

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Hoàng** - Tác động của chuyển đổi số đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. *Mã số: 169.1SMET.11* 3
Impacts of Digital Transformation on the Export of Vietnamese Enterprises
- 2. Nguyễn Anh Tú** - Thực trạng và một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Ninh. *Mã số: 169.1Deco.11* 13
The Situation and Some Recommendations to Promote Economic Growth of Quang Ninh Province
- 3. Nguyễn Thị Diệu Hiền, Nguyễn Hồng Nga, Trần Quốc Phương Duy và Trịnh Minh Quý** - Nâng cao năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong thu hút khách du lịch quốc tế. *Mã số: 169.1TRMg.11* 28
Enhancing the competitiveness of Vietnam in attracting international tourists
- 4. Hồ Thị Thủy Tiên và Trần Xuân Hằng** - Ảnh hưởng tương tác của thuế và độ mở thương mại tới tăng trưởng kinh tế - nghiên cứu trường hợp các quốc gia có thu nhập thấp và trung bình thấp. *Mã số: 169.1Meco.11* 39
Effects of Tax Interaction and Trade Openness on Economic Growth - A Study on Low- and Middle-Income Countries

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 5. Nguyễn Hoàng Việt** - Nghiên cứu năng lực cạnh tranh marketing động của các chuỗi siêu thị bán lẻ trên địa bàn Hà Nội. *Mã số: 169.2BMkt.21* 49
Study on Dynamic Marketing Competitive Capabilities of Retailing Supermarkets in Hanoi City

- 6. Trần Thị Kim Phương, Lê Nhật Hạnh, Trần Trung Vinh và Trương Bá Thanh** - Tiền đề và kết quả của hành vi gắn kết thương hiệu trên truyền thông mạng xã hội: trường hợp ngành lưu trú tại Việt Nam. *Mã số: 169.2BMkt.21* 60
- Antecedents and Outcome of Customer Engagement in Social Media: A Case Study of Hospitality Industry, Vietnam*
- 7. Lê Thị Nhung** - Tác động của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đến kết quả tài chính của doanh nghiệp ngành vật liệu xây dựng niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Mã số: 169.2FiBa.21* 71
- Impact of social responsibility disclosure on corporate financial performance of construction materials listed firms in Vietnam*
- 8. Ngô Thị Ngọc Huyền, Nguyễn Việt Bằng và Hồng Thanh Hào** - Ý định mua sắm mỹ phẩm thuần chay: vận dụng mô hình của thuyết hành vi có kế hoạch mở rộng. *Mã số: 169.2BMkt.21* 83
- Purchase Intention for Vegan Cosmetics: Applying an Extended Theory of Planned Behavior Mode*

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 9. Phạm Thị Bích Ngọc và Lý Thu Hằng** - Sắp xếp công việc linh hoạt và hạnh phúc của nhân viên trong các doanh nghiệp tại Hà Nội: Vai trò trung gian của cân bằng cuộc sống, công việc. *Mã số: 169.3BAdm.31* 95
- Flexible Work Arrangement and Well-being of Employees in Companies at Hanoi: A Mediating role of Work-life Balance*
- 10. Nguyễn Văn Chương, Trần Thị Kim Dung và Cao Quốc Việt** - Mối quan hệ giữa cởi mở với trải nghiệm, tinh thần lãnh đạo đổi mới, cảm nhận công việc có tác động xã hội và hành vi đổi mới sáng tạo của giảng viên đại học tại TpHCM. *Mã số: 169.3BAdm.31* 105
- The relationship between openness to experience, opinion leadership, perceived social impact, and lecturers' innovative work behavior: Case of universities in Ho Chi Minh City*

TÁC ĐỘNG CỦA CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐẾN KẾT QUẢ XUẤT KHẨU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Nguyễn Hoàng

Trưởng Đại học Thương mại

Email: nguyenhoang@tmu.edu.vn

Ngày nhận: 14/5/2022

Ngày nhận lại: 08/7/2022

Ngày duyệt đăng: 12/07/2022

*R*õ nguyên số thay đổi cách thức doanh nghiệp tương tác với khách hàng, kéo theo những thay đổi thích ứng trong quy trình và mô hình kinh doanh, tạo ra nhiều thời cơ nhưng cũng đầy thách thức đối với các doanh nghiệp xuất khẩu. Bài viết này nghiên cứu các ứng dụng của chuyển đổi số ảnh hưởng đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay. Kết quả phân tích hồi quy với mẫu 328 doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đã chỉ ra tác động tích cực của bốn nội dung ứng dụng chuyển đổi số. Trong đó, hoạt động quản trị khách hàng số là tác động tích cực mạnh nhất, tiếp đến là marketing kỹ thuật số, truyền thông mạng xã hội và thương mại điện tử đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Trên cơ sở các kết quả nghiên cứu, bài viết đề xuất một số giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số nhằm nâng cao kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.

Từ khóa: chuyển đổi số, ứng dụng chuyển đổi số, hiệu suất xuất khẩu.

JEL Classifications: M16, Q13, C24

1. Giới thiệu

Cách mạng Công nghiệp 4.0, với động lực chính là chuyển đổi số, đang diễn ra mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu trong mọi lĩnh vực và tác động sâu rộng đến toàn bộ đời sống văn hóa, kinh tế, xã hội,... bao gồm cả thương mại quốc tế và xuất khẩu nói riêng. Đa phần các học giả đều thống nhất tác động tích cực của chuyển đổi số trong thúc đẩy và nâng cao kết quả xuất khẩu (Jardak và Ben Hamad, 2022). Thông qua sử dụng và khai thác các tài nguyên và ứng dụng số, doanh nghiệp xuất khẩu có thể xây dựng và phát triển mô hình kinh doanh quốc tế thích ứng và hiệu quả hơn, vượt qua được các rào cản về không gian, thời gian và ngôn ngữ (Nguyễn Kim Thảo và Lê Thị Hồng Minh, 2022).

Khủng hoảng dịch bệnh Covid 19 từ cuối năm 2019 càng phát huy và khẳng định vai trò của

chuyển đổi số đối với các doanh nghiệp xuất khẩu. Trong bối cảnh hạn chế, thậm chí không thể gặp gỡ trực tiếp, ứng dụng công nghệ số để giao tiếp với khách hàng quốc tế đã giúp các doanh nghiệp xuất khẩu hạn chế ảnh hưởng tiêu cực, duy trì và từng bước phát triển hoạt động. Thực tế theo số liệu của Tổng Cục Thống kê, xuất khẩu hàng hóa Việt Nam luôn có sự tăng trưởng, kể cả trong giai đoạn khủng hoảng dịch bệnh, năm 2019 đạt 264,27 tỷ USD tăng 8,4%, năm 2020 đạt 282,63 tỷ USD tăng 6,9%, đến năm 2021 đạt mức tăng trưởng hồi phục ấn tượng 19% với giá trị xuất khẩu 336,25 tỷ USD.

Trong bối cảnh trên, bài viết nghiên cứu “*Tác động của chuyển đổi số đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam*” nhằm làm rõ thực trạng ứng dụng, vai trò và tác động của chuyển đổi số đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt

Nam. Từ đó, bài viết đề xuất một số giải pháp đổi mới với doanh nghiệp xuất khẩu và các cơ quan quản lý Nhà nước trong thúc đẩy và ứng dụng khai thác tiềm năng của chuyên đổi số góp phần nâng cao kết quả xuất khẩu của Việt Nam.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Tổng quan về chuyên đổi số và xuất khẩu

Một cách khái quát, chuyên đổi số là việc sử dụng kỹ thuật số, ngoài những cải tiến và hỗ trợ của các phương pháp truyền thống (văn bản, tương tác trực tiếp), nhằm khuyến khích và thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Cụ thể hơn, *chuyên đổi số là một quá trình cải tiến một đối tượng thông qua kích hoạt những thay đổi đáng kể trong các thuộc tính của nó, trên cơ sở kết hợp thông tin, thiết bị điện tử, công nghệ giao tiếp và kết nối trực tuyến* (Vital, 2019). Theo quan điểm tiếp cận doanh nghiệp, chuyên đổi số là quá trình nâng cao năng lực và công nghệ kỹ thuật số để tạo ra giá trị thông qua các quy trình, mô hình kinh doanh và trải nghiệm của khách hàng. Chuyên đổi số giúp cải thiện kết quả hoạt động kinh doanh hơn bằng cách kết hợp công nghệ thông tin, truyền thông, máy tính và kết nối vào hoạt động kinh doanh. Nhìn chung, chuyên đổi số là ứng dụng công nghệ để xây dựng các mô hình, quy trình, phần mềm và hệ thống kinh doanh mới tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp và giúp kinh doanh hiệu quả hơn (Schwertner, 2017). Chuyên đổi số, là động lực quan trọng của Cách mạng Công nghiệp 4.0, đem lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp bởi các đặc trưng như: tính linh hoạt (các quy trình kinh doanh năng động, dễ dàng thích nghi trong môi trường mới, thay vì cơ cấu tổ chức cứng nhắc và cố định), giảm thời gian thực hiện (hệ thống dữ liệu lớn giúp các nhà quản trị nhanh chóng nắm bắt tình hình để đưa ra quyết định), hiệu quả (nhờ vào sử dụng hệ thống dữ liệu lớn giúp các nhà quản trị ra quyết định chính xác hơn, các quy trình, mô hình kinh doanh cũng vận hành hiệu quả hơn) (Guo và Xu, 2021).

Chuyên đổi số tác động mạnh mẽ đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nói chung, đặc biệt đến các doanh nghiệp xuất khẩu nói riêng với đặc thù giao dịch với các đối tác nước ngoài. Các tác động tích cực được các học giả tổng hợp

theo 3 nhóm chính (Jardak và Ben Hamad, 2022). *Thứ nhất*, đối với khách hàng, nền tảng kỹ thuật số là phương tiện kết nối doanh nghiệp với khách hàng, giúp cải thiện trải nghiệm của khách hàng tốt hơn trong quá trình tìm kiếm, mua sắm và sử dụng sản phẩm; đồng thời cũng cho phép doanh nghiệp thấu hiểu khách hàng hơn, tương tác và hỗ trợ khách hàng thuận tiện và hiệu quả hơn. Đối với hoạt động xuất khẩu, chuyên đổi số giúp cung cấp đầy đủ các thông tin thương mại của các quốc gia, rút ngắn khoảng cách địa lý thông qua các công cụ số, giảm chi phí giao dịch và cải thiện hiệu quả thương mại.

Thứ hai, đối với doanh nghiệp, chuyên đổi số thúc đẩy phát triển và hoàn thiện hoạt động sản xuất kinh doanh thông qua (i) đơn giản hóa các quy trình vận hành cốt lõi mang nặng giấy tờ, khó minh bạch bằng những thao tác đơn giản trên các nền tảng kỹ thuật số; (ii) tiết kiệm chi phí, đặc biệt các chi phí truyền thông, nghiên cứu thị trường và quảng cáo, các hoạt động này thực hiện thông qua các nền tảng số tiết kiệm và hiệu quả hơn nhiều so với phương pháp truyền thống. Với các doanh nghiệp xuất khẩu, chuyên đổi số giúp cải thiện các quy trình kinh doanh quốc tế, các hoạt động bán hàng và trong chuỗi cung ứng quốc tế được diễn ra thuận tiện, dễ dàng hơn; giúp hạn chế giao tiếp trực tiếp để vượt qua những rào cản kỹ thuật, đặc biệt trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19.

Thứ ba, chuyên đổi số cũng tạo ra các giá trị mới (như chất lượng dịch vụ khách hàng, thương hiệu, quản trị dữ liệu) đối với doanh nghiệp nói riêng và nền kinh tế xã hội nói chung, thúc đẩy tăng trưởng, phát triển và nâng cao hiệu quả kinh doanh ngành nghề lĩnh vực liên quan. Cụ thể, trong thương mại quốc tế, chuyên đổi số góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế của các doanh nghiệp và quốc gia, không chỉ hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp hiện tại mà còn thúc đẩy các doanh nghiệp mới gia nhập ngành do thuận lợi trong việc nắm bắt các quy trình, nguyên tắc... kinh doanh quốc tế.

Nhìn chung, chuyên đổi số là động lực quan trọng cho các doanh nghiệp xuất khẩu bằng cách giảm chi phí và vượt qua các rào cản thương mại quốc tế. Chuyên đổi số làm tăng hiệu quả của các giao dịch

thị trường, cho phép truy cập thông tin dễ dàng hơn, rẻ hơn và nhanh hơn; bởi vì các doanh nghiệp muốn giao tiếp với khách hàng, nhà cung ứng, nghiên cứu thị trường, thì không nhất thiết phải di chuyển sang nước ngoài mà chỉ cần sử dụng công nghệ quản lý xuất khẩu tiên tiến thông qua internet vừa thuận tiện và tiết kiệm được rất nhiều chi phí (Jiang và Jia, 2022). Công nghệ số cung cấp các công cụ tiếp thị toàn cầu, là phương tiện giao dịch và chăm sóc khách hàng hiệu quả. Đặc biệt là trong tình hình đại dịch Covid-19, chuyển đổi số đã giúp các doanh nghiệp xuất khẩu vẫn giữ được các mối quan hệ kinh doanh với các khách hàng, nhà cung ứng nước ngoài, thông qua nền tảng số để thúc đẩy và phát triển các hoạt động kinh doanh, vượt qua những rào cản về mặt địa lý, chi phí, thời gian dễ dàng hơn. Bởi những lợi ích trên mà xu hướng áp dụng chuyển đổi số vào hoạt động kinh doanh xuất khẩu nhiều hơn so với các ngành nghề kinh doanh khác (Nguyễn Kim Thảo và Lê Thị Hồng Minh, 2022).

2.2. Phát triển mô hình nghiên cứu và giả thuyết

Doanh nghiệp xuất khẩu đầu tư vào chuyển đổi số, cụ thể hơn là ứng dụng công nghệ số trong các hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, để thích ứng với bối cảnh cạnh tranh mới trong kỷ nguyên số, từ đó có thể đạt được lợi thế cạnh tranh và kết quả kinh doanh tốt hơn. Một số hoạt động cơ bản và phổ biến được các doanh nghiệp xuất khẩu ứng dụng triển khai chuyển đổi số gồm:

Marketing số (digital marketing): Marketing số là quá trình hoạch định các chính sách sản phẩm, giá, phân phối và truyền thông marketing cho sản phẩm hay dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu, mong muốn của khách hàng thông qua nền tảng số (Pelsmacker và cộng sự, 2018). Marketing số bao gồm các hoạt động như: SEO (quá trình tối ưu hóa các trang Web để được xếp hạng cao hơn trong các trang bảng hiển thị kết quả của các công cụ tìm kiếm), marketing nội dung (xây dựng và truyền thông nội dung nhằm nâng cao nhận thức về thương hiệu, tăng lượng truy cập, tăng khả năng tiếp cận khách hàng mục tiêu), marketing tự động hóa (ứng dụng phần mềm để tự động hóa các hoạt động marketing, điển hình như: trả lời tin nhắn, thư điện tử;

lên lịch đăng nội dung trên mạng xã hội; tự động hóa quy trình chăm sóc khách hàng)...

Marketing số sẽ giúp các doanh nghiệp xuất khẩu dễ dàng tìm kiếm và tiếp cận khách hàng, nhà cung ứng, đối tác thông qua các kênh trực tuyến như mạng xã hội, sàn thương mại điện tử, công cụ tìm kiếm; thay vì phải tích cực tham gia vào các hội chợ xúc tiến thương mại, báo giấy như trước đây. Do đó, sẽ giúp các doanh nghiệp tiết kiệm được chi phí, các hoạt động xúc tiến bán hàng diễn ra nhanh chóng và hiệu quả, dễ dàng nắm bắt đối thủ cạnh tranh và tạo lợi thế cạnh tranh lâu dài. Các phần mềm quản lý xuất khẩu hàng hóa tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc quản lý kho hàng, thực hiện kế hoạch sản xuất, bán hàng, mua hàng, thực hiện các nghiệp vụ kế toán; nhờ vậy, các quy trình, nghiệp vụ thực hiện nhanh chóng, chính xác, chuyên nghiệp và hiệu quả (Elia và cộng sự, 2021).

Trải nghiệm sản phẩm số (digital product experience) là quá trình khách hàng trải qua quá trình nhận biết nhu cầu, tìm kiếm thông tin, đánh giá lựa chọn, mua sắm và phản ứng sau mua trên các nền tảng số bằng các thiết bị điện thoại di động hay máy vi tính. Doanh nghiệp xuất khẩu có thể nâng cao những trải nghiệm số bằng cách thăm dò ý kiến, khảo sát khách hàng qua thư điện tử, mạng xã hội, tin nhắn hay cuộc gọi; dựa trên những thông tin thu thập được, doanh nghiệp thiết kế hành trình trải nghiệm số sản phẩm của khách hàng phù hợp với đặc điểm của từng nhóm khách hàng mục tiêu với tính cá nhân hóa cao hơn. Khách hàng dễ dàng tìm kiếm thông tin sản phẩm theo xu hướng tìm kiếm mà các sàn thương mại điện tử đã được lập trình sẵn, những gợi ý về cách mua hàng và trải nghiệm có lợi nhất cho khách hàng đều được hướng dẫn chi tiết trên các ứng dụng. Sau khi kết thúc quá trình mua hàng, khách hàng đánh giá mức độ hài lòng và đưa ra những phản hồi và góp ý để doanh nghiệp cải thiện chất lượng sản phẩm, quá trình vận chuyển và các dịch vụ liên quan. Tất cả các trải nghiệm của khách hàng đều liên mạch, tiện lợi; các nền tảng công nghệ, kỹ thuật giúp doanh nghiệp xuất khẩu kịp thời nắm bắt tâm lý khách hàng, hỗ trợ để hành trình trải nghiệm sản phẩm được diễn ra xuyên suốt

bất kể khoảng cách về địa lý, không gian (Pelsmacker và cộng sự, 2018).

Thương mại điện tử (E-commerce) là hình thức kinh doanh trực tuyến dựa trên các nền tảng số để thực hiện hoạt động kinh doanh, giao dịch, mua bán. Các hoạt động thương mại điện tử xuyên quốc gia là phương tiện hiệu quả để các doanh nghiệp xuất khẩu giao thương, phát triển kinh doanh, đặc biệt là trong bối cảnh hậu Covid 19. Phương thức xuất khẩu trực tuyến qua nền tảng thương mại điện tử là con đường nhanh nhất, hiệu quả nhất và tối ưu chi phí nhất cho doanh nghiệp xuất khẩu trong định hướng phát triển. Doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận với khách hàng trên toàn thế giới chỉ bằng những cú nhấp chuột, không phân biệt thời gian, địa điểm và có thể tiết kiệm được rất nhiều chi phí marketing, lưu kho, vận chuyển, chi phí tiếp cận khách hàng (Elia và cộng sự, 2021; Fernandes và cộng sự, 2021).

Quản trị quan hệ khách hàng số (E-CRM) là việc xây dựng, duy trì và mở rộng quan hệ khách hàng bằng các nền tảng số thông qua các kênh như: thư điện tử, tin nhắn, mạng xã hội... Khi khách hàng tìm kiếm thông tin, mua sắm, sử dụng và đánh giá sản phẩm/dịch vụ qua các trang web, ứng dụng, thư điện tử... Toàn bộ dữ liệu sẽ được lưu lại, bộ phận marketing sử dụng bộ dữ liệu phân tích hành vi mua của khách hàng để đưa ra các chương trình truyền thông phù hợp, đúng thời điểm, đúng nhu cầu, đúng thông điệp nhằm tránh lãng phí thời gian, tiền bạc (Adlin và cộng sự, 2019). Công cụ marketing tự động như thư điện tử, tin nhắn, chatbot được thiết lập tự động sẵn, trường hợp các vấn đề phức tạp, không thông dụng thì sẽ được chuyển trực tiếp tới nhân viên chăm sóc khách hàng xử lý. E-CRM cho phép doanh nghiệp xây dựng được mối quan hệ thân thiết với khách hàng; những khách hàng/đối tác nước ngoài của các doanh nghiệp xuất khẩu cũng thuận lợi trong quá trình chăm sóc do xóa bỏ những rào cản về ngôn ngữ, không gian, thời gian bởi các chức năng dịch tự động và phản hồi mọi lúc, mọi nơi (Fernandes và cộng sự, 2021).

Kênh truyền thông mạng xã hội (social media) là công cụ truyền thông marketing nhằm tăng cường nhận thức thương hiệu, thu hút khách hàng mục tiêu

thông qua các kênh mạng xã hội như: Facebook, Youtube, Twitter, Instagram... Chỉ cần một thao tác đơn giản là doanh nghiệp có thể truyền thông tới tất cả khách hàng của mình trên toàn thế giới (Alarcón-del-Amo và cộng sự, 2016). Doanh nghiệp xuất khẩu sẽ dễ dàng tương tác với khách hàng khắp nơi, trao đổi thông tin hai chiều với họ; xây dựng những cộng đồng quan tâm đến lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp, phát triển cộng đồng lớn mạnh để trở thành khách hàng mục tiêu tiềm năng cho doanh nghiệp; tạo dựng lòng tin với khách hàng cũ để họ truyền thông tin doanh nghiệp đến người quen (Fernandes và cộng sự, 2021). Từ đó, doanh nghiệp xây dựng phương hướng phát triển, cải thiện chất lượng sản phẩm/dịch vụ để tạo lợi thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Từ những lý luận trên, mô hình và các giả thuyết nghiên cứu được xây dựng như sau:

Giả thuyết 1: Ứng dụng marketing số tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

Giả thuyết 2: Ứng dụng trải nghiệm sản phẩm số cho khách hàng tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

Giả thuyết 3: Ứng dụng thương mại điện tử tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

Giả thuyết 4: Ứng dụng quản trị quan hệ khách hàng số tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

Giả thuyết 5: Ứng dụng các kênh truyền thông mạng xã hội tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

Thang đo nghiên cứu được kế thừa có hiệu chỉnh và phát triển cho phù hợp điều kiện xuất khẩu của DN Việt Nam. Cụ thể:

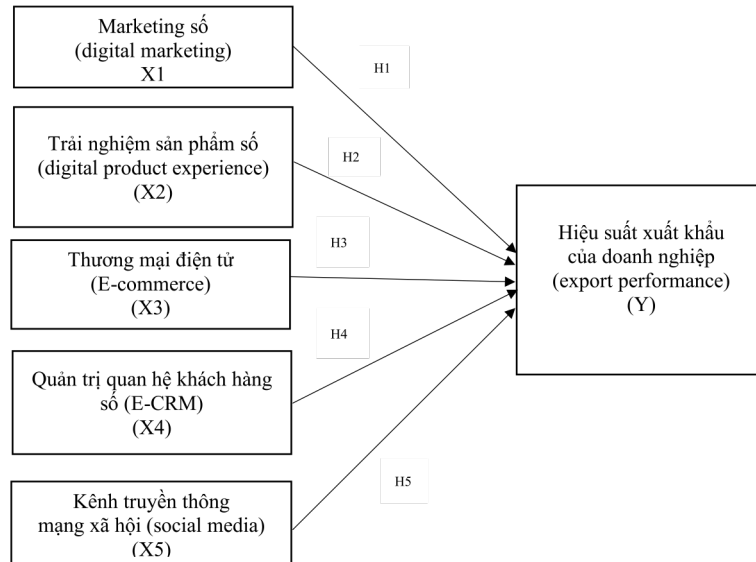
X1 có 4 biến quan sát (nguồn: Pelsemakes et al 2018; Elia et al 2021)

X2 có 3 biến quan sát (nguồn: Pelsemakes et al 2018)

X3 có 4 biến quan sát (nguồn: Elia et al 2021)

X4 có 4 biến quan sát (nguồn: A.D. Amor 2016; Fernandes et al 2021)

X5 có 4 biến quan sát (nguồn: A.D. Amor 2016; Fernandes et al 2021)



Hình 1: Mô hình nghiên cứu tác động của chuyên đổi số đến kết quả xuất khẩu

Y có 5 biến quan sát (nguồn: Jians & Jia 2022; Fernandes et al 2021; A.D. Amor 2016 et el 2016)

3. Mô tả mẫu

Tiếp theo, khảo sát điều tra được thực hiện trong giai quý 1 năm 2022 nhằm thu thập dữ liệu sơ cấp. Bảng hỏi được gửi tới 363 doanh nghiệp xuất khẩu trên cả nước. Kết quả thu về được 328 bảng trả lời

phù hợp, đầy đủ các thông tin quan trọng; hình thành mẫu nghiên cứu như bảng dưới đây.

Cụ thể, mẫu nghiên cứu gồm hơn 50% doanh nghiệp xuất khẩu thành lập dưới 5 năm; doanh nghiệp có kinh nghiệm trên 20 năm chiếm 10,67%, đây là những doanh nghiệp kì cựu, có kinh nghiệm lâu dài trong thị trường xuất khẩu. Các doanh

Bảng 1: Mẫu nghiên cứu

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ	Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ
Năm thành lập	328	100%	Quy mô lao động	328	100%
Dưới 3 năm	87	26,52%	Dưới 10 LĐ	63	19,21%
Từ 3 đến dưới 5 năm	93	28,35%	10 - 49 LĐ	92	28,05%
Từ 5 đến dưới 10 năm	72	21,95%	50 - 199 LĐ	100	30,49%
Từ 10 đến dưới 20 năm	41	12,50%	100 - 299 LĐ	55	16,77%
Từ 20 năm trở lên	35	10,67%	≥ 300 LĐ	18	5,49%
Lĩnh vực hoạt động	328	100%	Quy mô doanh thu	328	100%
Nông lâm thủy sản	84	25,61%	Dưới 3 tỷ	30	9,15%
Thương mại & Dịch vụ	145	44,21%	Từ 3 đến dưới 50 tỷ	65	19,82%
Công nghiệp & sản xuất	69	21,04%	Từ 50 đến dưới 100 tỷ	110	33,54%
Xây dựng	30	9,15%	Từ 100 đến dưới 300 tỷ	73	22,26%
			Từ 300 tỷ trở lên	50	15,24%

ngành có quy mô lao động từ 10 đến 199 chiếm chủ yếu (58,54%), doanh nghiệp có từ 300 lao động trở lên chỉ chiếm 5,49%, trong khi doanh nghiệp dưới 10 lao động vẫn chiếm 19,21%. Theo tiêu chí về quy mô lao động và doanh thu mỗi năm, các doanh nghiệp xuất khẩu tham gia phỏng vấn chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, chủ yếu là trong lĩnh vực Thương mại & Dịch vụ (44.21%), tiếp theo là Nông lâm thủy sản và Công nghiệp & Sản xuất.

Nghiên cứu tiếp tục tiến hành kiểm định thang đo các biến và thu được kết quả trong bảng 2 dưới đây. Cụ thể, các biến gộp hình thành từ các câu hỏi trong phần 2 của bảng hỏi khảo sát điều tra đều có các hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,8 đạt ngưỡng thống kê, là thang đo lường tốt; các hệ số kiểm định Kaiser-Meyer-Olkin cũng đạt ngưỡng thống kê 95% (Sig.), và đều có giá trị KMO lớn hơn 0,7 đều đạt các ngưỡng tiêu chuẩn cần thiết. Vì vậy, có thể khẳng định độ tin cậy của các thang đo sử dụng đối với các biến độc lập và phụ thuộc trong nghiên cứu này.

Bảng 2: Kiểm định các biến độc lập và phụ thuộc

STT	Tên biến tiếng Việt	Kí hiệu	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Cronbach's Alpha	Kaiser-Meyer-Olkin	Sig.
1	Marketing số	X1	2,96	0,585	0,921	0,721	0,000
2	Trải nghiệm sản phẩm số	X2	3,03	0,603	0,868	0,793	0,000
3	Thương mại điện tử	X3	3,01	0,591	0,863	0,737	0,000
4	Quản trị quan hệ khách hàng số	X4	2,84	0,588	0,920	0,807	0,000
5	Kênh truyền thông mạng xã hội	X5	3,08	0,612	0,944	0,799	0,000
6	Hiệu suất xuất khẩu của doanh nghiệp	Y	3,02	0,606	0,871	0,750	0,000

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích hồi quy và các phép kiểm tra vấn đề đa cộng tuyến được trình bày trong bảng 3, với biến phụ thuộc là kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam và 5 biến độc lập là những ứng dụng của chuyển đổi số tác động đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp xuất khẩu. Thống kê F của mô hình là 95,278 với giá trị p (Sig.) = 0,000 cho thấy mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thu thập được và tồn tại các biến giải thích có ý nghĩa. Giá trị R² hiệu chỉnh là 0,698 cho thấy 5 biến độc lập đưa vào mô hình giải thích được 69,8% sự

biến thiên của biến phụ thuộc. Kết quả phân tích đa cộng tuyến cho thấy, giá trị của hệ số VIF đều nhỏ hơn 4, đảm bảo kết quả hồi quy đáng tin cậy và không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình hồi quy này.

Kết quả hồi quy cho thấy biến độc lập X1 - Hoạt động marketing số (digital marketing) có tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp ở ngưỡng thống kê 95% (B = 0,308; Sig. = 0,000). *Giả thuyết 1 được khẳng định đúng*: hoạt động marketing số càng tốt thì kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp càng cao. Thực tế hiện nay, hầu hết các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đều phát triển các chiến dịch marketing số có quy mô lớn bởi những lợi ích thiết thực mà nó mang lại. Mỗi doanh nghiệp đều có Website riêng với đầy đủ thông tin cơ bản, đa ngôn ngữ và được thiết kế giao diện tương tác thu hút và hấp dẫn. Trong khoảng 10 năm gần đây, marketing số đã được quan tâm đầu tư, đặc biệt trong giai đoạn khủng hoảng dịch bệnh covid-19. Thông

qua các công cụ tìm kiếm, khách hàng/đối tác dễ dàng tiếp cận, liên hệ và tương tác trực tiếp với doanh nghiệp thông qua các nền tảng số. Trong các chiến dịch truyền thông quảng cáo qua Google, quảng cáo hiển thị hình ảnh, truyền thông mạng xã hội, marketing qua thư điện tử; doanh nghiệp đều bắt đầu từ Website riêng của mình, từ giới thiệu thông tin sản phẩm, dịch vụ và giới thiệu doanh nghiệp; đến phương pháp, công nghệ, chương trình khuyến mãi... đều được thể hiện chi tiết và đầy đủ nhất trên các nền tảng kỹ thuật số.

Bảng 3: Kết quả hồi quy

	Hệ số chưa chuẩn hóa		t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn			Tolerance	VIF
(hệ số)	0,114	0,120	0,947	0,344		
X1	0,308***	0,040	7,644	0,000	0,569	1,758
X2	0,066	0,044	1,523	0,129	0,488	2,047
X3	0,155***	0,031	4,940	0,000	0,938	1,066
X4	0,452***	0,040	11,217	0,000	0,571	1,752

$R = 0,840$; R Square = 0,705; Adjusted R Square = 0,698;
 Std. Error of the Estimate = 0,550; $F = 95,278$; Sig. = 0,000.

* có ý nghĩa thống kê với $p < 0,05$;

** có ý nghĩa thống kê với $p < 0,01$;

*** có ý nghĩa thống kê với $p < 0,001$.

Về trải nghiệm số sản phẩm (digital product experience), theo kết quả hồi quy, biến độc lập X2 không có tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp ở ngưỡng thống kê 95% ($B = 0,066$; Sig. = 0,129). Như vậy, giả thuyết 2 không được kiểm định đúng: các trải nghiệm số sản phẩm không có tác động đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Một số doanh nghiệp đã ứng dụng công nghệ thực tế ảo, kết hợp với trí tuệ nhân tạo để cung cấp cho khách hàng trải nghiệm số về sản phẩm. Tuy nhiên, hiệu quả mang lại còn nhiều hạn chế do chi phí đầu tư lớn, công nghệ và nguồn nhân lực số trong lĩnh vực này còn chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn. Điều này có thể giải thích tại sao trải nghiệm số sản phẩm không có tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu tại các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay.

Kết quả hồi quy cho thấy biến độc lập X3 - Thương mại điện tử (E-commerce) có tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp ở ngưỡng thống kê 95% ($B = 0,155$; Sig. = 0,000). Đồng nghĩa, giả thuyết 3 được kiểm định đúng: hoạt động thương mại điện tử càng được triển khai mạnh mẽ trong doanh nghiệp Việt Nam thì kết quả xuất khẩu càng cao. Thực tế, trong những năm gần đây, thương mại điện tử trở thành xu hướng kinh doanh phổ biến của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Doanh nghiệp tham gia vào hệ thống xuất khẩu trực

tuyến, các kênh thương mại điện tử xuyên quốc gia sẽ có nhiều thuận lợi trong việc nâng cao năng lực doanh nghiệp, nâng cao giá trị chất lượng hàng hóa và đưa thương hiệu Việt Nam đi khắp thế giới. Doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào các sàn thương mại điện tử quốc tế với các sản phẩm xuất xứ Việt Nam, được phân phối trực tiếp đến tay người tiêu dùng tại thị trường nước nhập khẩu. Các kênh phân phối quy mô lớn có sự phối hợp, hỗ trợ trực tiếp từ đối tác, hàng hóa do doanh nghiệp Việt sản xuất sẽ được phân phối qua kênh chính thức, uy tín tại thị trường các nước sở tại. Thương hiệu của doanh nghiệp xuất khẩu sẽ được hỗ trợ truyền thông ngay tại thị trường nước nhập khẩu. Điều này không chỉ thúc đẩy kênh bán hàng trực tuyến mà còn giúp phát triển thương hiệu Việt Nam trên thị trường quốc tế và sản phẩm của doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp với các nhà nhập khẩu lớn ở nước sở tại. Mặc dù, trong tình hình dịch bệnh Covid 19 kéo dài nhưng các doanh nghiệp xuất khẩu kinh doanh theo hình thức thương mại điện tử thì vẫn phát triển, vượt qua nhiều rào cản của dịch bệnh. Thói quen mua hàng của người tiêu dùng ở các nước cũng đã dần thay đổi, thay vì mua sắm trực tiếp tốn nhiều thời gian, công sức thì việc chuyển sang mua sắm trực tuyến là hiệu quả hơn nhiều. Với xu hướng phát triển và những lợi ích đó, thương mại điện tử thực sự đã có những tác động tích cực đến các doanh

ngành, đặc biệt là doanh nghiệp xuất khẩu ở Việt Nam hiện nay.

Liên quan đến quản trị quan hệ khách hàng số (E-CRM), kết quả hồi quy cho thấy biến độc lập X4 có tác động tích cực và mạnh nhất đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp ở ngưỡng thống kê 95% ($B = 0,452$; $\text{Sig.} = 0,000$). Như vậy, *giả thuyết 4 được kiểm định đúng*: quản trị quan hệ khách hàng số càng được ứng dụng và triển khai sâu rộng thì kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp càng cao. Thực tế, khách hàng là người ra quyết định mua sắm, nên việc tạo được mối quan hệ gần gũi với khách hàng để thông tin và thuyết phục khách hàng mua sắm là hết sức quan trọng. Thông qua nền tảng số, các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ dễ dàng và thuận lợi tạo dựng, phát triển và duy trì được mối quan hệ với khách hàng hơn. Trên website của doanh nghiệp, sẽ có chỉ dẫn rõ ràng về cách thức sử dụng website, hướng dẫn khách hàng chọn hàng, thêm hàng vào giỏ, đặt hàng, thanh toán và đánh giá sản phẩm, dịch vụ. Khách hàng có thắc mắc thì có thể vào trang câu hỏi thường gặp, để xem trả lời. Trường hợp vẫn chưa thỏa mãn thì sẽ được doanh nghiệp hỗ trợ giải đáp qua email hoặc qua điện thoại. Những rào cản về ngôn ngữ khi bán hàng qua thị trường quốc tế cũng được hạn chế bằng các công cụ dịch thuật. Nhờ vào sự tiến bộ của công nghệ kỹ thuật, doanh nghiệp dễ dàng thu thập được thông tin cá nhân, sở thích, mối quan tâm, lịch sử tìm kiếm và mua sắm của khách hàng. Từ đó hiểu khách hàng hơn, có thể đề xuất những hình thức và phương pháp phục vụ khách hàng tốt hơn, quan tâm khách hàng đúng cách mà khách hàng cần. Để quản lý việc chăm sóc khách hàng tốt hơn, doanh nghiệp xuất khẩu ưu tiên sử dụng phần mềm quản lý khách hàng toàn diện. Với các chức năng lưu trữ đầy đủ và phân loại chính xác dữ liệu khách hàng theo các nguồn từ quảng cáo Facebook, quảng cáo Google, Fanpage, thư điện tử...; nâng cấp chất lượng chăm sóc khách hàng của đội ngũ nhân viên thông qua việc lưu trữ thông tin làm việc với khách hàng để nhà quản lý kiểm soát và có giải pháp cải thiện chăm sóc khách hàng; nhờ đó có thể tăng tỷ lệ chốt đơn hàng thành công cho doanh nghiệp; tự động thống kê báo cáo kết quả, chất lượng của các hoạt động. Giá cả để sử dụng và duy trì các phần mềm quản trị quan hệ khách hàng tương đối rẻ nên đều được hầu hết các doanh nghiệp sử dụng, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng dễ tiếp

cận. Vì vậy, yếu tố quản trị quan hệ khách hàng số có thể xem là yếu tố tác động tích cực mạnh nhất đến việc nâng cao kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.

Về truyền thông mạng xã hội (social media), kết quả hồi quy cho thấy biến độc lập X5 cũng có tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp ở ngưỡng thống kê 95% ($B = 0,181$; $\text{Sig.} = 0,000$). Như vậy, *giả thuyết 5 cũng được kiểm định đúng*. Theo thống kê của “Báo cáo tổng quan toàn cầu về kỹ thuật số năm 2021”, hiện có khoảng 4,2 tỷ người dùng mạng xã hội tích cực trên khắp thế giới, tổng số người dùng tăng gần gấp đôi từ 2,31 tỷ năm 2016 lên 4,20 tỷ năm 2021. Nguyên nhân chủ yếu là do điện thoại di động được sử dụng ngày càng rộng rãi, gần 4,15 tỷ người dùng để truy cập các nền tảng mạng xã hội yêu thích. Nhiều nền tảng truyền thông xã hội được sử dụng rộng rãi trên toàn cầu như Facebook, YouTube, WhatsApp, WeChat, TikTok, QQ, Douyin, Sina Weibo... và trở thành công cụ thiết yếu cho phép doanh nghiệp tương tác trực tiếp và liên tục với khách hàng hiện tại và tiềm năng. Các vấn đề của khách hàng có thể được xử lý thông qua mạng xã hội mà không cần các kênh dịch vụ khác, nên khách hàng cũng thuận tiện trong việc gửi các phản hồi và tương tác với doanh nghiệp. Cho đến nay, nhiều doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam tiếp thị sản phẩm/dịch vụ thông qua mạng xã hội đến thị trường quốc tế đã có nhiều kết quả tốt. Việc tiếp thị sản phẩm/dịch vụ thông qua giúp các doanh nghiệp xuất khẩu truyền thông không giới hạn về không gian, thời gian, thông tin được chia sẻ nhanh chóng và dễ dàng; chi phí thấp hay miễn phí nên các doanh nghiệp vừa và nhỏ hay cá nhân đều có thể sử dụng; quá trình thực hiện đơn giản và dễ thực hiện, không cần đội ngũ chuyên môn cao; có thể lựa chọn được nhóm khách hàng mục tiêu để tiếp cận. Do đó, truyền thông qua mạng xã hội góp phần đến việc nâng cao kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp.

5. Một số hàm ý quản trị

Trên cơ sở những phân tích đã thực hiện, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.

- Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam

Thứ nhất, khuyến khích các doanh nghiệp xuất khẩu tham gia vào sàn thương mại điện tử ECVN. Đây là nền tảng hỗ trợ xuất khẩu của Việt Nam, hỗ

trợ giao dịch doanh nghiệp với doanh nghiệp do Bộ Công Thương quản lý, cung cấp trực tuyến các cơ hội chào mua, chào bán hàng hóa và dịch vụ của doanh nghiệp thành viên trong và ngoài nước. ECVN cung cấp những giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu như đơn giản hóa và giảm các rào cản, rủi ro trong thương mại quốc tế về Logistics, thanh toán, tài chính, pháp lý. Nhờ vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ cũng được hỗ trợ để tìm kiếm được mô hình kinh doanh xuất khẩu phù hợp, linh hoạt, giảm chi phí và tối ưu nguồn lực để vượt qua các rào cản xuất khẩu hàng hóa.

Thứ hai, lãnh đạo của các doanh nghiệp xuất khẩu cần phải có nhận thức đúng về chuyển đổi số, vai trò và sự phù hợp của chuyển đổi số đối với doanh nghiệp. Nhà lãnh đạo cần có những kiến thức tổng quát để có thể lựa chọn được các nền tảng số phù hợp với tình hình của doanh nghiệp, tránh thất thoát các nguồn lực; cần có tầm nhìn chiến lược, tư duy hệ thống và quyết tâm để thực hiện chuyển đổi số. Khi ứng dụng công nghệ mới vào quy trình kinh doanh, quản lý doanh nghiệp; bên cạnh những kỳ vọng về sự thành công mới của những người ủng hộ luôn có những quan điểm chống đối. Do đó, nhà lãnh đạo cần có kỹ năng quản lý sự thay đổi, quản lý dự án để đảm bảo tiến trình chuyển đổi số được diễn ra thuận lợi, tâm lý cán bộ công nhân viên đồng lòng, quyết tâm và đoàn kết.

Thứ ba, các doanh nghiệp xuất khẩu cần có những phương án đầu tư vào chuyển đổi số bài bản, chuyên nghiệp, có đội ngũ chuyên trách. Việc lựa chọn các ứng dụng, phần mềm... không nhất thiết phải rất đắt đỏ mới tốt mà nên chọn những giải pháp phù hợp với quy mô, nguồn lực, mục tiêu riêng của doanh nghiệp. Đội ngũ nhân viên đóng vai trò rất quan trọng, tham gia trực tiếp vào quá trình chuyển đổi số. Vậy nên doanh nghiệp cần tổ chức những khóa đào tạo năng lực số cho nhân viên để có thể tham gia vào chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp, tạo môi trường làm việc đoàn kết, nhiệt huyết để nhân viên tích cực hơn trong công việc và đưa ra những ý tưởng sáng tạo góp phần thành công cho doanh nghiệp.

Thứ tư, quá trình xây dựng và thực hiện kế hoạch chuyển đổi số cần được thực hiện bài bản, đúng quy trình. Trước tiên có thể ứng dụng các phần mềm quản lý sản xuất kinh doanh, tiếp đến là ứng dụng công nghệ, kỹ thuật tiên tiến vào quá trình sản xuất,

kinh doanh. Sau đó là nghiên cứu lựa chọn các ứng dụng phù hợp của Big data, Blockchain, AI... vào hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ năm, ưu tiên sử dụng các nền tảng số để xây dựng, phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ của hoạt động quản trị khách hàng số và marketing kỹ thuật số. Vì đây là hai nhân tố tác động tích cực mạnh nhất đến việc nâng cao kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay.

- Đối với các cơ quan nhà nước về chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu trong chuyển đổi số

Thứ nhất, Chính phủ cần nhanh chóng triển khai xây dựng và phát triển hệ sinh thái xúc tiến thương mại số, nhằm hỗ trợ các hộ kinh doanh, hợp tác xã, các doanh nghiệp vừa và nhỏ,... tiếp cận với các nền tảng số, ứng dụng công nghệ thông tin để thực hiện các hoạt động truyền thông, xúc tiến thương mại như: nền tảng khuyến mại - khuyến mãi trên môi trường số, nền tảng hội chợ thương mại số trong môi trường kinh doanh quốc tế...

Thứ hai, Cơ quan quản lý nhà nước cần nghiên cứu, sửa đổi, bổ sung các văn bản pháp lý và thủ tục kinh doanh, góp phần tạo điều kiện thuận lợi cho môi trường kinh doanh xuất khẩu. Xây dựng cơ chế, chính sách để nắm bắt tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp xuất khẩu, nhằm kịp thời chỉ đạo hướng dẫn các doanh nghiệp xuất khẩu vượt qua các rào cản trong môi trường kinh doanh quốc tế.

Thứ ba, Nhà nước cần có kế hoạch phát triển nguồn nhân lực, có kiến thức và kỹ năng số để tham gia vào quá trình chuyển đổi số, giúp thực hiện chuyển đổi số hiệu quả và bền vững. Cần phân chia lộ trình phát triển nhân lực thành các cấp độ để ưu tiên thực hiện như: kỹ năng số cơ bản cung cấp nền tảng cho việc sử dụng công nghệ, kỹ năng cho phép mọi người sử dụng công nghệ số phục vụ chuyên môn của mình và kỹ năng chuyên môn cao, nâng cao trong các nghề như lập trình máy tính, phát triển phần mềm, khoa học dữ liệu và quản lý mạng.

Thứ tư, Nhà nước cần xây dựng các chương trình phổ biến, hướng dẫn cho doanh nghiệp xuất khẩu về Hiệp định thương mại tự do Liên minh Châu Âu - Việt Nam (AVFTA) và lựa chọn các mô hình chuyển đổi số phù hợp với đặc trưng của doanh nghiệp; tham gia vào các sản phẩm thương mại điện tử quốc tế để nắm bắt được các cơ hội kinh doanh xuất khẩu.

6. Kết luận

Tác động của chuyển đổi số đến kết quả xuất khẩu của doanh nghiệp thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu và các nhà quản lý, đặc biệt trong bối cảnh khủng hoảng dịch bệnh vẫn còn nhiều diễn biến phức tạp. Kết quả nghiên cứu thực nghiệm của bài viết đã chỉ rõ vai trò của ứng dụng chuyển đổi số, cụ thể trong các hoạt động marketing kỹ thuật số, thương mại điện tử, quản trị quan hệ khách hàng số và truyền thông mạng xã hội đều có tác động tích cực đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Trong thời gian tới, để nâng cao hơn nữa kết quả xuất khẩu, các doanh nghiệp cần tập trung phát triển các nền tảng số; đào tạo đội ngũ nhân lực có kiến thức và kỹ năng số; tích cực tham gia vào các sản phẩm thương mại điện tử trong và ngoài nước. Đội ngũ nhà quản lý, lãnh đạo của các doanh nghiệp xuất khẩu cũng cần phải có hiểu biết và quyết tâm chuyển đổi số để xây dựng tầm nhìn chiến lược, mục tiêu chuyển đổi số tổ chức. Bài viết cũng đưa ra một số đề xuất với cơ quan quản lý nhà nước, góp phần nâng cao hiệu quả quản lý và phát triển xuất khẩu cho các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Adlin Faris Nur, Ferdiana Ridi, Fauziati Silmi (2019), “*Current Trend and Literature on Electronic CRM Adoption Review*”, Journal of Physics: Conference Series, Volume 1201, International Conference on Electronics Representation and Algorithm (ICERA 2019) 29–30 January 2019, Yogyakarta, Indonesia.
2. Alarcón-del-Amo M.C., Rialp A., Rialp J. (2016), “*Social media adoption by exporters: The export-dependence moderating role*”, Spanish Journal of Marketing - ESIC, Volume 20, Issue 2, Pages 81-92.
3. Elia Stefano, Giuffrida Maria, Mariani Marcello M., Bresciani Stefano (2021), “*Resources and digital export: An RBV perspective on the role of digital technologies and capabilities in cross-border e-commerce*”, Journal of Business Research, Volume 132, Pages 158-169.
4. Fernandes Ana M., Mattoo Aaditya, Nguyen Huy, Schiffbauer Marc (2021), “*The internet and Chinese exports in the pre-ali baba era*”, Journal of Development Economics, Volume 138, Pages 57-76.
5. Guo Lei, Xu Luying (2021), “*The Effects of Digital Transformation on Firm Performance: Evidence from China's Manufacturing Sector*”
6. Jardak M.K., Ben Hamad S. (2022), “*The effect of digital transformation on firm performance: evidence from Swedish listed companies*”, Journal of Risk Finance, Vol. 23 No. 4, pp. 329-348.
7. Jiang Mandi, Jia Peng (2022), “*Does the level of digitalized service drive the global export of digital service trade? Evidence from global perspective*”, Telematics and Informatics, Volume 72, 101853.
8. Nguyễn Kim Thảo, Lê Thị Hồng Minh (2022), “*Nghiên cứu khám phá về chuyển đổi số của các doanh nghiệp Việt Nam trong khu vực xuất nhập khẩu*”, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á, Số 3, 42–58.
9. Pelsmacker Patrick De, van Tilburg Sophie, Holthof Christian (2018), “*Digital marketing strategies, online reviews and hotel performance*”, International Journal of Hospitality Management, Volume 72, Pages 47-55.
10. Schwertner Krassimira (2021), “*The Impact of Digital Transformation on Business: A Detailed Review*”, in Metselaar John, Strategic Management in the Age of Digital Transformation, Proud Pen.
11. Vial G. (2019), “*Understanding digital transformation: A review and a research agenda*”, Journal of Strategic Information Systems, 28, 118–144.

Summary

The digital era changes the way firms interacting with customers, by leading to adaptive changes in business processes and model; that create opportunities but also challenges for exporting firms. This article studies the impact of digital transformation on the export performance of Vietnamese enterprises. The regression results on a sample of 328 Vietnamese exporting enterprises indicate the positive impact of four activities applying digital transformation. In which, digital customer relationship management has the strongest positive impact, followed by digital marketing, social media and e-commerce on the export results of Vietnamese enterprises. On the basis of research findings, we propose recommendations promoting digital transformation for improving export performance of Vietnamese enterprises.

THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ NHẪM THúc ĐẨY TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ CỦA TỈNH QUẢNG NINH

Nguyễn Anh Tú

NCS Trường Đại học Thương mại

Email: tunguyenanh11101973@gmail.com

Ngày nhận: 14/6/2022

Ngày nhận lại: 12/08/2022

Ngày duyệt đăng: 15/08/2022

Tăng trưởng kinh tế là một trong những vấn đề cốt lõi của lý luận về phát triển kinh tế. Trong bối cảnh hiện nay, ở phạm vi quốc gia hay địa phương đều chú trọng tới chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế, đặc biệt là tăng trưởng theo chiều sâu. Trên cơ sở lý thuyết về tăng trưởng kinh tế, bài viết phân tích, đánh giá thực trạng tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010 - 2020 theo một số tiêu chí đánh giá chất lượng tăng trưởng kinh tế của một địa phương cấp tỉnh. Từ đó, bài báo rút ra một số những mặt được, hạn chế, nguyên nhân của thực trạng nhằm đề xuất một số kiến nghị có cơ sở lý luận và thực tiễn góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Ninh trong thời gian tới và tầm nhìn đến năm 2030.

Từ khóa: Tăng trưởng kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

JEL Classifications: A23; E02; G18.

1. Giới thiệu

Thực hiện chính sách của Đảng và Nhà nước, nền kinh tế của tỉnh Quảng Ninh đã có những phát triển vượt bậc. Đến nay, Quảng Ninh thuộc nhóm địa phương dẫn đầu cả nước về tốc độ tăng trưởng và thu nhập bình quân đầu người. Từ một địa phương có nguồn thu ngân sách Nhà nước phụ thuộc vào nền công nghiệp khai khoáng, tài nguyên đất và những tiềm năng sẵn có, tỉnh Quảng Ninh đã thay đổi theo hướng phát triển bền vững, cân đối hài hòa giữa các thành phần kinh tế, hướng đến việc triển khai một cách hiệu quả chiến lược quốc gia về “tăng trưởng xanh”. Với điều kiện tự nhiên và vị trí địa lý thuận lợi cho phát triển kinh tế, xã hội, những năm gần đây Quảng Ninh luôn là một trong những tỉnh dẫn đầu cả nước, với mức tăng trưởng kinh tế ổn định trên 10%, thu nhập bình quân đầu người gấp 1,65 lần so với cả nước và là một trong năm tỉnh có số thu ngân sách nội địa cao nhất cả nước [2].

Giai đoạn 2010 - 2020, Quảng Ninh đã đạt mức tăng GRDP bình quân là 12% (theo giá so sánh 2010), tăng gần 6 lần so với giai đoạn 2001-2010 (2,8%). Trong đó, ngành dịch vụ đóng góp gần 50% vào GRDP với sự chuyển dịch mạnh mẽ, với những mô hình mới trong lĩnh vực du lịch để khai thác các

tiềm năng, thế mạnh du lịch của tỉnh Quảng Ninh. Chuyển dịch cơ cấu kinh tế cơ bản đã đi đúng hướng, tỷ trọng ngành dịch vụ tăng, tỷ trọng ngành nông nghiệp và công nghiệp giảm. Tỷ trọng trung bình giai đoạn 2010-2020 của các ngành như sau: nông nghiệp chiếm 6,61%; dịch vụ chiếm 49,4%; công nghiệp chiếm 43,95% [2] (có sự đóng góp không nhỏ từ ngành khai thác khoáng sản). Do đó, Tỉnh cần có chính sách để tiếp tục chuyên hướng nền kinh tế từ “nâu” sang “xanh” nhằm phát triển kinh tế một cách bền vững.

Để đánh giá thực trạng và đề xuất các khuyến nghị nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tỉnh Quảng Ninh, bài báo chủ yếu sử dụng nguồn thông tin, dữ liệu thứ cấp và xử lý bằng các kỹ thuật thống kê mô tả, so sánh để luận giải các vấn đề nghiên cứu.

2. Cơ sở lý thuyết về tăng trưởng kinh tế và chất lượng tăng trưởng kinh tế

2.1. Tăng trưởng kinh tế

Tăng trưởng kinh tế là một trong những vấn đề cốt lõi của lý luận về phát triển kinh tế. Theo lý luận hiện đại, tăng trưởng kinh tế được tiếp cận theo các quan điểm sau: “Tăng trưởng kinh tế là sự tăng thêm về thu nhập của nền kinh tế trong một thời gian xác định (thường là một năm). Tăng trưởng kinh tế được

biểu hiện thông qua quy mô và tốc độ” [3]. Bản chất của tăng trưởng kinh tế là sự gia tăng về thu nhập của nền kinh tế, được biểu hiện dưới dạng hiện vật hoặc giá trị. Hạn chế của cách tiếp cận này là chỉ số phản ánh những thuộc tính bên ngoài của quá trình tăng trưởng kinh tế mà chưa phản ánh được một số mặt như phương thức để đạt mục tiêu tăng trưởng kinh tế, cách thức để chuyển dịch cơ cấu kinh tế, hiệu quả sử dụng các yếu tố đầu vào, năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, mối quan hệ và những tác động của tăng trưởng kinh tế đến những biến đổi xã hội và môi trường.

Tăng trưởng kinh tế bền vững là việc tăng thêm về thu nhập của nền kinh tế trong một thời gian xác định nhưng không làm tổn hại tới môi trường, bảo đảm được mục tiêu an sinh xã hội, xóa đói giảm nghèo, giảm chênh lệch giàu nghèo giữa các tầng lớp trong xã hội [6].

2.2. Chất lượng tăng trưởng kinh tế

Chất lượng tăng trưởng kinh tế là sự phát triển nhanh, hiệu quả và bền vững của nền kinh tế, thể hiện qua năng suất nhân tố tổng hợp, năng suất lao động xã hội tăng và ổn định, mức sống của người dân được nâng cao không ngừng, cơ cấu kinh tế chuyển dịch phù hợp với từng thời kỳ phát triển của đất nước, sản xuất có tính cạnh tranh cao, tăng trưởng kinh tế đi đôi với tiến bộ, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường, quản lý kinh tế của nhà nước có hiệu quả.

Để đánh giá chất lượng tăng trưởng kinh tế dựa trên ba nhóm tiêu chí: Nhóm tiêu chí đánh giá hiệu quả kinh tế; Nhóm tiêu chí đánh giá khả năng nâng cấp nền kinh tế;

Nhóm tiêu chí đánh giá tiến bộ, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường. Cụ thể:

(i) *Nhóm tiêu chí đánh giá hiệu quả kinh tế: Để đánh giá về hiệu quả kinh tế của một nền kinh tế các quốc gia sử dụng một số chỉ tiêu sau:*

- Tổng giá trị sản xuất (GO - Gross output) là tổng giá trị sản phẩm vật chất và dịch vụ được tạo ra trên phạm vi lãnh thổ của một quốc gia trong một thời kỳ nhất định (thường là một năm).

- Tổng sản phẩm quốc nội (GDP - Gross domestic product) là tổng giá trị sản phẩm vật chất và dịch vụ cuối cùng được sản xuất ra trên phạm vi lãnh thổ của một nước trong một thời kỳ xác định (thường là một năm). GDP có thể được tính từ sản xuất, từ tiêu dùng và từ phân phối (thu nhập). Cách tính phổ biến và các địa phương cũng như Việt Nam vẫn dùng là tính từ tiêu dùng, theo đó GDP là tổng chi tiêu dùng cuối

cùng của các hộ gia đình (C), chi tiêu của Chính phủ (G), đầu tư tích lũy tài sản (I) và chi tiêu qua thương mại quốc tế, nghĩa là giá trị kim ngạch xuất khẩu trừ đi giá trị kim ngạch nhập khẩu (X - M). Công thức như sau: $GDP = C + G + I + (X - M)$ [3].

- Hiệu quả đầu tư hay suất đầu tư trên đơn vị tăng trưởng (ICOR - Incremental Capital Output Ratio) là tỉ số gia tăng giữa vốn và sản lượng, cho biết suất đầu tư cần thiết để tạo ra một đơn vị sản lượng tăng thêm, quy mô đầu tư tăng thêm với mức gia tăng sản lượng. $ICOR = \text{Đầu tư tăng thêm} / \text{Sản lượng tăng thêm}$.

(ii) *Nhóm tiêu chí đánh giá khả năng nâng cấp nền kinh tế*

Bài báo nghiên cứu những tiêu chí liên quan đến chất của tăng trưởng, dẫn đến việc nâng cấp nền kinh tế dựa vào việc đánh giá tăng trưởng kinh tế theo chiều sâu.

Chỉ tiêu phản ánh chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo ngành, lĩnh vực; theo vùng, lãnh thổ và theo thành phần kinh tế được thể hiện ở quy mô, tốc độ và cơ cấu tăng trưởng kinh tế theo ngành, lĩnh vực; theo vùng lãnh thổ và theo thành phần kinh tế.

Chỉ tiêu phản ánh năng lực cạnh tranh của nền kinh tế là năng lực cạnh tranh (thứ hạng) của sản phẩm, ngành và quốc gia

Chỉ số tự do kinh tế (Economic Freedom - EF) là thước đo được sử dụng rộng rãi để đo lường mức độ tự do của thị trường hiện đại.

(iii) *Nhóm tiêu chí đánh giá tiến bộ, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường*

Chỉ tiêu phản ánh tăng trưởng kinh tế gắn với phát triển xã hội, đảm bảo an sinh xã hội được hiểu là sự tăng trưởng bao trùm, đảm bảo cho mọi đối tượng trong xã hội đều được thụ hưởng thành quả của tăng trưởng kinh tế, quy mô và tốc độ gia tăng thu nhập, khả năng tạo mới, duy trì và giải quyết việc làm, khả năng giảm nghèo, chăm sóc y tế,...

Chỉ tiêu phản ánh tăng trưởng kinh tế về khả năng bảo vệ và cải thiện môi trường là tỷ lệ tiêu hao tài nguyên/đơn vị sản phẩm, mức tổn thất trong khai thác tài nguyên thiên nhiên, khả năng ngăn chặn, đẩy lùi và xử lý chất thải rắn, chất thải nguy hại phát sinh trong hoạt động sản xuất - kinh doanh, [3].

Những tiêu chí trên được coi là những tiêu chí cơ bản để đánh giá chất lượng tăng trưởng kinh tế. Có những tiêu chí có thể số hóa để nhận ra được những điểm mạnh, điểm yếu của những chính sách phát triển kinh tế, nhưng cũng có những tiêu chí khá trừu tượng, chỉ có thể dùng những ví dụ thực tiễn để đánh giá mức độ ảnh hưởng của chúng. Chính vì vậy, để

hoàn thiện được những chiến lược phát triển kinh tế của một quốc gia hay một vùng lãnh thổ, những nhà lãnh đạo cần phải có cái nhìn toàn diện đa chiều để có thể đánh giá một cách toàn diện nhất [3].

2.3. Nội dung nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế

(1) Xác lập mô hình tăng trưởng kinh tế

Có nhiều cách tiếp cận khái niệm về mô hình tăng trưởng kinh tế: (i) Mô hình tăng trưởng không chỉ phản ánh cách thức thực hiện tăng trưởng kinh tế, mà còn phải phản ánh mục tiêu cần đạt tới của tăng trưởng kinh tế; (ii) Khi xem xét phương thức thực hiện tăng trưởng, không phải chỉ quan tâm đến cấu trúc đầu vào (các yếu tố nguồn lực) và đầu ra (thu nhập) mà cần phải xem xét tổng hợp toàn diện hơn để xác định được động lực thực hiện quá trình tăng trưởng, điều này sẽ là cơ sở lựa chọn cách thức thực hiện quá trình tăng trưởng kinh tế hợp lý; (iii) Mục tiêu của tăng trưởng cần được hiểu theo nghĩa rộng và đầy đủ hơn, không phải chỉ thể hiện qua các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh tế của các quá trình thực hiện tăng trưởng, mà còn thể hiện qua tác động của tăng trưởng đến các đối tượng chịu ảnh hưởng hay hưởng lợi thế nào, mục tiêu cuối cùng của tăng trưởng phải là vì con người. Từ đó, rút ra khái niệm: “Mô hình tăng trưởng kinh tế là mô hình thể hiện được mục tiêu cần đạt tới của quá trình tăng trưởng; phương thức thực hiện, tạo nên các động lực chính của tăng trưởng kinh tế và tác động của tăng trưởng đến các đối tượng chịu ảnh hưởng từ quá trình tăng trưởng kinh tế.”

Trong hệ thống lý luận về mô hình tăng trưởng kinh tế, có rất nhiều mô hình được đưa ra. Bài viết nghiên cứu một số mô hình sau:

(i) Mô hình tăng trưởng dựa vào vốn đầu tư (Harrod - Domar)

Mô hình này dựa trên logic ban đầu: tiết kiệm (S) là nguồn gốc đầu tư (I), đầu tư ngày hôm nay chính là cơ sở tạo vốn sản xuất gia tăng của ngày mai ($\square K$) và mức vốn sản xuất gia tăng đóng vai trò trực tiếp làm gia tăng quy mô thu nhập của nền kinh tế ($\square Y$). Ngoài ra, mô hình này cũng dựa trên những xuất phát điểm khác: (i) tổng tiết kiệm bằng tổng đầu tư; (ii) các yếu tố đầu vào biến đổi là vốn và lao động kết hợp theo một tỉ lệ cố định; (iii) dân số hay lực lượng lao động và tiến bộ công nghệ, tiết kiệm, lao động gia tăng với tốc độ cố định.

(ii) Mô hình tăng trưởng dựa vào thể chế

Thể chế là những luật lệ của cuộc chơi trong xã hội, nói chính xác hơn là những ràng buộc do con

người tạo ra để điều chỉnh và định hình các tương tác của mình (North, 2006). Theo North, vai trò chính của thể chế trong xã hội là làm giảm tính bất trắc bằng cách cung cấp một cấu trúc cho hoạt động trong đời sống hàng ngày.

Ba cấu thành quan trọng của hệ thống thể chế gồm: thể chế chính thức (thành văn, như luật lệ); thể chế phi chính thức (bất thành văn, như tục lệ và các quy tắc xử thế) và các cơ chế và biện pháp chế tài. Có nhiều giả thuyết xoay quanh mối quan hệ giữa thể chế và tăng trưởng kinh tế.

Nòng cốt của mô hình tăng trưởng kinh tế dựa trên thể chế chính là việc thực thu các quyền sở hữu trên diện rộng trong các nhóm xã hội, tạo ra sự khác biệt về thu nhập. Một khi cá nhân có quyền sở hữu an toàn và bình đẳng trước các cơ hội, động cơ sẽ được tạo ra và cải thiện thị trường (mặc dù rất khó để đạt đến một thị trường hoàn hảo) [4].

Theo Acemoglu và Robinson, phát triển, thịnh vượng, xã hội hài hòa, dân chủ và tiến bộ, hết thảy đều có thể giải thích từ cấu trúc thể chế của mỗi xã hội. Vì thế, muốn đạt tới thịnh vượng, cải cách thể chế phải là chìa khóa.

Một số tiêu chí nhận diện thể chế tốt, quản lý nhà nước tốt: (i) Cần khuyến khích sự tham gia của người dân. Sự tham gia của người dân tăng thì nguy cơ xung đột giảm. Ngược lại, nếu quá trình hoạch định và thực thi chính sách hạn chế sự tham gia rộng rãi của người dân thì bất bình đẳng tăng, nguy cơ khiếu nại, tố cáo, biểu tình, bất ổn định xã hội tăng. (ii) Cần xác lập rõ ràng trách nhiệm giải trình của các cấp chính quyền và công chức quản lý. Mọi lựa chọn chính sách của chính quyền cần được giải thích và lập luận. Nếu chính sách sai hoặc việc thực thi chính sách thất bại, dẫn đến hậu quả tiêu cực, trong tình huống độ phải xác định được người chịu trách nhiệm cụ thể. Khả năng am hiểu bối cảnh chính sách, nhận thức được các giải pháp. Đưa ra các lựa chọn mang lại lợi ích, tạo công bằng xã hội, cũng như tổ chức thực thi chính sách đã chọn một cách hiệu quả. (iii) Cần đảm bảo chính quyền minh bạch và việc thực thi quyền lực tuân thủ chế độ pháp quyền. Hoạch định và thực thi chính sách phải chịu sự giám sát của cơ quan dân cử, báo chí và cử tri, tuân thủ pháp luật, theo nguyên tắc “cơ quan nhà nước chỉ được làm những điều pháp luật cho phép” [5].

(iii) Kết hợp mô hình tăng trưởng kinh tế dựa vào vốn và dựa vào thể chế

Ngày nay, thực tế các nước đều sử dụng mô hình tăng trưởng kinh tế kết hợp giữa vốn và thể chế. Vốn

đầu tư có vai trò đặc biệt quan trọng, tuy nhiên thực tiễn các nước chỉ ra rằng nếu có chính sách kinh tế tốt cũng có thể có được vốn. Việt Nam là ví dụ: Từ năm 1988 Việt Nam bắt đầu thực thi chính sách thu hút vốn FDI và đến năm 2017, Việt Nam đã thu hút được khoảng 172 tỷ USD vốn FDI (Tổng cục thống kê, 2018), tương đương 20% tổng số vốn đầu tư xã hội được thực hiện của Việt Nam. Vậy mô hình kinh tế lựa chọn phải đảm bảo yêu cầu khơi thông được mọi nguồn lực phục vụ nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế và đảm bảo nguyên tắc phát triển bền vững.

(2) Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế

“*Cơ cấu kinh tế là tổng thể các ngành, các lĩnh vực, bộ phận kinh tế có quan hệ hữu cơ tương đối ổn định hợp thành*”. Như vậy, cơ cấu kinh tế không chỉ thể hiện pử tương quan tỷ lệ mà còn là mối quan hệ tác động qua lại giữa các bộ phận hợp thành nền kinh tế. Cơ cấu kinh tế luôn thay đổi theo từng thời kỳ phát triển để phù hợp với môi trường và điều kiện phát triển thông qua quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Chuyển dịch cơ cấu không chỉ xảy ra giữa các ngành, các khu vực mà còn bao gồm sự thay đổi trong nội bộ ngành, khu vực, thường là theo chiều hướng hiện đại hơn, ngày càng hoàn thiện hơn.

Quá trình chuyển dịch tồn tại hai khía cạnh cơ bản. Thứ nhất, chuyển dịch cơ cấu kinh tế là một quá trình khách quan vận hành theo quy luật nội tại, nghĩa là khi có đủ sự tích lũy về lượng sẽ có sự thay đổi về chất trong cơ cấu. Thứ hai, việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế là một quá trình chủ quan và về cơ bản phụ thuộc vào nhận thức của các nhà hoạch định chính sách và bộ máy thực hiện.

Nếu nhận xét quá trình tăng trưởng của một nền kinh tế dựa trên góc độ về chuyển đổi cơ cấu ngành thì Rostow cho rằng quá trình tăng trưởng kinh tế của mỗi nước cũng đồng nghĩa với quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế và chuyển đổi mô hình tăng trưởng: từ một mô hình với nền kinh tế nông nghiệp lạc hậu tiến lên một nền kinh tế công nghiệp hóa và dần chuyển sang một nền kinh tế trong đó khu vực dịch vụ đóng vai trò quan trọng nhất, hay gọi là một nền kinh tế phát triển.

Có nhiều quan điểm về chuyển dịch cơ cấu kinh tế nhưng cách tiếp cận gần đây chỉ ra quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế chủ yếu thể hiện ở sự thay đổi quan hệ giữa vốn và lao động, mà đặc biệt là việc tăng tỷ trọng vốn, công nghệ cao và giảm tỷ trọng lao động giản đơn. Đây là quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo chiều sâu và để có sự chuyển dịch đó cần đầu tư nhiều hơn vào vốn và

công nghệ cao. Sản xuất nhiều hàng hóa có hàm lượng vốn và công nghệ hơn là hàng hóa có hàm lượng vốn và công nghệ hơn là hàng hóa sử dụng nhiều lao động giản đơn hoặc sử dụng nhiều tài nguyên thiên nhiên. Nếu không có sự chuyển dịch như vậy, mức độ cải thiện khả năng cạnh tranh của nền kinh tế rất hạn chế và nền kinh tế dễ bị tụt hậu trong dài hạn.

Thực tiễn chỉ ra rằng, quá trình chuyển đổi mô hình tăng trưởng phải là quá trình chuyển dịch kinh tế “*theo quy luật*”. Với Việt Nam, một nước đang phát triển trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, chuyển đổi mô hình tăng trưởng thông qua công nghiệp hóa có nội dung cốt lõi là chuyển dịch cơ cấu kinh tế, trong đó cơ cấu ngành kinh tế đóng vai trò quan trọng nhất. “*Quy luật*” của quá trình công nghiệp hóa là tầm quan trọng trong nền kinh tế được chuyển từ khu vực nông nghiệp sang khu vực khai thác khoáng sản rồi đến công nghiệp chế biến, chế tạo đóng góp vào tăng trưởng kinh tế ngày càng tăng lên. Do có sự gia tăng mạnh của tỷ lệ đầu tư nên sự đóng góp vào tăng trưởng của nhân tố tích lũy vốn được giữ ở mức cao trong thời kỳ đầu và giảm dần trong thời kỳ sau khi nền kinh tế đã có nền tảng tăng trưởng dựa nhiều hơn vào chất lượng lao động và ứng dụng khoa học - công nghệ. Trong giai đoạn nền kinh tế phát triển, tỷ trọng của khu vực công nghiệp trong cơ cấu cầu nội địa bắt đầu giảm xuống, khu vực dịch vụ trở nên quan trọng nhất và chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu GDP, cũng như cơ cấu lao động. Trong giai đoạn này, nhân tố đóng góp lớn nhất cho tăng trưởng là nhân tố năng suất tổng các nhân tố.

Vậy nên, một trong những nội dung quan trọng để nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế chính là việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

(3) Thu hút và quản lý đầu tư phát triển kinh tế

Vốn được coi là điều kiện hàng đầu của tăng trưởng và phát triển ở mọi quốc gia. Với những nước kém phát triển, để đạt được tốc độ tăng trưởng cao và ổn định, cần phải có một lượng vốn lớn. Vậy nên cần khẳng định được vai trò của vốn đầu tư với tăng trưởng kinh tế, nguồn vốn đầu tư có thể đến từ nguồn vốn trong nước và vốn nước ngoài. Trong đó, vốn trong nước có thể đến từ ngân sách nhà nước, từ các doanh nghiệp và từ nhân dân, còn vốn nước ngoài có thể là vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA) và vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Nguồn vốn trong nước để đầu tư phát triển phải được sử dụng hiệu quả thì mới nâng cao được vai trò

của nó và thực hiện được những mục tiêu quan trọng của quốc gia. Thứ nhất, vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước tạo ra môi trường thuận lợi cho các địa phương có cơ hội tăng trưởng kinh tế theo định hướng chung của kế hoạch, chính sách và pháp luật đồng thời trực tiếp tạo ra năng lực sản xuất trong một số lĩnh vực quan trọng của nền kinh tế. Thứ hai, vốn đầu tư từ các doanh nghiệp được cho là phát triển rất mạnh khi nền kinh tế có sự chuyên biến. Thứ ba, vốn đầu tư của nhân dân là nguồn vốn tiết kiệm của dân cư phụ thuộc rất lớn vào thu nhập và chi tiêu của các hộ gia đình. Đây được coi là nguồn vốn lớn, góp phần giải quyết tình trạng thiếu vốn trong các doanh nghiệp, nó cũng giải quyết được một phần lớn công ăn việc làm cho lao động nhàn rỗi trong khu vực nông thôn, từ đó thúc đẩy quá trình tăng trưởng kinh tế, nâng cao đời sống nhân dân.

Một trong những nội dung chủ chốt trong nhiệm vụ nâng cao chất lượng kinh tế chính là chính sách của địa phương thế nào để có khả năng thu hút được nguồn vốn đầu tư từ những doanh nghiệp nước ngoài để tạo ra những cú bật đối với những địa phương kém phát triển.

(4) Giải quyết hài hòa tăng trưởng kinh tế với mục tiêu phát triển bền vững

Sau sự thất bại của Liên Xô, thế giới đã nhìn nhận một cách có chiều sâu hơn về tăng trưởng kinh tế, đó là phải đặt tăng trưởng kinh tế trong tổng thể gắn với văn hóa - môi trường sống, hay là tăng trưởng kinh tế nhanh với mục tiêu phát triển bền vững [7].

Khái niệm phát triển bền vững và quan điểm về phát triển bền vững đến nay còn có nhiều cách tiếp cận khác nhau tùy thuộc vào điều kiện kinh tế - xã hội ở mỗi quốc gia, khu vực. Nhưng, hiểu một cách chung nhất thì phát triển bền vững là một khái niệm nhằm định nghĩa một sự phát triển về mọi mặt trong hiện tại mà vẫn bảo đảm sự tiếp tục phát triển trong tương lai xa. Phát triển bền vững phải bảo đảm có sự phát triển kinh tế hiệu quả, xã hội công bằng và môi trường được bảo vệ, gìn giữ. Đối với Việt Nam, phát triển bền vững hiểu khái quát là sự cân bằng giữa 3 vấn đề: tăng trưởng - bảo vệ môi trường - bảo đảm an sinh xã hội.

Vậy nên, với địa phương, lấy bài học của những quốc gia làm tham chiếu để tìm ra hướng đi của riêng mình, đưa ra những chiến lược đảm bảo phải lấy chất lượng cuộc sống của người dân làm cốt lõi, đảm bảo môi trường sống lành mạnh và công bằng xã hội.

3. Phân tích thực trạng tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010 - 2021

Quảng Ninh là một tỉnh ở địa đầu vùng Đông Bắc Việt Nam, có vị trí địa lý, chính trị, kinh tế đặc biệt, có biên giới quốc gia và hải phận giáp với nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa. Tỉnh có 120 km đường biên giới trên đất liền, 191 km đường phân định Vịnh Bắc Bộ, với 250 km bờ biển; 3 cửa khẩu trên đất liền (Móng cái, Hoàn Mô, Bắc Phong Sinh) và 4 cửa khẩu trên biển (Cầm Phả, Cái Lân, Hòn Gai, Vạn Gia). Tỉnh nằm ở vị trí then chốt (điểm đầu) trong 2 hàng lang, một vành đai kinh tế Việt Nam - Trung Quốc và là cầu nối giữa các nước ASEAN, các nước Đông Bắc Á. Tỉnh có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú đặc biệt là nguồn khoáng sản và các danh lam thắng cảnh, do đó trong giai đoạn vừa qua nền kinh tế tỉnh Quảng Ninh đã tăng trưởng một cách bền vững hơn, cụ thể:

3.1. Về xác lập mô hình tăng trưởng kinh tế

Dựa trên lý luận về học thuyết tăng trưởng kinh tế, kết hợp với đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, tỉnh Quảng Ninh đã nhanh chóng, kịp thời nắm bắt tư tưởng chủ đạo trong việc xác lập mô hình tăng trưởng kinh tế. Giai đoạn 2010 - 2021, Quảng Ninh được coi là một trong những tỉnh có bước đột phá lớn, vươn lên trở thành địa phương dẫn đầu trong khu vực kinh tế trọng điểm phía Bắc. Đó chính là thành quả của việc linh hoạt thay đổi mô hình tăng trưởng kinh tế, đáp ứng được nhu cầu phát triển cho địa phương trong từng giai đoạn của tỉnh.

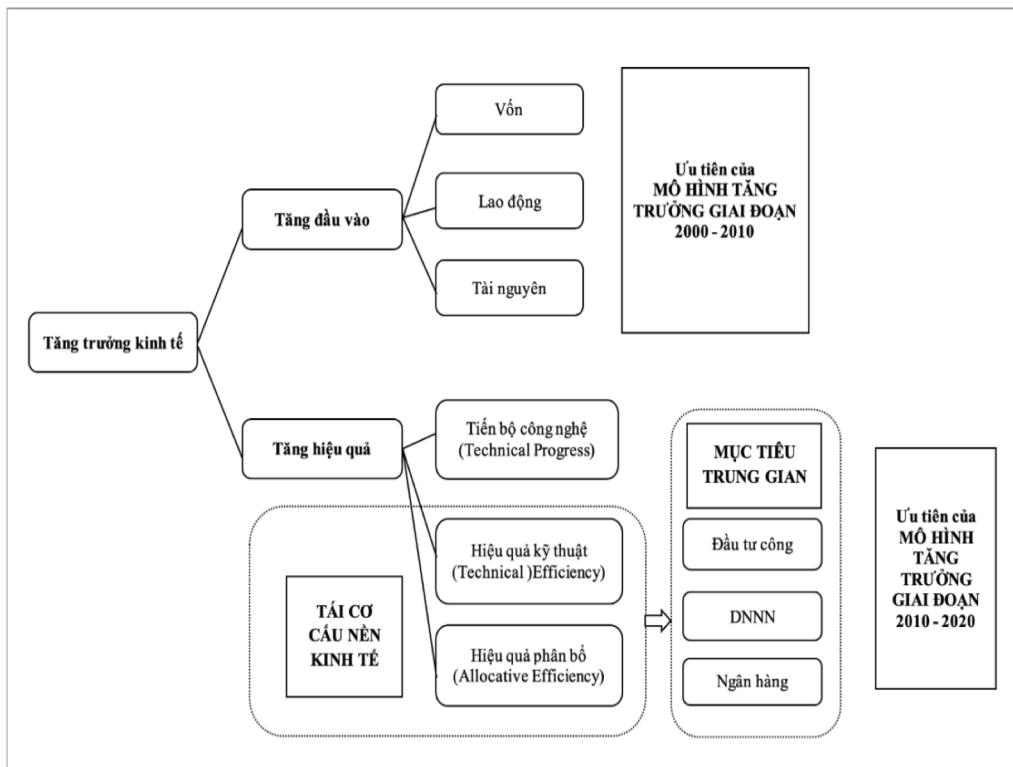
- Mô hình tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010-2015: Áp dụng lý luận về mô hình tăng trưởng kinh tế vào điều kiện thực tế tỉnh, giai đoạn trước năm 2010, Quảng Ninh phần lớn vận dụng mô hình kinh tế dựa vào tài nguyên, cụ thể là than đá và tiềm năng du lịch sẵn có. Tuy nhiên, sau một thời gian dựa vào mô hình này cũng như nhìn nhận những bài học của các nước trên thế giới, Quảng Ninh nhận ra rằng yếu tố công nghệ đóng vai trò vô cùng quan trọng, không thể bỏ qua trong quá trình phát triển theo định hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Ngoài ra, tình trạng khai thác quá mức than đá dẫn đến những vấn nạn cạn kiệt nguồn tài nguyên, ô nhiễm môi trường, thất nghiệp. Với du lịch, nếu chỉ dựa vào những tiềm năng có sẵn mà không có những biện pháp khai thác phù hợp thì không thể phát triển lâu dài và bền vững.

Trên cơ sở phân tích và dự báo tình hình, từ 2010, Quảng Ninh bắt đầu có những bước đổi mới trong việc xác lập mô hình tăng trưởng kinh tế của

tỉnh. Ngoài việc dựa vào nguồn tài nguyên có sẵn, Quảng Ninh đã có sự kết hợp những điểm mạnh của nhiều mô hình tăng trưởng kinh tế, lấy mục tiêu “*phát triển bền vững*” làm mục tiêu quan trọng nhất. Giai đoạn 2010-2015 là giai đoạn tỉnh Quảng Ninh hoàn thiện nền kinh tế theo mô hình mới dựa vào vốn nhân lực hay còn gọi là tăng trưởng kinh tế nội sinh. Quảng Ninh xác định rõ việc đầu tư cho máy móc và thiết bị để nâng cao năng suất lao động, sau đó là đầu tư cho con người và tri thức. Đây được coi là mô hình phát triển bền vững, phù hợp với những địa phương có nhiều tiềm năng phát triển như Quảng Ninh.

măng lớn của cả nước; tỷ lệ đô thị hóa cao, đạt 64% (cả nước là 33,7%) với 4 thành phố và 2 thị xã.

Hai là, *Quảng Ninh đã tập trung phát triển nguồn nhân lực*: cử 6.696 lượt cán bộ đi đào tạo, 23.955 lượt cho cán bộ, đảng viên bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ, quản lý nhà nước; 3.633 lượt cán bộ thôn, bản; đã thực hiện việc đưa cán bộ, giáo viên, bác sĩ đi học tập, bồi dưỡng ở nước ngoài theo bằng nguồn ngân sách tỉnh. Xây dựng và tổ chức thực hiện Đề án “Đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao chất lượng và phát triển toàn diện nguồn nhân lực tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020”; thành lập Trường Đại học Hạ Long và đi vào tuyển sinh năm 2015. Số



(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

Hình 1: Mô hình tăng trưởng giai đoạn 2010-2021 của tỉnh Quảng Ninh

Với việc áp dụng mô hình này, Quảng Ninh đã hoàn thiện được một số hạng mục trong giai đoạn 2010-2015, làm tiền đề phát triển mạnh mẽ cho giai đoạn sau:

Một là, *tập trung phát triển hạ tầng đồng bộ*: Hệ thống giao thông phát triển mạnh với việc cải tạo, nâng cấp, xây dựng mới 97,4km quốc lộ; 61 km tỉnh lộ; 1.290 km đường giao thông nông thôn, miền núi; trở thành trung tâm sản xuất nhiệt điện, sản xuất xi

lương thực sữ, tiền sữ trong tỉnh tăng gấp 2,33 lần so với năm 2010; tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt 63% (năm 2010 là 48%). Chuyển đổi cơ cấu lao động đã đóng góp đáng kể vào tăng năng suất lao động xã hội của tỉnh, trung bình cả giai đoạn tăng 12,4%, trong đó lao động trong lĩnh vực dịch vụ có mức tăng cao nhất là 17,1%/năm (Niên giám thống kê tỉnh Quảng Ninh).

Ba là, tập trung chỉ đạo các giải pháp đổi mới mô hình tăng trưởng, cơ cấu lại nền kinh tế theo hướng bền vững: Tổng vốn đầu tư xã hội đạt trên 220 ngàn tỷ đồng, tăng 1,6 lần so với nhiệm kỳ trước. Chuyển đổi mô hình hoạt động của các đơn vị sự nghiệp công theo hướng tăng cường tự chủ, mở rộng xã hội hóa; đã và đang triển khai 55 công trình áp dụng hình thức đối tác công - tư (PPP). Tỷ trọng dịch vụ tăng từ 39,3% lên 43,4%, trong khi công nghiệp giảm từ 53,4% xuống 50,6%; thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đạt trên 2,5 tỷ USD; vốn đầu tư trong nước đạt trên 4 tỷ USD. Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh từ vị trí thứ 20 được nâng lên và duy trì trong nhóm 5 địa phương dẫn đầu cả nước và đứng đầu trong Vùng đồng bằng sông Hồng. Bên cạnh đó, văn hoá - xã hội và an sinh xã hội cũng được chú trọng. Nhiều chỉ tiêu đạt cao so với bình quân chung của cả nước như: Tỷ lệ trường chuẩn quốc gia đạt 70% (cả nước 37,7%); đạt tỷ lệ 12 bác sĩ/vạn dân (bằng 1,6 lần bình quân cả nước); 36 giường/vạn dân, gấp gần 2 lần bình quân cả nước.

Tuy nhiên, giai đoạn này tỉnh Quảng Ninh mới chớm đến những bước đầu của việc nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế, hướng đến mục tiêu phát triển bền vững. Do đó, trong giai đoạn thử nghiệm vẫn còn nhiều hạn chế, chưa thực sự hiệu quả trong công tác quản lý cũng như công tác triển khai, thực hiện các địa phương.

- Mô hình tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2015-2021:

Đây là giai đoạn bùng nổ của tỉnh Quảng Ninh khi hiệu quả của mô hình tăng trưởng kinh tế mới trở nên rõ ràng. Giai đoạn này, tỉnh không áp dụng một mô hình tăng trưởng cố điển nào mà nghiên cứu, xây dựng mô hình tăng trưởng kết hợp, phù hợp với thực tiễn địa phương. Mô hình tăng trưởng đáng nói đến là tăng trưởng xanh, hiện đang là vấn đề lý luận mang tính thời sự trên thế giới khi thực tế cho thấy tăng trưởng xanh đã được xác định là trọng tâm trong chính sách phát triển quốc gia của nhiều khu vực phát triển trên thế giới trong nỗ lực đạt được sự phát triển bền vững. Đó là sự phát triển luôn giữ được sự kết hợp cân đối, hài hòa trên cả ba trụ cột kinh tế, xã hội và sinh thái, môi trường. Kinh tế xanh là hoạt động của con người gắn với gìn giữ tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường ngược lại với kinh tế nâu tiêu tốn nhiều nhưng kém hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, gây tổn hại tới môi trường và tự nhiên. Trong khi đó, kinh tế nâu được định nghĩa là “mô hình phát triển kinh tế cũ được áp dụng chủ yếu

tại các nước đang phát triển. Đặc điểm của kinh tế nâu là chú trọng vào tăng trưởng GDP và thu nhập bình quân đầu người. Tăng trưởng của kinh tế nâu là dựa trên nguồn tài nguyên sẵn có, phát triển kinh tế đồng nghĩa với khai thác và làm cạn kiệt nguồn tài nguyên, dẫn đến những hệ lụy: môi trường bị tàn phá nặng nề; cạn kiệt nguồn tài nguyên”.

Xu hướng tăng trưởng phát triển từ “nâu” sang “xanh” vẫn đang là xu hướng chủ đạo trong phát triển kinh tế của tất cả các quốc gia. Năm bắt được xu hướng đó, Quảng Ninh cũng là một trong những địa phương đầu tiên trong nước thực hiện mô hình tăng trưởng “xanh”. Với mô hình này, Quảng Ninh chuyển đổi phương thức phát triển gắn chặt với việc thực hiện có hiệu quả ba đột phá chiến lược mà Đại hội XI của Đảng đề ra (cải cách hành chính, đào tạo nguồn nhân lực, phát triển kết cấu hạ tầng) để dần dần giảm bớt việc dựa vào các yếu tố không bền vững như tài nguyên thiên nhiên hữu hạn và tăng dần các yếu tố bền vững dựa vào vị trí địa chính trị, kinh tế tri thức, khoa học công nghệ, tiêu dùng, đầu tư, xuất khẩu, cảnh quan, văn hóa, truyền thống lịch sử và trí tuệ con người để phát triển. Tất cả những yếu tố bền vững đó Quảng Ninh đều hội tụ, vậy nên việc áp dụng mô hình tăng trưởng xanh là hợp lý trong hoàn cảnh hiện tại.

Giai đoạn 2015-2021 là giai đoạn Quảng Ninh bắt đầu chuyển mình mạnh mẽ, áp dụng những bài học kinh nghiệm và kế thừa được đường lối phát triển của Đảng và Nhà nước để áp dụng mô hình tăng trưởng kinh tế kết hợp vào thực tiễn địa phương.

3.2. Về chuyển dịch cơ cấu kinh tế

Sau khi xác định mô hình tăng trưởng kinh tế, cơ cấu kinh tế của Quảng Ninh chuyển dịch theo chiều rộng và chiều sâu. Tỉnh Quảng Ninh thực hiện thay đổi cơ cấu ngành, giảm tỷ trọng ngành nông nghiệp và công nghiệp nặng, tăng tỷ trọng ngành dịch vụ, đặc biệt là du lịch. Để đạt được những kết quả như hiện nay, ngay từ bước nhận diện nền kinh tế địa phương, các phương pháp luận và phân tích đã được các nhà hoạch định chiến lược phát triển kinh tế tỉnh áp dụng, đi theo mô hình tăng trưởng kinh tế xanh trong giai đoạn 2016-2021, để đánh giá được kết quả của việc thay đổi mô hình kinh tế chuyển từ nâu sang xanh, tác giả đã tính toán giá trị và tỷ trọng GDP trung bình được tạo ra trong hai giai đoạn như sau:

Tỷ trọng ngành công nghiệp - xây dựng và nông - lâm - ngư nghiệp giảm, nhưng phần đóng góp vào GRDP lại tăng thể hiện trình độ khoa học - kỹ thuật

Bảng 1: Giá trị GDPR tỉnh Quảng Ninh theo giai đoạn

(Đơn vị: Tỷ đồng)

Giai đoạn	Nông - lâm - ngư nghiệp	Tỷ trọng (%)	Công nghiệp - Xây dựng	Tỷ trọng (%)	Dịch vụ - Thuế sản phẩm	Tỷ trọng (%)
2010-2015	5.943	7,75	39.459	51,4	31.300	40,8
2015-2021	9.450	5,89	78.766	49,0	72.328	45

(Nguồn: Tính toán và phân tích của tác giả)

trong ngành đã tăng, dẫn đến năng suất và chất lượng sản phẩm tăng, từ đó đẩy ra thị trường với giá thành cao hơn. Đó chính là cốt lõi của mô hình tăng trưởng kinh tế xanh theo định hướng phát triển bền vững. Ngành dịch vụ cũng có bước phát triển nhảy vọt (tỷ trọng tăng từ 40,8% trong giai đoạn 2010-2015 lên 45% trong giai đoạn 2015-2021) khi áp dụng các chính sách kêu gọi đầu tư, đặc biệt là du lịch. Nhưng ngành dịch vụ cũng phải đối mặt với rất nhiều thách thức: việc bảo tồn thiên nhiên, di tích lịch sử, tốc độ đô thị quá nhanh và những bất cập từ việc giải tỏa mặt bằng phục vụ cho các mô hình du lịch hiện đại.

Nhằm phát triển kinh tế dịch vụ, tỉnh Quảng Ninh đã chú trọng khai thác và phát huy tối đa lợi thế của địa phương [9], nơi có nhiều danh lam thắng cảnh, bờ biển trải dài và nhiều hòn đảo đẹp thuận lợi cho phát triển du lịch, Quảng Ninh đã đi đầu trong việc ban hành và thực hiện các chính sách nhằm quản lý môi trường kinh doanh du lịch: Quyết định

số 3268/2012/QĐ-UBND ngày 11 tháng 12 năm 2012 về quản lý môi trường kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh; Chỉ thị số 11 CTT/UBND ngày 22 tháng 6 năm 2012 về tăng cường công tác quản lý môi trường kinh doanh du lịch, với chính sách này, những năm qua ngành dịch vụ của tỉnh đã có sự tăng trưởng liên tục, năm 2010, đóng góp 19,170 tỷ đồng vào quy mô GRDP của tỉnh.

Năm 2020, ngành dịch vụ đóng góp 98,104 tỷ đồng, gấp 5 lần so với năm 2010, có tốc độ tăng trưởng mạnh hơn ngành nông-lâm-nghiệp, vượt lên tương đương với giá trị đóng góp của ngành công nghiệp- xây dựng (giai đoạn trước là ngành đóng góp chủ yếu cho GRDP tỉnh Quảng Ninh). Năm 2021, tỷ trọng của các ngành có sự thay đổi, đặc biệt ngành dịch vụ và thuế giảm mạnh do tác động của dịch bệnh Covid-19 và chính sách miễn giảm thuế của nhà nước cho doanh nghiệp.

Bảng 2: Giá trị đóng góp của các nhóm ngành của tỉnh Quảng Ninh trong giai đoạn 2010-2021

(Đơn vị: Tỷ đồng)

Năm	Nông-lâm-nư nghiệp	Tỷ lệ (%)	Công nghiệp-xây dựng	Tỷ lệ (%)	Dịch vụ-Thuế sản phẩm	Tỷ lệ (%)
2010	4.297	8,58	26.090	52,08	19.710	39,34
2011	5.617	8,70	34.174	52,93	24.773	38,37
2012	5.631	7,90	36.863	51,69	28.826	40,42
2013	5.927	7,48	39.752	50,19	33.525	42,33
2014	6.837	7,54	45.707	50,38	38.181	42,08
2015	7.350	7,03	54.165	51,83	42.983	41,13
2016	7.896	6,77	60.195	51,64	48.483	41,59
2017	8.329	6,48	65.303	50,79	54.937	42,73
2018	10.689	6,49	78.793	47,85	75.192	45,66
2019	11.172	6,02	89.246	48,10	85.125	45,88
2020	11.262	5,37	100.294	47,84	98.104	46,79
2021	13.175	6,28	125.995	60,10	70.456	33,61

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010-2021)

3.3. Thực trạng quản lý và thu hút đầu tư phát triển kinh tế

Quảng Ninh coi đầu tư là một trong những nguồn kêu gọi vốn nhanh và hiệu quả, do đó trong những năm gần đây, tỉnh đã tích cực cải thiện môi trường đầu tư nhằm thu hút đầu tư trong và ngoài nước.

- Giai đoạn 2010-2015, Quảng Ninh không có nhiều nhà đầu tư nước ngoài, nguyên nhân chủ yếu do thủ tục hành chính còn rườm rà, chính sách thuế còn phức tạp, hạ tầng cơ sở chưa hoàn thiện, thông tin đầu tư cập nhật còn thiếu, chưa thường xuyên sau khi thăm dò ý kiến của các doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt là các doanh nghiệp Nhật Bản (theo khảo sát của Tổ chức xúc tiến Thương mại Nhật Bản - JETRO tại Việt Nam). Bên cạnh đó là công tác xúc tiến đầu tư và cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh của tỉnh chưa tương xứng với tiềm năng khác biệt, cơ hội nổi trội, lợi thế cạnh tranh và những giá trị của địa phương. Để thu hút đầu tư, Quảng Ninh đã thực hiện một loạt những chính sách nhằm nâng cao chất lượng của môi trường đầu tư, cụ thể: *Thứ nhất*, đa dạng nguồn lực đầu tư, nhất là hình thức đối tác công tư (PPP), giám sát công khai và minh bạch các dự án PPP, nói ngắn gọn là “*Đầu tư công - Quản lý tư*”. *Thứ hai*, xây dựng và ban hành chính sách phát triển kinh tế tư nhân gắn với phát triển bền vững, không dựa vào ngân sách nhà nước hay nguồn vốn đầu tư từ nước ngoài để hạn chế tỷ lệ lạm phát

và nợ công. Việc phát triển kinh tế tư nhân giúp nâng cao vai trò của các doanh nghiệp trong nước, thúc đẩy sự cọ xát, trao đổi giữa các ngành kinh tế nhằm tạo sự gia tăng tổng thể trong nền kinh tế tỉnh Quảng Ninh. *Thứ ba*, tăng cường hoạt động của các doanh nghiệp FDI. Từ năm 2010 đến nay, hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp FDI trên địa bàn tỉnh tăng trưởng đều từng năm. Tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu đạt trên 10 tỷ USD (kim ngạch xuất khẩu gần 5 tỷ USD), nộp ngân sách nhà nước trên 9.500 tỷ đồng.

Về chính sách cơ cấu nguồn vốn đầu tư, tỉnh Quảng Ninh đã thực hiện chính sách linh hoạt, luân phiên sử dụng nguồn vốn theo từng giai đoạn phát triển. Song song với quá trình đó là nâng cấp vai trò của khu vực kinh tế tư nhân, đưa kinh tế tư nhân trở thành thành phần quan trọng của nền kinh tế.

Quy mô vốn đầu tư của tỉnh Quảng Ninh gia tăng rõ rệt từ 38.940 tỷ đồng lên 84.162 tỷ đồng (gấp gần 3 lần), đặc biệt là nguồn vốn ngoài nhà nước, tăng từ 13.702 tỷ đồng (năm 2010) đến 54.052 tỷ đồng (năm 2020). Trong đó, nguồn vốn nhà nước và vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài tăng theo từng năm nhưng không đáng kể. Năm 2021, cơ cấu về vốn đầu tư có sự thay đổi do tình hình dịch bệnh nên vốn ngoài nhà nước giảm, trong khi đó vốn nhà nước và vốn khu vực FDI tăng.

Bảng 3: Các chỉ số tăng trưởng đầu tư của tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010-2021

Đơn vị: %

Năm	Tốc độ tăng vốn đầu tư toàn xã hội	Tổng vốn đầu tư/GRDP	Hệ số ICOR
2010	5,2	77,7	7,6
2011	7,2	63,8	6,8
2012	17,2	57,4	6,76
2013	28,6	53,0	6,25
2014	30,6	50,3	5,02
2015	22,5	47,2	4,98
2016	20,9	47,2	4,95
2017	5,3	47,1	4,89
2018	7,2	41,7	4,70
2019	7,2	41,2	4,5
2020	7,2	40,1	4,34
2021	10,8	37,2	4,11

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Quảng Ninh)

Bảng 4: Cơ cấu vốn đầu tư vào tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010 - 2021

Năm	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)	Vốn nhà nước (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Vốn ngoài nhà nước (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Vốn đầu tư trực tiếp (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)
2010	38.940	23.220	59,63	13.702	35,19	2.018	5,18
2011	41.197	22.104	53,65	16.111	39,11	2.982	7,24
2012	40.936	17.860	43,63	16.035	39,17	7.041	17,20
2013	41.850	16.615	39,70	13.286	31,75	11.949	28,55
2014	45.638	17.267	37,83	14.414	31,58	13.957	30,58
2015	49.375	20.464	41,45	17.783	36,02	11.128	22,54
2016	55.036	21.326	38,75	22.219	40,37	11.491	20,88
2017	60.597	18.533	30,58	38.879	64,16	3.185	5,26
2018	68.674	21.966	31,99	41.792	60,86	4.916	7,16
2019	76.447	22.951	30,02	48.017	62,81	5.479	7,17
2020	84.162	24.038	28,56	54.052	64,22	6.072	7,21
2021	88.728	30.997	34,93	46.463	52,37	11.268	12,70

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Quảng Ninh)

3.4. Thực trạng giải quyết hài hòa tăng trưởng kinh tế với mục tiêu phát triển bền vững

Vấn đề giải quyết được hài hòa việc tăng trưởng kinh tế với mục tiêu phát triển kinh tế tương đối trừu tượng nhưng đề tổng quan có thể khái quát bằng một số vấn đề cụ thể dưới đây:

- **Giảm nghèo:** Tỷ lệ xóa đói giảm nghèo phản ánh được chất lượng cuộc sống của người dân tỉnh Quảng Ninh. Một trong những mục tiêu phát triển bền vững chính là giảm tỷ lệ hộ nghèo của tỉnh, nâng cao chất lượng cuộc sống người dân.

(Tỷ lệ giảm nghèo đa chiều)

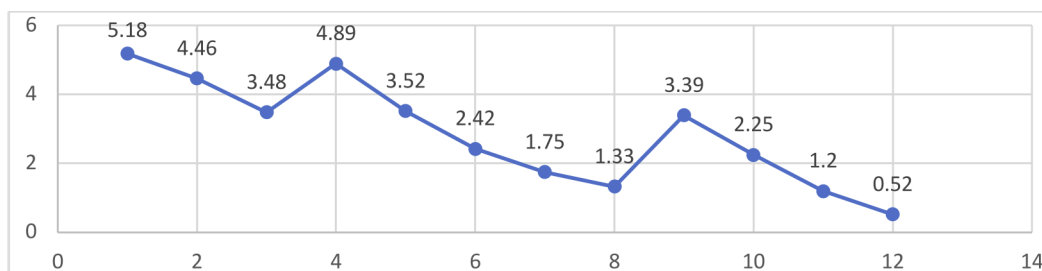
- **Y tế - Xã hội**

Y tế - Xã hội phản ánh chất lượng cuộc sống của người dân. Để đo lường được mức độ hài lòng của người dân đối với hệ thống Y tế - Xã hội, tỉnh Quảng Ninh cần thực hiện nhiều khảo sát mang tính định

tính. Thông qua định lượng để đánh giá được chất lượng cuộc sống của người dân thông qua tiêu chí Y tế - Xã hội. Một số chỉ số có thể được đo lường khái quát như sau:

- **Giáo dục:** Giáo dục được coi là bước đầu để đào tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao. Số lượng trường học trên địa bàn Tỉnh tăng dần theo từng năm tăng từ 610 trường lên đến 641 trường, trong đó số lượng trường đạt chuẩn quốc gia lên đến 545 trường vào năm 2021, đạt tỷ lệ 85% (Niên giám thống kê tỉnh Quảng Ninh, 2021).

Nghị quyết số 15-NQ/TU ngày 09/06/2014 về đẩy mạnh cải cách hành chính và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao là tiền đề cho Quy hoạch phát triển nguồn nhân lực tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, “Đề án đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao chất lượng và phát triển toàn diện



(Nguồn: Niên giám thống kê Quảng Ninh 2010-2021)

Hình 2: Chỉ số xóa đói giảm nghèo tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2011-2021

nguồn nhân lực tinh đến năm 2020”. Tỉnh Quảng Ninh đã triển khai, mở rộng về cả chất lượng lẫn quy kinh tế, kéo theo sự phát triển của các mỏ than, nhà máy nhiệt điện, xi măng, đóng tàu gây ảnh hưởng

Bảng 5: Một số chỉ số Y tế - Xã hội cơ bản của tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010-2021

Năm	Tỷ lệ dân số tham gia bảo hiểm y tế (người)	Số giường bệnh/10 nghìn dân (giường)	Số bác sĩ/10 nghìn dân (bác sỹ)	Tỷ lệ xã đạt tiêu chí quốc gia về y tế (%)	Tỷ suất trẻ em tử vong <1 tuổi(‰)	Tỷ lệ trẻ em tử vong <5 tuổi (‰)	Tỷ lệ suy dinh dưỡng của trẻ <5 tuổi (%)
2010	65.5	36.0	8.8	0	15.9	16.4	17.8
2011	73.0	41.5	8.8	0	15.5	17.6	16.5
2012	75.8	42.3	9.0	22.04	15	20	15.8
2013	77.5	42.3	9.8	56.45	8.38	9.35	15.1
2014	78.4	42.3	12.0	80.00	13.5	8.2	14.8
2015	82.4	42.3	12.0	100	1.95	3.13	13.4
2016	88.03	42.3	12.3	100	2.48	4.59	13.0
2017	93	56.42	14.7	100	2.24	3.87	12.9
2018	94.3	56.42	14.7	100	1.56	3.36	12.5
2019	93.2	54.6	14.7	100	<10.5	<16.3	12.2
2020	95	54.6	14.8	100	<10.0	<16	<12
2021	-	55	14,8	-	-	-	-

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010-2021)

mô, xây dựng từ đội ngũ quản lý cấp cao, đáp ứng được những tiêu chuẩn của thời kỳ đổi mới như: công chức, viên chức nhất là cán bộ quản lý và người đứng đầu thực tài, có tính chuyên nghiệp, có khả năng làm việc trong môi trường quốc tế, trách nhiệm của người đứng đầu song hành với kiến tạo môi trường đổi mới, sáng tạo. Tỉnh Quảng Ninh đã có những bước phát triển tương đối rõ rệt trong cải thiện chất lượng nguồn lao động, thể hiện ở phần trăm lao động đã qua đào tạo và được công nhận bằng chứng chỉ, bằng cấp. Tỷ lệ lao động qua đào tạo chiếm 80% vào năm 2020, năm 2021 tỷ lệ lao động đã qua đào tạo chiếm 85%.

- *Chỉ tiêu môi trường:* Môi trường là một mắt xích quan trọng trong định hướng phát triển bền vững. Đặc biệt, trong tiến trình thực hiện chuyển đổi mô hình kinh tế từ “nâu” sang “xanh”, môi trường là vấn đề quan tâm trọng yếu, song hành với tăng trưởng kinh tế.

4. Đánh giá thực trạng tăng trưởng kinh tế tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010-2021

4.1. Những thành công

Thứ nhất, hình thành mô hình tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch từ “nâu” sang “xanh”: Huy động vốn đầu tư, tăng trưởng phát triển kinh tế tư nhân giai đoạn năm 2010 trở về trước, tỷ trọng ngành công nghiệp của Quảng Ninh chiếm đến 59% cơ cấu nền

đến môi trường sinh thái. Tuy nhiên, nhận thức được việc không thể đánh đổi môi trường lấy tăng trưởng kinh tế, Nghị quyết Đại hội Đảng bộ lần thứ XIV đã nhấn mạnh “tăng trưởng kinh tế đảm bảo chi tiêu đề ra trên nền tảng phát triển bền vững, bảo đảm tiên bộ, công bằng xã hội, bảo vệ môi trường, quốc phòng - an ninh vững chắc; nâng cao chất lượng và tỷ trọng các ngành dịch vụ, nhất là du lịch; phát triển công nghiệp bền vững gắn với bảo vệ môi trường”.

Từ năm 2011, nhận thức được những hậu quả của nền kinh tế chỉ dựa vào nguồn vốn vật chất, tỉnh Quảng Ninh đã có một loạt những chính sách thay đổi và đạt được những hiệu quả nhất định trong tăng trưởng kinh tế theo chiều sâu. Chất lượng nguồn nhân lực đã được cải thiện, tập trung vào việc đào tạo tay nghề chuyên môn và khả năng ngoại ngữ của lực lượng lao động và đội ngũ lãnh đạo. Ngoài ra, tỉnh Quảng Ninh cũng ban hành một loạt những chính sách cụ thể đối với từng lĩnh vực, cụ thể như Nghị quyết số 04-NQ/TU về phát triển khoa học và công nghệ tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2011-2015, định hướng đến năm 2020 nhấn mạnh việc tạo điều kiện và thu nhập thuận lợi, đồng thời đảm bảo quyền sở hữu trí tuệ cho cán bộ khoa học và công nghệ; Nghị quyết số 07-NQ/TU ngày 13 tháng 3 năm 2017 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Quảng Ninh về phát triển khoa học đã đặt ra mục tiêu dành trên 2%

Bảng 6: Một số chỉ tiêu môi trường tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010-2021

Đơn vị: %

Năm	Tỷ lệ che phủ rừng	Tỷ lệ chất thải rắn sinh hoạt được thu gom (%)	Tỷ lệ chất thải y tế được thu gom, xử lý	Tỷ lệ dân cư thành thị được sử dụng nước sạch (%)	Tỷ lệ dân cư nông thôn được sử dụng nước hợp vệ sinh	Tỷ lệ đô thị hóa (%)
2010	50.2	90	90	89.5	83.0	53.9
2011	51.8	90	90	92.0	86.0	55.5
2012	51.88	91	100	91.97	90.7	61.5
2013	53.00	91.5	100	92.5	92.2	61.7
2014	53.5	91.5	100	93.28	93.1	61.7
2015	53.6	92	100	91.4	95	61.7
2016	54.1	92	100	92.0	96.07	61.7
2017	54.43	93	100	94.0	97	64.0
2018	54.6	93.3	100	94.0	97.75	64.0
2019	54.75	94.5	100	96.0	98	64.1
2020	55	96	100	98.0	98.3	65.5
2021	55	96,5	100	-	100	67,5

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Quảng Ninh)

tông vốn đầu tư xã hội cho hoạt động khoa học và công nghệ. Các địa phương bố trí tối thiểu 4% chi ngân sách thường xuyên cho hoạt động này [1]. Đến nay, các mục tiêu đặt ra đều đã được hoàn thành, ưu tiên bố trí xây dựng chính quyền điện tử, đô thị thông minh, nông thôn mới.

Thứ hai, về chuyển dịch cơ cấu kinh tế: Tại Nghị quyết số 02/NQ/TU ngày 5 tháng 2 năm 2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển dịch vụ tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2030 đã đặt ra mục tiêu: phấn đấu đến năm 2020, Quảng Ninh trở thành tỉnh có cơ cấu kinh tế dịch vụ - công nghiệp, dịch vụ trở thành khu vực kinh tế quan trọng hàng đầu, chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu GRDP của Tỉnh, phấn đấu đến năm 2030 Quảng Ninh trở thành tỉnh dịch vụ theo hướng hiện đại. Thực hiện chính sách tái cơ cấu nền kinh tế, tỉnh Quảng Ninh đã tiến hành các giải pháp nhằm tái cơ cấu theo chiều rộng và tái cơ cấu theo chiều sâu. Giai đoạn 2010-2021, cơ bản cơ cấu kinh tế đã dần dịch chuyển theo mục tiêu, cụ thể tỷ trọng ngành nông nghiệp, công nghiệp giảm và tỷ trọng ngành dịch vụ tăng dần (tỷ trọng tăng từ 40,8% trong giai đoạn 2010-2015 lên 45% trong giai đoạn 2015-2021).

Thứ ba, quản lý và thu hút đầu tư phát triển kinh tế: để nâng cao hiệu quả quản lý của chính quyền địa phương: Tỉnh Quảng Ninh tập trung vào việc nâng cao trình độ chuyên môn cho đội ngũ lãnh đạo xã, phường, mở các lớp tập huấn, đào tạo cán bộ nhằm hoàn thiện đội ngũ cán bộ tỉnh vừa có đạo đức, vừa

có năng lực chuyên môn sâu trên các lĩnh vực. Bên cạnh đó, những giải pháp để tạo nên nền hành chính chuyên nghiệp, minh bạch, lấy sự hài lòng của người dân và doanh nghiệp làm mục tiêu đã đạt được những thành quả nhất định. Sự hài lòng của người dân, doanh nghiệp được đo đếm qua những chỉ số như chỉ số PCI (năng lực cạnh tranh cấp tỉnh), PAR Index (cải cách hành chính), SIPAS (sự hài lòng của người dân) và PAPI (hiệu quả nền quản trị và hành chính công cấp tỉnh). Quảng Ninh đã có cả 4 chỉ số, trong đó 3 chỉ số đều đứng thứ nhất, riêng PAPI trước đây xếp thứ 62/63 thì đến 2019 đã vươn lên đứng thứ 3.

Đã ban hành chính sách đổi mới quản lý và phát triển kinh tế số: Để chuyển đổi số theo định hướng của Đảng, Nhà nước, Ban thường vụ tỉnh Ủy Quảng Ninh đã ban hành Nghị quyết về chuyển đổi số toàn diện giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030, đang được triển khai với ba trụ cột chính là: chính quyền số - kinh tế số và xã hội số. Trong đó, cần đạt mục tiêu đến năm 2025 kinh tế số phải đạt 20% GRDP.

Về thu hút đầu tư và sử dụng nguồn vốn: Giai đoạn 2010-2021, tỉnh Quảng Ninh đã thành công trong việc thu hút vốn đầu tư khu vực tư nhân, đặc biệt là việc thu hút vốn FDI. Những năm gần đây tỷ lệ vốn trong khu vực nhà nước có xu hướng giảm dần và tỷ trọng của vốn ngoài nhà nước đặc biệt là vốn FDI liên tục tăng. Những năm 2019-2021, mặc dù ảnh hưởng của dịch bệnh nhưng vốn khu vực

FDI vẫn tăng liên tục. Về hiệu quả sử dụng nguồn vốn đầu tư, giai đoạn 2011-2021, hệ số ICOR của tỉnh đã giảm từ 6,8% còn 4,34%, có nghĩa là lượng vốn cần để tạo ra một đơn vị sản lượng đã giảm xuống. So với giai đoạn 2001-2010, hệ số ICOR có mức giảm đột phá gần 2 lần, chứng tỏ tỉnh Quảng Ninh đã có những chính sách hiệu quả hơn trong việc sử dụng nguồn vốn đầu tư.

Thứ tư, đã giải quyết hài hòa tăng trưởng kinh tế với mục tiêu phát triển bền vững

Giai đoạn 2010-2021, Quảng Ninh đã thực hiện nhiều chính sách hướng đến việc tăng trưởng bền vững và đồng đều giữa các địa phương trong tỉnh. Quảng Ninh đã tập trung xóa đói giảm nghèo ở bộ phận dân cư dân tộc thiểu số, kết nối các vùng dân tộc thiểu số khó khăn với vùng phát triển của tỉnh, tỷ lệ hộ nghèo giảm trung bình 3%/năm. Tỉnh đã chú trọng thu hẹp khoảng cách thu nhập bằng các chính sách thu hẹp khoảng cách thu nhập theo chiều ngang (theo vùng) và theo chiều dọc (theo trình độ chuyên môn người lao động).

4.2. Hạn chế

Bên cạnh những mặt được, tăng trưởng kinh tế tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010-2021 còn những hạn chế cơ bản như sau:

Thứ nhất, việc hình thành mô hình tăng trưởng kinh tế từ “nâu” sang “xanh” còn chậm được hoàn thiện. Việc thực hiện mô hình hiện nay còn theo chiều rộng, thiếu chiều sâu.

Vấn đề về điều chỉnh chiến lược tăng trưởng theo hướng tăng trưởng xanh là vấn đề điển hình đối với một địa phương như Quảng Ninh khi sự phát triển kinh tế chưa thực sự bền vững. Hiện Quảng Ninh còn đang phải đối mặt với một số thách thức lớn: xuất phát là một tỉnh công nghiệp - trong đó tập trung hầu hết các cơ sở khai thác khoáng sản, than đá, làm ra sản lượng than chiếm tới trên dưới 90%

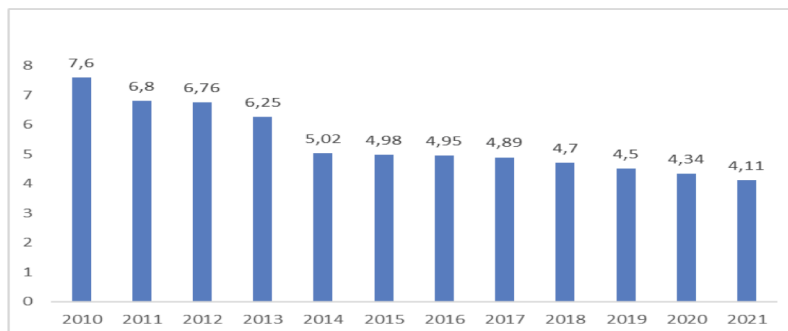
sản lượng cả nước. Bên cạnh đó các ngành công nghiệp khác như nhiệt điện, sản xuất vật liệu xây dựng, xi măng, cơ khí, đóng tàu cùng với tốc độ đô thị hóa mạnh đã tạo ra áp lực lớn đối với vấn đề môi trường sinh thái. Trên thực tế đã tạo ra sự xung đột, mâu thuẫn với phát triển du lịch, dịch vụ thương mại, du lịch trên cùng một địa bàn, đặc biệt là đối với Vịnh Hạ Long, Vịnh Bái Tử Long.

Thứ hai, chuyển dịch cơ cấu kinh tế chưa đạt mục tiêu đặt ra: Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XIV đã xác định mục tiêu xây dựng Quảng Ninh trở thành tỉnh có cơ cấu kinh tế dịch vụ, công nghiệp đến năm 2020 có cơ cấu kinh tế: Khu vực nông, lâm nghiệp, thủy sản 3-5%; khu vực công nghiệp - xây dựng 47 - 48%; khu vực dịch vụ và thuế sản phẩm 48 - 49%. Tuy nhiên, đại dịch COVID -19 đã ảnh hưởng đến việc thực hiện các giải pháp phát triển kinh tế của tỉnh, trong đó khu vực dịch vụ, du lịch chỉ chiếm tỷ trọng 44.9%.

Thứ ba, thể chế năng lực quản lý cấp tỉnh còn có những bất cập chưa đáp ứng được yêu cầu: Năng lực lãnh đạo, quản lý của một số cấp ủy, tổ chức cơ sở, nhất là trong khâu tổ chức thực hiện chưa đáp ứng được yêu cầu của tình hình mới. Hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước trên một số lĩnh vực, nhất là quản lý tài nguyên, khoáng sản, đầu tư công, đất đai có mặt còn hạn chế. Năng lực, phẩm chất, ý thức kỷ luật của một bộ phận cán bộ, công chức, viên chức chưa đáp ứng yêu cầu; thủ tục hành chính trên một số lĩnh vực còn rườm rà, vẫn còn tình trạng những nhiễu, gây bức xúc cho người dân, doanh nghiệp.

Thứ tư, việc giải quyết giữa tăng trưởng kinh tế với mục tiêu phát triển bền vững chưa thật sự hài hòa: nhìn chung, những chỉ số cơ bản về môi trường đã được cải thiện nhưng vẫn chưa giải quyết được triệt để. Trong thời gian sắp tới, tỉnh Quảng Ninh cần có những giải pháp đồng bộ hơn để giải quyết

Đơn vị: %



(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

Hình 3: Biểu đồ hệ số ICOR tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2010 - 2021

vấn đề về môi trường, đảm bảo được tính hài hòa trong việc bảo vệ môi trường và phát triển kinh tế.

Nguyên nhân của những hạn chế nêu trên: Thứ nhất, nguyên nhân khách quan do khai thác của ngành than từ nhiều năm để lại ảnh hưởng nghiêm trọng tới môi trường; tình hình dịch bệnh những năm vừa qua diễn biến phức tạp, ảnh hưởng lớn tới ngành du lịch, dịch vụ của tỉnh. Một số quy định của cấp trung ương ban hành chưa theo kịp với yêu cầu phát triển kinh tế trong thực tiễn. Thực tế còn những quy định của các văn bản luật còn mâu thuẫn nhau, gây khó khăn trong công tác thu hút đầu tư. Thứ hai, bên cạnh nguyên nhân khách quan còn nguyên nhân chủ quan cơ bản như năng lực cán bộ quản lý, thực thi nhiệm vụ còn hạn chế. Công tác xây dựng và thực thi chính sách của tỉnh Quảng Ninh cũng còn những nút thắt cần tiếp tục tháo gỡ.

5. Một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Ninh đến năm 2030

Trên cơ sở phân tích thực trạng, đánh giá những mặt được, mặt hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế, bài báo đề xuất và kiến nghị một số vấn đề nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Ninh đến năm 2030:

Thứ nhất, tiếp tục hoàn thiện mô hình tăng trưởng kinh tế: Tỉnh Quảng Ninh cần có tầm nhìn bao quát hơn về toàn bộ nền kinh tế. Lấy ngành này hỗ trợ, bổ trợ cho ngành kia tạo thành một hệ thống đáp ứng được yêu cầu “phát triển bền vững” và “kinh tế xanh”. Mô hình chuyển từ “nâu” sang “xanh” tập trung vào chiều sâu của các ngành kinh tế, lấy yếu tố con người làm cốt lõi. Phát triển kinh tế gắn liền với bảo vệ môi trường và an sinh xã hội. Muốn đạt được mục tiêu này, tỉnh Quảng Ninh cần phải có chiến lược cụ thể cho từng ngành kinh tế: ưu tiên phát triển những ngành có lợi thế cạnh tranh, tái cơ cấu nền kinh tế, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực [9]. Ủy ban nhân dân tỉnh cần nghiên cứu và lựa chọn mô hình tăng trưởng kinh tế trong một giai đoạn cụ thể, xác định các ngành trọng điểm, giao nhiệm vụ cụ thể cho từng sở/ngành trong từng giải pháp tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh đó, lãnh đạo tỉnh phải không ngừng cập nhật những xu thế phát triển mới, học hỏi các quốc gia trên thế giới và các địa phương trong nước để khắc phục những điểm yếu của giai đoạn trước trong mô hình phát triển này.

Thứ hai, giải quyết các đột phá chiến lược trọng tâm của tỉnh: Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao gắn với tăng nhanh quy mô và nâng cao chất lượng dân số [6.10.11]. Để đáp ứng được nhu cầu phát triển kinh tế trong giai đoạn hiện tại và tương lai, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tạo đội ngũ

nhân lực chất lượng cao chứ không phải chỉ để ý tăng về số lượng nhân lực. Đẩy nhanh tốc độ phát triển và hoàn thiện hệ thống kết cấu hạ tầng chiến lược đồng bộ, hiện đại, bảo đảm liên thông tổng thể, đặc biệt là hệ thống hạ tầng đường sắt kết nối với các cảng biển và các khu kinh tế trọng điểm trong và ngoài nước. Hệ thống hạ tầng là nền tảng, huyết mạch giúp đẩy mạnh lưu thông hàng hóa, thúc đẩy phát triển sản xuất và các ngành kinh tế dịch vụ. Xây dựng nền văn hóa giàu bản sắc Quảng Ninh gắn với thu hẹp nhanh khoảng cách giàu nghèo và chênh lệch vùng miền trong tỉnh.

Thứ ba, cơ cấu lại nền kinh tế, phát triển sản xuất, nâng cao chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh, từng bước hướng đến phát triển kinh tế số.

Để thực hiện cơ cấu lại nền kinh tế, Tỉnh cần hoàn thiện Quy hoạch tỉnh giai đoạn 2021 - 2030, ban hành các chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, kinh tế ngành; phát triển công nghiệp chế biến, chế tạo; phát triển kinh tế biển; phát triển du lịch cộng đồng bền vững; phát triển thủy sản; phát triển bền vững kinh tế - xã hội gắn với bảo đảm vững chắc quốc phòng - an ninh vùng đồng bào dân tộc thiểu số, miền núi, biên giới, hải đảo; phát triển khoa học, công nghệ, kinh tế số...

Thứ tư, quản lý, sử dụng hiệu quả quy hoạch, đất đai, tài nguyên và bảo vệ môi trường; chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, phòng chống thiên tai.

Nâng cao chất lượng, hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về quy hoạch đô thị của tỉnh Quảng Ninh trong tình hình mới. Phân bổ, sử dụng hợp lý, tiết kiệm, hiệu quả nguồn lực đất đai, gắn với bảo vệ cảnh quan, môi trường, đa dạng sinh học. Phát triển thị trường, đẩy mạnh thương mại hóa quyền sử dụng đất, tăng cường đăng ký quyền sử dụng đất và áp dụng đầu giá quyền sử dụng đất theo thị trường đảm bảo công khai, minh bạch. Tăng cường bảo vệ môi trường; quản lý tài nguyên than, khoáng sản trên địa bàn tỉnh. Bảo tồn khu bảo tồn biển Cô Tô - Đảo Trần, khu bảo tồn Vịnh Hạ Long,... bảo vệ các hệ sinh thái đầu nguồn, rừng ngập mặn; thực hiện kế hoạch hành động quốc gia về quản lý rác thải nhựa đại dương đến năm 2030. Nâng cao hiệu quả thu gom xử lý rác thải và nước thải tại các thành phố, khu đô thị tập trung. Thu gom, xử lý triệt để chất thải nguy hại, chất thải y tế. Đẩy mạnh công tác thanh tra, điều tra, xử lý vi phạm pháp luật, tội phạm về tài nguyên rừng. Chủ động ứng phó với thiên tai, biến đổi khí hậu, tìm kiếm cứu hộ cứu nạn.

Thứ năm, đẩy mạnh cải cách hành chính, cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh cấp tỉnh, phát triển doanh nghiệp

Nhằm hoàn thiện mục tiêu đẩy mạnh sức cạnh tranh của tỉnh, nâng cao sức mạnh khu vực tư nhân:

- Giữ vững vị trí trong nhóm đầu tỉnh, thành phố cả nước về chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), chỉ số cải cách hành chính (PAR index), cải thiện thứ hạng cao về Chỉ số hài lòng của người dân, tổ chức với sự phục vụ của cơ quan hành chính nhà nước (SIPAS), chỉ số hiệu quả quản trị và hành chính công (PAPI), chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng công nghệ truyền thông (ICT Index).

- Xây dựng môi trường đầu tư, kinh doanh thuận lợi, bình đẳng, minh bạch; công khai các quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất, phát triển ngành, lĩnh vực, danh mục các dự án kêu gọi, thu hút đầu tư; chủ động hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp, nhà đầu tư. Nâng cao hiệu quả thu hút đầu tư nước ngoài có chọn lọc, ưu tiên các dự án công nghệ tiên tiến, công nghệ mới, công nghệ cao, công nghệ sạch, quản trị hiện đại, có giá trị gia tăng cao, có tác động lan tỏa, kết nối chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu.

- Phát triển khu vực kinh tế tư nhân về cả số lượng, chất lượng. Chỉ đạo nghiên cứu, xây dựng giải pháp về cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp khởi nghiệp, doanh nghiệp số; hỗ trợ chuyển đổi hộ cá nhân sản xuất, kinh doanh thành doanh nghiệp.

- Ứng dụng công nghệ thông tin để xây dựng nền hành chính hiện đại, minh bạch, chuyên nghiệp, hiệu lực, hiệu quả, hoàn thiện nền tảng thành phố thông minh, xây dựng và phát triển chính quyền số.

6. Kết luận

Tăng trưởng kinh tế và nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế là mục tiêu phân đầu của mọi quốc gia, địa phương. Là một trong những tỉnh, thành phố có nền kinh tế phát triển tốc độ của Việt Nam giai đoạn 2010-2020. Quảng Ninh cần phát huy các thế mạnh sẵn có và những kinh nghiệm trong thời gian qua, phát huy thế mạnh về tài nguyên, du lịch, trình độ phát triển để giữ vững tốc độ các nền kinh tế địa phương phát triển, đã chú trọng tăng trưởng kinh tế theo chiều sâu, chuyển đổi mô hình tăng trưởng kinh tế từ “nâu” sang “xanh”. Bên cạnh những mặt được, tăng trưởng kinh tế tỉnh Quảng Ninh vẫn còn những hạn chế: mô hình tăng trưởng kinh tế chưa chú trọng vào tăng trưởng theo chiều sâu, một số chỉ tiêu chuyên dịch cơ cấu kinh tế còn chưa đạt được, trình độ quản lý nhà nước chưa đáp ứng yêu cầu thực tiễn, việc giải quyết mục tiêu tăng trưởng kinh tế và phát triển bền vững còn chưa thật sự hài hòa.

Để thúc đẩy và nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế thời gian tới tỉnh Quảng Ninh cần tiếp tục

thực hiện đồng bộ các giải pháp: (1) hoàn thiện mô hình tăng trưởng kinh tế; (2) cơ cấu lại nền kinh tế, phát triển sản xuất, nâng cao chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh, từng bước hướng đến phát triển kinh tế số; (3) đẩy mạnh cải cách hành chính, cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh cấp tỉnh, phát triển doanh nghiệp. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Báo cáo Chính trị của Ban Chấp hành Đảng bộ Tỉnh tại Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Quảng Ninh lần thứ XIV, nhiệm kỳ 2015-2020; Báo cáo Chính trị của Ban Chấp hành Đảng bộ Tỉnh tại Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Quảng Ninh lần thứ XV, nhiệm kỳ 2020 - 2025.

2. Cục Thống kê Quảng Ninh, Niên giám Thống kê 2010-2020.

3. Dương Trung Ý (2018), *Giáo trình Kinh tế phát triển*, Học viện chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Nhà xuất bản Chính trị.

4. Frederick Harbison and Charles A. Myers (1964), *Education manpower and economic growth: Strategies of human resource development*, New York: McGraw - Hill.

5. Nguyễn Thị Huệ (2016), *Giải pháp bảo vệ môi trường trong khai thác than ở tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016-2020*, Tạp chí môi trường số 10/2016.

6. Nguyễn Xuân Điền (2016), *Những nhân tố tác động tới lợi thế so sánh của Hà Nội với các vùng địa phương*, Tạp chí Tài chính kỳ II tháng 12/2016.

7. Theodore W.Schultz (1961), *Investment in human capital*, USA: The American Economic Review.

Summary

Economic growth is one of the core issues of the theory of economic development. In the current context, at the national or local level, all focus is on economic growth targets, especially growth in depth. On the basis of the theory of economic growth, the article analyzes and evaluates the economic growth situation of Quang Ninh province in the period 2010 - 2020 according to some criteria to evaluate the quality of economic growth of a locality. provincial level. From that, the article draws some advantages, limitations and causes of that situation. In order to propose a number of recommendations with theoretical and practical bases to contribute to promoting economic growth of Quang Ninh province in the coming time, with a vision to 2030.