điểm Chỉ số: Ưu đãi DNNN	điểm	6,37	6,59
f.13	Vị thứ so với cả nước		38	32

Nguồn: Báo cáo PCI, 2006

Đây là chỉ số liên quan đến môi trường cạnh tranh của các loại hình doanh nghiệp trong tỉnh, Lâm Đồng được đánh giá ở dưới mức trung bình chung một ít, đặc biệt là đánh giá của các doanh nghiệp về thái độ của tỉnh đối với doanh nghiệp tư nhân còn 1/3 số doanh nghiệp chưa hài lòng. Kết quả khảo sát cũng cho rằng đa số doanh nghiệp được tỉnh quan tâm chỉ là những doanh nghiệp có số nộp ngân sách cao. Tỉnh chưa thực sự quan tâm nhiều tới các doanh nghiệp cổ phần hóa và

nỗ lực cổ phần hóa cũng chỉ đạt dưới mức trung bình. Trong khi tỷ trọng nợ của DNNN trong tổng số nợ của các doanh nghiệp so với doanh thu còn rất cao, thể hiện những ưu đãi của DNNN trong việc tiếp cận các nguồn tài chính hơn DNTN. Đây là căn bệnh chung của các chính quyền tỉnh trên cả nước, những tỉnh thành có nhiều doanh nghiệp thì tỷ trọng DNNN còn rất lớn với nhiều ưu đãi bất hợp lý, đơn cử Hà Nội (địa phương đứng chót bảng về chỉ số này), ngay cả TPHCM, Đồng Nai và Vũng Tàu cũng thấp hơn Lâm Đồng về chỉ số này. Trong ngắn hạn chỉ số này chưa có tác động rõ, tuy nhiên có thể khẳng định rằng trong xu thế hội nhập thì sức cạnh tranh của các DNNN được nhiều ưu đãi sẽ rất kém.

g- Về tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh.

Bảng 2.9: Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố tính năng động của lãnh đạo.

TT	Tên nhân tố chính sách	ĐVT	Lâm Đồng	TB cả nước
g.1	Tỉnh triển khai tốt trong khuôn khổ các quy định của Trung ương	%	68,09	74,35
g.2	Tỉnh sáng tạo và sáng suốt trong việc giải quyết những trở ngại đối với cộng đồng doanh nghiệp	%	50,55	62,69
g.3	Tỉnh có sáng kiến tốt nhưng còn nhiều cản trở ở Trung ương	%	21,35	29,84
g.4	Không có sáng kiến nào ở cấp tỉnh, tất cả đều đến từ cấp Trung ương	%	32,22	32,38
g.5	Khi có văn bản pháp luật mới, tỉnh không bao giờ và hiếm khi tham khảo ý kiến của DN	%	59,26	61,96
g.6	Điểm Chỉ số: Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh	điểm	3,82	5,00
g.7	Vị thứ so với cả nước		52	32

Nguồn: Báo cáo PCI, 2006

Theo kết quả bảng 2.9 trên, về chỉ tiêu tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh, Lâm Đồng bị đánh giá còn yếu so với trung bình của cả nước, theo đánh giá của các doanh nghiệp, lãnh đạo tỉnh chỉ mới dừng lại ở việc triển khai tốt trong khuôn khổ các quy định của Trung ương (68,09% doanh nghiệp xác nhận), còn việc lãnh đạo tỉnh sáng tạo và sáng suốt trong việc giải quyết những trở ngại đối với cộng đồng doanh nghiệp thì chỉ có ½ số doanh nghiệp đồng ý và có đến 1/3

số doanh nghiệp đánh giá rằng không có sáng kiến nào ở cấp tỉnh mà tất cả đều đến từ cấp Trung ương. Đây là chỉ số rất nhạy cảm và phần nào mang tính đánh giá những cảm nhận chủ quan của doanh nghiệp tuy nhiên lãnh đạo tỉnh Lâm Đồng cũng nên nghiêm túc xem xét lại nếu muốn cải thiện môi trường đầu tư của tỉnh mình.

h- Về chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân.

Bảng 2.10: Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố chính sách phát triển KTTN.

TT	Tên nhân tố chính sách	ĐVT	Lâm Đồng	TB cả nước
h.1	Chất lượng dịch vụ công – Thông tin thị trường và xúc tiến thương mại tốt và rất tốt	%	57,14	49,97
h.2	Chất lượng dịch vụ công – Thông tin tìm kiếm đối tác kinh doanh, đầu tư cho các nhà sản xuất địa phương là tốt và rất tốt	%	56,38	47,34
h.3	Chất lượng dịch vụ công – Xúc tiến xuất khẩu và hội chợ thương mại là tốt và rất tốt	%	50,56	51,60
h.4	Chất lượng dịch vụ công – Khu công nghiệp là tốt và rất tốt	%	38,20	47,23
h.5	Chất lượng dịch vụ công – Công nghệ và các dịch vụ liên quan đến công nghệ là tốt và rất tốt	%	60,53	44,06
h.6	Số lượng hội chợ thương mại do tỉnh tổ chức 2004-2005	lần	2,00	0,88
h.7	Điểm Chỉ số: Chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân	điểm	6,39	5,19
h.8	Vị thứ so với cả nước		11	32

Nguồn: Báo cáo PCI, 2006

Bảng 2.10 cho thấy, Lâm Đồng đứng thứ 11 so với cả nước về chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân là một thành tích, Lâm Đồng không có nhiều những doanh nghiệp nhà nước mang tầm cỡ quốc gia nên xu hướng phát triển doanh nghiệp tư nhân đã được tỉnh Lâm Đồng quan tâm đầu tư, tuy nhiên còn hai tiêu chí bị đánh giá thấp hơn so với trung bình cả nước là chất lượng dịch vụ công trong xúc tiến xuất khẩu, hội chợ thương mại (chỉ mới 50,56% doanh nghiệp cho là tốt) và dịch vụ khu công nghiệp (38,2% số doanh nghiệp cho là tốt). Trong thời gian tới tỉnh cần cải thiện nhiều các tiêu chí này nhằm tạo điều kiện hơn nữa cho sự phát triển của loại hình doanh nghiệp tư nhân, một loại hình khá năng động và rất nhiều tiềm năng ở Lâm Đồng.

i- Về chỉ số Đào tạo lao động.

Bảng 2.11: Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố Đào tạo lao động.

TT	Tên nhân tố chính sách	ĐVT	Lâm Đồng	TB cả nước
i.1	Chất lượng dịch vụ giáo dục do các cơ quan của tỉnh cung cấp là tốt và rất tốt	%	69,77	72,35
i.2	Chất lượng dịch vụ đào tạo nghề cho người lao động do các cơ quan của tỉnh cung cấp là tốt và rất tốt	%	50,56	55,42
i.3	Chất lượng tuyển dụng và môi giới lao động do các cơ quan của tỉnh thực hiện là tốt và rất tốt	%	43,53	49,28
i.4	Số lượng trường dạy nghề trên 100.000 dân	trường	0,44	0,74
i.5	Điểm Chỉ số: Đào tạo lao động	điểm	4,19	5,25
i.6	Vị thứ so với cả nước		49	32

Nguồn: Báo cáo PCI, 2006

Bảng 2.11 trên cho thấy, mặc dù Lâm Đồng tự hào về điều kiện khí hậu thiên nhiên rất thích hợp cho công tác giáo dục đào tạo và nghiên cứu khoa học, tuy nhiên chất lượng dịch vụ giáo dục còn rất thấp, dịch vụ đào tạo nghề cho người lao động còn yếu dẫn đến chất lượng tuyển dụng và môi giới lao động do các cơ quan của tỉnh thực hiện vẫn còn thấp và số lượng trường dạy nghề tính trên 100.000 dân còn rất thấp so với mức trung bình của cả nước.

Theo nguồn tin từ <http://www.nld.com.vn/tintuc/giao-duc/161368.asp>, Lâm Đồng đang triển khai dự án làng đại học quốc tế với quy mô 500 triệu USD do công ty TNHH Tri Việt làm chủ đầu tư, hy vọng sau khi dự án thành công chỉ số này của Lâm Đồng sẽ được cải thiện.

j- Về thiết chế pháp lý.

Thiết chế pháp lý là công cụ nhằm bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp khi có tranh chấp xảy ra, Lâm Đồng được tin nhiệm so với trung bình cả nước

Bảng 2.12: Kết quả khảo sát PCI nhóm nhân tố Thiết chế pháp lý.

TT	Tên nhân tố chính sách	ĐVT	Lâm Đồng	TB cả nước
j.1	Hệ thống pháp lý tạo ra cơ chế để DN có thể khởi kiện hành vi tham nhũng của cán bộ công quyền	%	19,79	23,89
j.2	Lòng tin của DN vào thiết chế pháp lý	%	85,87	83,64
j.3	Thiết chế pháp lý – Dữ liệu mềm	điểm	5,25	5,03
j.4	Số vụ tranh chấp (mà bên nguyên không phải là DNNN hay DN có vốn đầu tư nước ngoài) bình quân trên 100 DN đang hoạt động	vụ	1,00	0,98
j.5	Thiết chế pháp lý – Dữ liệu cứng	điểm	1,95	1,93
j.6	Điểm Chỉ số: Thiết chế pháp lý	điểm	3,93	3,79
j.7	Vị thứ so với cả nước		19	32

Nguồn: Báo cáo PCI, 2006

Kết quả bảng 2.12 cho thấy, tuy hệ thống pháp lý tạo ra cơ chế để doanh nghiệp có thể khởi kiện hành vi tham nhũng của cán bộ công quyền còn thấp nhưng lòng tin của doanh nghiệp vào thiết chế pháp lý là khá cao. Lâm Đồng cần phát huy nhiều hơn nữa chỉ số này. Pháp luật không chỉ là hành lang công bằng cho mọi loại hình doanh nghiệp mà phải là công cụ để doanh nghiệp có thể tự bảo vệ mình.

2.3. Phân tích định lượng giữa PCI và FDI

Để kiểm chứng vai trò của các nhân tố chính sách nêu trên với môi trường đầu tư, tác giả tiến hành khảo sát mô hình kinh tế lượng tương quan giữa PCI và FDI của 30 tỉnh có điều kiện tương tự Lâm Đồng, loại trừ các tỉnh có số FDI và PCI quá cao và quá thấp.

Số liệu FDI bình quân đầu người được tác giả tính toán dựa trên số liệu thống kê tổng FDI còn hiệu lực tính đến 31/12/2005 của Bộ kế hoạch và đầu tư và số liệu điều tra dân số theo tỉnh thành của Việt Nam năm 2004 (82.032.300 người) (Xem chi tiết ở phụ lục 3).

Có hai mô hình khảo sát được theo dạng hàm tuyến tính thông thường:

(i) Tương quan giữa FDI bình quân đầu người với chỉ số PCI-2006 tổng hợp:

$$FDIDS = c_1 + c_2 WP$$

Trong đó:

FDIDS: Là FDI bình quân đầu người (USD/người)

WP (Weighted PCI 2006): Chỉ số PCI 2006 tổng hợp (đã có trọng số)

Kết quả phân tích hồi quy thu được là:

$$FDIDS = -921.2218068 + 21.62503446 * WP$$

$$(t) \quad (-3,810697) \quad (4,396313)$$

$$(Prob) \quad (0,0007) \quad (0,0001)$$

R² điều chỉnh : 0.387249 và thỏa mãn các kiểm định

Ý nghĩa của mô hình là trong điều kiện các nhân tố khác không đổi, khi địa phương cải thiện môi trường đầu tư, cụ thể là cải thiện các nhân tố chính sách để khi điểm PCI tăng thêm 1 điểm, thì đầu tư trực tiếp nước ngoài bình quân đầu người sẽ tăng lên 21,6 USD. Mô hình tuy có ý nghĩa thống kê nhưng mức độ giải

thích không cao (38,7%), cho thấy với điều kiện của Việt Nam thì tác động của các nhân tố “cứng” vẫn còn cao hơn so với tác động của các nhân tố “mềm”.

(ii) Tương quan giữa FDI bình quân đầu người với 10 chỉ số PCI-2006 thành phần:

$$FDIDS=c_1+c_2EC+c_3LA+c_4TA+c_5TC+c_6IC+c_7SB+c_8PA+c_9PS+c_{10}LT+c_{11}LI$$

Trong đó:

TT	Tên biến	Ký hiệu	Ghi chú
1	Chi phí gia nhập thị trường	EC	Entry Costs
2	Tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất	LA	Land Access and Security of Tenure
3	Tính minh bạch và tiếp cận thông tin	TA	Transparency and Access to Information
4	Chi phí về thời gian để thực hiện các quy định của nhà nước	TC	Time Costs and Regulatory Compliance
5	Chi phí không chính thức	IC	Informal Charges
6	Ưu đãi đối với DNNN	SB	SOE Bias
7	Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh	PA	Pro-activity of Provincial Leadership
8	Chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân	PS	Private Sector Development Services
9	Đào tạo lao động	LT	Labor Training
10	Thiết chế pháp lý	LI	Legal Institutions

Bảng 2.13. Ma trận tương quan giữa 10 biến nhân tố:

	EC	LA	TA	TC	IC	SB	PA	PS	LT	LI
EC	1.000	-0.094	0.249	-0.289	-0.202	0.194	-0.091	0.195	0.145	0.087
LA	-0.094	1.000	0.156	-0.124	0.080	-0.163	0.229	0.399	-0.121	-0.185
TA	0.249	0.156	1.000	-0.082	0.038	0.187	0.158	0.498	0.247	-0.224
TC	-0.287	-0.124	-0.082	1.000	0.368	0.263	0.079	-0.008	0.063	-0.280
IC	-0.202	0.080	0.038	0.368	1.000	0.170	0.321	-0.034	0.053	0.204
SB	0.194	-0.163	0.187	0.263	0.170	1.000	0.416	0.159	0.167	0.014
PA	-0.091	0.229	0.158	0.079	0.321	0.416	1.000	0.320	-0.078	0.160
PS	0.193	0.399	0.498	-0.008	-0.034	0.159	0.320	1.000	0.027	-0.124
LT	0.145	-0.121	0.247	0.063	0.053	0.167	-0.078	0.027	1.000	0.145
LI	0.087	-0.185	-0.224	-0.280	0.204	0.014	0.160	-0.124	0.145	1.000

Lo ngại của tác giả khi sử dụng 10 biến này là hiện tượng đa cộng tuyến do một tỉnh khi có chỉ số này cao đồng thời các chỉ số khác cũng sẽ cao, nhưng qua ma

trận tương quan (bảng 2.13) trên ta có thể thấy mức độ tương quan cao giữa các biến là không nhiều.

Mô hình đầy đủ có một số biến không có ý nghĩa thống kê do đó tác giả phải tiến hành bỏ bớt theo phương pháp KITCHEN SINK và mô hình được chọn cuối cùng là:

$$\text{FDIDS} = 117.2 + 69.1 \cdot \text{TA} + 56.6 \cdot \text{TC} - 123.4 \cdot \text{IC} - 85.5 \cdot \text{SB} + 102 \cdot \text{PA} + 89.8 \cdot \text{LI}$$

$$(t) \quad (0,479) \quad (4,351) \quad (2,142) \quad (-3,579) \quad (-2,795) \quad (5,004) \quad (3,908)$$

$$(\text{Prob}) \quad (0,6365) \quad (0,0002) \quad (0,0430) \quad (0,0016) \quad (0,0103) \quad (0,0000) \quad (0,0007)$$

R^2 điều chỉnh : 0.647213 và thỏa mãn các kiểm định

(Xin xem thêm chi tiết tính toán ở phụ lục 3)

Qua mô hình kinh tế lượng, ta thấy các nhân tố chính sách tác động mạnh đến thu hút FDI là PA (Tính năng động của lãnh đạo tỉnh), LI (Thiết chế pháp lý), TA (Tính minh bạch và tiếp cận thông tin) và TC (Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của nhà nước) điều này phản ánh đúng cả về lý thuyết và trên thực tế của Việt Nam, những địa phương có lãnh đạo năng động, kèm với thiết chế pháp lý tin cậy, minh bạch thông tin và thủ tục hành chính nhanh chóng sẽ thu hút được rất nhiều nguồn vốn đầu tư dù điều kiện hạ tầng “cứng” là tương đương nhau. Thể hiện qua ý nghĩa của mô hình là về trung bình, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi:

- Khi tăng điểm chỉ số năng động của lãnh đạo tỉnh lên 1 điểm thì sẽ tăng thu hút đầu tư FDI tăng thêm 102 USD/người.

- Khi tăng điểm chỉ số thiết chế pháp lý thêm 1 điểm thì thu hút FDI bình quân đầu người sẽ tăng thêm 89,8 USD.

- Khi tăng điểm chỉ số tính minh bạch và tiếp cận thông tin lên 1 điểm thì sẽ tăng thu hút đầu tư FDI tăng thêm 69,1 USD/người.

- Khi tăng điểm chỉ số chi phí thời gian thực hiện các quy định của Nhà nước thêm 1 điểm thì thu hút FDI bình quân đầu người sẽ tăng thêm 56,6 USD.

Riêng hai nhân tố SB (chính sách ưu đãi DNNN) và IC (Chi phí không chính thức) tương quan có ý nghĩa thống kê nhưng lại có dấu âm, điều này có thể lý giải ở

những địa phương có nhiều DNNN phát triển mạnh (dù được ưu đãi) là biểu hiện của địa phương có tiềm lực kinh tế mạnh, có rất nhiều cơ hội thu hút đầu tư (TPHCM và Hà Nội là ví dụ), còn về chi phí không chính thức là “tất yếu” (đôi khi là bắt buộc) trong điều kiện chính sách pháp luật nói chung của Việt Nam còn thiếu sự đồng bộ và còn nhiều hạn chế. Địa phương có nhiều tiềm năng thu hút đầu tư thường gắn liền với việc tồn tại những chi phí “ngầm” gây khó dễ cho nhà đầu tư trong điều kiện vừa tồn tại cạnh tranh thu hút đầu tư của địa phương lẫn cạnh tranh đầu tư giữa các nhà đầu tư vào một địa phương có dự án hấp dẫn.

Theo mô hình, nếu cố định các nhân tố khác, khi tăng chỉ số chính sách ưu đãi DNNN (tức giảm bớt ưu đãi) 1 điểm thì thu hút đầu tư FDI đầu người giảm đi 85,5 USD hoặc khi tăng chỉ số chi phí không chính thức (tức hạn chế chi phí “ngầm”) 1 điểm thì thu hút đầu tư FDI đầu người giảm đi 123,4 USD. Tuy nhiên điều này chỉ tồn tại trong ngắn hạn do mức độ thị trường hóa của Việt Nam còn yếu. Trong xu thế hội nhập và cạnh tranh về thu hút đầu tư, nếu địa phương nào kém năng động và thiếu sự minh bạch sẽ rất khó khăn trong cuộc đua thu hút đầu tư để tăng trưởng kinh tế và phát triển bền vững. Và về cơ bản các công cụ chính sách (nhân tố “mềm”) sẽ là công cụ hữu hiệu, nhanh chóng và rẻ tiền để các địa phương có thể cải thiện môi trường đầu tư của mình

Một số trường hợp cá biệt trong PCI 2006: Hà Nội (xếp hạng PCI 40/64), Hải Phòng (42/64), Thanh Hóa (54/64), Hà Tây (62/64) ... (*Những tỉnh có PCI-2006 thấp*) nhưng vẫn thu hút được nhiều đầu tư nước ngoài là nhờ lợi thế về cơ cấu, như quy mô thị trường nội địa, nguồn nhân lực hay cơ sở hạ tầng - là những yếu tố không bị ảnh hưởng bởi các quan chức địa phương trong ngắn hạn.

Ngược lại những tỉnh có chỉ số PCI 2006 rất tốt như Đà Nẵng (2/64), Bình Định (3/64), Vĩnh Long (4/64), ... nhưng có kết quả thu hút FDI chưa cao là do còn hạn chế về nhân tố “cứng”.

Hà Nội có chỉ số PCI xếp sau cả Lâm Đồng (40/64) nhưng thu hút đầu tư FDI chỉ sau TPHCM. PCI chỉ là một phần của các nhân tố của môi trường đầu tư.

2.4. Tóm tắt chương 2.

Lâm Đồng có nhiều tiềm năng và triển vọng lớn để phát triển, hiện đang thiếu nguồn vốn và nguồn nhân lực chất lượng để khai thác. Công việc chính của tỉnh là phải tiếp tục cải thiện môi trường đầu tư, mà cải thiện chỉ số PCI là một yêu cầu bắt buộc và dễ thực hiện nhất.

Việc phân tích định tính và mô hình kinh tế lượng cho thấy ngoài việc cải thiện các nhân tố hạ tầng cứng, tỉnh Lâm Đồng cần chú trọng đến các nhân tố hạ tầng mềm mà quan trọng nhất là đội ngũ những nhà lãnh đạo của tỉnh cần phải năng động và sáng tạo nhiều hơn nữa trong quản lý đặc biệt là công tác quản lý thu hút đầu tư. Không ngừng hoàn thiện hệ thống Thiết chế pháp lý, đảm bảo cho mọi thành phần kinh tế đều bình đẳng trước pháp luật và hạn chế được các tệ nạn tham nhũng, hối lộ, sách nhiễu và lãng phí. Tiếp tục cải thiện tính minh bạch của các văn bản chính sách, kế hoạch của tỉnh và đảm bảo mọi doanh nghiệp đều bình đẳng trong tiếp cận các thông tin liên quan đến mình. Cần nghiêm túc đánh giá lại công tác cải cách thủ tục hành chính, đảm bảo chi phí thời gian để thực hiện các quy định của nhà nước tại các doanh nghiệp là thấp nhất, cơ chế “một cửa” không phải là “một cửa nửa” thì nhà đầu tư mới yên tâm đem vốn và năng lực của mình đến đầu tư cho Lâm Đồng.

Giá trị của các nhân tố theo quan điểm PCI ban đầu có nhiều tranh cãi, nhưng điều có thể khẳng định ngay là bắt đầu nhiều tỉnh quan tâm đến chỉ số PCI và hướng đến cải thiện chỉ số PCI nhằm cải thiện môi trường đầu tư trong bối cảnh cạnh tranh. Lâm Đồng vẫn là một trong những tỉnh còn nghèo, trong khi tiềm năng phát triển kinh tế còn rất lớn, các gợi ý chính sách cải thiện môi trường thu hút đầu tư cụ thể cho Lâm Đồng sẽ được đề cập trong chương tiếp theo.

Chương 3: CÁC GỢI Ý CHÍNH SÁCH NHẪM CẢI THIỆN MÔI TRƯỜNG ĐẦU TƯ LÂM ĐỒNG 2006-2010

Trên cơ sở kết quả phân tích các nhân tố “mềm” tác động đến việc cải thiện môi trường đầu tư của tỉnh Lâm Đồng, những thành tựu đã đạt được cũng như những tồn tại và nguyên nhân của những tồn tại đó, tác giả đề xuất các gợi ý chính sách để cải thiện môi trường đầu tư nhằm tăng cường thu hút đầu tư phát triển kinh tế của tỉnh trong thời gian đến.

3.1. Cải thiện các nhân tố mềm ảnh hưởng đến môi trường đầu tư.

Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) là một thông số khách quan, khoa học đánh giá chất lượng điều hành kinh tế qua đó có thể đánh giá xếp hạng môi trường kinh doanh mà tác giả nhận định cũng chính là xếp hạng môi trường thu hút đầu tư đứng trên khía cạnh các nhân tố “mềm” (chính sách điều hành kinh tế) của các tỉnh thành trong nội bộ nước Việt Nam. Đặc biệt là đối với Lâm Đồng xếp hạng PCI còn rất khiêm tốn, tương ứng với mức độ thu hút đầu tư khiêm tốn của Tỉnh trong thời gian qua. Để cải thiện môi trường đầu tư, Lâm Đồng phải cải thiện xếp hạng PCI trong các năm về sau. Theo kết quả phân tích bằng mô hình kinh tế lượng ở chương 2, có thể tóm tắt vào ba nhóm nhân tố chính: (i) Thái độ đối với doanh nhân (đại diện có ý nghĩa thống kê là nhân tố PA), (ii) tiết kiệm thời gian (đại diện là hai nhân tố TA và TC) và (iii) Hạn chế trực lợi (đại diện là nhân tố LI).

3.1.1. Thái độ đối với doanh nhân.

Nhóm nhân tố thứ nhất bao gồm các chỉ số thành phần sau: Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh (PA); Chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân; thiết chế pháp lý; Tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất; Đào tạo lao động và Ưu đãi đối với doanh nghiệp Nhà nước.

Trong đó nhân tố PA là có tác động mang ý nghĩa thống kê cao, trong khi nhân tố PA của Lâm Đồng còn rất thấp nên trong thời gian tới các lãnh đạo tỉnh cần năng động và tiên phong nhiều hơn. Ví dụ triển khai sáng tạo các quy định của trung ương

theo đặc thù của tỉnh theo hướng có lợi của doanh nghiệp. Khi có văn bản pháp luật mới cần tham khảo ý kiến của doanh nghiệp trước khi triển khai từ đó kịp thời giải đáp các thắc mắc, đề xuất tham mưu phản hồi các giải quyết vướng mắc cho doanh nghiệp. Xem mọi doanh nghiệp là khách hàng và là ân nhân của tỉnh, định kỳ tổ chức gặp mặt các doanh nhân, kịp thời động viên khen thưởng các doanh nhân tiêu biểu.

Về tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh, Lâm Đồng có thể học kinh nghiệm của một số tỉnh như Bình Dương, Đà Nẵng, Bà Rịa-Vũng Tàu ..., chính quyền tỉnh phải am hiểu nhu cầu của nhà đầu tư, xác định rõ vai trò quan trọng của các nhà đầu tư, DN là đối tác của mình (nhiều tỉnh vẫn chỉ coi DN là đối tượng quản lý của Nhà nước). Nhận thức ấy phải được biến thành hành động và triển khai từ cấp lãnh đạo tỉnh đến cơ sở. Ngay từ đầu những năm 1990, Bình Dương đã khai phá hiệu quả những khu công nghiệp là nhờ một phần do chính quyền tỉnh này đã đi tìm DN và thuyết phục họ đến với địa phương mình. Coi lợi ích của DN là lợi ích của địa phương nên tất cả các nhà đầu tư đến Lâm Đồng phải được chính quyền tiếp nhận với thái độ chân tình, cởi mở, được cung cấp đầy đủ thông tin cần thiết để lựa chọn phương án đầu tư. Mọi thủ tục hành chính trước, trong và sau đầu tư đều được giải quyết nhanh gọn. Điều quan trọng là chính quyền tỉnh chỉ nên tập trung làm những công việc đích thực thuộc chức năng của mình, không can thiệp vào việc phát triển kinh doanh của DN. Đặc biệt chú trọng việc quy hoạch đất đai, kết cấu hạ tầng, quy hoạch các khu, cụm công nghiệp... có điều chỉnh phù hợp với yêu cầu của thị trường và cuộc sống chứ không áp dụng máy móc, cứng nhắc.

Một số gợi ý đề nghị như sau: Tiếp tục nghiên cứu, đề xuất những sửa đổi, điều chỉnh và hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của khu vực kinh tế tư nhân phát triển theo đúng định hướng của chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh đến năm 2010. Bên cạnh đó, cần phải có những biện pháp nâng cao trình độ vận dụng luật pháp của các cấp chính quyền, thể chế hoá các quy định pháp lý và đầu tư sang hình thức các văn bản qui định có giá trị pháp lý và văn bản hướng dẫn thực hiện, tạo niềm tin cho các doanh nghiệp tư nhân. Cần phổ biến các văn bản dưới luật một cách

nhanh chóng, không nên để tình trạng nghị định đã có nhưng các thông tư hướng dẫn của các bộ, ngành và địa phương chưa được triển khai.

Thiết lập một mặt bằng pháp lý chung áp dụng cho cả đầu tư nước ngoài và đầu tư trong nước (bao gồm cả đầu tư của khu vực kinh tế tư nhân), nhằm tạo lập môi trường kinh doanh ổn định, bình đẳng; đồng thời áp dụng một số quy định về điều kiện đầu tư và ưu đãi phù hợp với khu vực kinh tế tư nhân.

Để tạo ra môi trường cạnh tranh lành mạnh, Lâm Đồng cũng cần giảm bớt các ưu đãi đối với doanh nghiệp Nhà nước. Tiếp tục sắp xếp lại các doanh nghiệp nhà nước làm ăn thua lỗ. Đồng thời hoạch định chính sách phát triển đối với khu vực kinh tế ngoài quốc doanh. Đảm bảo trật tự an ninh, xã hội trên địa bàn tạo tâm lý cho nhà đầu tư yên tâm bỏ vốn làm ăn. Khôi DN tư nhân được tạo mọi điều kiện phát triển tốt bên cạnh các DN lớn. Phát huy vai trò của Hiệp hội DN trong việc giải quyết các vấn đề quan hệ giữa các DN, giữa DN với chính quyền, tập hợp ý kiến, nguyện vọng của DN kiến nghị với chính quyền và cùng chính quyền giải quyết các vấn đề liên quan đến sự phát triển của DN. Định kỳ tổ chức ngày truyền thống của DN để trao đổi thông tin, giới thiệu sản phẩm, tìm kiếm thị trường, cũng như tạo điều kiện cho các hội, hiệp hội DN hoạt động nhằm thúc đẩy DN phát triển. Không chỉ hiệp hội DN trong nước mà cả hiệp hội của các DN nước ngoài cũng được tạo điều kiện hoạt động.

Qua kết quả khảo sát “bỏ túi” của tác giả, về thái độ đối với doanh nhân đặc biệt là các doanh nghiệp tư nhân (ở Lâm Đồng có rất nhiều chủ nhà nghỉ, khách sạn và các doanh nghiệp làm dịch vụ du lịch của tư nhân) của một bộ phận công chức ở tỉnh còn rất phản cảm và gây phiền hà, sách nhiễu (tình trạng này trong ngành thuế cũng đã được một số cơ quan báo chí nêu tên trong năm qua), tóm lại các công chức làm chính sách và thực hiện chính sách của Lâm Đồng nói riêng và cả nước nói chung cần phải gần doanh nghiệp và xuất phát từ thực tế của doanh nghiệp.

3.1.2. Tiết kiệm thời gian.

Các chỉ số thành phần bao gồm: Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của nhà nước (TC); Tính minh bạch và tiếp cận thông tin (TA), Chi phí gia nhập thị

trường; Trong đó TC và TA là tương quan có ý nghĩa thống kê qua phân tích thực nghiệm, tuy nhiên bất kỳ sự cải thiện nào đối với các chỉ số này đều làm giảm thời gian lãng phí cho doanh nghiệp tức nhà đầu tư. Chi phí gia nhập thị trường và Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của nhà nước đo lường trực tiếp thời gian nhà đầu tư phải bỏ ra, còn Tính minh bạch và tiếp cận thông tin là thước đo rất tốt để đánh giá thời gian mà nhà đầu tư phải bỏ ra cho việc thu thập văn bản pháp luật và quy hoạch, kế hoạch của tỉnh vốn rất cần thiết để phục vụ hoạt động kinh doanh của họ.

Về Chi phí gia nhập thị trường, Lâm Đồng cần rút ngắn thời gian đăng ký kinh doanh cũng như thời gian đăng ký lại; Giảm bớt số lượng những giấy đăng ký, giấy phép kinh doanh và quyết định chấp thuận cho kinh doanh rườm rà không cần thiết; tiếp tục cải tiến thủ tục cấp đất. Phát huy vai trò của cơ quan quản lý hỗ trợ DN, chú trọng phát triển dịch vụ công (hành chính công, sự nghiệp công, dịch vụ công ích...), đặc biệt là dịch vụ hành chính công. Các cấp chính quyền, các cơ quan, ban, ngành được chỉ đạo thống nhất phối hợp theo quyền hạn, chức năng, nhiệm vụ tổ chức thực hiện nhanh, hiệu quả các thủ tục hành chính rút ngắn chi phí thời gian, tiền của, công sức cho DN.

Về tính minh bạch và tiếp cận thông tin, trong quá trình sản xuất, kinh doanh, vướng mắc của DN về đất đai, thuế, hải quan, kết cấu hạ tầng... phải được chính quyền chia sẻ và cùng DN giải quyết. Ngay cả những vướng mắc vượt quá thẩm quyền thì tỉnh phải trực tiếp đề nghị và phối hợp với các cơ quan Trung ương giải quyết rồi công bố công khai cho DN. Các DN trên địa bàn đều được hoạt động bình đẳng. Những chủ trương, chính sách của địa phương liên quan đến sự phát triển của DN đều được chính quyền thăm dò, thu thập thông tin, bàn luận với DN trước khi ban hành. Luôn tạo điều kiện thuận lợi cho tất cả các DN tiếp cận thông tin về chủ trương, chính sách, quy hoạch sử dụng đất, quy hoạch các khu công nghiệp, kế hoạch phát triển kinh tế địa phương, thông tin về đền bù, tiền thuê đất, thời gian giao đất, các thông số về đấu thầu, xây dựng công trình... Ngoài việc cung cấp các giấy tờ cần thiết về thủ tục hành chính, niêm yết công khai tại nơi làm việc,

cần cung cấp miễn phí cho DN bằng đĩa lưu trữ các quy định của Nhà nước về chủ trương, chính sách phát triển liên quan đến DN... Chính quyền tỉnh còn phải thực hiện công khai kể cả các vấn đề DN kiến nghị, kết quả giải quyết công việc cho DN, kết quả thanh tra, kiểm tra, không có tình trạng đúng sai thế nào cũng lặng đi hoặc nói riêng với từng DN. Công tác kiểm tra, thanh tra DN phải đúng mức và được xác định rõ ràng mục đích kiểm tra, thanh tra là để phát hiện những mặt tốt nhằm động viên, khích lệ DN.

Hiện nay thông tin về môi trường đầu tư của tỉnh Lâm Đồng trong cộng đồng kinh doanh còn rất hạn chế, chưa thực sự để lại ấn tượng tốt cho các nhà đầu tư. Nguyên nhân của điều này là do còn thiếu những chương trình quảng bá về tỉnh. Quan trọng hơn, nhiều nhà đầu tư không chỉ thiếu thông tin mà còn có những thông tin sai lệch về môi trường đầu tư. Bên cạnh việc cung cấp thông tin, luật pháp, chính sách đầu tư, tỉnh cần có những chương trình xúc tiến nhằm quảng bá thương hiệu “Lâm Đồng” trên thị trường. Tỉnh cần tăng cường và có kế hoạch liên kết, phối hợp với các cơ quan truyền thông, các cơ sở nghiên cứu, phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam để quảng bá về môi trường đầu tư của tỉnh.

Tóm lại về chi phí thời gian không riêng gì Lâm Đồng mà thói quen của bộ máy hành chính Việt Nam chỉ làm việc trong giờ “hành chính”, trong thời đại thông tin và các nước tiên tiến đã thực hiện thủ tục hành chính “24/7”, thì việc tuân làm việc 40 giờ của Việt Nam cần phải xem xét lại. Tại sao tỉnh Lâm Đồng không thử áp dụng giải quyết thủ tục hành chính theo ca để đảm bảo phục vụ doanh nghiệp tốt nhất cũng như cần ứng dụng nhiều hơn công nghệ hiện đại vào giải quyết thủ tục hành chính. Đã đến lúc nên xem xét giải quyết thủ tục hành chính là một dịch vụ công và có thể tự thu tự chi, tự hạch toán để đôi bên cùng có lợi.

3.1.3. Hạn chế trực lợi.

Nhóm nhân tố này chủ yếu bao gồm các nhân tố thành phần là Thiết chế pháp lý (LI), Chi phí không chính thức và một số đóng góp của nhân tố Ưu đãi đối với doanh nghiệp nhà nước. Do đó tên nhân tố này được gọi là hạn chế trực lợi để mô

tả các tỉnh có thiết chế pháp lý mạnh, ít chi phí không chính thức và ít thiên vị đối với doanh nghiệp nhà nước.

Đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính theo hướng “một cửa, một đầu mối” để tạo thuận lợi cho hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp khu vực kinh tế tư nhân. Các giải pháp chủ yếu là:

- Tăng cường sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý nhà nước của tỉnh trong hoạt động quản lý đầu tư; phân định rõ quyền hạn, trách nhiệm của từng cơ quan trong việc giải quyết các vấn đề phát sinh; duy trì thường xuyên việc tiếp xúc trực tiếp giữa các cơ quan quản lý nhà nước với các doanh nghiệp.

- Cải tiến mạnh thủ tục hành chính liên quan đến các hoạt động đầu tư theo hướng tiếp tục đơn giản hóa việc cấp phép đầu tư, mở rộng phạm vi các dự án thuộc diện đăng ký cấp phép đầu tư. Quy định rõ ràng, công khai các thủ tục hành chính, đơn giản hoá và giảm bớt các thủ tục không cần thiết; kiên quyết xử lý nghiêm khắc các trường hợp sách nhiễu, cửa quyền, tiêu cực và vô trách nhiệm của cán bộ công quyền.

Cạnh tranh trong thu hút đầu tư cũng là cạnh tranh trong lĩnh vực xúc tiến, vận động đầu tư. Để hoạt động này có hiệu quả, các cơ quan chuyên trách cần triển khai và đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân. Xây dựng hệ thống thông tin về môi trường đầu tư làm cơ sở cho việc hoạch định chính sách, quản lý hoạt động đầu tư, mở rộng truyền thông đến các doanh nghiệp (về các yếu tố kinh tế vĩ mô, các quy định, chính sách khuyến khích đầu tư, các cơ hội đầu tư tiềm năng, các dự án mời gọi đầu tư). Xây dựng một hệ thống phần mềm quản lý dữ liệu của khu vực kinh tế tư nhân, trao đổi thông tin hai chiều giữa Sở Kế hoạch – Đầu tư và doanh nghiệp. Từ đó, tỉnh có chính sách mời gọi hợp lý trên cơ sở cân nhắc điều kiện của các doanh nghiệp và lĩnh vực, ngành nghề tỉnh cần đầu tư (Danh mục dự án kêu gọi đầu tư phải mở rộng hơn về quy mô và thời gian).

Chính sách thuế và công tác thực hành chính sách thuế là một vấn đề nhạy cảm đối với các doanh nghiệp nói chung. Ở Lâm Đồng một số doanh nghiệp cho

biết về việc kiểm tra quyết toán thuế, chuyên quản doanh nghiệp của cán bộ thuế còn nhiều bất cập, nên chẳng một khi đã có luật kiểm toán độc lập, tỉnh cần phát huy vai trò tự kê khai tự chịu trách nhiệm về thuế của các doanh nghiệp, cán bộ thuế rất cần cả đức và tài, cần có cơ chế quản lý từ xa, thường xuyên luân chuyển, kiểm tra chéo nhằm tránh sự lạm quyền gây ảnh hưởng đến uy tín của địa phương.

3.2. Các chính sách marketing thu hút đầu tư.

3.2.1. Đối với việc phát triển du lịch.

Du lịch vẫn là ngành lợi thế và là “con bò sữa” để phát triển mở rộng bền vững nền kinh tế của tỉnh Lâm Đồng. Các chính sách đề xuất từ phân tích SWOT bao gồm việc hoàn thiện và phát triển các lĩnh vực quan trọng như cải cách thủ tục hành chính, quy hoạch đô thị, phát triển cơ sở hạ tầng, hệ thống dịch vụ, phát triển các địa điểm vui chơi giải trí và du lịch ...

Chủ động quảng bá du lịch Đà Lạt – Lâm Đồng ra quốc tế để thu hút khách du lịch của các nước. Xây dựng những khu du lịch dành riêng cho người nước ngoài, đặc biệt là du lịch sinh thái, du lịch lễ hội văn hóa dân tộc, du lịch nghiên cứu, chữa bệnh, casino ...

Nâng cao ý thức của người dân và thái độ thân thiện của dân cư đối với khách du lịch, làm cho mọi người dân hiểu rõ tầm quan trọng của du lịch đối với sự phát triển kinh tế của địa phương để họ có ý thức hơn trong công tác bảo vệ và xây dựng một thành phố cho du khách. Đồng thời cần có những biện pháp ngăn chặn, xử lý nghiêm những hành vi phá hoại, thiếu ý thức trách nhiệm, triệt để loại bỏ tình trạng người ăn xin, bán hàng rong chèo kéo gây phiền hà cho du khách (tất nhiên cách làm lại là một nghệ thuật, đảm bảo sự đồng thuận, tránh tình trạng như chủ trương 3 không: không vé số, không bán báo đánh giày, không hàng rong mà thành phố Đà Lạt triển khai trong năm vừa qua).

Việc tổ chức các hoạt động lễ hội văn hóa mang đậm nét đặc trưng của Lâm Đồng rất được sự quan tâm của du khách (Festival hoa, lễ hội Trà, liên hoan văn hóa công chiêng, ...) như thời gian qua cần được duy trì và phát huy cũng như mở rộng quy mô ra tầm quốc tế tuy nhiên cần chú ý đến hiệu quả kinh tế xã hội và tránh những tiêu cực gây phản cảm. Nên chẳng tổ chức đấu thầu (tư nhân hóa) việc tổ chức các lễ hội, còn chính quyền tỉnh chỉ là người đặt hàng và sử dụng.

3.2.2 Chiến lược đối với nguồn nhân lực.

3.2.2.1. Xác định tầm nhìn và mục tiêu.

Trong tương lai, với mục tiêu xây dựng thành phố Đà Lạt thành trung tâm nghỉ dưỡng, du lịch, học tập, văn hóa, thể thao, hội thảo và nghiên cứu khoa học, v.v..., khi mà các khu du lịch chuyên đề Đankia-Suối Vàng, Hồ Tuyền Lâm, các khu và cụm công nghiệp hình thành và phát triển thì nhu cầu về nguồn nhân lực của tỉnh Lâm Đồng sẽ là rất lớn. Ngoài việc sử dụng và đào tạo lao động tại chỗ, Lâm Đồng rất cần những con người có trình độ, có vốn và năng lực kinh doanh mà nếu không có những định hướng từ bây giờ có thể sẽ gặp khủng hoảng trong tương lai. Ví dụ đơn cử hiện nay ở một số tỉnh thành, một trong những lý do các dự án đầu tư chậm được triển khai là do thiếu những cán bộ thẩm định dự án theo yêu cầu.

Trong vòng 5 năm tới, và những năm về sau, tỉnh cần tạo điều kiện xây dựng được những cộng đồng chuyên gia trình độ cao, những nhà khoa học, những nhà kinh doanh giàu có, văn nghệ sĩ, ... có cuộc sống gia đình và cuộc sống cộng đồng lành mạnh, ổn định. Đặc biệt là thành phố Đà Lạt – “University city” của Việt Nam, nơi mà ra ngõ gặp giáo sư và các triệu phú ngồi uống cà phê với sinh viên. Tạo tinh thần thoải mái cho các chuyên gia trong công việc cũng như trong cuộc sống. Xóa bỏ dần khoảng cách giữa người nước ngoài và người Việt Nam, người ngoài tỉnh và người trong tỉnh. Những cộng đồng này phải là những hạt nhân để từ đó phát triển một thành phố của những cư dân văn minh hiện đại, lao động có khả năng ngoại ngữ, trình độ kỹ thuật, đặc biệt là trong các khu vực dịch vụ như tin học, tài chính, xuất nhập khẩu ... cần đạt trình độ bình quân ngang bằng với các thành phố lớn.

Mục tiêu marketing: Các chuyên gia nước ngoài, các chuyên gia trong nước, các nhà đầu tư, các doanh nhân, văn nghệ sĩ, những người thành đạt và các thế hệ con cháu của họ. Đặc biệt là những người “con” của Lâm Đồng đang công tác và học tập ở các tỉnh và nước ngoài.

3.2.2.2. Đề xuất hướng chiến lược

1- Xây dựng một môi trường sống lành mạnh và ổn định ít nhất là trong phạm vi cộng đồng các chuyên gia trình độ cao. Môi trường thân thiện này sẽ tạo sức hút lôi cuốn thêm người từ các nơi khác để càng phát triển rộng thêm

2- Xây dựng hình tượng một Đà Lạt – Lâm Đồng (Nếu cần thiết phải tách Đà Lạt khỏi Lâm Đồng để Đà Lạt có thể tiến nhanh hơn thì cũng nên làm) với các yếu tố phần đầu như sau:

- Thành phố trẻ: 50% dân số dưới 25 tuổi, nơi cư trú để học tập nghiên cứu khoa học và ở lại làm việc sau khi ra trường.

- Thành phố có trình độ cao: Đa số là sinh viên hoặc bắt nguồn từ sinh viên của cả nước và các nước trong khu vực đến học tập rồi tình nguyện ở lại xây dựng thành phố “University city”. Có chi nhánh của nhiều trường đại học nổi tiếng trong nước, khu vực và trên thế giới.

- Thành phố của cộng đồng người trình độ cao thành công và hạnh phúc: các doanh nghiệp công nghệ cao thành công, các viện nghiên cứu và đại học chất lượng cao. Các doanh nhân thành công hợp tác với các lao động kỹ thuật tay nghề cao và các nhà khoa học có công trình được ứng dụng. Các thành viên khác trong gia đình cũng có công việc thích hợp hay được hưởng một hệ thống giáo dục chất lượng.

- Thành phố có thu nhập bình quân đầu người cao hơn mức bình quân của cả nước và phần đầu tương đương với một số thành phố lớn của Việt Nam.

- Thành phố có những quy chế đặc biệt mà nơi khác ở Việt Nam không có được. Thành phố đang không ngừng cải thiện một cách tích cực và hiệu quả theo hướng thích hợp với những người có trình độ cao.

3- Xây dựng một giá trị thương hiệu cho thành phố Đà Lạt.

Làm việc ở Đà Lạt-Lâm Đồng hay trở thành công dân của Đà Lạt-Lâm Đồng là một danh hiệu có giá trị. Quá trình sống và làm việc ở Đà Lạt-Lâm Đồng không chỉ là có thu nhập và hưởng thụ, mà còn là một quá trình nâng cao uy tín và giá trị của bản thân mỗi người.

Đối với những người có thể định cư tại một địa phương, địa phương không chỉ chào bán những gì đang có ngày hôm nay, mà cần phải chào cho họ một hy vọng vào tương lai. Cần lưu ý đào tạo và sử dụng tốt nguồn nhân lực hiện có của địa phương.

3.2.3. Chiến lược marketing đối với lĩnh vực thu hút đầu tư.

Mục tiêu của tỉnh Lâm Đồng là thu hút đầu tư hướng đến một cơ cấu kinh tế năng động hơn, tập trung khai thác những lợi thế sẵn có về tự nhiên, con người, tận dụng nguồn lực từ bên ngoài để đẩy nhanh tốc độ phát triển, đuổi kịp các thành phố

lớn trong nước và quốc tế. Tỉnh Lâm Đồng cần phải đi tắt, đón đầu, tiếp nhận công nghệ hiện đại thông qua các kênh đầu tư từ các quốc gia đã phát triển. Vấn đề là xác định cơ cấu các ngành kinh tế hiện đại phù hợp với vai trò và các nguồn lực sẵn có. Kế đến là xây dựng chiến lược tiếp cận các nhà đầu tư tiềm năng một cách tinh tế, khôn ngoan. Và cuối cùng thành công của việc thu hút đầu tư thể hiện ở chỗ con người của tỉnh có thể tiếp nhận chuyển giao công nghệ thành công hay không. Các thành phố và tỉnh khác cũng có những mục tiêu tương tự. Vì vậy Lâm Đồng cần cạnh tranh để thu hút và giữ chân các nhà đầu tư lại với mình.

3.2.3.1. Lâm Đồng cần và có thể thu hút đầu tư vào những ngành nào?

Để thu hút đầu tư thành công, Lâm Đồng không chỉ quan tâm đến các mục tiêu phát triển của mình mà còn phải tính đến các mối quan tâm của các nhà đầu tư. Theo kết quả nghiên cứu của JICA Consultant và Price Water House Coppers, 2003 đã xếp loại các ngành được giới doanh nghiệp quan tâm đầu tư vào Việt Nam theo thứ tự xếp hạng sau đây:

Bảng 3.1: Xếp hạng ưu tiên đầu tư vào Việt Nam.

Theo quan điểm lợi ích nhà đầu tư.

TÊN NGÀNH	THỨ TỰ	TÊN NGÀNH	THỨ TỰ
Khai thác dầu khí	1	Sản phẩm da	15
Khai thác than	2	Xi măng	16
Khai thác các tài nguyên khác	3	Gốm sứ & Thủy tinh	17
Cơ khí	4	Năng lượng và cung cấp nước	18
Luyện kim	5	Vận tải	19
Điện tử	6	Viễn thông	20
Công nghệ thông tin	7	Tài chính – Ngân hàng	21
Hóa chất	8	Du lịch & Khách sạn	22
Chế biến thủy sản	9	Văn hóa – Y tế - Giáo dục	23
Chế biến nông sản	10	Phát triển đô thị	24
Chế biến lâm sản	11	Chung cư & Cao ốc văn phòng	25
May mặc	12	Cơ sở hạ tầng KCN & KCX	26
Dệt	13	Nông – Lâm – Thủy sản	27
Giày da	14		

Nguồn: trích của Hồ Đức Hùng và các tác giả, 2005.

Về phía Lâm Đồng, loại bỏ những ngành trong danh mục trên mà Tỉnh không có khả năng phát triển, chúng ta có thể xác định được những ngành cơ bản cần tiếp cận để thu hút thì có thể đề xuất danh mục riêng cho Lâm Đồng là:

TÊN NGÀNH	THỨ TỰ	TÊN NGÀNH	THỨ TỰ
Cơ khí	1	Năng lượng và cung cấp nước	11
Điện tử	2	Vận tải	12
Công nghệ thông tin	3	Viễn thông	13
Hóa chất	4	Tài chính – Ngân hàng	14
Chế biến nông sản	5	Du lịch & Khách sạn	15
Chế biến lâm sản	6	Văn hóa – Y tế - Giáo dục	16
May mặc	7	Phát triển đô thị	17
Dệt	8	Chung cư & Cao ốc văn phòng	18
Giày da	9	Cơ sở hạ tầng KCN & KCX	19
Gốm sứ & Thủy tinh	10	Nông – Lâm – Thủy sản	20

Tuy nhiên Lâm Đồng không thể đặt mục tiêu thu hút mạnh đầu tư trong vài năm tới cho đến khi môi trường đầu tư hiện nay vốn đang rất sơ khai được cải thiện cơ bản bằng một loạt các cải cách kiên quyết và đồng bộ. Mà trước hết là công tác quy hoạch vùng nguyên liệu, khu vực chuyên ngành đầu tư, tránh tình trạng manh mún manh ai nấy làm theo phong trào (Huyện nào cũng đề nghị xây dựng nhà máy sản xuất gạch Tuynen là một ví dụ)

Chiến lược marketing đầu tư cho Lâm Đồng nổi lên 6 điểm chính: quảng bá hình ảnh và tiếng tăm; chỉnh trang đô thị, thực hiện nếp sống văn minh; cải thiện chất lượng và giảm giá các yếu tố cơ sở hạ tầng vật chất; cải tổ bộ máy hành chính; tạo nguồn nhân lực; và chuyên nghiệp hóa hoạt động xúc tiến đầu tư.

Công tác quảng bá, xây dựng hình ảnh Đà Lạt – Lâm Đồng cần chuyển tải được các thông tin về điều kiện đầu tư, cả những cơ hội và thế mạnh của thành phố đến với các nhà đầu tư tiềm năng trong và ngoài nước, những người đang trong thời kỳ tìm hiểu, xem xét để quyết định nơi đầu tư lý tưởng nhất.

3.2.3.2. Thiết kế hình ảnh và quảng bá tiếng tăm.

Đây là bước đầu tiên trong việc tuyên truyền cho nhà ĐTNN về hình ảnh của tỉnh như là một nơi lý tưởng để đầu tư, hoặc là những nỗ lực của tỉnh để tạo nên hình ảnh đó. Có thể thuê những công ty chuyên nghiệp về quảng cáo trong hoặc ngoài nước để nhận dạng, phát triển và tuyên truyền hình ảnh tích cực này.

Hình ảnh được thiết kế phải tập trung vào ba yếu tố chính sau: Thứ nhất, nhấn mạnh được các cơ hội mà tỉnh sẽ dành cho nhà ĐTNN khi họ đến đầu tư tại tỉnh. Thứ hai, phản ánh được sự quyết tâm của tỉnh về những nỗ lực cải thiện môi trường đầu tư. Thứ ba, nêu bật được những khác biệt tích cực của tỉnh so với các nơi khác.

Việc tuyên truyền hình ảnh ấn tượng nhằm vào các nhà đầu tư đang trong giai đoạn đầu của quá trình quyết định đầu tư. Tỉnh có thể tuyên truyền thông qua: Tham gia quảng cáo qua các phương tiện truyền thông như: Các sách báo, tạp chí chuyên ngành như: Tạp chí Kinh tế Viễn Đông (FEER), Thời báo Kinh tế Việt Nam (tiếng Anh)..., Internet (thiết kế một trang web cập nhật đầy đủ các thông tin về những cơ hội, thế mạnh về thu hút FDI), và các trang web về đầu tư khác... Tích cực tham gia vào các triển lãm đầu tư. Các chuyến đi qua lại của các quan chức các tỉnh, thành phố để marketing đầu tư. Tổ chức các hội thảo thông tin về cơ hội đầu tư tổng quát.

Vì giai đoạn này chỉ nhằm phổ biến những hình ảnh chung về đầu tư của tỉnh mà chưa đi vào cụ thể, nên các đối tượng để tiếp xúc ở giai đoạn này chủ yếu là các hiệp hội doanh nghiệp, các cơ quan xúc tiến thương mại và đầu tư của những nước mạnh về các lĩnh vực mà tỉnh đang nhắm tới. Trong quá trình tham gia vào các hoạt động trên, tỉnh có thể sử dụng những cuốn sách nhỏ (brochures), đĩa CD-Room chứa đầy đủ các thông tin về những cơ hội đầu tư cũng như các thế mạnh của tỉnh, nhằm phản ánh đúng với các hình ảnh ấn tượng vừa được thiết kế ở trên.

3.3. Tóm tắt chương 3.

Trong giai đoạn 2006-2010, Lâm Đồng có ba thế mạnh là (i) Du lịch, cần đẩy mạnh cổ phần hóa, xã hội hóa ngành du lịch để thu hút đầu tư nâng cấp các dịch vụ đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách, đặc biệt là khách quốc tế, (ii) Nông nghiệp công nghệ cao và (iii) Công nghiệp khai khoáng và công nghiệp thủy điện.

Cải thiện chỉ số PCI cũng chính là cải thiện các nhân tố mềm (nhân tố chính sách) và là chiến lược ngắn hạn của Lâm Đồng nhằm cải thiện môi trường đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư đã, đang và sẽ đến làm ăn với tỉnh. Trong đó chú trọng vào ba nhóm nhân tố chính như đã phân tích ở trên.

Bên cạnh đó công tác marketing địa phương cũng cần được chú trọng và nâng tầm để những thông tin tốt về môi trường đầu tư của tỉnh Lâm Đồng được quảng bá đến các nhà đầu tư tiềm năng. Qua đó có thể mời gọi, chọn lọc nhà đầu tư tương xứng đảm bảo cả về số lượng và chất lượng thu hút đầu tư.

CHƯƠNG 4: CÁC KIẾN NGHỊ & KẾT LUẬN

4.1. KIẾN NGHỊ.

Để thực hiện tốt phương hướng và mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2006-2010, UBND tỉnh Lâm Đồng cần đặc biệt coi trọng công tác xúc tiến đầu tư nhằm mời gọi nhiều nhà đầu tư trong nước và nước ngoài đến đầu tư tại Lâm Đồng để khai thác có hiệu quả các tiềm năng, những lợi thế so sánh, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế - xã hội Lâm Đồng nhanh và bền vững. Cụ thể về một số cơ chế, chính sách đầu tư như sau:

4.1.1. Trong ngắn hạn:

* Tập trung đẩy mạnh thực hiện cải cách thủ tục hành chính theo cơ chế “một cửa, một đầu mối” tại các cơ quan quản lý Nhà nước thuộc tỉnh, theo đó các thủ tục hành chính được niêm yết công khai rõ ràng, minh bạch và thời gian giải quyết các công việc phải được rút ngắn so với quy định trước đây, tạo điều kiện để các nhà đầu tư sớm được cấp phép triển khai thực hiện dự án. Cụ thể:

- Cần củng cố niềm tin cho các nhà đầu tư đang làm ăn tại tỉnh thông qua việc tăng cường gặp gỡ tiếp xúc và thành lập Ban phụ trách các vấn đề nảy sinh của những dự án từ khi được cấp phép đầu tư cho đến khi đưa dự án đi vào hoạt động sản xuất kinh doanh, để các nhà ĐTNN có thể liên hệ bất cứ lúc nào mà không gặp khó khăn gì. Bình Dương và Đồng Nai đã làm rất tốt vấn đề này trong thời gian qua.

- Nhanh chóng hoàn thiện cơ chế “một cửa, tại chỗ” giúp tiết kiệm thời gian, tiền bạc và giảm thiểu phiền hà cho nhà đầu tư. Tập trung cải thiện cơ sở hạ tầng giao thông đi lại, điện nước, xử lý nước thải, điện thoại, internet ...

* Áp dụng các chính sách ưu đãi đầu tư theo hướng áp dụng tối đa các ưu đãi có lợi nhất cho nhà đầu tư theo quy định của Nhà nước cho các doanh nghiệp về thuế thu nhập doanh nghiệp; tiền thuê đất, tiền sử dụng đất; thuế nhập khẩu máy móc, thiết bị; ... Đồng thời có những chính sách riêng của Lâm Đồng như:

- Chính sách hỗ trợ đào tạo nghề bao gồm đào tạo nghề lần đầu, đào tạo nghề phổ thông, nghề từ bậc 2 trở lên và gửi đi học trong nước.

- Việc đầu tư cơ sở hạ tầng gồm giao thông và nguồn điện do tỉnh đầu tư phải đến hàng rào vào khu du lịch và công nghiệp quy hoạch tập trung. Những dự án không nằm trong khu quy hoạch do nhà đầu tư tự bỏ vốn, nếu công trình có kết hợp sử dụng chung cho khu dân cư thì địa phương cùng góp vốn thực hiện.

- Về giải phóng mặt bằng tái định cư: Tỉnh cần thực hiện bồi thường hỗ trợ tái định cư và giải phóng mặt bằng đối với các dự án đầu tư trong khu công nghiệp Lộc Sơn, Cụm công nghiệp Phú Hội, Khu du lịch hồ Tuyên Lâm và những dự án đầu tư thuộc nhóm A. Khuyến khích nhà đầu tư ứng trước chi phí đền bù giải phóng mặt bằng và được khấu trừ vào tiền thuê đất phải nộp. Những dự án khác nhà đầu tư thỏa thuận với người sử dụng đất và chi phí bồi thường giải phóng mặt bằng tính vào vốn đầu tư của dự án.

- Tỉnh Lâm Đồng cần tiếp tục khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi để các nhà đầu tư quan tâm đầu tư vào các lĩnh vực: Du lịch dưới tán rừng; nông nghiệp công nghệ cao; sản xuất nông lâm kết hợp chăn nuôi; công nghiệp chế biến và khai thác khoáng sản; đầu tư hạ tầng xây dựng khu dân cư, chung cư; đầu tư lĩnh vực y tế, giáo dục, văn hóa, thể dục thể thao.

- Hàng tháng, quý có lãnh đạo UBND tỉnh làm việc trực tiếp để giải quyết các khó khăn của các dự án khi đầu tư vào Lâm Đồng.

- Công tác giải phóng mặt bằng cũng rất quan trọng và là một hạn chế của Lâm Đồng trong thời gian qua gây ảnh hưởng cho tiến độ thu hút đầu tư, cần quan tâm cải thiện vấn đề này thông qua các giải pháp công bằng, hợp tình, hợp lý được sự đồng thuận cao của người dân. Cần chuẩn bị quỹ đất sẵn có cho nhà đầu tư.

- Ổn định đời sống và quan tâm đến quyền lợi của người lao động nhằm hạn chế xảy ra tranh chấp, đình công làm xấu đi môi trường đầu tư như các tỉnh bạn đã gặp.

- Ban hành một số ưu đãi, khuyến khích cho nhà đầu tư như hỗ trợ tư vấn đầu tư, phối hợp với các cơ quan thông tin đại chúng như truyền hình, báo, đài để giảm một phần chi phí quảng cáo ban đầu mới thành lập, phối hợp với các khách sạn để

giảm bớt một phần chi phí tiền ở cho những nhà đầu tư mới đến địa phương tìm hiểu về môi trường đầu tư, đặc biệt là các dịp tỉnh tổ chức các hội thảo, triển lãm đầu tư.

- Ban hành chính sách khen thưởng vật chất thích đáng cho những tập thể, cá nhân vận động được bàn bè đến đầu tư tại Lâm Đồng.

* Hoàn chỉnh hệ thống pháp lý, công khai các kế hoạch, quy định, quy trình trong thu hút đầu tư nhằm hạn chế đến mức thấp nhất tệ nạn quan liêu, tham nhũng, cố tình gây khó khăn để trục lợi cá nhân. Kiên quyết xử lý các tổ chức, cá nhân yếu kém gây ảnh hưởng đến các nhà đầu tư.

4.1.2. Trong dài hạn:

Đảm bảo cơ sở hạ tầng cơ bản. Đây là một hình thức cùng tham gia đầu tư, cần có sự đánh giá đúng nhu cầu sử dụng cơ sở hạ tầng trong từng thời điểm để có sự đầu tư hiệu quả. Và kế hoạch cải thiện cơ sở hạ tầng phải luôn quan tâm đến tác động môi trường. Giữ vững lợi thế cạnh tranh về giá thuê đất và giá nhân công.

Chỉnh trang đô thị, thực hiện nếp sống văn minh. Tỉnh Lâm Đồng, mà đặc biệt là thành phố Đà Lạt có tốc độ đô thị hóa rất nhanh, cùng với đó là những bất cập trong quy hoạch và quản lý đô thị, bởi những hành vi thiếu văn minh của cư dân thành phố và khách vãng lai. Vì vậy việc chỉnh trang đô thị và thực hiện nếp sống văn minh là một giải pháp thiết thực làm thay đổi hình ảnh của Đà Lạt – Lâm Đồng.

Đây là cụm giải pháp gồm 3 hoạt động đồng bộ như sau:

- Rà soát lại quy hoạch thành phố, chỉnh trang đô thị, xây dựng một đội ngũ quản lý đô thị có chuyên môn (có thể đào tạo ngay trong nước hoặc gửi ra nước ngoài đào tạo bằng kinh phí của tỉnh).

- Xây dựng các quy tắc cư xử văn minh đô thị, tuyên truyền và giáo dục công dân các quy tắc hành xử này (nên đưa ngay vào chương trình giáo dục công dân trong nhà trường).

- Xây dựng lực lượng cảnh sát văn minh đô thị hoạt động không hạn chế địa bàn nhằm nhắc nhở công dân thực hành các quy tắc văn minh đô thị, cưỡng chế và xử phạt các hành vi vi phạm.

Cải tổ bộ máy hành chính. Công tác cải cách hành chính đã được tiến hành từ khá lâu nhưng xem ra, kết quả không mấy khả quan, tệ những nhiều vẫn còn phổ biến và là một trong những điểm yếu nghiêm trọng trong việc thu hút đầu tư tại Việt Nam và Lâm Đồng. Theo thiển ý của chúng tôi, việc cần làm ngay là nghiên cứu mô tả và định mức công việc trong bộ máy Nhà nước, xây dựng thang bảng lương, mức lương thỏa đáng đồng thời là một cơ chế tuyển dụng nhân lực thích hợp cũng như loại bỏ những người không đáp ứng được nhu cầu công việc. Với nhận định rằng chúng ta đang quá thiếu những người biết việc và cũng đang quá thừa những người không biết việc. Một trong những nguyên tắc khuyến khích lao động là gắn thu nhập với công việc. Công chức Nhà nước cũng không là ngoại lệ đối với nguyên tắc này. Hiện tại nguồn thu nhập của công chức Nhà nước không chỉ từ quỹ lương mà còn từ những nguồn thu khác. Nội dung và khả năng thu của từng đơn vị lại rất khác nhau dẫn đến thu nhập khác nhau rất lớn giữa các đơn vị, gây nên tình trạng bất bình đẳng trong phân phối thu nhập ngay trong nội bộ khu vực Nhà nước. Chúng tôi kiến nghị các khoản thu ngoài ngân sách của các đơn vị cần phải được công khai và tập trung thành quỹ lương bổ sung của tỉnh. Quỹ này được phân phối lại cho toàn thể viên chức.

Công tác chuẩn bị và đào tạo nguồn nhân lực thích hợp. Trong các yếu tố của môi trường đầu tư, con người luôn là yếu tố hàng đầu. Con người năng động, nắm vững khoa học kỹ thuật, có tinh thần doanh nghiệp không chỉ là nguồn hấp dẫn đầu tư mà còn là điều kiện tiên quyết để hấp thu đầu tư có hiệu quả thông qua việc học hỏi, tiếp nhận chuyển giao công nghệ và phát triển những ngành mới hiện đại và hiệu quả hơn. Để có những con người như vậy, hệ thống giáo dục đào tạo, hướng nghiệp là chiếc máy cái. Các công việc của mảng hoạt động này bao gồm:

- Dự báo và định hướng nghề nghiệp cho công dân. Hàng năm công bố danh mục các ngành nghề đang bị thu hẹp, các ngành nghề đang mở rộng, các ngành nghề cung đang vượt quá cầu...

- Giáo dục ngoại ngữ trong nhà trường cần được bắt buộc và các hoạt động hỗ trợ việc học ngoại ngữ cần được khuyến khích. Khuyến khích và hỗ trợ các chương trình song ngữ ở tất cả các cấp học từ phổ thông đến đại học.

- Cải cách các chương trình giáo dục theo hướng thực hành nhiều hơn.

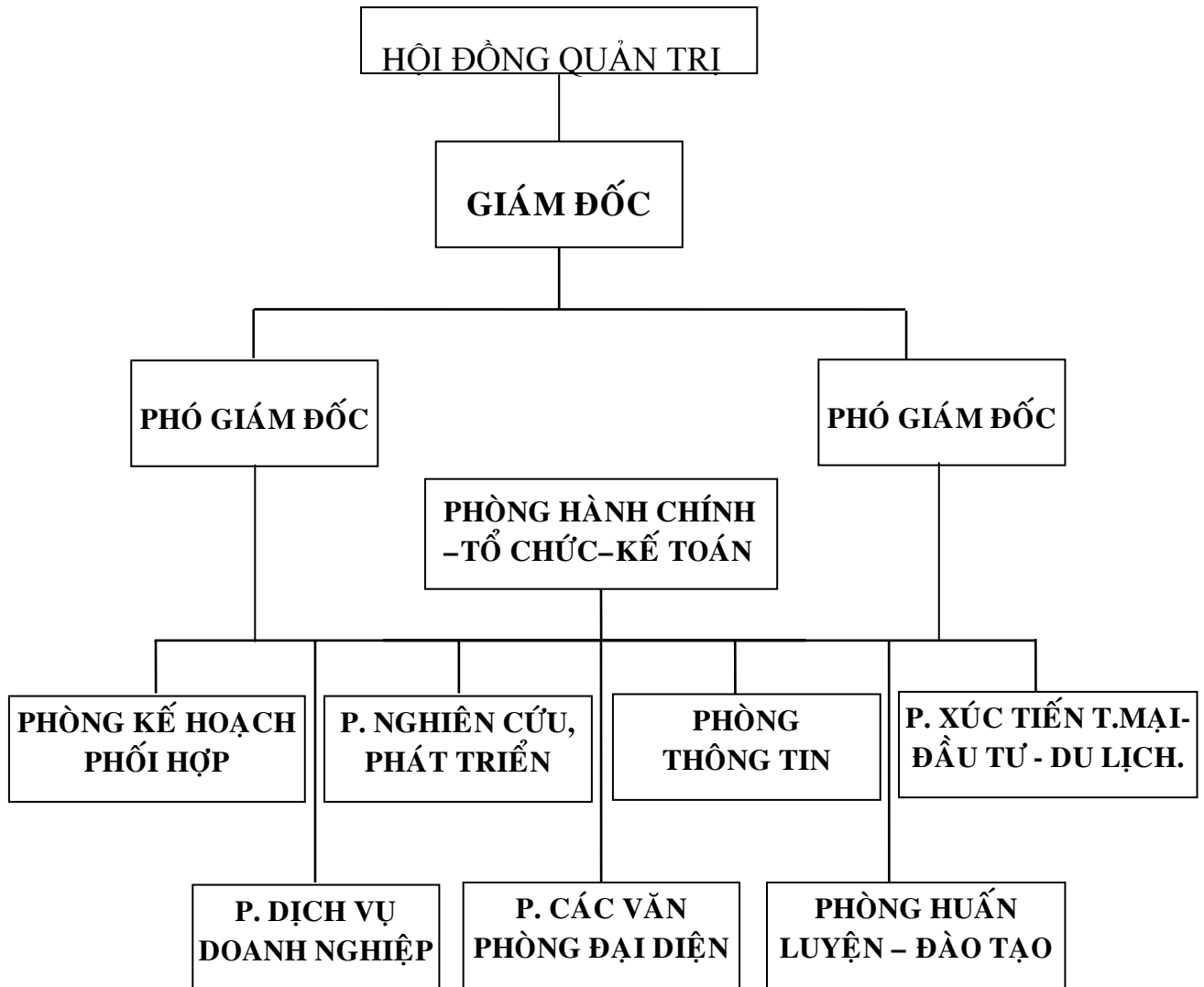
4.1.3. Chuyên nghiệp hóa hoạt động xúc tiến đầu tư.

Như đã phân tích ở trên, hoạt động marketing địa phương (xúc tiến thương mại) chỉ mang lại hiệu quả cao khi có sự phối hợp chặt chẽ, nhịp nhàng từ trên xuống dưới (từ cấp quốc gia đến địa phương), phối hợp theo chiều ngang (giữa các tổ chức cùng làm marketing địa phương), phối hợp giữa các lĩnh vực có liên quan (thương mại, đầu tư, du lịch, ...). Nhưng hiện nay ở Lâm Đồng hoạt động marketing địa phương chưa có được sự phối hợp theo yêu cầu.

Hiện nay tỉnh đã có Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư với bộ máy nhân sự và phương tiện hoạt động khá tốt, có những đóng góp không nhỏ cho hoạt động marketing của tỉnh, tuy nhiên cần xem lại về vấn đề tổ chức. Hiện nay Trung tâm trực thuộc Sở Du lịch và Thương mại là chưa hợp lý vì về quyền hạn và phạm vi hoạt động rất khó liên kết với các sở ngành khác vì bản thân mỗi Sở, Ngành ... lại có bộ phận xúc tiến thu hút đầu tư riêng của mình, chưa kể các ban quản lý trực thuộc UBND tỉnh. Hiện tại Lâm Đồng có ban quản lý các khu công nghiệp, ban quản lý khu du lịch chuyên đề hồ Tuyên Lâm, ban quản lý khu du lịch Đankia-suối vàng,... mỗi ban có bộ máy và văn phòng làm việc riêng và do có “cấp cao” hơn so với trung tâm xúc tiến thương mại hiện nay cũng như chưa có quy chế phối kết hợp và kiểm soát hoạt động chung nên mạnh ai nấy làm, rất lãng phí và hiệu quả không cao.

Nghiên cứu những mô hình tổ chức xúc tiến thương mại và đầu tư thành công ở nước ngoài, có tính đến điều kiện cụ thể của tỉnh để khắc phục những nhược điểm trên, chúng tôi mạnh dạn đề xuất một mô hình mẫu để định hướng tổ chức cho Trung tâm Xúc tiến Thương mại – Đầu tư – Du lịch của Tỉnh Lâm Đồng như sau:

Hình 4.1. SƠ ĐỒ TỔ CHỨC ĐIỂN HÌNH
MỘT TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI - ĐẦU TƯ – DU LỊCH



Trung tâm là một tổ chức công lập – Tự chủ tài chính, một đơn vị sự nghiệp có thu; Nguồn vốn một phần được Nhà nước và tỉnh cấp, một phần thu từ các dịch vụ phục vụ khách hàng. Do ít nhất là một Phó Chủ tịch UBND tỉnh có trình độ chuyên môn cao phụ trách.

Để phát huy vai trò và quyền hạn, Trung tâm phải là một cơ quan cấp ngang Sở, chịu sự lãnh đạo của UBND tỉnh và Cục xúc tiến Thương mại, Bộ Thương mại.

Trong quá trình hoạt động, giữa các phòng cần có sự phối hợp chặt chẽ, có thể áp dụng mô hình “nhóm chức năng chéo” khi có những dự án, công việc lớn, thì sẽ mang lại hiệu quả cao.

4.2. TÓM TẮT.

Cải thiện các nhân tố chính sách mềm và marketing địa phương, ngay từ đầu luận văn đã khẳng định là công việc chung của mọi thành viên trong tỉnh, với khối lượng công việc rất lớn. Tỉnh cần có một bộ máy chuyên nghiệp, thống nhất, quy tụ những cán bộ chuyên trách và không chuyên trách có đầy đủ năng lực và thẩm quyền để tận dụng mọi cơ hội cũng nhưng giảm thiểu rủi ro trong thu hút đầu tư. Với những lưu ý như sau: đầu tiên để giữ chân các doanh nghiệp, Lâm Đồng phải đối thoại thường xuyên với những doanh nghiệp của mình, phải học tập và đối chiếu địa phương mình với những địa phương khác trong môi trường cạnh tranh thu hút đầu tư ngày càng tăng. Thứ hai, tỉnh phải đưa ra các kế hoạch và dịch vụ để giúp những doanh nghiệp hiện có mở rộng hoạt động của mình. Thứ ba, các cấp chính quyền tỉnh phải tạo điều kiện dễ dàng cho các doanh nghiệp khởi sự công việc kinh doanh mới, ví dụ chương trình hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua đào tạo và tư vấn, khuyến khích ngân hàng địa phương tham gia hỗ trợ doanh nghiệp mới, cung cấp vốn vay, kết nối các nhà đầu tư mạo hiểm với doanh nghiệp, khuyến khích các công viên nghiên cứu, hỗ trợ bảo đảm những hợp đồng với chính phủ, ... Thứ tư, Lâm Đồng phải xây dựng một chiến lược toàn diện và phải cố gắng thu hút được các dự án phát triển phù hợp với chiến lược. Vì những dự án như vậy thường tạo ra những môi liên kết phụ có giá trị với kết quả thương mại.

KẾT LUẬN

Các doanh nghiệp đánh giá các lựa chọn đầu tư khác nhau, các chính phủ, chính quyền địa phương quan tâm đến việc cải thiện môi trường đầu tư nước mình, địa phương mình, và các nhà kinh tế tìm cách hiểu được vai trò của các nhân tố khác nhau trong việc giải thích thành tựu kinh tế - tất cả đều gặp khó khăn trong việc xác định và đánh giá môi trường đầu tư.

Môi trường đầu tư có vị trí trung tâm đối với tăng trưởng và giảm đói nghèo. Tăng cường cơ hội và động lực cho tất cả các loại hình doanh nghiệp đầu tư có hiệu quả, tạo việc làm và mở rộng hoạt động là ưu tiên hàng đầu của các chính quyền địa phương. Không chỉ đơn thuần việc tăng quy mô đầu tư, mà cả việc khuyến khích nâng cao năng suất đều là những vấn đề then chốt với tăng trưởng bền vững.

Để có môi trường đầu tư tốt, giảm chi phí là vấn đề thiết yếu, nhưng cũng phải giải quyết cả những rủi ro liên quan đến chính sách và các rào cản đối với cạnh tranh. Sự bất định về chính sách là mối quan ngại hàng đầu của các nhà đầu tư. Cùng các nguyên nhân khác gây ra rủi ro liên quan đến chính sách sẽ làm suy giảm động lực đầu tư. Rào cản đối với cạnh tranh làm lợi cho một số doanh nghiệp, nhưng lại từ chối cơ hội và làm tăng chi phí cho các doanh nghiệp khác, cũng như người tiêu dùng. Chúng cũng làm suy giảm động cơ buộc các doanh nghiệp được bảo hộ phải đổi mới và tăng năng suất.

Hơn 90% doanh nghiệp cho rằng, có khoảng cách giữa các quy tắc chính thức với điều xảy ra trong thực tế, và nền kinh tế phi chính thức chiếm đến một nửa sản lượng đầu ra ở những nước đang phát triển. Một chính sách công hợp lý không phải là cung cấp tất cả những gì mà doanh nghiệp đòi hỏi mà phải cân đối với hàng loạt các lợi ích xã hội khác. Doanh nghiệp thích phải tuân thủ ít quy định hơn, nhưng một quy định hợp lý lại khắc phục được những thất bại của thị trường và do đó có thể cải thiện môi trường đầu tư và bảo vệ các lợi ích xã hội khác. Tình thế giằng co tương tự xảy ra trong phần lớn các lĩnh vực hoạt động chính sách về môi trường đầu tư. Để tạo ra môi

trường đầu tư tốt đòi hỏi nhà làm chính sách phải cân bằng được những lợi ích này. Sự khác biệt về sở thích và các vấn đề ưu tiên giữa các doanh nghiệp lại làm cho nhiệm vụ đó thêm phần phức tạp. Quan trọng là phải biết cách lý giải để tranh thủ sự đồng thuận của doanh nghiệp chứ không phải “xé rào”. Bốn thách thức kèm theo của một chính sách đó là phải (1) Kiểm chế các hành vi trục lợi (nếu hạn chế được tham nhũng sẽ có được sự đồng thuận), (2) Tạo dựng sự tin cậy từ doanh nghiệp vào chính sách, (3) Củng cố lòng tin của công chúng và tính chính thống (được sự hậu thuẫn của công chúng thì chính sách mới đi vào cuộc sống) và (4) Đảm bảo các phản ứng chính sách phù hợp với hoàn cảnh của địa phương.

Chính sách và hành vi của chính quyền địa phương có ảnh hưởng đến môi trường đầu tư bao hàm một lĩnh vực rộng lớn. Nhưng không thể sửa chữa mọi thứ trong cùng một lúc, và cũng không cần phải hoàn hảo, cho dù với một chính sách đơn lẻ. Có thể đạt được những tiến bộ đáng kể bằng cách giải quyết những trở ngại quan trọng mà doanh nghiệp đang gặp phải, sao cho họ có thể tin tưởng mà đầu tư – và bằng cách duy trì quá trình cải thiện không ngừng. Vì những trở ngại khác nhau rất lớn giữa các địa phương, nên cần phải đánh giá các vấn đề cần ưu tiên trong từng trường hợp. Quá trình cải cách được lợi nhờ sự liên lạc trao đổi hữu hiệu với công chúng và các biện pháp khác nhằm tạo sự đồng thuận và duy trì được động lực.

Kinh nghiệm và lý thuyết khoa học về cải thiện môi trường đầu tư có rất nhiều vấn đề là áp dụng vào thực tế; Mô hình cũng rất nhiều nhưng thành công hay thất bại còn phụ thuộc vào yếu tố con người. Vừa thực hiện vừa học hỏi để rút kinh nghiệm cho lần thực hiện tiếp theo. Lâm Đồng cần chủ động xây dựng con đường đi cho riêng mình. Cơ hội thu hút đầu tư đã đang và sẽ mở ra với nhiều thời cơ và thách thức khi Việt Nam đã là thành viên chính thức của WTO, Lâm Đồng có thể học tập ngay kinh nghiệm của các địa phương trong và ngoài nước để rồi sẽ là kinh nghiệm cho các địa phương khác trong tương lai./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Hoàng Anh sưu tầm và hệ thống hóa (2006), *Luật đầu tư của nước Cộng Hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam hiệu lực từ 01/07/2006*, NXB Tổng hợp TPHCM, TPHCM.
2. Trương Phúc Ân (2000), *Bí mật thành phố hoa Đà Lạt*, NXB Văn nghệ TPHCM-Công ty phát hành sách Lâm Đồng, TPHCM.
3. World Bank (2004), Người dịch Vũ Cương & ctg, *Báo cáo phát triển thế giới 2005-Môi trường đầu tư tốt hơn cho mọi người*, NXB: Văn Hóa -Thông tin, Hà Nội.
4. Báo cáo 15/BC-KHĐT (29/03/2006), *Báo cáo tình hình thực hiện triển khai các dự án đầu tư và 9 công trình trọng điểm trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng*, Sở kế hoạch và đầu tư tỉnh Lâm Đồng.
5. Lê Xuân Bình (2000), *Hiện trạng và một số giải pháp tăng cường thu hút đầu tư vào các khu công nghiệp tỉnh Đồng Nai*, Luận văn thạc sĩ kinh tế trường đại học kinh tế TPHCM, TPHCM.
6. Triệu Hồng Cẩm (2003), *Các nhân tố ảnh hưởng và giải pháp đẩy mạnh thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam*, luận án tiến sĩ kinh tế, trường đại học kinh tế TPHCM, TPHCM.
7. Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright (2004-2005), *Marketing Places (marketing địa phương)*, TPHCM, Việt Nam.
8. Mai Thế Cường (2005), *Cách tiếp cận Marketing trong thu hút FDI*, Diễn đàn Phát triển Việt Nam (VDF) và Đại học Kinh tế Quốc dân (NEU), Hà Nội.
9. Đinh Quang Dũng (2005), *Làm thế nào để thu hút các nhà đầu tư Mỹ trở thành nhà đầu tư hàng đầu vào Việt Nam*, luận văn thạc sĩ kinh tế trường đại học kinh tế TPHCM, TPHCM.
10. Lai Xuân Đạt (2005), *Một số giải pháp thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài của tỉnh Bình Dương*, Luận văn thạc sĩ kinh tế, trường đại học kinh tế TPHCM, TPHCM.

11. Edmund Malesky và các tác giả (2005), *Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2005 của Việt Nam*, Báo cáo đầy đủ, VNCI, Hà Nội.
12. Edmund Malesky và các tác giả (2006), *Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2006 về môi trường kinh doanh của Việt Nam*, Báo cáo tóm tắt, VNCI, Hà Nội.
13. Philip Kotler, et al, Đoàn Hữu Đức (Chủ ban biên dịch) (2004), *Tiếp thị địa phương châu Á – Thu hút đầu tư, công nghiệp và du lịch đối với các thành phố, tiểu bang và quốc gia*, chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright (2004-2005), TPHCM
14. Văn Đình Hải (1997), *Một số giải pháp huy động vốn đầu tư cho phát triển kinh tế tại Lâm Đồng*, Luận văn thạc sĩ kinh tế trường Đại học Kinh tế TPHCM, TPHCM.
15. Nguyễn Trọng Hoài (2001), *Mô Hình hóa và dự báo chuỗi thời gian trong kinh doanh và kinh tế*, NXB Đại học Quốc gia TPHCM.
16. Nguyễn Trọng Hoài (2004), *Chiến lược marketing TPHCM qua phát triển du lịch*, Tạp chí Phát triển kinh tế số tháng 5/2004, TPHCM.
17. Nguyễn Trọng Hoài (2005), *Môi trường đầu tư nào cho nguồn tài chính nước ngoài tại Việt Nam*, Tạp chí Phát triển kinh tế số tháng 2/2005, TPHCM.
18. Hồ Đức Hùng & các tác giả (2005), *Marketing địa phương của thành phố Hồ Chí Minh*, NXB Văn hóa Sài Gòn, TPHCM.
19. Hướng dẫn đầu tư trực tiếp vào các khu công nghiệp tỉnh Lâm Đồng (2005), Ban quản lý các khu công nghiệp tỉnh Lâm Đồng, tháng 11/2005.
20. Chu Tiến Quang (2003), *“Môi trường Kinh doanh ở nông thôn Việt nam: thực trạng và giải pháp”*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
21. Quyết định 107/2005/QĐ-UB (18/05/2005), về việc ban hành Quy định về thủ tục hành chính và trình tự giải quyết các thủ tục hành chính theo cơ chế “một cửa” tại UBND Tỉnh Lâm Đồng, của chủ tịch UBND tỉnh Lâm Đồng.
22. Quyết định 208/2005/QĐ-UBND (2005), về việc ban hành danh mục dự án kêu gọi vốn đầu tư trên địa bàn Tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2006-2010, của chủ tịch UBND tỉnh Lâm Đồng.
23. Quyết định 209/2005/QĐ-UBND (2005), về việc ban hành Quy định về cơ chế chính sách thu hút đầu tư trên địa bàn Tỉnh Lâm Đồng, của chủ tịch UBND tỉnh Lâm Đồng.

24. Quyết định 10/2006/QĐ-UBND (22/02/2006), về việc ban hành Quy định về phân cấp, ủy quyền nhiệm vụ chi đầu tư; quản lý các dự án đầu tư và phê duyệt các nội dung cơ bản của quá trình đấu thầu trên địa bàn Tỉnh Lâm Đồng, của chủ tịch UBND tỉnh Lâm Đồng.
25. Nghị quyết 07NQ/TU (2002), Nghị quyết hội nghị tỉnh ủy lần thứ 7 (khóa VII) về một số chính sách, cơ chế thu hút vốn đầu tư tại tỉnh Lâm Đồng, Tỉnh ủy Lâm Đồng.
26. Nghị quyết 07NQ/TU (2006), Nghị quyết hội nghị tỉnh ủy lần thứ 6 (khóa VIII) về đổi mới môi trường đầu tư để thu hút đầu tư giai đoạn 2006-2010, Tỉnh ủy Lâm Đồng.
27. Nguyễn Văn Phúc và các tác giả (2005), *Hiệu quả đầu tư tại thành phố Hồ Chí Minh*, nhà xuất bản TPHCM, Viện kinh tế TPHCM.
28. Ramu Ramanathan (2004), Kinh tế lượng ứng dụng, bản dịch của Fulbright.
29. Sở Du lịch & thương mại Lâm Đồng (2006), *Lâm Đồng – tiềm năng và cơ hội đầu tư*, Trung tâm xúc tiến Du lịch Thương mại & Đầu tư Lâm Đồng, Đà Lạt 6/2006.
30. Sở Kế hoạch & Đầu tư tỉnh Lâm Đồng (2006), *Báo cáo tình hình thu hút đầu tư trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng*, Tài liệu phục vụ Hội nghị xúc tiến đầu tư ngày 09-11/6/2006.
31. Tờ trình số 3089/TTr-UBND (31/6/2006), *Về kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội 5 năm 2006-2010*, của UBND tỉnh Lâm Đồng gửi Hội đồng nhân dân tỉnh.
32. Phương Ngọc Thạch (2006), *Các chính sách tác động không thuận lợi đến phát triển các khu công nghiệp*, Tạp chí Phát triển kinh tế số 187, tháng 6/2006, TPHCM.
33. Nguyễn Đức Thịnh (1996), *Vận dụng kinh nghiệm của một số nước khu vực để định hướng phát triển kinh tế xã hội ở tỉnh Lâm Đồng*, luận án phó tiến sĩ kinh tế đại học kinh tế quốc dân Hà nội, Hà nội.
34. Bùi Quang Tùng (1997), *Một số giải pháp hoàn thiện hệ thống quản lý kinh tế của tỉnh Lâm Đồng đối với doanh nghiệp ngoài quốc doanh*, luận văn thạc sĩ kinh tế trường đại học kinh tế TPHCM, TPHCM.

35. Trần Xuân Tùng (2005), *Đầu tư trực tiếp nước ngoài ở Việt Nam- thực trạng và giải pháp*, NXB Chính trị quốc gia, Hà nội.
36. Văn kiện Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh Lâm Đồng lần thứ VIII (2006), *Báo cáo tình hình thực hiện kế hoạch 2001-2005 và phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội 5 năm 2006-2010*, NXB Đảng bộ tỉnh Lâm Đồng, Lâm Đồng.
37. Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X (2006), *chiến lược phát triển kinh tế-xã hội, 2006-2010*, NXB Chính trị quốc gia Hà Nội, Hà Nội.

Tiếng Anh

38. The people's Committee of Lamdong province (2003), *LAMDONG- the very land of economical potentialities and opportunities for investors*, Published by Lamdong.
39. The people's Committee of Lamdong province (2000), *LAMDONG- Projects calling for ODA and FDI capital*, Published June, 2000.
40. Reddy, A. C. & D. P. Campbell (1994), *Marketing's Role in Economic Development*, Westport: Quorum Books.
41. Kotler, P., M. A. Hamlin, I. Rein, & D. H. Haider (2002), *Marketing Asian Places, Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*, Singapore: John Wiley & Sons (Asia).

Địa chỉ một số trang website:

42. www.lamdong.gov.vn Trang website của tỉnh Lâm Đồng.
43. www.mof.gov.vn Bộ tài chính Việt Nam.
44. www.vnci.org Dự án Nâng cao năng lực cạnh tranh Việt Nam
45. www.mofa.gov.vn Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam.
46. www.vcci.com.vn Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam.
47. www.vietrade.gov.vn Cơ quan xúc tiến thương mại Việt Nam.
48. www.vneconomy.com.vn Thời báo kinh tế Việt Nam.
49. www.ueh.edu.vn Tạp chí phát triển kinh tế điện tử ĐH kinh tế TpHCM.
50. www.gso.gov.vn Cục thống kê Việt Nam.

PHỤ LỤC 1

Chi tiết các chỉ số thành phần của chỉ số PCI-2006

<p>1 Chi phí gia nhập thị trường</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ % doanh nghiệp phải mất hơn 1 tháng để khởi sự kinh doanh ■ % doanh nghiệp phải mất hơn 3 tháng để khởi sự kinh doanh ■ Thời gian chờ đợi thực sự để được cấp đất (cần cử vào nỗ lực của chính quyền, không phải các điều kiện cung/cầu) ■ Thời gian đăng ký kinh doanh (số ngày) ■ Thời gian đăng ký lại (số ngày) ■ Số lượng giấy đăng ký, giấy phép kinh doanh và quyết định chấp thuận mà DN hiện có ■ % doanh nghiệp gặp khó khăn mới có đủ các loại giấy phép cần thiết <p>2 Tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <i>Tiếp cận đất đai</i> <ul style="list-style-type: none"> - % doanh nghiệp có giấy chứng nhận quyền sử dụng đất hoặc đang trong quá trình chờ nhận - Khả năng mở rộng kinh doanh nếu để có mặt bằng kinh doanh hơn - % doanh nghiệp thuê lại đất từ DNNN - Đánh giá của doanh nghiệp về nỗ lực của chính quyền tỉnh trong việc chuyển đổi mục đích sử dụng đất nông nghiệp - % diện tích đất có GCNQSD đất* ■ <i>Bảo đảm thời hạn thuế đất</i> <ul style="list-style-type: none"> - Rủi ro mặt bằng kinh doanh do bị chính quyền thu hồi cho mục đích khác - Đánh giá về mức thỏa đáng của số tiền bồi thường - Rủi ro về thay đổi các điều kiện cho thuê - Đánh giá về tính công bằng trong cách thức giải quyết tranh chấp về hợp đồng thuê - Thời hạn thuê <p>3 Tính minh bạch và tiếp cận thông tin</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <i>Tính minh bạch #</i> <ul style="list-style-type: none"> - Tính minh bạch của các tài liệu kế hoạch - Tính minh bạch của các quyết định, nghị định ■ <i>Tính công bằng và sự ổn định trong việc áp dụng các quy định</i> <ul style="list-style-type: none"> - Vai trò của các "mối quan hệ" để có được các tài liệu kế hoạch của tỉnh - Vai trò của gia đình và bạn bè khi thương lượng với cán bộ nhà nước - Thương lượng với cán bộ thuế là phần thiết yếu trong hoạt động kinh doanh ■ <i>Khả năng có thể dự đoán và tính ổn định của các quy định, chính sách</i> <ul style="list-style-type: none"> - Khả năng có thể dự đoán được của hoạt động thực thi pháp luật của tỉnh - Tính có trao đổi ý kiến với doanh nghiệp về những thay đổi trong các quy định pháp luật - Chất lượng dịch vụ tư vấn do cơ quan của tỉnh cung cấp về thông tin pháp luật ■ <i>Tính cởi mở</i>: Đánh giá trang web của tỉnh. <i>Lưu ý: Chỉ tiêu này có hệ số là 40% khi tính điểm chỉ số thành phần này.</i> <p>4 Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Số ngày làm việc với chính quyền địa phương giảm đi sau khi có Luật Doanh nghiệp ■ % doanh nghiệp sử dụng hơn 10% quỹ thời gian để làm việc với chính quyền ■ Số cuộc thanh tra và số giờ làm việc với thanh tra thuế ■ Tỷ lệ giảm số cuộc thanh tra sau khi có Luật Doanh nghiệp <p>Chú thích:</p> <p>* Từ nguồn dữ liệu cứng</p> <p># Kết quả từ phân tích yếu tố</p> <p>Khi tính điểm của từng chỉ số thành phần, các chỉ tiêu chính có trọng số bằng nhau trừ phi có lưu ý riêng. Các chỉ tiêu mới của PCI 2006 được đánh dấu bằng màu thẫm</p>	<p>5 Chi phí không chính thức</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Các chi phí không chính thức là cản trở chính đối với hoạt động kinh doanh ■ Các doanh nghiệp cùng ngành đều trả chi phí không chính thức ■ % doanh nghiệp tốn hơn 10% doanh thu cho các loại chi phí không chính thức ■ Cán bộ tỉnh sử dụng các quy định riêng của địa phương với mục đích trục lợi ■ Công việc được giải quyết sau khi đã chi trả chi phí không chính thức <p>6 Ưu đãi đối với DNNN (Môi trường cạnh tranh)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <i>Đánh giá của doanh nghiệp</i> <ul style="list-style-type: none"> - Tính ưu đãi đối với DNNN - Tính ưu đãi doanh nghiệp cổ phần hóa - Thái độ của tỉnh đối với doanh nghiệp tư nhân - Thái độ đối với DNTN đang được cải thiện - Những đóng góp về tài chính ảnh hưởng đến thái độ đối với DNTN - Đánh giá của doanh nghiệp đối với nỗ lực thực hiện cổ phần hóa của tỉnh ■ <i>Điểm số liệu cứng về ưu đãi đối với DNNN</i> <ul style="list-style-type: none"> - Tương quan tỷ lệ giữa tỷ trọng nợ của DNNN do địa phương quản lý trong tổng số nợ của các doanh nghiệp của tỉnh so với tỷ trọng doanh thu của DNNN do địa phương quản lý trong tổng doanh thu của các doanh nghiệp của tỉnh* - % thay đổi về số lượng DNNN do địa phương quản lý (2000-2004)* - Tỷ trọng dự nợ cho vay của các ngân hàng thương mại quốc doanh cho DNNN* <p>7 Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Tính triển khai tốt các quy định của Trung ương ■ Tính sáng tạo và sáng suốt trong việc giải quyết những trở ngại đối với cộng đồng doanh nghiệp ■ Tính có sáng kiến tốt nhưng còn nhiều cản trở ở Trung ương ■ Không có sáng kiến nào ở cấp tỉnh ■ Tính tham khảo ý kiến của doanh nghiệp khi xây dựng các quy định <p>8 Chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <i>Đánh giá chất lượng dịch vụ công</i> <ul style="list-style-type: none"> - Thông tin thị trường và xúc tiến thương mại - Công nghệ và các dịch vụ liên quan đến công nghệ - Thông tin tìm kiếm đối tác kinh doanh, đầu tư cho các nhà sản xuất địa phương - Xúc tiến xuất khẩu và hội chợ thương mại - Khu công nghiệp ■ <i>Các chỉ tiêu từ dữ liệu cứng</i> <ul style="list-style-type: none"> - Số lượng hội chợ thương mại do tỉnh tổ chức (2004-2005)* <p>9 Đào tạo lao động</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Chất lượng dịch vụ giáo dục do các cơ quan của tỉnh cung cấp ■ Chất lượng dịch vụ đào tạo nghề cho người lao động do các cơ quan của tỉnh cung cấp ■ Chất lượng dịch vụ tuyển dụng và môi giới lao động do các cơ quan của tỉnh thực hiện ■ Số lượng trường dạy nghề, có điều chỉnh theo số dân của từng tỉnh* <p>10 Thiết chế pháp lý</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Hệ thống pháp lý tạo ra cơ chế để doanh nghiệp có thể khởi kiện hành vi tham nhũng của cán bộ công quyền ■ Lòng tin của doanh nghiệp vào thiết chế pháp lý ■ Chủ yếu sử dụng thiết chế pháp lý để giải quyết tranh chấp ■ Số vụ tranh chấp (mà bên nguyên không phải là DNNN hay DN có vốn đầu tư nước ngoài) bình quân trên 100 doanh nghiệp đang hoạt động <p><i>Lưu ý: Ba chỉ tiêu mấu chốt đầu tiên có hệ số 60%, một chỉ tiêu cứng cuối cùng có hệ số 40% khi tính điểm chỉ số thành phần này.</i></p>
---	--

PHỤ LỤC 2

Điểm các chỉ số thành phần PCI-2006 của các tỉnh, thành phố

Tỉnh, thành phố	Chỉ số gia nhập thị trường	Thấp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất	Tính minh bạch và tiếp cận thông tin	Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước	Chỉ phí không chính thức	Ưu đãi đối với DNNN (Môi trường cạnh tranh)	Tính năng động và tiến phong của lãnh đạo tỉnh	Chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân	Đào tạo lao động	Thiết chế pháp lý	Chỉ số PCI 2006 (đã có trọng số)
1 Bình Dương	8,49	6,21	8,50	7,12	6,46	7,24	9,08	8,86	6,52	5,46	76,23
2 Đà Nẵng	9,17	4,70	7,68	5,83	6,18	6,47	6,38	9,62	9,60	6,38	75,39
3 Bình Định	7,16	6,86	7,97	4,93	6,88	7,50	6,64	8,15	6,18	3,95	66,49
4 Vĩnh Long	8,44	6,80	6,25	4,91	6,80	7,33	5,10	7,50	7,96	4,86	64,87
5 Đồng Nai	7,02	6,27	6,18	4,95	6,99	6,31	6,00	7,76	8,45	3,79	64,64
6 Lào Cai	7,78	5,93	7,80	4,33	6,78	8,40	6,59	7,01	6,46	3,52	64,11
7 TP.HCM	7,07	5,07	6,97	5,12	6,02	6,35	6,18	7,63	7,35	3,81	63,39
8 Vĩnh Phúc	7,31	6,30	6,27	3,25	6,13	6,36	7,74	6,31	6,98	4,03	61,27
9 An Giang	7,64	6,37	6,64	4,57	7,00	6,43	7,59	7,06	4,55	3,38	60,45
10 Cần Thơ	6,55	6,70	6,83	4,87	5,70	6,57	3,52	8,68	5,56	3,80	58,30
11 Đồng Tháp	7,92	6,38	5,81	3,87	7,44	7,43	6,06	6,30	6,14	3,20	58,13
12 Yên Bái	7,20	6,32	5,99	5,70	6,90	8,30	6,38	4,49	5,12	3,81	56,85
13 Trà Vinh	6,85	6,35	5,79	3,81	6,86	6,46	6,31	6,14	5,85	3,63	56,83
14 Quảng Nam	7,76	5,55	4,44	4,32	5,27	6,96	6,61	5,26	5,70	6,31	56,42
15 Bắc Giang	8,18	6,01	5,81	4,78	6,32	6,66	4,88	5,31	6,41	4,00	55,99
16 Hưng Yên	6,65	6,91	6,49	5,36	7,64	7,82	5,82	5,53	3,89	3,52	55,97
17 BRVT	7,49	5,38	5,43	5,59	5,85	5,70	5,46	5,82	5,56	4,73	55,95
18 Ninh Bình	7,87	5,92	5,11	5,87	6,29	6,17	5,64	4,78	6,60	3,63	55,82
19 Sóc Trăng	7,82	7,98	5,78	4,00	6,30	7,20	7,31	4,50	4,16	4,06	55,34
20 Khánh Hòa	8,23	5,30	6,02	5,37	6,51	6,36	5,11	6,12	5,08	3,27	55,33
21 Phú Yên	8,83	7,03	6,09	2,64	5,35	6,58	5,09	6,49	5,44	3,73	54,93
22 Bắc Ninh	7,25	6,06	6,09	3,04	6,24	6,76	5,75	4,60	6,53	4,14	54,79
23 Nghệ An	7,85	5,56	5,78	5,06	6,29	6,15	4,69	4,28	6,53	4,53	54,43
24 Phú Thọ	8,32	6,50	5,35	4,73	6,61	6,96	4,59	5,70	5,56	3,70	54,42
25 Quảng Ninh	6,81	6,31	4,77	4,74	6,47	6,46	6,03	5,25	4,74	4,30	53,25
26 Bến Tre	7,65	6,20	4,90	3,73	8,35	5,99	6,38	4,42	5,47	3,54	53,11
27 Gia Lai	7,08	6,16	6,03	3,26	7,32	6,36	4,91	5,77	5,06	3,68	53,06
28 Thái Nguyên	7,02	5,66	6,08	3,66	6,18	6,66	3,53	5,25	6,64	4,05	52,71
29 Hải Dương	6,19	6,15	5,81	4,23	5,70	7,28	5,84	5,09	4,52	3,91	52,70
30 Bình Thuận	6,39	5,92	6,71	4,22	7,27	7,06	4,47	4,58	5,64	3,02	52,66
31 Hậu Giang	7,67	6,01	5,12	3,97	7,74	6,08	6,79	3,98	4,67	4,06	52,61
32 Lâm Đồng	7,20	6,97	5,54	4,83	6,56	6,37	3,82	6,39	4,19	3,93	52,25

Tỉnh, thành phố	Chi phí gia nhập thị trường	Tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất	Tình minh bạch và tiếp cận thông tin	Chi phí bồi gian các quy định của Nhà nước	Chi phí không chính thức	Ưu đãi đối với DNNN (Môi trường cạnh tranh)	Tình năng động và tiến bộ của lĩnh vực kinh tế	Chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân	Đào tạo lao động	Thiết chế pháp lý	Chỉ số PCI 2006 (đã có trọng số)	
33	Tiền Giang	5,85	6,43	4,48	4,59	7,25	6,65	5,31	5,76	5,05	3,60	52,18
34	Quảng Trị	8,83	5,67	4,93	4,79	6,52	6,85	4,26	4,12	6,78	3,32	52,18
35	Đắk Lắk	6,48	5,95	4,99	4,83	6,03	6,74	5,87	5,27	4,19	3,74	51,65
36	Kiên Giang	7,87	7,72	4,86	4,42	6,63	6,01	5,60	4,88	3,89	3,89	51,27
37	Thái Bình	6,89	5,46	5,27	6,13	6,62	7,17	4,81	3,73	5,13	2,92	50,54
38	TT-Huế	7,52	4,99	5,43	4,40	5,98	6,23	4,63	4,68	5,79	2,98	50,53
39	Long An	7,88	7,07	3,62	3,88	5,68	7,02	5,59	5,63	4,85	3,16	50,40
40	Hà Nội	5,73	4,19	5,60	5,25	5,21	4,70	4,23	6,12	5,24	3,39	50,34
41	Hòa Bình	6,62	6,57	5,13	5,02	7,39	7,30	4,61	3,51	5,16	3,62	50,17
42	Hải Phòng	7,38	4,48	6,07	4,41	5,54	5,85	3,76	4,98	5,83	2,98	49,98
43	Lạng Sơn	6,87	4,39	5,65	5,17	6,21	6,50	3,30	5,20	5,07	3,65	49,64
44	Nam Định	7,40	5,71	3,63	4,84	6,65	7,54	5,16	4,75	4,48	3,37	48,89
45	Bắc Kạn	7,21	4,34	3,18	4,60	6,47	7,04	4,02	3,28	6,21	6,55	48,73
46	Hà Giang	7,39	6,19	5,03	3,44	6,01	6,44	4,92	4,87	4,52	3,04	48,49
47	Tây Ninh	8,49	6,26	4,56	3,70	6,12	6,06	4,11	4,42	4,30	5,09	48,36
48	Quảng Bình	8,02	6,07	5,46	4,05	7,22	6,17	3,55	3,84	4,92	3,46	47,90
49	Hà Nam	6,58	5,58	6,48	3,90	6,51	6,29	4,79	4,39	2,87	3,09	47,27
50	Tuyên Quang	8,59	5,13	4,04	4,09	6,47	7,02	4,57	5,30	3,43	3,50	47,21
51	Cao Bằng	7,65	4,83	4,62	4,70	6,30	7,44	4,38	3,07	5,10	3,07	46,63
52	Bình Phước	4,96	6,82	4,36	5,28	6,12	6,37	4,72	4,36	4,13	2,52	46,29
53	Ninh Thuận	7,50	6,66	5,39	3,48	6,08	5,52	2,60	3,84	5,50	3,47	45,82
54	Thanh Hóa	7,83	5,95	4,63	4,73	5,24	6,79	3,11	4,61	3,73	3,53	45,30
55	Sơn La	7,78	5,94	3,95	3,50	5,82	7,40	4,37	4,65	3,44	3,63	45,22
56	Quảng Ngãi	6,73	5,99	5,24	4,42	5,44	5,79	2,36	4,57	4,94	2,13	44,20
57	Cà Mau	5,99	5,74	5,07	4,33	6,97	5,73	4,10	3,47	3,65	3,00	43,99
58	Bạc Liêu	5,67	6,91	2,53	4,24	6,34	5,60	4,17	4,32	4,30	3,41	42,89
59	Hà Tĩnh	7,36	5,93	2,86	4,93	5,05	6,22	3,09	3,99	5,10	2,59	42,35
60	Điện Biên	8,82	5,72	4,38	4,19	6,45	5,60	3,24	3,42	3,50	2,99	42,28
61	Kon Tum	8,73	4,95	4,28	3,22	5,17	6,09	3,43	3,33	3,60	3,74	41,38
62	Hà Tây	6,12	4,92	5,56	4,28	5,07	6,70	2,53	3,60	2,92	3,13	40,73
63	Đắk Nông	5,56	4,82	2,15	3,81	6,66	5,07	4,15	2,40	4,11	4,83	38,91
64	Lai Châu	7,99	3,84	2,46	3,06	5,20	7,10	4,32	2,96	1,99	4,05	36,76

PHỤ LỤC 3

I- Giá trị của các biến số trong mô hình (i)

TT	Tỉnh	FDIDS	WP
1	Quang Ninh	538,45	53,25
2	Hai Duong	424,00	52,70
3	Tay Ninh	385,56	48,35
4	Khanh Hoa	361,50	55,33
5	Phu Yen	292,03	54,93
6	Kien Giang	278,81	51,27
7	Bac Ninh	271,49	54,79
8	Phu Tho	218,12	54,42
9	Thai Nguyen	191,67	52,71
10	TT-Hue	185,11	50,53
11	Lam Dong	182,16	52,25
12	Lang Son	121,55	49,64
13	Quang Tri	65,08	52,18
14	Bac Kan	58,77	48,73
15	Binh Phuoc	56,22	46,29

TT	Tỉnh	FDIDS	WP
16	Ninh Thuan	54,93	45,82
17	Hoa Binh	51,85	50,17
18	Tien Giang	48,87	52,18
19	Kon Tum	41,19	41,38
20	Quang Binh	38,88	47,90
21	Tuyen Quang	36,21	47,21
22	Nam Dinh	35,74	48,89
23	Bac Lieu	32,03	42,89
24	Quang Ngai	30,54	44,20
25	Ha Tinh	29,22	42,35
26	Son La	25,77	45,22
27	Dak Nong	21,65	38,91
28	Cao Bang	21,29	46,63
29	Thai Binh	19,10	50,54
30	Ha Nam	11,22	47,27

(Nguồn: tính toán của tác giả và báo cáo PCI 2006)

Kết quả hồi quy Eviews:

Dependent Variable: FDIDS

Method: Least Squares

Date: 01/19/07 Time: 19:19

Sample: 1 30

Included observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-921.2218	241.7462	-3.810697	0.0007
WP	21.62503	4.918902	4.396313	0.0001
R-squared	0.408379	Mean dependent var		137.6333
Adjusted R-squared	0.387249	S.D. dependent var		145.4648
S.E. of regression	113.8675	Akaike info criterion		12.37229
Sum squared resid	363042.6	Schwarz criterion		12.46570
Log likelihood	-183.5843	F-statistic		19.32757
Durbin-Watson stat	0.684711	Prob(F-statistic)		0.000144

Mô hình có p-value nhỏ hơn 5% nên các biến có ý nghĩa về mặt thống kê, mặc dù R^2 chỉ 0,41 nhưng chúng tỏ có sự tương quan giữa thu hút đầu tư và điểm PCI 2006 tổng cộng có trọng số.

Kiểm tra có hiện tượng HET (phương sai sai số thay đổi) theo phương pháp White: $\sigma_i^2 = \alpha_1 + \alpha_2 X_{2i} + \alpha_3 X_{3i} + \alpha_4 X_{2i}^2 + \alpha_5 X_{3i}^2 + \alpha_6 X_{2i} X_{3i} + \dots + \alpha_p Z_{pi} + v_i$.

$$\left\{ \begin{array}{l} - H_0: \alpha_2 = \alpha_3 = \dots = \alpha_p = 0 \Rightarrow \text{Không có HET} \\ - H_1: \text{tồn tại 1 } \alpha \text{ khác } 0 \Rightarrow \text{Có HET} \end{array} \right.$$

Kết quả:

White Heteroskedasticity Test:

F-statistic	0.762582	Probability	0.476246
Obs*R-squared	1.604019	Probability	0.448427

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 01/19/07 Time: 19:22

Sample: 1 30

Included observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-132818.1	450868.0	-0.294583	0.7706
WP	4888.000	18877.33	0.258935	0.7976
WP^2	-39.09056	196.5153	-0.198919	0.8438

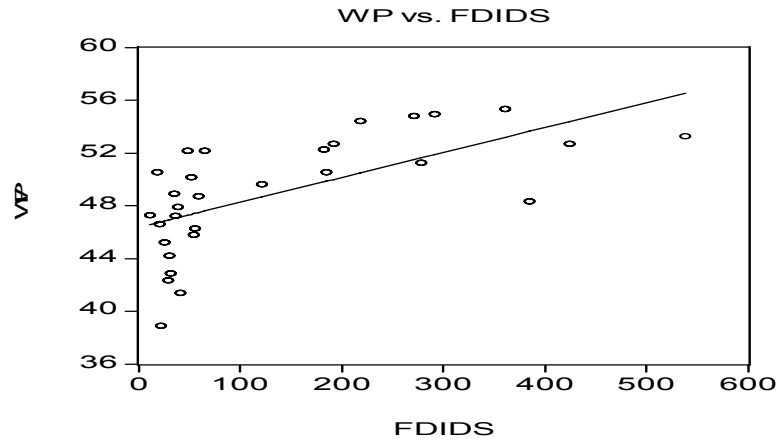
R-squared	0.053467	Mean dependent var	12101.42
Adjusted R-squared	-0.016646	S.D. dependent var	21427.05
S.E. of regression	21604.66	Akaike info criterion	22.89385
Sum squared resid	1.26E+10	Schwarz criterion	23.03396
Log likelihood	-340.4077	F-statistic	0.762582
Durbin-Watson stat	0.807381	Prob(F-statistic)	0.476246

p-value của Obs*R-squared là $0.448427 > \alpha = 5\%$. Như vậy là chấp nhận H_0 , không có hiện tượng phương sai sai số thay đổi trong mô hình.

II- Giá trị của các biến số trong mô hình (ii)

TT	Tỉnh	FDIDS	EC	LA	TA	TC	IC	SB	PA	PS	LT	LI
1	QuangNinh	538,45	6,81	6,31	4,77	4,74	6,47	6,46	6,03	5,25	4,74	4,30
2	Hai Duong	424,00	6,19	6,15	5,81	4,23	5,70	7,28	5,84	5,09	4,52	3,91
3	Tay Ninh	385,56	8,49	6,26	4,56	3,70	6,12	6,06	4,11	4,42	4,30	5,09
4	Khanh Hoa	361,50	8,23	5,30	6,02	5,37	6,51	6,36	5,11	6,12	5,08	3,27
5	Phu Yen	292,03	8,83	7,03	6,09	2,64	5,35	6,58	5,09	6,49	5,44	3,73
6	Kien Giang	278,81	7,87	7,72	4,86	4,42	6,63	6,01	5,60	4,88	3,89	3,89
7	Bac Ninh	271,49	7,25	6,06	6,09	3,04	6,24	6,76	5,75	4,60	6,53	4,14
8	Phu Tho	218,12	8,32	6,50	5,35	4,73	6,61	6,96	4,59	5,70	5,56	3,70
9	Thai Nguyen	191,67	7,02	5,66	6,08	3,66	6,18	6,66	3,53	5,25	6,64	4,05
10	TT-Hue	185,11	7,52	4,99	5,43	4,40	5,98	6,23	4,63	4,68	5,79	2,98
11	Lam Dong	182,16	7,20	6,97	5,54	4,83	6,56	6,37	3,82	6,39	4,19	3,93
12	Lang Son	121,55	6,87	4,39	5,65	5,17	6,21	6,50	3,30	5,20	5,07	3,65
13	Quang Tri	65,08	8,83	5,67	4,93	4,79	6,52	6,85	4,26	4,12	6,78	3,32
14	Bac Kan	58,77	7,21	4,34	3,18	4,60	6,47	7,04	4,02	3,28	6,21	6,55
15	Binh Phuoc	56,22	4,96	6,82	4,36	5,28	6,12	6,37	4,72	4,36	4,13	2,52
16	Ninh Thuan	54,93	7,50	6,66	5,39	3,48	6,08	5,52	2,60	3,84	5,50	3,47
17	Hoa Binh	51,85	6,62	6,57	5,13	5,02	7,39	7,30	4,61	3,51	5,16	3,62
18	Tien Giang	48,87	5,85	6,43	4,48	4,59	7,25	6,65	5,31	5,76	5,05	3,60
19	Kon Tum	41,19	8,73	4,95	4,28	3,22	5,17	6,09	3,43	3,33	3,60	3,74
20	QuangBinh	38,88	8,02	6,07	5,46	4,05	7,22	6,17	3,55	3,84	4,92	3,46
21	TuyenQuang	36,21	8,59	5,13	4,04	4,09	6,47	7,02	4,57	5,30	3,43	3,50
22	Nam Dinh	35,74	7,40	5,71	3,63	4,84	6,65	7,54	5,16	4,75	4,48	3,37
23	Bac Lieu	32,03	5,67	6,91	2,53	4,24	6,34	5,60	4,17	4,32	4,30	3,41
24	Quang Ngai	30,54	6,73	5,99	5,24	4,42	5,44	5,79	2,36	4,57	4,94	2,13
25	Ha Tinh	29,22	7,36	5,93	2,86	4,93	5,05	6,22	3,09	3,99	5,10	2,59
26	Son La	25,77	7,78	5,94	3,95	3,50	5,82	7,40	4,37	4,65	3,44	3,63
27	Dak Nong	21,65	5,56	4,82	2,15	3,81	6,66	5,07	4,15	2,40	4,11	4,83
28	Cao Bang	21,29	7,65	4,83	4,62	4,70	6,30	7,44	4,38	3,07	5,10	3,07
29	Thai Binh	19,10	6,89	5,46	5,27	6,13	6,62	7,17	4,81	3,73	5,13	2,92
30	Ha Nam	11,22	6,58	5,58	6,48	3,90	6,51	6,29	4,79	4,39	2,87	3,09

(Nguồn: tính toán của tác giả và báo cáo PCI 2006)



Kết quả hồi quy Eviews:

Dependent Variable: FDIDS

Method: Least Squares

Date: 01/19/07 Time: 19:49

Sample: 1 30

Included observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-316.1447	299.5678	-1.055336	0.3045
EC	20.38626	17.48223	1.166113	0.2580
LA	28.78051	22.45123	1.281912	0.2153
TA	49.44259	17.96101	2.752773	0.0127
TC	65.31093	26.72944	2.443408	0.0245
IC	-117.1851	33.67204	-3.480191	0.0025
SB	-86.38422	31.40534	-2.750622	0.0127
PA	92.26868	21.57821	4.276012	0.0004
PS	25.29185	20.45699	1.236343	0.2314
LT	11.80823	17.28919	0.682984	0.5029
LI	91.94483	23.57032	3.900873	0.0010
R-squared	0.797929	Mean dependent var	137.6333	
Adjusted R-squared	0.691576	S.D. dependent var	145.4648	
S.E. of regression	80.78524	Akaike info criterion	11.89804	
Sum squared resid	123998.8	Schwarz criterion	12.41181	
Log likelihood	-167.4706	F-statistic	7.502638	
Durbin-Watson stat	0.961934	Prob(F-statistic)	0.000096	

$R^2 = 0.80$, tuy nhiên có nhiều biến không có ý nghĩa thống kê.

Để mô hình có ý nghĩa hơn ta phải tiến hành bỏ bớt các biến ít có ý nghĩa thống kê theo phương pháp KITCHEN SINK và mô hình được chọn cuối cùng R là :

Dependent Variable: FDIDS
 Method: Least Squares
 Date: 01/19/07 Time: 20:06
 Sample: 1 30
 Included observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	117.2238	244.7219	0.479008	0.6365
TA	69.10918	15.88343	4.351025	0.0002
TC	56.56878	26.41316	2.141689	0.0430
IC	-123.3981	34.47499	-3.579350	0.0016
SB	-85.49295	30.58597	-2.795169	0.0103
PA	102.0019	20.38424	5.003958	0.0000
LI	89.82901	22.98642	3.907916	0.0007
R-squared	0.720203	Mean dependent var	137.6333	
Adjusted R-squared	0.647213	S.D. dependent var	145.4648	
S.E. of regression	86.40014	Akaike info criterion	11.95682	
Sum squared resid	171694.6	Schwarz criterion	12.28377	
Log likelihood	-172.3523	F-statistic	9.867077	
Durbin-Watson stat	0.942148	Prob(F-statistic)	0.000020	

$R^2 = 0,72$ và các biến đều có ý nghĩa thống kê ở mức 95%.

Với kiểm định Wald để bỏ bớt các biến LT, PS, EC và LA

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0 : c(10)=c(9)=c(2)=c(3)=0 \\ H_1 : \text{Không phải tất cả đều bằng zero} \end{array} \right.$$

Kết quả kiểm định bằng Eviews:

Wald Test:

Equation: Untitled

Test Statistic	Value	df	Probability
F-statistic	1.827074	(4, 19)	0.1653
Chi-square	7.308296	4	0.1205

Null Hypothesis Summary:

Normalized Restriction (= 0)	Value	Std. Err.
C(10)	11.80823	17.28919
C(9)	25.29185	20.45699
C(2)	20.38626	17.48223
C(3)	28.78051	22.45123

Restrictions are linear in coefficients.

Với p-value của F-statistics là $0.1653 > 5\%$. Như vậy, không bác bỏ H_0 nghĩa là chọn mô hình R.

Kiểm tra có hiện tượng HET (phương sai sai số thay đổi) theo phương pháp White: $\sigma_i^2 = \alpha_1 + \alpha_2 X_{2i} + \alpha_3 X_{3i} + \alpha_4 X_{2i}^2 + \alpha_5 X_{3i}^2 + \alpha_6 X_{2i} X_{3i} + \dots + \alpha_p Z_{pi} + v_i$.

$$\left\{ \begin{array}{l} - H_0: \alpha_2 = \alpha_3 = \dots = \alpha_p = 0 \Rightarrow \text{Không có HET} \\ H_1: \text{tồn tại 1 } \alpha \text{ khác } 0 \Rightarrow \text{Có HET} \end{array} \right.$$

Kết quả:

White Heteroskedasticity Test:

F-statistic	0.585087	Probability	0.825568
Obs*R-squared	8.768616	Probability	0.722556

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 01/19/07 Time: 21:54

Sample: 1 30

Included observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-155240.6	368348.4	-0.421450	0.6787
TA	-5390.799	17167.80	-0.314006	0.7573
TA^2	764.4953	1801.110	0.424458	0.6766
TC	-3660.566	26105.36	-0.140223	0.8901
TC^2	510.9270	2910.052	0.175573	0.8627
IC	19601.94	67809.26	0.289075	0.7760
IC^2	-1479.872	5302.024	-0.279115	0.7835
SB	41708.20	86516.97	0.482081	0.6359
SB^2	-3435.179	6524.024	-0.526543	0.6053
PA	3998.152	23098.75	0.173090	0.8646
PA^2	-129.9206	2543.563	-0.051078	0.9599
LI	-17445.19	17612.79	-0.990484	0.3358
LI^2	2435.610	1996.643	1.219853	0.2392

R-squared	0.292287	Mean dependent var	5723.155
Adjusted R-squared	-0.207275	S.D. dependent var	9603.530
S.E. of regression	10551.98	Akaike info criterion	21.66470
Sum squared resid	1.89E+09	Schwarz criterion	22.27188
Log likelihood	-311.9705	F-statistic	0.585087
Durbin-Watson stat	1.043153	Prob(F-statistic)	0.825568

p-value của Obs*R-squared là $0,722556 > \alpha=5\%$. Như vậy là chấp nhận H_0 , không có hiện tượng phương sai sai số thay đổi trong mô hình.

PHỤ LỤC 4

Quy hoạch các khu và cụm, điểm công nghiệp của Lâm Đồng đến 2020

+ **Khu công nghiệp Phú Hội:** có diện tích 194,75 ha đặt tại huyện Đức Trọng, là địa bàn thuận lợi về cơ sở hạ tầng, giao thông và khoảng cách cung ứng từ các vùng nguyên liệu. Cách thành phố Đà Lạt 35 km về hướng Đông Bắc và cách thị xã Bảo Lộc 80 km về hướng Tây-Tây Nam; cách sân bay Liên Khương 3km; nằm sát quốc lộ 20 giữa Đà Lạt và Dầu Giây đang được đầu tư xây dựng đường cao tốc, thuận tiện giao thông đi TPHCM và các tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu, duyên hải miền Trung và Tây Nguyên; cách cảng biển Bình Thuận 130km. Khu công nghiệp Phú Hội thu hút các dự án đầu tư thuộc các nhóm ngành nghề: Sản xuất các sản phẩm du lịch, công nghiệp chế biến thực phẩm rau quả, thủy sản, đường, rượu, bánh mứt, kẹo, công nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng, gạch cao cấp, chế biến lâm sản các sản phẩm gỗ, ván ép, công nghệ luyện kim, hóa chất, thuốc da, cao dán, sản xuất bao bì catton, diatomit, thiếc.

Rất thuận lợi về hạ tầng điện, nước, thông tin liên lạc, quy hoạch kiến trúc cảnh quan môi trường và lao động tại chỗ.

Giá thuê đất: 0,12 USD /m² /năm. Phí sử dụng hạ tầng 0,16 USD /m² /năm. Mô đun xí nghiệp công nghiệp từ 0,5 đến 2 ha. Thời gian hoạt động 50 năm kể từ 2005.

+ **Khu công nghiệp Lộc Sơn:** đặt tại thị xã Bảo Lộc, có diện tích khoảng 185 ha, cách thành phố Đà Lạt 110 km về hướng Đông Bắc, quốc lộ 55 nối với tỉnh Bình Thuận về phía Tây và cách thành phố Hồ Chí Minh 200 km về hướng Tây Nam. Khu công nghiệp Lộc Sơn nằm ở trung tâm của vùng cây công nghiệp, cây lương thực và công nghiệp khai khoáng bauxite, cao lanh, đá granít, thu hút các dự án đầu tư thuộc các nhóm ngành nghề: công nghiệp chế biến khoáng sản, công nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng, công nghiệp chế biến nông sản-thực phẩm, dệt may, cơ khí chính xác, điện tử, hoá chất, ngành giấy.

Đảm bảo về cơ sở hạ tầng công nghiệp, môi trường khí hậu thủy văn và lao động tại chỗ. Giá thuê đất 0,15 USD /m² /năm. Phí sử dụng hạ tầng 0,16 USD /m²

/năm. Các dự án đầu tư trước năm 2006 được miễn phí sử dụng cơ sở hạ tầng trong 5 năm. Mô đun xí nghiệp công nghiệp từ 0,5 đến 4 ha. Thời gian hoạt động 50 năm kể từ 2004.

+ Các Cụm, Điểm Công nghiệp:

- **Cụm công nghiệp Tân Phú (Chirong) – huyện Đức Trọng:** cách quốc lộ 20 khoảng 600m, cách quốc lộ 27 khoảng 7Km, nằm tiếp giáp với trục giao thông nội bộ đô thị dự kiến theo quy hoạch xây dựng Thị trấn Liên Nghĩa, diện tích 75ha. Định hướng ngành nghề: CN cơ khí, TTCN, chế biến nông lâm sản, thực phẩm, CN may mặc.

- **Cụm công nghiệp Gia Hiệp (huyện Di Linh):** Tại khu vực Gia Lành - Gia Hiệp, cạnh quốc lộ 20, diện tích: 65ha. Định hướng ngành: CN chế biến nông lâm sản, thực phẩm, cơ khí nhỏ và TTCN, dệt may.

- **Cụm công nghiệp Tân Châu (huyện Di Linh):** Tại khu vực Xã Tân Châu, nằm tiếp giáp với quốc lộ 28, cách quốc lộ 20 khoảng 3Km, diện tích: 90ha. Định hướng ngành: Công nghiệp chế biến nông lâm sản, thực phẩm, dệt may, cơ khí nhỏ và vừa TTCN.

- **Cụm công nghiệp Đình Văn (huyện Lâm Hà):** diện tích: 30 ha. Định hướng phát triển: Công nghiệp chế biến nông sản, sản xuất VLXD.

- **Cụm công nghiệp Ka Đô (huyện Đơn Dương):** diện tích: 42,7 ha có thể mở rộng quy mô lên: 70ha, cách sông Đa nhim 250 – 500m, tiếp giáp với Tỉnh lộ 413 có lộ giới 27m và cách QL 20 1Km. Định hướng phát triển công nghiệp chế biến nông, lâm sản, thực phẩm CN cơ khí nhỏ, TTCN, CN tiêu dùng...

- **Cụm công nghiệp Lộc Tiến (thị xã Bảo Lộc):** diện tích là 50 ha. Định hướng phát triển công nghiệp chế biến nông sản.

- **Cụm công nghiệp Lộc Thắng (huyện Bảo Lâm):** diện tích khoảng: 35 ha. Định hướng phát triển công nghiệp chế biến nông sản.

- **Cụm công nghiệp Lộc An (huyện Bảo Lâm):** diện tích: 27 ha. Định hướng phát triển công nghiệp chế biến nông sản.

- **Cụm công nghiệp Hà Lâm (huyện Đạ Huoai):** Cách QL 20 250m, diện tích: 50 ha. Định hướng phát triển: CN chế biến nông lâm sản, thực phẩm, CN sản xuất VLXD, may mặc, CN cơ khí nhỏ và TTCN.
- **Cụm công nghiệp Thôn 9 TT Đạ Tẻh (huyện Đạ Tẻh):** chạy dọc Tỉnh lộ 725, diện tích; 50 ha. Định hướng phát triển: CN biến nông lâm sản, thực phẩm, CN cơ khí nhỏ, TTCN, và CN may mặc.
- **Cụm công nghiệp Đức Phổ (Cát Tiên):** tiếp giáp với Tỉnh lộ 721. diện tích: 50 ha. Định hướng phát triển công nghiệp chế biến nông lâm sản, cơ khí nhỏ và TTCN.
- **Cụm công nghiệp Phát Chi (TP Đà Lạt):** diện tích: 28.4 ha. Định hướng phát triển công nghiệp chế biến, công nghiệp sạch.
- **Trung tâm nghiên cứu công nghệ cao, công viên phần mềm Đà Lạt.**

PHỤ LỤC 5

DANH MỤC DỰ ÁN KÊU GỌI ĐẦU TƯ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÂM ĐỒNG GIAI ĐOẠN 2006 – 2010 (Ban hành kèm theo Quyết định số 208/2005/QĐ-UBND ngày 10/11/2005 của UBND tỉnh Lâm Đồng)

I. DỰ ÁN THUỘC LĨNH VỰC DU LỊCH – DỊCH VỤ:

STT	Tên dự án	Địa điểm	Quy mô vốn ĐT (tỷ đồng)	Diện tích (ha)
1	KDL sinh thái kết hợp NNCNC	Gồm lô số 4 và lô số 9, khu Ấp Lát, xã Đa Sar, huyện Lạc Dương	Tối thiểu 50 tỷ đồng	- Lô số 4 : 22,88 ha - Lô số 9 : 55,81 ha
2	KDL sinh thái hồ Đắc Lô, huyện Cát Tiên	Xã Gia Viễn, huyện Cát Tiên	nt	219 ha, cả diện tích lòng hồ
3	Công viên vui chơi giải trí đường Bà Huyện Thanh Quan	Đường Bà Huyện Thanh Quan, phường 10, TP.Đà Lạt	110	Theo quy hoạch chi tiết Khu công viên BHTQ
4	KDL Camly – Măng lینگ	Phường 5 và phường 7, TP. Đà Lạt	830	340
5	Khu Văn hóa du lịch Langbiang.	Thị trấn Lạc Dương, huyện Lạc Dương	214	100
6	Chợ đầu mối nông sản huyện Đức Trọng	Trung tâm thị trấn Liên Nghĩa, huyện Đức Trọng	120	15,4
7	Chợ Trung tâm Bảo Lộc	Khu Hà Giang, phường 1, thị xã Bảo Lộc	40	Hiện trạng hạ tầng : đáp ứng nhu cầu
8	Trạm dừng xe Lộc Sơn	Phường Lộc Sơn, thị xã Bảo Lộc	52	nt
9	Khu khách sạn – Văn phòng cho thuê	Tại khu vực chợ cũ, phường 1, thị xã Bảo Lộc	40	01 ha, mật độ xây dựng từ 25 – 30%
10	Khu liên hợp thể thao Đà Lạt	TP. Đà Lạt	400	65
11	Bệnh viện đa khoa chất lượng cao	Thị xã Bảo Lộc	100	4

II. LĨNH VỰC CÔNG NGHIỆP – XÂY DỰNG

STT	Tên dự án	Địa điểm	Quy mô vốn ĐT (tỷ đồng)	Công suất	Diện tích (ha)
1	Khu quy hoạch dân cư đời Thánh Mẫu	Khu quy hoạch dân cư đời Thánh Mẫu, phường 7, TP.Đà Lạt	1.010		100
2	Hạ tầng kỹ thuật Cụm công nghiệp Phú Hội	Khu quy hoạch Cụm CN Phú Hội, huyện Đức Trọng	88,5		Giai đoạn I : 93,35
3	Nhà máy chế biến thức ăn gia súc	Cụm CN : Phú Hội; Tân Phú, huyện Đức Trọng; Đức Phổ, huyện Cát Tiên; cụm CN thị trấn Madaguôi, huyện Đa huoi; Cụm CN huyện Lâm Hà	420.000 USD / nhà máy	20.000 tấn/năm/ nhà máy	
4	Nhà máy chế biến chè	Cụm CN Lộc Thắng và Lộc An, huyện Bảo Lâm	3.000.000 USD /nhà máy	40 tấn chè búp tươi /ngày /nhà máy	Giao thông, điện thuận lợi
5	Nhà máy chế biến sữa	Khu CN Lộc Sơn, thị xã Bảo Lộc	3.000.000 USD	10 triệu lít sữa tươi/năm	nt
6	Trồng dâu, nuôi tằm và sản xuất các sản phẩm từ tơ tằm	Các xí nghiệp của tổng Cty Dâu tằm tơ Việt nam tại thị xã Bảo Lộc	Theo thỏa thuận	Theo thỏa thuận	Triển khai hợp tác với nông dân tại các huyện
7	Nhà máy chế biến cà phê	Cụm CN Tân Châu và Gia Hiệp, huyện Di Linh; Khu CN Lộc Sơn, thị xã Bảo Lộc.	95	20.000 tấn cà phê nhân/ năm	Giao thông, điện thuận lợi
8	Sản xuất đồ mộc tinh chế	Cụm CN Tân Châu và Gia Hiệp, huyện Di Linh; Xưởng chế biến gỗ Cty Lâm sản thuộc địa bàn xã Phú Hội, huyện Đức Trọng	10 – 15 tỷ /nhà máy	1.000 – 3.000 m3 gỗ nguyên liệu/năm /nhà máy	nt
9	Chế biến trái cây, nước giải khát, bảo quản trái cây	Cụm CN Ka Đô, huyện Đơn Dương; Cụm CN Hà Lâm, huyện Đa Huoi	20 tỷ /nhà máy		nt
10	Sản xuất, lắp ráp các sản phẩm cơ khí chính xác, sản phẩm điện tử	Cụm CN Phát Chi, TP. Đà Lạt	5.000.000 USD		Giao thông, điện thuận lợi

11	Chế biến gốm sứ, vật liệu chịu lửa	Cụm CN Phú Hội, huyện Đức Trọng; Khu CN Lộc Sơn, thị xã Bảo Lộc	25 tỷ/ nhà máy		nt
12	Dệt len – May mặc	Trên địa bàn TP.Đà Lạt	5.000.000 USD	01 triệu sản phẩm len/năm; 0,5 triệu sản phẩm may mặc/năm	

III. LĨNH VỰC NÔNG – LÂM NGHIỆP

STT	Tên dự án	Địa điểm	Quy mô vốn ĐT (tỷ đồng)	Diện tích (ha)
1	Trang trại sản xuất nông – lâm gắn với chăn nuôi bò chất lượng cao	35 điểm trên địa bàn 11 huyện và thị xã (10 điểm đã có dự án)	Tối thiểu 15 tỷ đồng	9.147 (phân thành 56 trang trại)
2	Sản xuất rau, hoa công nghệ cao	TP.Đà Lạt, huyện Đức Trọng, huyện Đơn Dương	Tối thiểu 10 tỷ đồng	- TP.Đà Lạt : 526 ha; - H. Đức Trọng : 571 ha; - H. Đơn Dương : 599 ha.
3	Trồng và chế biến chè chất lượng cao	Huyện Di Linh, huyện Bảo Lâm, thị xã Bảo Lộc và TP. Đà Lạt	Tối thiểu 10 tỷ đồng	- H .Di Linh : 428 ha; - H. Bảo Lâm : 2.395 ha; - TX.Bảo Lộc : 1.104 ha; - TP. Đà Lạt : 260 ha.