

Nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh nhằm phát triển thương mại tại thành phố Hà Nội

ĐÀO VĂN HÙNG

Bằng phương pháp định lượng, bài viết nghiên cứu các nhân tố chủ quan ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của Hà Nội thông qua khảo sát 950 doanh nghiệp thương mại hoạt động trên địa bàn thành phố. Kết quả của mô hình là gợi ý cho các nhà hoạch định chính sách điều chỉnh lại các điều kiện để đạt được mục tiêu thu hút đầu tư phát triển thương mại ở Hà Nội một cách hiệu quả nhất.

Từ khóa: năng lực cạnh tranh địa phương, chính quyền địa phương, yếu tố chủ quan, thu hút đầu tư, thương mại.

1. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Theo khung phân tích năng lực cạnh tranh địa phương của Porter M.E. (1990), các nhân tố nền tảng quyết định năng suất của địa phương được chia thành ba nhóm: các yếu tố lợi thế sẵn có của địa phương, như: tài nguyên thiên nhiên, vị trí địa lý, hay quy mô của địa phương; các nhân tố cấu thành nên môi trường hoạt động của doanh nghiệp hay hoạt động của chính quyền địa phương trong việc tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển; khả năng của mỗi doanh nghiệp sản xuất kinh doanh tại địa phương.

Trong thực tế, mỗi địa phương có một lợi thế riêng trong phát triển kinh tế, do đó, năng lực cạnh tranh địa phương được hiểu là năng lực riêng của từng khu vực địa lý, vùng lãnh thổ trong việc quyết định năng suất sản xuất của địa phương. Năng lực cạnh tranh địa phương được nghiên cứu dựa trên nền tảng năng lực cạnh tranh quốc gia. Theo Briguglio (2004) và Cordina (2004a,b), việc phát triển các vùng sẽ đóng góp đáng kể vào nâng cao khả năng cạnh tranh của vùng đó, từ đó giúp cho cả quốc gia trở nên mạnh mẽ hơn. Theo Snieska và Bruneckiene (2009), năng lực cạnh tranh cấp địa phương phản ánh

khả năng sử dụng những nhân tố của cạnh tranh để thực hiện và duy trì một trạng thái cạnh tranh nhất định so với những địa phương còn lại bên trong quốc gia đó.

Một cách tiếp cận khác, theo Krugman (2003), năng lực cạnh tranh của địa phương được đánh giá các yếu tố cấu thành thông qua các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh. Theo cách tiếp cận này, các tỉnh, thành sẽ cạnh tranh với nhau trong việc đưa ra môi trường kinh doanh có hiệu quả nhất, tức là tạo ra được năng suất cao nhất, trong đó khu vực công và khu vực tư đóng vai trò khác nhau nhưng có quan hệ rất mật thiết với nhau. Mỗi doanh nghiệp đóng một vai trò nhất định trong việc làm tăng cường khả năng cạnh tranh và chính quyền sẽ định hướng cho nền kinh tế phát triển thông các quyết định về chính sách và các biện pháp khuyến khích. Thành công của một nền kinh tế địa phương theo Krugman (2003), đó là cung cấp vừa đủ những mức lương hấp dẫn và/hoặc triển vọng việc làm và lợi nhuận trên vốn để thu hút vốn và lao động từ các địa phương khác.

Đào Văn Hùng, PGS. TS., Học viện Chính sách và phát triển.

Cốt lõi của năng lực cạnh tranh cấp tỉnh chính là năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp địa phương. Vị trí hay còn gọi là vị thế của địa phương tạo ra lợi thế cạnh tranh cho địa phương và quyết định sản phẩm cạnh tranh của nền kinh tế địa phương. Môi trường kinh doanh được xem là chất bôi trơn cho hoạt động của doanh nghiệp và thu hút vốn đầu tư từ bên ngoài. Ba yếu tố này chịu sự ảnh hưởng đồng thời của các nhân tố do đặc điểm địa phương quy định. Các tỉnh thành sẽ cạnh tranh với nhau trong việc đưa ra các giải pháp phù hợp với từng nhân tố ảnh hưởng để từ đó tác động đến các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của địa phương mình.

Với hướng tiếp cận tương tự, bài viết dựa vào ý kiến khảo sát từ các doanh nghiệp thương mại tại Hà Nội và những dữ liệu thống kê có được theo các tiêu chí xác định khả năng của nguồn lực mềm, bao gồm những thành phần sau: chi phí gia nhập thị trường; chi phí đất đai; tính minh bạch và tiếp cận thông tin; chi phí thời gian để thực hiện các thủ tục hành chính; chi phí không chính thức; tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh; dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp; đào tạo lao động; thiết chế pháp lý.

Với những tiêu chí như vậy bài viết đưa ra câu hỏi nghiên cứu như sau: (1) mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới năng lực cạnh tranh nhằm phát triển thương mại ở Hà Nội như thế nào? (2) chính quyền Hà Nội nên điều chỉnh nhân tố nào để nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm phát triển thương mại hiệu quả nhất.

Trên cơ sở câu hỏi nghiên cứu, bài viết đưa ra 9 giả thuyết nghiên cứu như sau:

H1: chi phí ra nhập thị trường càng thấp thì các doanh nghiệp càng có lợi thế để phát triển kinh doanh và tìm kiếm lợi nhuận.

H2: đất đai là mặt bằng để các doanh nghiệp có thể kinh doanh. Đối với các doanh nghiệp thương mại, mặt bằng ở những nơi tập trung dân cư đông đúc, những trung tâm hành chính địa phương như ở các đường phố luôn được quan tâm hàng đầu.

H3: việc dễ dàng tiếp cận các nguồn thông tin, đặc biệt là những thông tin quản lý sẽ giúp các doanh nghiệp tiết kiệm chi phí và không khó khăn trong việc hoạch định các chiến lược kinh doanh phù hợp.

H4: chi phí thời gian thực hiện các quy định của Nhà nước càng thấp thì doanh nghiệp càng có lợi khi lựa chọn đầu tư vào tỉnh.

H5: chi phí không chính thức là loại chi phí rất khó định lượng bởi tính không rõ ràng. Vì thế, chi phí này càng ít hoặc không có thì năng lực cạnh tranh của địa phương càng cao và doanh nghiệp càng mong muốn được hoạt động tại đây.

H6: trong thương mại có rất nhiều các vấn đề nảy sinh cần sự giải quyết nhanh và kịp thời. Vì thế lãnh đạo địa phương càng năng động thì càng tạo điều kiện để hoạt động thương mại phát triển.

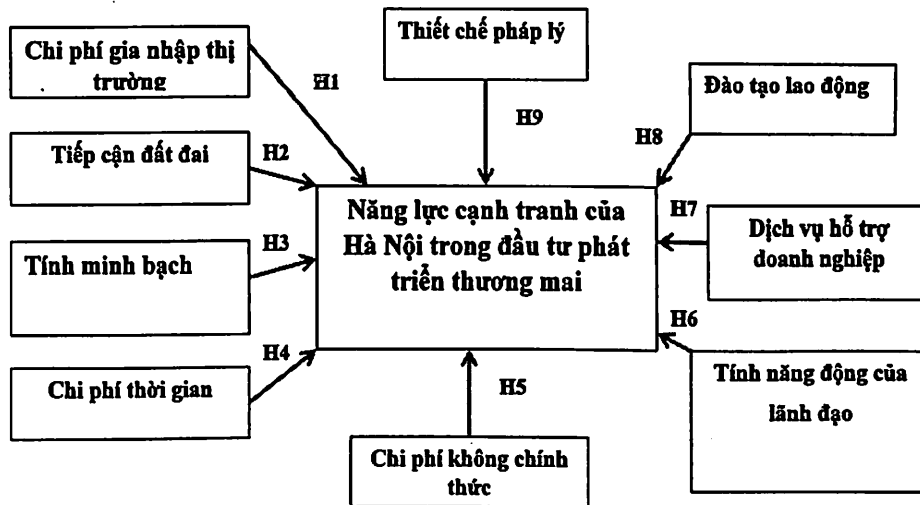
H7: các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp càng nhiều thì các doanh nghiệp càng dễ dàng trong hoạt động kinh doanh.

H8: địa phương nào càng có nhiều loại hình và cơ sở đào tạo thì nguồn nhân lực càng có điều kiện được nâng cao về chất lượng và vì thế sẽ giúp các doanh nghiệp giảm bớt chi phí khi tuyển dụng nhân lực không đạt yêu cầu.

H9: thiết chế pháp lý ở địa phương càng có khả năng bảo vệ cho các doanh nghiệp thì các doanh nghiệp càng có mong muốn được hoạt động tại đó.

Với 9 giả thuyết ở trên, mô hình nghiên cứu được thiết lập như sau:

HÌNH 1: Mô hình năng lực cạnh tranh của Hà Nội nhằm phát triển thương mại



2. Phương pháp nghiên cứu

Dựa trên các giả thuyết được xây dựng, nghiên cứu lập bảng hỏi và tiến hành khảo sát 950 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại tại Hà Nội. Do mẫu được hướng đến là một đối tượng cụ thể nên nghiên cứu đã thực hiện chọn mẫu bằng phương pháp phi xác suất để có thể thu thập thông tin theo mục đích nghiên cứu đề ra. Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 điểm đối với câu hỏi thuộc các nhân tố trong mô hình. Mẫu nghiên cứu lấy theo sai số biên với cỡ mẫu là 800 (Suander và cộng sự, 2007). Để đảm bảo cỡ mẫu này, tác giả đã tiến hành phát 950 phiếu điều tra tới các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại trên toàn thành phố Hà Nội, hình thức gửi quan email (550 phiếu); phỏng vấn trực tiếp qua điện thoại (205 phiếu); gặp mặt trực tiếp (195 phiếu); thời gian tiến hành điều tra từ tháng 3-2015 đến tháng 12-2015; kết quả thu về, sau khi làm sạch dữ liệu với sự hỗ trợ bởi phần mềm SPSS 20.0; có 800 phiếu điều tra hợp lệ được sử dụng cho nghiên cứu này.

Việc nhập liệu và phân tích được tiến hành thông qua sử dụng phần mềm SPSS 20.0. Kết quả hồi quy tuyến tính thể hiện mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập tới biến phụ thuộc là năng lực cạnh tranh của

Hà Nội trong thu hút đầu tư cho phát triển thương mại với mức sai số 0,05%. Tác giả đã xây dựng thang đo biến phụ thuộc “Năng lực cạnh tranh của Hà Nội trong thu hút đầu tư cho phát triển thương mại”. Thang đo các biến độc lập chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh bao gồm 9 biến quan sát như sau: CS1 - chi phí gia nhập thị trường; CS2- tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất; CS3 - tính minh bạch và tiếp cận thông tin; CS4 - chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước; CS5 - chi phí không chính thức; CS6 - tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh; CS7 - dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp; CS8 - đào tạo lao động; CS9 - thiết chế pháp lý.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Thống kê mô tả về các biến độc lập

- Chi phí gia nhập thị trường (CS1): theo đánh giá chung của tất cả các doanh nghiệp thì tiêu chí “chi phí gia nhập thị trường” ở Hà Nội là thấp (giá trị trung bình chung cho biến là 2,78). Điều này có nghĩa là tiêu chí này không hề hấp dẫn các nhà đầu tư, thậm chí còn gây khó khăn cho họ để có thể kinh doanh tại Hà Nội. Các thủ tục hành chính quá rườm rà, việc giải quyết lâu là điều mà các doanh nghiệp không mong muốn khi khởi sự kinh doanh.

BẢNG 1: Chi phí gia nhập thị trường

Nhận định	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1. Thời gian đăng ký kinh doanh ở Hà Nội là phù hợp cho các doanh nghiệp thương mại	800	1,00	5,00	2,81	1,131
2. Số giấy tờ cần thiết phải có để chính thức hoạt động là phù hợp	800	1,00	5,00	2,97	1,023
3. Doanh nghiệp không gặp khó khăn để có đủ các loại giấy phép cần thiết	800	1,00	5,00	2,47	1,070
4. Doanh nghiệp mất thời gian hợp lý để khởi sự kinh doanh	800	1,00	5,00	2,88	0,961
Weighted mean value = 2,78					

Giá trị trung bình cao nhất ở nhận định “số giấy tờ cần thiết phải có để chính thức hoạt động” là phù hợp cũng chỉ đạt 2,97 (<3,0) cho thấy số lượng đáp viên không đồng ý với nhận định là khá cao. Được đánh giá thấp nhất là nhận định (3) chỉ đạt 2,47. Rất nhiều doanh nghiệp thương mại khẳng định họ gặp khó khăn trong việc chuẩn bị đầy đủ giấy tờ để được kinh doanh ở Hà Nội. Điều này dẫn đến sự đánh giá về chi phí gia nhập thị trường của Hà Nội là cao. Các doanh nghiệp thương mại phải mất nhiều chi phí hơn để có thể thâm nhập vào thị trường Hà Nội so với các tỉnh thành khác và là một bất lợi cho các chủ đầu tư.

- Khả năng tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất (CS2): các nhà đầu tư trong lĩnh vực thương mại lại không cho rằng khả năng tiếp cận đất đai ở Hà Nội quá khó với giá trị trung bình đạt 2,82, nhưng đây vẫn là một giá trị đánh giá thấp. Chỉ số được đánh giá cao nhất là doanh nghiệp cho rằng họ dễ dàng được cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất (giá trị trung bình là 3,44). Sự thay đổi khung giá đất của chính quyền phản ánh sự thay đổi của mức giá thị trường cũng được đánh giá cao với giá trị trung bình là 3,26. Thấp nhất là nhận định 1 với giá trị trung bình 2,43. Phần lớn các doanh nghiệp cho rằng mình vẫn gặp cản trở về mặt bằng kinh doanh.

BẢNG 2: Khả năng tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất

Nhận định	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1. Các doanh nghiệp thương mại ở Hà Nội không bị cản trở về mặt bằng kinh doanh	800	1,00	5,00	2,43	1,078
2. Sự thay đổi khung giá đất của Chính phủ phản ánh sự thay đổi mức giá thị trường	800	1,00	5,00	3,26	1,102
3. Số tiền bồi thường trong trường hợp đất bị thu hồi là thỏa đáng	800	1,00	5,00	2,49	1,059
4. Các doanh nghiệp thương mại ở Hà Nội không bị đối mặt với rủi ro bị chính quyền thu hồi đất đai	800	1,00	5,00	2,51	1,046
5. Các doanh nghiệp thương mại ở Hà Nội được sở hữu giấy chứng nhận quyền sử dụng đất	800	1,00	5,00	3,44	1,095
Weighted mean value = 2,826					

Nhân tố tác động ...

Bên cạnh đó, rất nhiều doanh nghiệp cho rằng họ luôn phải đối mặt với rủi ro bị thu hồi đất (giá trị trung bình là 2,49). Như vậy, có thể thấy, đất đai dành cho kinh doanh ở Hà Nội đang là vấn đề nghiêm trọng cần phải giải quyết.

- Tính minh bạch và tiếp cận thông tin (CS3): kết quả khảo sát cho thấy các tài liệu kế hoạch cũng như tài liệu pháp lý cũng được nhìn nhận là không mấy công khai,

gây khó khăn trong việc tìm hiểu, tra cứu với giá trị trung bình của biến chỉ đạt 2,89. Khá ít doanh nghiệp đồng ý với ý kiến là những tài liệu của thành phố được công khai, minh bạch (giá trị trung bình là 2,60). Tương tự, nhiều doanh nghiệp cho rằng họ phải “đặt quan hệ” trước với những người trong bộ phận chức năng mới có được tài liệu pháp lý của thành phố (giá trị trung bình là 2,73).

BẢNG 3: Tính minh bạch và tiếp cận thông tin

Nhận định	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1. Các tài liệu kế hoạch, pháp lý của thành phố Hà Nội đều được minh bạch và công khai	800	1,00	5,00	2,60	1,041
2. Các doanh nghiệp thương mại ở Hà Nội không phải đặt quan hệ trước để có được tài liệu của thành phố	800	1,00	5,00	2,73	1,124
3. Trang web của thành phố Hà Nội có tính mở và luôn cập nhật thông tin quản lý của chính quyền thành phố	800	1,00	5,00	3,07	1,062
4. Hà Nội có nhiều hiệp hội đóng vai trò quan trọng trong tư vấn và phản biện các chính sách giúp cho các doanh nghiệp thương mại	800	1,00	5,00	3,16	1,226
Weighted mean value = 2,89					

Chỉ riêng có tiêu chí về sự tồn tại của các hiệp hội và vai trò của chúng trong việc tư vấn và phản biện các chính sách giúp cho các doanh nghiệp thương mại là được đánh giá cao (chỉ số trung bình là 3,16).

- Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước (CS4): phần lớn doanh nghiệp thương mại cho rằng chính quyền thành phố đã và đang thực hiện cải cách

hành chính (giá trị đánh giá trung bình là 3,8>3,0). Nhận định “các loại phí và lệ phí đang áp dụng hiện tại là hợp lý” cũng được đánh giá cao với giá trị trung bình 3,07. Tuy nhiên, các doanh nghiệp vẫn chưa hài lòng với số lượng thủ tục giấy tờ, xin dấu và chữ ký (giá trị đánh giá trung bình chỉ ở mức 2,63 hay số thời gian để thực hiện thủ tục hành chính (giá trị trung bình 2,57).

BẢNG 4: Chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước

Nhận định	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1. Hà Nội đã và đang thực hiện cải cách hành chính	800	1,00	5,00	3,80	0,900
2. Các loại phí và lệ phí của những thủ tục hành chính đang thực hiện là hợp lý đối với các doanh nghiệp thương mại	800	1,00	5,00	3,07	1,018
3. Số lượng thủ tục giấy tờ, xin dấu và chữ ký hiện nay là hợp lý	800	1,00	5,00	2,63	0,886
4. Số lượng quỹ thời gian mà doanh nghiệp phải sử dụng để thực hiện các thủ tục quy định của Nhà nước là hợp lý	800	1,00	5,00	2,57	1,009
5. Số lần thanh tra doanh nghiệp trong một năm là hợp lý	800	1,00	5,00	2,99	1,046
Weighted mean value = 3,012					

Nhân tố tác động ...

- Chi phí không chính thức (CS5): rất ít doanh nghiệp thương mại không phải trả phí không chính thức trong hoạt động của mình (giá trị đánh giá trung bình chỉ có 2,55). Tuy nhiên giá trị trung bình đánh giá các chi phí không chính thức nhỏ hơn 10% doanh thu là 2,96. Như vậy chi phí này cũng không quá lớn. Hầu hết họ chấp nhận chi phí này vì công việc thường xuyên được

giải quyết sau khi đã chi trả chi phí không chính thức (được đánh giá khá cao với giá trị trung bình 3,56). Đối với các doanh nghiệp thương mại, hoa hồng là một khoản chi phí được xác định nằm trong chi phí bán hàng. Chính vì vậy, rất hiếm doanh nghiệp không phải trả hoa hồng để có được hợp đồng từ các cơ quan nhà nước (giá trị trung bình đánh giá là 1,95).

BẢNG 5: Chi phí không chính thức

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1. Các doanh nghiệp không phải trả các chi phí không chính thức trong thời gian hoạt động	800	1,00	5,00	2,55	0,971
2. Các chi phí không chính thức chiếm nhỏ hơn 10% doanh thu	800	1,00	5,00	2,96	1,067
3. Chính quyền thành phố Hà Nội không sử dụng các quy định riêng để trục lợi	800	1,00	5,00	2,86	1,102
4. Công việc thường xuyên được giải quyết sau khi đã chi trả chi phí không chính thức	800	1,00	5,00	3,56	0,997
5. Doanh nghiệp không phải trả hoa hồng để có được hợp đồng từ các cơ quan nhà nước	800	1,00	5,00	1,95	1,003
Weighted mean value = 2,77					

Có thể thấy chi phí không chính thức là một khoản mà các doanh nghiệp muốn hoạt động ở Hà Nội đều phải tính đến. Nó làm tăng chi phí kinh doanh và ảnh hưởng bất lợi tới giá bán sản phẩm của doanh nghiệp.

- Tính năng động và tiên phong của lãnh

đạo tỉnh (CS6): tính năng động và tiên phong của lãnh đạo thành phố Hà Nội lại được đánh giá rất thấp (giá trị trung bình chỉ đạt 2,57). Hầu hết các nhận định đều được đánh giá thấp với giá trị trung bình chỉ từ 2,49 đến 2,64.

BẢNG 6: Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1. Thái độ của chính quyền thành phố Hà Nội đối với các doanh nghiệp là rất tích cực	800	1,00	5,00	2,59	1,117
2. Chính quyền thành phố Hà Nội rất linh hoạt trong việc giải quyết trở ngại đối với cộng đồng doanh nghiệp	800	1,00	5,00	2,49	1,010
3. Cán bộ thành phố Hà Nội nắm vững các chính sách, quy định hiện hành trong khuôn khổ pháp luật để giải quyết khó khăn, vướng mắc cho doanh nghiệp	800	1,00	5,00	2,64	1,103
Weighted mean value = 2,573					

Nhân tố tác động ...

- Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp (CS7): một điểm trong môi trường đầu tư của Hà Nội thu hút được sự chú ý của các nhà đầu tư là chỉ số “dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp” (được-đánh giá cao ở mức giá trị trung bình là 3,54). Hà Nội

là thành phố rất phát triển về thông tin và các dịch vụ. Chính quyền địa phương đã chú trọng trong việc phát triển các dịch vụ hỗ trợ như xúc tiến thương mại, tư vấn doanh nghiệp, môi giới tìm kiếm đối tác...

BẢNG 7: Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1. Thành phố Hà Nội có nhiều nhà cung cấp dịch vụ tư vấn về thông tin pháp luật	800	1,00	5,00	3,77	1,391
2. Thành phố Hà Nội có nhiều nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ tìm đối tác kinh doanh	800	1,00	5,00	3,26	1,341
3. Thành phố Hà Nội có nhiều nhà cung cấp dịch vụ xúc tiến thương mại	800	1,00	5,00	3,41	1,119
4. Thành phố Hà Nội có nhiều nhà cung cấp dịch vụ liên quan đến công nghệ	800	1,00	5,00	3,72	1,147
Weighted mean value = 3,54					

Hà Nội có nhiều nhà cung cấp dịch vụ thông tin về pháp luật (được đánh giá ở mức 3,77). Hà Nội cũng có nhiều nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ tìm đối tác kinh doanh (giá trị trung bình là 3,26), Đặc biệt, hầu hết doanh nghiệp khẳng định ở đây có nhiều nhà cung cấp dịch vụ liên quan đến công nghệ (đánh giá trung bình là 3,72).

- Đào tạo lao động (CS8): Hà Nội là trung tâm văn hóa của cả nước cũng là nơi đào tạo nguồn nhân lực tốt nhất cho nền kinh tế thành phố. Ở đây có nhiều loại hình

đào tạo lao động, đáp ứng được tốt hơn yêu cầu của các doanh nghiệp (được đánh giá ở mức trung bình là 3,22). Điều làm cho nhiều doanh nghiệp thương mại hài lòng nhất là Hà Nội có nhiều trung tâm giới thiệu việc làm để phục vụ nhu cầu lao động của doanh nghiệp (giá trị trung bình cao tới 3,81). Được đánh giá thấp nhất là chất lượng của giá dực phổ thông và đào tạo nghề (với giá trị trung bình lần lượt là 2,93 và 2,91) nhưng mức độ đánh giá này cũng không phải quá thấp.

BẢNG 8: Đào tạo lao động

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1. Giáo dục phổ thông ở Hà Nội rất tốt (về số lượng và chất lượng)	800	1,00	5,00	2,93	,799
2. Cơ sở đào tạo nghề (cao đẳng, đại học, dạy nghề) ở Hà Nội tốt (về số lượng và chất lượng)	800	1,00	5,00	2,91	1,105
3. Hà Nội có rất nhiều trung tâm giới thiệu việc làm	800	1,00	5,00	3,81	1,137
Weighted mean value = 3,216					

Nhân tố tác động ...

- Thiết chế pháp lý (CS9): thiết chế pháp lý không phải được đồng đảo doanh nghiệp hài lòng (mức đánh giá trung bình chỉ ở 2,67). Không có nhiều doanh nghiệp tin tưởng các thiết chế pháp lý ở Hà Nội có thể bảo vệ các

doanh nghiệp (chỉ đánh giá ở mức trung bình là 2,78). Thậm chí, rất ít doanh nghiệp thường xuyên sử dụng tòa án và các thiết chế pháp lý để giải quyết tranh chấp (với mức đánh giá chỉ ở giá trị trung bình là 2,54).

BẢNG 9: Thiết chế pháp lý

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1. Các thiết chế pháp lý ở Hà Nội có thể bảo vệ các doanh nghiệp	800	1,00	5,00	2,78	2,539
2. Các chi phí (chính thức và không chính thức) để giải quyết tranh chấp trong kinh doanh của các doanh nghiệp là hợp lý	800	1,00	5,00	2,69	1,069
3. Các doanh nghiệp thường xuyên sử dụng tòa án và các thiết chế pháp lý để giải quyết tranh chấp	800	1,00	5,00	2,54	1,223
Weighted mean value = 2,67					

3.2. Kiểm tra độ tin cậy

Trong 9 biến độc lập được kiểm định thì hầu hết các thang đo đều có độ tin cậy

được đánh giá cao. Độ tin cậy thấp là khi hệ số Cronbach's Alpha đạt được nhỏ hơn 0,5.

BẢNG 10: Kết quả kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha

TT	Thang đo	Số biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha	Nhận xét
1	Chi phí gia nhập thị trường	4	0,921	Tốt
2	Tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất	5	0,911	Tốt
3	Tính minh bạch và tiếp cận thông tin	4	0,873	Tốt
4	Chi phí thời gian thực hiện các quy định Nhà nước	5	0,828	Tốt
5	Chi phí không chính thức	5	0,889	Tốt
6	Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh	3	0,892	Tốt
7	Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp	4	0,829	Tốt
8	Đào tạo lao động	3	0,820	Tốt
9	Thiết chế pháp lý	3	0,424	Kém

Có thể thấy, các biến từ 1 đến 8 đều có chỉ số Cronbach's Alpha rất cao với giá trị thấp nhất là 0,820 và cao nhất là 0,921 đều lớn hơn nhiều

so với mức yêu cầu tối thiểu là 0,5. Riêng chỉ có thang đo "thiết chế pháp lý" có hệ số Cronbach's Alpha là 0,424 < 0,5 là không đạt yêu cầu.

Nhân tố tác động ...

BẢNG 11: Hệ số tương quan biến tổng khi delete biến

Variable	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS9.1	6,54	4,108	0,204	0,716
CS9.2	6,79	8,810	0,427	0,197
CS9.3	6,52	8,828	0,322	0,280
Cronbach's Alpha: 0,424				

Xem xét kỹ hơn mức độ tin cậy của từng biến quan sát trong biến “thiết chế pháp lý” có thể thấy hệ số tương quan biến tổng của biến quan sát “các thiết chế pháp lý ở Hà Nội có thể bảo vệ các doanh nghiệp” là không được chấp nhận bởi chỉ đạt $0,204 < 0,3$ là yêu cầu tối thiểu về độ tin cậy đối với biến quan sát. Chính vì sự tồn tại của biến quan sát này đã làm cho hệ số Cronbach's Alpha của

biến tổng không đạt yêu cầu. Thử loại bỏ biến quan sát trên ra khỏi hệ thống thang đo và kiểm định lại thì hệ số Cronbach's Alpha đã tăng lên thành $0,716 > 0,5$ và đạt độ tin cậy. Lúc này, hệ số tương quan biến tổng của 2 biến quan sát còn lại bằng nhau đều là $0,563 > 0,3$. Như vậy, thang đo này được giữ lại và điều chỉnh chỉ còn 2 biến quan sát và tiếp tục phân tích ở những bước sau.

BẢNG 12: Hệ số tương quan biến tổng khi xóa biến

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS9.2	3,40	1,495	0,563	,
CS9.3	3,14	1,142	0,563	,
Cronbach's Alpha: 0,716				

3.3. Phân tích ANOVA

Sử dụng phương pháp phân tích bằng phương pháp Enter, các biến được đưa vào cùng một lúc để xem sự phù hợp của các biến. Kết quả phân tích hồi quy trong bảng 12 cho

thấy, mô hình hồi quy đưa ra là tương đối phù hợp ở mức ý nghĩa 0,05. Hệ số R^2 điều chỉnh = 0,693, nghĩa là có khoảng 69,3% phương sai năng lực cạnh tranh của Hà Nội được giải thích bởi 9 biến độc lập.

BẢNG 12: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,838 ^a	0,703	0,693	0,52598
<i>a. Predictors: (Constant), CS9, CS5, CS2, CS1, CS7, CS4, CS8, CS6, CS3</i>				

Phân tích kiểm định F để xem xét mức độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng

thể, ta thấy giá trị sig rất nhỏ ($\text{sig} = 0,00$) nên mô hình hồi quy phù hợp và có thể sử dụng được.

BẢNG 13: Kết quả phân tích ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180,065	9	20,007	72,318	0,000 ^a
	Residual	76,080	275	0,277		
	Total	256,146	284			
<i>a. Predictors: (Constant), CS9, CS5, CS2, CS1, CS7, CS4, CS8, CS6, CS3</i> <i>b. Dependent Variable: NLCT</i>						

Kết quả kiểm định ANOVA trong bảng 13 cho thấy, giá trị $F=72,318$ (sig = 0,000). Giá trị VIF của mỗi biến là khá nhỏ, giá trị VIF lớn nhất trong tất cả các biến nằm ở biến

CS3 bằng $1,757 < 2$ là mức yêu cầu tối đa ở bảng Coefficients^a. Vì thế, hiện tượng đa cộng tuyến không có ảnh hưởng đến kết quả giải thích của mô hình.

BẢNG 14: Phân tích kết quả hồi quy

Model (Constant)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	-1,345	0,186	----	-7,226	0,000	---	---
CS1	0,082	0,039	0,081	2,097	0,037	0,721	1,388
CS2	0,149	0,039	0,145	3,776	0,000	0,736	1,358
CS3	0,094	0,044	0,094	2,151	0,032	0,569	1,757
CS4	0,287	0,052	0,233	5,476	0,000	0,594	1,683
CS5	0,083	0,039	0,075	2,111	0,036	0,866	1,155
CS6	0,133	0,041	0,137	3,268	0,001	0,619	1,615
CS7	0,239	0,032	0,291	7,371	0,000	0,693	1,443
CS8	0,161	0,044	0,149	3,641	0,000	0,648	1,544
CS9	0,142	0,035	0,151	4,099	0,000	0,795	1,258

a. Dependent Variable: năng lực cạnh tranh.

Bảng phân tích kết quả hồi quy trong bảng 14 cho thấy, các giá trị sig đều $< 0,05$ vì thế không có sự loại bỏ biến trong mô hình hồi quy tuyến tính.

Từ việc phân tích hồi quy, phương trình phụ thuộc được xây dựng với chỉ số beta được lấy từ Standardized Coefficients. Phương trình hồi quy thể hiện mối quan hệ giữa năng lực cạnh tranh của Hà Nội trong thu hút đầu tư vào thương mại với các yếu tố là hoạt động của chính quyền thành phố được thể hiện qua đẳng thức sau:

$$Y = 0,081 * X_1 + 0,145 * X_2 + 0,094 * X_3 + 0,233 * X_4 + 0,075 * X_5 + 0,137 * X_6$$

$$+ 0,291 * X_7 + 0,149 * X_8 + 0,151 * X_9 \quad (1)$$

Trong đó, Y - năng lực cạnh tranh của Hà Nội trong thu hút đầu tư phát triển thương mại; X_1 - chi phí gia nhập thị trường; X_2 - tiếp cận đất đai và sự ổn định trong sử dụng đất; X_3 - tính minh bạch và tiếp cận thông tin; X_4 - chi phí thời gian thực hiện các quy định Nhà nước; X_5 - chi phí không chính thức; X_6 - tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh; X_7 - dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp; X_8 - đào tạo lao động; X_9 - thiết chế pháp lý.

Tất cả các biến số đều ảnh hưởng tỷ lệ thuận tới biến phụ thuộc. Điều này có nghĩa là nếu các biến độc lập được cải thiện thì sẽ nâng cao năng lực cạnh tranh của Hà Nội trong thu

hút đầu tư phát triển thương mại. Mức độ phụ thuộc của biến "năng lực cạnh tranh của Hà Nội trong thu hút đầu tư để phát triển thương mại" được thể hiện thông qua độ lớn của hệ số beta. Hệ số beta càng lớn thì mức độ phụ thuộc càng nhiều. Độ lớn beta được trình bày theo logic: CS7 > CS4 > CS9 > CS8 > CS2 > CS6 > CS3 > CS1 > CS5. Ở đây, biến độc lập có ảnh hưởng mạnh nhất tới biến phụ thuộc là "dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp" với hệ số beta là 0,291 và biến độc lập có mức ảnh hưởng ít nhất tới năng lực cạnh tranh của Hà Nội trong thu hút đầu tư vào thương mại là chi phí không chính thức.

4. Kết luận

Khi phân tích hệ thống các nhân tố chủ quan liên quan đến ý chí, hoạt động, chính sách của chính quyền thành phố Hà Nội ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh trong thu hút đầu tư để phát triển thương mại, có thể thấy Hà Nội đã không có một môi trường hấp dẫn các nhà đầu tư. Về tổng quan, các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp thương mại nói riêng khi hoạt động ở Hà Nội đều phải mất những chi phí kinh doanh khá cao so với nhiều tỉnh thành khác. Để nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm đẩy mạnh thu hút đầu tư vào lĩnh vực thương mại, *một mặt*, cần xem xét giải quyết các vấn đề mà các doanh nghiệp đang không hài lòng đối với các chính sách, thực thi của chính quyền thành phố; *mặt khác*, trong trường hợp có quá nhiều vấn đề cần phải giải quyết thì sẽ ưu tiên cho các giải pháp ở những biến có ảnh hưởng mạnh hơn tới biến phụ thuộc. Trên cơ sở đó tác giả đưa ra một số kiến nghị sau:

Thứ nhất, chính quyền địa phương nên sử dụng công nghệ thông tin hiện đại trong việc đăng ký thông tin doanh nghiệp (khai online) để làm giảm thời gian đăng ký kinh doanh.

Thứ hai, rà soát lại các thủ tục giải quyết tranh chấp doanh nghiệp. Yêu cầu các đơn vị quản lý phải thực hiện đầy đủ các thiết chế pháp lý một cách công bằng để tạo niềm tin cho doanh nghiệp.

Thứ ba, thực hiện cải cách thủ tục hành chính, giảm bớt các khâu giấy tờ và thời gian thực hiện các thủ tục này của doanh nghiệp. Thiết lập hệ thống quản lý chéo và giám sát bằng công nghệ thông tin và các công nghệ hiện đại khác nhằm giảm thiểu việc gây khó dễ của các nhân viên hành chính.

Thứ tư, xây dựng lại hệ thống tuyển dụng, đào tạo và quản lý cán bộ chính quyền. áp đặt những thiết chế quản lý chặt chẽ, cương quyết kỷ luật những trường hợp sai trái. Rà soát lại toàn bộ đội ngũ nhân sự hành chính, xử lý kịp thời những trường hợp không đủ kiến thức, làm việc không hiệu quả hoặc có những biểu hiện gây khó dễ cho doanh nghiệp./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Briguglio (2004), *L. Economic Vulnerability and Resilience Concepts and Measurements*. In Lino Briguglio and Eliawony J Kisanga eds, *Economic Vulnerability and Resilience of Small States*, Islands and Small States Institute and Commonwealth Secretariat.
2. BMI (2010), *Vietnam Business Forecast Report includes 10-years forecast to 2019*. Q4, 2010. ISSN 1745-0764. Business Monitor International Ltd.
3. Cordina G. (2004,a), *Economic Vulnerability, Resilience and Capital Formation*. In Lino Briguglio and Eliawony J Kisanga eds, *Economic Vulnerability and Resilience of Small States*, Islands and Small States Institute and Commonwealth Secretariat.
4. Cordina G. (2004,b), *Economic Vulnerability and Economic Growth: Some Results from a Neo-Classical Growth Modelling Approach*, *Journal of Economic Development*, vol. 29:2, December.
5. EIU (2006), *Business Environment Rankings Methodology*. The Economist Intelligence Unit 2006, [truy cập tại http://graphics.eiu.com/files/ad_pdfs/CF_PDF.pdf]
6. Krugman, Paul and Masahisa Fujita (2003), *The new economic geography: Past, present and the future*, *Economics of Governance*, Springer, vol. 83(1), pp. 139-164.
7. Porter M.E. (1990, 1998), *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York.
8. Snieska V. and Bruneckiene J. (2009), *Measurement of Lithuanian Regions by Regional Competitiveness Index*, *Engineering Economics*. No. 1 (61).
9. Suanders M., Lewis P. & Thornhill A. (2007), *Research method for business students*. England: Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, Harlow, Essex CM202 JE.
10. Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh PCI (2015), URL: <http://www.pcvietnam.org/du-lieu-pci-c16.html>