Hội thảo Khoa học “Khai thác tiềm năng phát triển kinh tế biển tỉnh Trà Vinh, tạo động lực phát triển bền vững Đồng bằng sông Cửu Long”

CHIẾN LƯỢC MARKETING ĐỊA PHƯƠNG NHẪM KHAI THÁC TIỀM NĂNG KINH TẾ BIỂN CỦA TỈNH TRÀ VINH

*LOCAL MARKETING STRATEGIES TO EXPLOIT MARINE ECONOMIC
POTENTIAL OF TRA VINH PROVINCE*

TS. Nguyễn Quốc Nghi¹, PGS.TS. Bùi Văn Trịnh², ThS. Võ Thanh Trúc³

Tóm tắt – Nghiên cứu được thực hiện với mục đích đánh giá những tiềm năng phát triển kinh tế biển và đề xuất các chiến lược marketing địa phương nhằm khai thác các tiềm năng trên tại tỉnh Trà Vinh. Kết quả phân tích cho thấy, tỉnh Trà Vinh sở hữu nhiều tiềm năng phát triển như vị trí địa lý thuận lợi, được Chính phủ và chính quyền địa phương quan tâm đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng kinh tế biển, khả năng liên kết vùng cao... Từ đó, nghiên cứu đề xuất bốn chiến lược marketing địa phương gồm: marketing hình tượng địa phương, marketing đặc trưng nổi bật của địa phương, marketing cơ sở hạ tầng, marketing con người của địa phương nhằm thu hút đầu tư và khai thác phù hợp tiềm năng phát triển kinh tế biển của tỉnh Trà Vinh trong thời gian tới.

Từ khóa: chiến lược marketing, kinh tế biển, marketing địa phương, tiềm năng phát triển, tỉnh Trà Vinh

Abstract – The study aims to evaluate the potential in developing the marine economy and proposes local marketing strategies to exploit these potentials in Tra Vinh Province. The analytical results indicate that Tra Vinh Province possesses plenty of potential, such as favorable geographic location, investment in infrastructure from the Government and local authorities, ability in region linkage, etc. According to the above outcomes, the study proposes four local marketing strategies which are local image marketing, local feature marketing, infrastructure marketing, and local people marketing. These strategies are used for attracting investment and exploiting the potential of the marine economy in Tra Vinh Province in coming time.

Keywords: development potential, local marketing, marketing strategy, marine economy, Tra Vinh Province

1. GIỚI THIỆU

Trà Vinh được biết đến với một nền văn hóa đa dân tộc và tiềm năng phát triển kinh tế biển rất lớn, nằm trong quy hoạch Chiến lược biển Việt Nam 2016 – 2020. Tổng sản

^{1,2} Trường Đại học Cần Thơ; Email: quocngghi@ctu.edu.vn

³ Trường Đại học Kinh tế TP.HCM – Phân hiệu Vĩnh Long

phẩm trên địa bàn tỉnh (GRDP) năm 2018 đạt 45.739,645 tỉ đồng; tăng 11,55% so với năm 2017 [1] và trong sáu tháng đầu năm 2019, GRDP của tỉnh đạt 17%, cao nhất từ trước đến nay và đứng đầu khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) [2]. Trong đó, mức tăng trưởng mạnh nhất là khu vực công nghiệp và xây dựng, kế đến là dịch vụ. Để đạt được kết quả trên, chính quyền địa phương đã tận dụng lợi thế về vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên, chính sách hỗ trợ phát triển kinh tế biển... nhằm thu hút đầu tư phát triển kinh tế biển. Tuy nhiên, tỉnh cũng mới đạt được một số thành tựu ban đầu, việc kêu gọi và thu hút đầu tư cũng còn một số khó khăn, vướng mắc. Muốn phát triển kinh tế tỉnh nhà nói chung và kinh tế biển nói riêng một cách bền vững, chính quyền địa phương cần xây dựng một chiến lược marketing địa phương chuyên nghiệp, phù hợp với đặc thù kinh tế – xã hội của tỉnh.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết sử dụng các dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn sau: Niên giám thống kê 2018; báo cáo của Ủy ban nhân dân tỉnh Trà Vinh về nhiệm vụ kinh tế – xã hội năm 2017, năm 2018 và chín tháng đầu năm 2019; các quyết định về quy hoạch nhóm cảng biển ĐBSCL (nhóm 6), phê duyệt khu kinh tế biển Định An, đề án đầu tư khu công nghiệp – đô thị và dịch vụ tại Trà Vinh; một số thông tin trên website của các sở, ngành tỉnh Trà Vinh (Sở Kế hoạch và Đầu tư, Cục Thống kê tỉnh) và các bài báo, tạp chí. Sau đó, nhóm tác giả chọn lọc thông tin, phân tích tổng hợp nhằm đánh giá các yếu tố tiềm năng bên trong và tác động của các yếu tố bên ngoài đến sự phát triển kinh tế biển của tỉnh Trà Vinh; từ đó đề xuất các chiến lược marketing địa phương hiệu quả.

3. NỘI DUNG THỰC HIỆN

3.1. Đánh giá tiềm năng phát triển kinh tế biển của tỉnh Trà Vinh

Trước khi tiến hành xây dựng chiến lược marketing để khai thác tiềm năng kinh tế biển, địa phương cần đánh giá tiềm năng nội lực và các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến sự phát triển của tỉnh Trà Vinh. Dựa trên cơ sở đó, việc hoạch định các chiến lược marketing địa phương sẽ khả thi và có hiệu quả thúc đẩy sự phát triển bền vững.

Việc đánh giá nội lực bên trong sẽ giúp cho các nhà quản lý địa phương thấy được những điểm mạnh và hạn chế của tỉnh, từ đó có chiến lược phát huy các điểm mạnh và khắc phục các điểm yếu bên trong. Các yếu tố bên trong ảnh hưởng đến sự phát triển kinh tế biển của tỉnh Trà Vinh bao gồm:

** Vị trí địa lý*

Trà Vinh là tỉnh duyên hải của ĐBSCL, nơi có hai cửa sông (Cung Hầu và Định An) quan trọng thông thương ĐBSCL với biển Đông, nối với cả nước và quốc tế. Do vậy, tỉnh Trà Vinh ở vào địa thế có tầm quan trọng về kinh tế và quốc phòng đối với ĐBSCL. Đây là lợi thế về giao thông thủy và kinh tế biển mà các tỉnh khác không có được. Nhìn một cách tổng thể, tỉnh Trà Vinh có dạng như một hình tứ giác với diện tích đất tự nhiên 235.826 ha. Vị trí của tỉnh có nhiều thuận lợi cho vận chuyển hàng hóa trên cả đường bộ lẫn đường thủy. Đồng thời, Trà Vinh là tỉnh sở hữu đường bờ biển dài 65 km, nằm trong quy hoạch nhóm cảng biển ĐBSCL góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng mạng lưới giao thông nội vùng và liên vùng, giảm thiểu áp lực trên các trục giao thông liên kết ĐBSCL và Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM), giảm thời gian, chi phí tiếp chuyển hàng hóa xuất

nhập khẩu khu vực ĐBSCL. Điều này không chỉ góp phần thúc đẩy kinh tế địa phương mà còn đẩy mạnh sự phát triển kinh tế của vùng.

** Điều kiện tự nhiên*

Điều kiện tự nhiên của tỉnh Trà Vinh có nhiều thuận lợi cho việc phát triển kinh tế biển (du lịch, vận tải biển, nuôi trồng và khai thác thủy hải sản). Là tỉnh ven biển, địa hình tương đối thấp và phẳng với hệ thống sông ngòi kênh rạch phong phú, đất đai được phù sa bồi đắp, khí hậu nhiệt đới gió mùa với nền nhiệt độ cao ổn định, nắng và bức xạ mặt trời rất thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp từ trồng trọt, chăn nuôi, nuôi trồng thủy hải sản ở cả ba vùng nước mặn, lợ và ngọt. Đây là nguồn nguyên liệu quan trọng phát triển ngành công nghiệp chế biến. Hệ thống kênh ngòi chằng chịt và bờ biển dài tạo điều kiện thuận lợi cho việc vận chuyển hàng hóa bằng đường thủy và đường biển, phát triển kinh tế biển, đầu tư cảng nước sâu trung chuyển quốc tế, tiềm năng phát triển nuôi trồng, khai thác và đánh bắt thủy hải sản. Về tiềm năng phát triển du lịch, tỉnh có nhiều cù lao, cồn nổi ven sông, ven biển với những vườn cây ăn trái chuyên canh đã tạo lợi thế để phát triển loại hình du lịch đất liền (sinh thái sông nước miệt vườn, du lịch cộng đồng) kết hợp du lịch biển, du lịch nghỉ dưỡng và du lịch sinh thái gắn với rừng ngập mặn. Tỉnh Trà Vinh đã quy hoạch các khu dịch vụ, giải trí nước ngọt Đôn Châu, Định An và khai thác một số mỏ khoáng nóng ở Dân Thành (thị xã Duyên Hải) để đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Tuy môi trường tự nhiên của tỉnh vẫn còn hoang sơ do chưa được khai thác đúng mức nhưng nó rất thích hợp cho khách du lịch quốc tế khám phá, trải nghiệm nét đặc trưng còn lưu lại của vùng đất Tây Nam Bộ. Ngành du lịch của tỉnh Trà Vinh vẫn chủ yếu tập trung khai thác tài nguyên tự nhiên sẵn có, chưa tập trung khai thác thế mạnh về du lịch văn hóa với du lịch tâm linh và chưa có nhiều dịch vụ gia tăng đi kèm nên chưa thu hút được nhiều du khách như kì vọng.

** Tình hình phát triển kinh tế tỉnh Trà Vinh*

Tình hình kinh tế địa phương phát triển liên tục giai đoạn 2016 – 2018 thông qua một số chỉ tiêu như: tốc độ tăng trưởng kinh tế bình quân là 11,13%; cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo xu hướng giảm nhanh tỉ trọng ở khu vực nông nghiệp, giảm nhẹ ở khu vực dịch vụ; trong khi đó tăng mạnh tỉ trọng ở khu vực công nghiệp và xây dựng [1], [3], [4]. Tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh (GRDP) năm 2018 đạt 45.739,645 tỉ đồng; tăng 11,55% so với năm 2017 do giá trị sản phẩm ở các khu vực đều gia tăng. Trong đó, giá trị sản xuất công nghiệp tăng mạnh nhất so với các khu vực còn lại (tăng từ 24.672 tỉ đồng lên 29.733 tỉ đồng), tập trung chủ yếu vào công nghiệp chế biến, chế tạo và sản xuất, phân phối năng lượng. Tổng vốn đầu tư phát triển trên địa bàn tỉnh đạt 22.830 tỉ đồng, tức tăng 10,3% so với năm 2017. Tình hình thu hút đầu tư trong 2018 đạt khá với 76 dự án, tổng vốn đăng kí là 2.338,59 tỉ đồng và 148,52 triệu USD (trong đó 27/76 dự án đi vào hoạt động) [1]. Bên cạnh đó, GRDP bình quân đầu người tăng liên tục trong giai đoạn 2016–2018. Riêng năm 2018, GRDP bình quân đầu người đạt 43,650 triệu đồng/người/năm – tăng gần 1,31 lần so với cùng kì năm 2016 và xếp thứ 6 của vùng ĐBSCL (sau thành phố Cần Thơ và các tỉnh: Long An, Kiên Giang, Tiền Giang và Vĩnh Long) [5]. Điểm đáng lưu ý là trong sáu tháng đầu năm 2019, GRDP của tỉnh đạt 17%, cao nhất từ trước đến nay và đứng đầu khu vực ĐBSCL. Tổng thu ngân sách trên 7.792 tỉ đồng, đạt 82,2% dự toán, tăng 43,2% so với cùng kì. Trong sáu tháng đầu năm 2019, tỉnh

đã đón tiếp 39 lượt nhà đầu tư, thu hút được 34 dự án đầu tư trong và ngoài nước, với tổng vốn đăng ký hơn 6.102 tỉ đồng và hơn 100,4 triệu USD; trong đó tỉnh đã có ba dự án đi vào hoạt động. Toàn tỉnh phát triển mới được 169 doanh nghiệp, với tổng vốn đăng ký kinh doanh 1.083 tỉ đồng, giải quyết việc làm cho 2.786 lao động [2]. Điều này cho thấy, tỉnh Trà Vinh đang được các nhà đầu tư chú ý tới, nhiều tiềm năng phát triển công nghiệp xây dựng và dịch vụ; đồng thời việc cải thiện môi trường đầu tư của tỉnh đã có hiệu quả trong việc thu hút đầu tư cả trong và ngoài nước. Ngoài việc tập trung phát triển kinh tế, tỉnh còn được đầu tư xây dựng Trung tâm Điện lực Duyên Hải và đưa vào hoạt động năm 2015. Hằng năm, Công ty Nhiệt điện Duyên Hải sản xuất khoảng 15 tỉ kWh điện, đóng góp hơn 1.000 tỉ đồng vào ngân sách của tỉnh, góp phần thúc đẩy phát triển nền kinh tế; chuyển đổi cơ cấu ngành nghề, giải quyết việc làm cho người dân tỉnh.

** Cơ sở hạ tầng*

Nhằm phục vụ cho sự phát triển kinh tế xã hội, chính quyền địa phương rất quan tâm đến việc nâng cấp cơ sở hạ tầng. Toàn tỉnh có bốn quốc lộ chính: 53, 53B, 54 và 60. Cả bốn quốc lộ đều được nâng cấp lên cấp ba đồng bằng, giúp nối liền, giao thương hàng hóa và rút ngắn khoảng cách từ tỉnh Trà Vinh đến TP.HCM và các tỉnh trong vùng ĐBSCL. Ngoài hệ thống đường bộ, tỉnh Trà Vinh còn có hai cửa biển chính là Cung Hầu (sông Tiền) và Định An (sông Hậu) nối với các tỉnh trong khu vực và TP.HCM. Việc thực hiện giai đoạn thông luồng kỹ thuật dự án đầu tư xây dựng Luồng cho tàu biển trọng tải lớn vào sông Hậu (kênh Tắt) theo Nghị quyết số 30/NQ-CP ngày 11/5/2019 của Thủ tướng Chính phủ đã phát huy hiệu quả tốt. Năm 2017, tuyến Luồng đã thông qua 781 lượt tàu và 1,8 triệu tấn hàng hóa, 13.000 TEU container; năm 2018 là 975 lượt tàu và 1,951 triệu tấn hàng hóa; sáu tháng đầu năm 2019 là 795 lượt tàu và 1,480 triệu tấn hàng hóa [6]. Kết quả trên cho thấy, việc thông Luồng đã góp phần giảm giá thành sản phẩm, rút ngắn thời gian lưu thông hàng hóa và giảm áp lực lên hệ thống giao thông đường bộ, thúc đẩy tích cực sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh nói riêng và vùng ĐBSCL nói chung. Đặc biệt, tỉnh Trà Vinh đã quy hoạch và đang đưa vào phát triển Khu kinh tế Định An tại địa bàn hai huyện Trà Cú, Duyên Hải và thị xã Duyên Hải. Đây là khu kinh tế ven biển tổng hợp đa ngành, đa lĩnh vực gồm công nghiệp thương mại – dịch vụ – du lịch – đô thị và nông – lâm – ngư nghiệp. Dự án với diện tích là 39.020 ha, thực hiện giai đoạn 1 đến năm 2020 là 15.403,7 ha phục vụ vận chuyển xuất nhập khẩu hàng hóa tổng hợp, hàng container... tiếp nhận tàu có trọng tải 30.000 – 50.000 tấn. Trong đó, cảng tổng hợp Định An, với diện tích 128 ha, được thiết kế gồm ba bến cảng và hệ thống kho bãi, khu logistics hiện đại đang thi công, dự kiến hoàn thành bến 1 vào tháng 6/2020, có khả năng tiếp nhận tàu có trọng tải đến 50.000 tấn. Bến 2, bến 3 cũng sẽ hoàn thành trong năm 2020 và đầu năm 2021 [7]. Nếu được đầu tư đúng mức, bến cảng có khả năng tiếp nhận tàu có trọng tải đến 100.000 tấn. Đây là cảng duy nhất ở ĐBSCL có đủ khả năng phục vụ nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hóa cho toàn vùng, mà không cần phải chuyển lên TP.HCM hoặc các tỉnh Đông Nam Bộ. Thêm vào đó, tuyến quốc lộ 53 từ thành phố Trà Vinh đến thị xã Duyên Hải dài khoảng 50 km khởi công nâng cấp trong tháng 11/2019 với tổng mức đầu tư khoảng 1.200 tỉ đồng, nâng cao năng lực kết nối giữa Khu bến cảng tổng hợp Định An với các tuyến đường bộ như quốc lộ 1, đường cao tốc TP.HCM – Mỹ Thuận – Cần Thơ. Về phát triển đô thị và logistics, tỉnh đã kêu gọi đầu tư vào các dự án: dự án hạ tầng kỹ thuật khu đô thị – dịch vụ – công nghiệp, quy mô khoảng 1.240 ha; dự án hạ tầng

kỹ thuật khu kho ngoại quan (logistics) quy mô hơn 100 ha; dự án xây dựng nhà máy đóng, sửa tàu thuyền và sản xuất gia công cơ khí, quy mô 70.000 tấn/năm; dự án hạ tầng kỹ thuật khu phi thuế quan quy mô 500 ha. Những dự án nâng cao cơ sở hạ tầng nêu trên hứa hẹn tỉnh Trà Vinh sẽ phát triển mạnh về kinh tế biển (công nghiệp, vận tải, hậu cần logistics, thương mại – dịch vụ – đô thị).

Bên cạnh đó, tỉnh cũng chú trọng đầu tư vào Trung tâm Điện lực Duyên Hải (gồm bốn nhà máy nhiệt điện đốt than và cảng biển). Đây là một trong những trung tâm nhiệt điện than lớn nhất cả nước, nằm trong quy hoạch phát triển điện lực quốc gia giai đoạn 2011 – 2020 nhằm cung cấp điện ổn định cho sinh hoạt, sản xuất công nghiệp và dịch vụ. Cảng than lớn nhất ĐBSCL cho phép tiếp nhận tàu có tải trọng đến 30.000 tấn vào hoạt động (trung bình tiếp nhận khoảng 12 triệu tấn/năm). Từ khi đi vào hoạt động đến nay, công ti đã cung cấp gần 40 tỉ kWh điện cho hệ thống điện quốc gia [7]. Ngoài ra, một số dự án đang thi công như Nhà máy Điện gió Hàn Quốc, Nhà máy Nhiệt điện Duyên Hải 2 do Tập đoàn Janakuasa đầu tư,... Các dự án này cũng góp phần đảm bảo nguồn an ninh năng lượng quốc gia, cung cấp điện đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế của tỉnh Trà Vinh nói riêng và vùng ĐBSCL nói chung.

** Văn hóa xã hội và tâm linh*

Tỉnh Trà Vinh là địa bàn cộng cư của ba dân tộc chính gồm Kinh, Khmer, Hoa và một số ít dân tộc khác, trong đó đồng bào Khmer sinh sống đông thứ hai ở ĐBSCL cũng như cả nước (sau tỉnh Sóc Trăng), với 320.292 người (chiếm 31,63%) [8]. Tỉnh Trà Vinh được đánh giá là một trong những tỉnh có tiềm năng phong phú về du lịch văn hóa, lịch sử, du lịch biển, sông nước miệt vườn, các cồn nổi ven biển chuyên canh vườn cây ăn trái đặc sản..., đặc biệt là du lịch khám phá bản sắc văn hóa với những ngôi chùa Khmer có kiến trúc độc đáo và các lễ hội mang đậm nét văn hóa dân tộc diễn ra quanh năm. Trên địa bàn tỉnh, nhiều di tích lịch sử ghi lại truyền thống đấu tranh giữ nước như đền thờ Bác Hồ, bia Đồng khởi Mỹ Long, khu căn cứ Tỉnh ủy ở huyện Duyên Hải và các di tích lịch sử cách mạng gắn liền với các dân tộc, tôn giáo như Khu di tích Ao Bà Om, chùa Dơi và nhiều chùa của đồng bào Khmer, thánh thất của đạo Cao Đài, nhà thờ Công giáo và đạo Tin lành với nhiều kiểu kiến trúc độc đáo. Bên cạnh đó, du khách còn được chiêm ngưỡng những công trình kiến trúc: nhà cổ Huỳnh Kỳ, nhà cổ Chủ Lý; Khu tưởng niệm Anh hùng liệt sĩ Nguyễn Thị Út, diềm tín ngưỡng Vạn Niên Phong Cung, Phước Minh Cung (được gọi là chùa Ông Bôn, được xếp hạng di tích kiến trúc nghệ thuật cấp Quốc gia). Cùng với hệ thống di tích là những lễ hội riêng của các dân tộc như lễ Thượng ngươn ngày 15/1, lễ Trung ngươn ngày 15/8 của đạo Cao Đài; ngày hội Ok – Om – Bok của đồng bào Khmer; lễ cúng biển của ngư dân thị trấn Mỹ Long – huyện Cầu Ngang; lễ hội Vu Lan – huyện Cầu Kè. Toàn tỉnh có gần 150 ngôi chùa Khmer mang vẻ độc đáo riêng, nổi tiếng gồm chùa Ăng, chùa Hang, chùa Phnô Đôn với nhiều loại chim, cò tìm về trú ngụ. Cách thành phố Trà Vinh hơn 60 km về hướng Đông Nam, biển Ba Động (xã Trường Long Hòa, thị xã Duyên Hải) trải dài gần chục km đang nằm trong quy hoạch của Khu kinh tế Định An cùng với các khu dịch vụ giải trí Dân Thành, Đôn Châu, Định An, rừng sinh thái Long Khánh... sẽ góp phần thúc đẩy ngành dịch vụ và du lịch của tỉnh phát triển mạnh trong tương lai.

3.2. Các yếu tố bên ngoài tác động đến sự phát triển kinh tế biển

Việc phân tích các yếu tố nội lực chỉ là điều kiện cần cho sự phát triển kinh tế biển của tỉnh bởi quá trình phát triển còn phụ thuộc vào các yếu tố bên ngoài như hệ thống chính sách, sự phát triển và chuyển giao khoa học công nghệ,... Chính vì thế, việc phân tích đánh giá các yếu tố bên ngoài là cần thiết trước khi đề xuất các chiến lược marketing cho địa phương.

3.2.1. Định hướng chính sách

Trà Vinh là một trong những tỉnh nằm trong quy hoạch phát triển của Chiến lược Biển Việt Nam đến năm 2020 theo Nghị quyết số 09-NQ/TW ngày 9/2/2007. Thực hiện chủ trương này, tỉnh Trà Vinh đã được Trung ương đầu tư các công trình trọng điểm quốc gia phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế biển cho vùng ĐBSCL như: Trung tâm Nhiệt điện Duyên Hải, Luồng cho tàu biển có trọng tải lớn vào sông Hậu (Quyết định 2386/QĐ-BGTVT ngày 09/8/2013), Khu kinh tế Định An (Quyết định 1513/QĐ-TTg ngày 05/9/2011) – là một trong tám khu kinh tế ven biển được ưu tiên đầu tư giai đoạn 2016 – 2020 của cả nước. Sau khi được hỗ trợ đầu tư để hoàn thiện hạ tầng, tỉnh Trà Vinh đã tiến hành kêu gọi đầu tư vào các khu công nghiệp, cụm công nghiệp của tỉnh theo quy hoạch phát triển cụm công nghiệp đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2025 (đã quy hoạch 14 cụm công nghiệp với tổng diện tích hơn 539 ha), với giá cho thuê mặt bằng hấp dẫn. Theo đó, tỉnh hỗ trợ 30% giá thuê mặt bằng sản xuất cho doanh nghiệp nhỏ và vừa tại các khu công nghiệp, cụm công nghiệp thời hạn 05 năm kể từ khi ký hợp đồng nhưng không quá 50 triệu đồng cho 01 dự án/năm [7]. Ngoài ra, tỉnh Trà Vinh hỗ trợ tiền bồi thường, giải phóng mặt bằng với mức 10% đối với dự án đầu tư hạ tầng khu công nghiệp và 20% đối với dự án đầu tư hạ tầng cụm công nghiệp; hỗ trợ 30% chi phí mua sắm máy móc thiết bị nhưng không quá 500 triệu đồng; hỗ trợ 20% lãi suất vốn vay trong hai năm; hỗ trợ 30% chi phí xây dựng hệ thống xử lý môi trường nhưng không quá 100 triệu đồng đối với dự án trong khu kinh tế, khu công nghiệp, cụm công nghiệp và không quá 300 triệu đồng đối với dự án ngoài khu kinh tế, khu công nghiệp, cụm công nghiệp. Sự quy hoạch phát triển và các chính sách mở đã phần nào phát huy tác dụng thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào tỉnh nhà, tập trung chủ yếu vào ngành công nghiệp và dịch vụ. Ngoài những chính sách ưu đãi để thu hút đầu tư, trong những năm qua, tỉnh Trà Vinh cũng tiến hành cải cách hành chính thực hiện theo cơ chế một cửa liên thông (như Quyết định số 460/QĐ-UBND ngày 04/3/2016 của Ủy ban nhân dân tỉnh về Quy chế thực hiện cơ chế một cửa liên thông trong thành lập doanh nghiệp; Quyết định 146/QĐ-UBND ngày 24/01/2019 về công bố thủ tục hành chính liên thông của tỉnh; Quyết định số 32/2016/QĐ-UBND về việc phối hợp giải quyết thủ tục đầu tư theo cơ chế một cửa đối với dự án ngoài khu công nghiệp, khu kinh tế;...). Điều này cũng góp phần cải thiện công tác hành chính khi đầu tư vào các dự án trên địa bàn tỉnh. Tuy nhiên, so với các tỉnh thành khác, chỉ số cải cách hành chính của tỉnh Trà Vinh vẫn còn rất thấp, xếp thứ 61/63 tỉnh thành trong cả nước năm 2018 [9]. Chính vì thế, trong thời gian tới, tỉnh Trà Vinh cần tập trung cải thiện chính sách này.

3.2.2. Tiềm năng liên kết vùng

Cùng với các tiềm năng phát triển kinh tế, chính quyền địa phương cũng nhận thấy

tiềm năng liên kết vùng của tỉnh nhà với các tỉnh khác thuộc khu vực ĐBSCL. Việc quy hoạch phát triển Khu kinh tế Định An với cảng tổng hợp Định An được xem là cửa ngõ giao thông hàng hải quốc tế và đầu mối giao thông quan trọng của vùng ĐBSCL và duyên hải Nam Bộ. Bên cạnh đó, do việc thông luồng kênh Tắt giúp cho cảng Định An có nhiều lợi thế cả về chi phí đầu tư và chi phí vận chuyển hơn các cảng biển khác ở trong khu vực nên việc vận chuyển hàng hóa từ các tỉnh trong vùng vào tỉnh Trà Vinh qua các tỉnh khác sẽ dễ dàng và tiết kiệm hơn. Về giao thông đường bộ, việc nâng cấp các tuyến đường quốc lộ 1, 53, 54, 60 với nhiều dự án cầu nổi (như cầu Đại Ngãi) tạo sự kết nối giao thông thuận tiện giữa các tỉnh duyên hải phía Nam với nhau và với TP.HCM; rút ngắn khoảng cách đi từ các tỉnh Cà Mau, Sóc Trăng, Bạc Liêu về TP.HCM. Ngoài ra, điều kiện tự nhiên và cơ sở hạ tầng đường bộ, đường thủy của tỉnh nếu được đầu tư đúng mức sẽ tạo ra cú huých phát triển du lịch đất liền liên kết nhiều tỉnh thành (như thành phố Cần Thơ và các tỉnh: Vĩnh Long, Sóc Trăng và Bạc Liêu) với du lịch đường sông, du lịch biển.

3.2.3. Tiềm năng thu hút vốn đầu tư

Với lợi thế tiềm năng được phân tích ở trên, tỉnh Trà Vinh tập trung nguồn lực để thu hút đầu tư phát triển kinh tế, tập trung vào kinh tế biển. Trong tháng 9/2019, tổng vốn đầu tư toàn xã hội của tỉnh ước đạt 17.300,6 tỉ đồng, tăng 19,7% so với cùng kỳ năm 2018. Trong đó, vốn nhà nước trên địa bàn 4.537 tỉ đồng, bằng 81% so với cùng kỳ; vốn ngoài nhà nước đạt 7.958 tỉ đồng, tăng 65%; vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài 4.804 tỉ đồng, tăng gấp 3,02 lần [2]. Tình hình phát triển doanh nghiệp có chuyển biến tích cực, giao dịch qua mạng giữa doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước tiếp tục được nhân rộng, phát triển mới 294 doanh nghiệp (nhiều hơn cùng kỳ 35 doanh nghiệp), tổng vốn đăng ký 2.126 tỉ đồng (gấp 2,4 lần cùng kỳ), cấp đăng ký bổ sung cho 908 doanh nghiệp và đơn vị phụ thuộc, vốn bổ sung 3.310 tỉ đồng.

Tính đến tháng 10/2019, tỉnh Trà Vinh đã thu hút 50 dự án đầu tư, trong đó có 47 dự án trong nước với tổng vốn đăng ký 6.209,6 tỉ đồng và ba dự án đầu tư nước ngoài với số vốn đầu tư 100,41 triệu USD [10]. Trong số các dự án kể trên, 22 dự án đã đi vào hoạt động, các dự án còn lại đang thực hiện thủ tục đầu tư và triển khai xây dựng. Điều này giúp tỉnh nâng số dự án có hiệu lực lên 348, trong đó 41 dự án đầu tư nước ngoài với tổng vốn đăng ký 3,1 tỉ USD; 303 dự án đầu tư trong nước với tổng vốn đăng ký 105.937,03 tỉ đồng. Tổng số doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Trà Vinh hiện nay là 2.091 doanh nghiệp (35 doanh nghiệp FDI) đang hoạt động, số vốn 30.313 tỉ đồng, giải quyết việc làm cho 92.545 lao động [7]. Ngoài ra, tỉnh Trà Vinh đã tiếp và làm việc với 65 lượt nhà đầu tư trong và ngoài nước đến tìm hiểu, qua đó đã tư vấn, giải đáp thỏa đáng nhu cầu tìm hiểu thông tin dự án kêu gọi đầu tư, các chính sách ưu đãi đầu tư trên địa bàn tỉnh, nhiều dự án đang được quy hoạch và kêu gọi đầu tư nhằm phát triển du lịch, công nghiệp chế biến, logistics,... Trong tương lai, tỉnh Trà Vinh được xem là điểm đến hấp dẫn của các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Tóm lại, việc phân tích đánh giá các yếu tố bên trong và bên ngoài cho thấy tỉnh Trà Vinh có nhiều lợi thế để phát triển kinh tế biển như vị trí địa lý thuận lợi, được Chính phủ và chính quyền địa phương quan tâm đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng kinh tế biển, có tiềm năng liên kết vùng, có những đặc trưng nổi bật tạo nên lợi thế thu hút đầu tư cho tỉnh nhà. Song song đó, nhiều khó khăn còn tồn tại như chỉ số cải cách hành chính còn thấp, kinh tế phát triển chưa thật sự mạnh, còn nhiều công trình chưa kêu

gọi được chủ đầu tư, thủ tục hành chính và giải phóng mặt bằng còn tương đối chậm... Chính vì thế, chính quyền tỉnh cần xây dựng chiến lược marketing địa phương nhằm quảng bá hình ảnh địa phương đến các nhà đầu tư để họ đến tìm hiểu và đầu tư phát triển kinh tế tỉnh.

3.3. Chiến lược marketing địa phương

Theo Philip Kotler [11], việc xây dựng chiến lược marketing địa phương tập trung vào bốn nội dung sau: (1) Marketing hình tượng địa phương; (2) Marketing đặc trưng nổi bật của địa phương; (3) Marketing cơ sở hạ tầng; (4) Marketing con người của địa phương. Cơ sở đề xuất các chiến lược phải dựa trên việc phân tích thực trạng phát triển kinh tế của địa phương như đã thực hiện ở phần trên. Dựa trên những cơ sở đó, bài viết đưa ra bốn chiến lược marketing địa phương nhằm phát triển kinh tế biển của tỉnh Trà Vinh như sau:

(1) *Chiến lược marketing hình tượng địa phương*: Đây là vấn đề mang tính chiến lược trong thiết kế chiến lược tiếp thị địa phương. Đối với ngành kinh tế biển tập trung vào lĩnh vực công nghiệp và dịch vụ, địa phương cần nghiên cứu, lựa chọn một trong những hình ảnh đặc trưng, ấn tượng nhất của tỉnh hoặc tổng hợp các ý tưởng (chẳng hạn hình ảnh du lịch văn hóa dân tộc đặc trưng của người Khmer hoặc khu đô thị ven biển hoặc cảng biển) hoặc các kiến trúc độc đáo của địa phương (kiến trúc chùa chiền của người Khmer) để xây dựng hình tượng địa phương. Bên cạnh đó, để tạo ấn tượng mạnh trong tâm trí du khách hay nhà đầu tư, địa phương cần thực hiện các chương trình quảng bá thương hiệu, chiến lược truyền thông thích hợp và phối hợp chiến lược kéo và đẩy trong chiêu thị cho từng thị trường mục tiêu cụ thể. Các chương trình quảng bá và chiêu thị phải cho các nhà đầu tư thấy được những nỗ lực phát triển kinh tế, nâng cấp cơ sở hạ tầng và cải cách thủ tục hành chính trong những năm qua để tạo niềm tin cho các nhà đầu tư.

(2) *Chiến lược marketing đặc trưng của địa phương*: Tỉnh Trà Vinh đang bước đầu nổi tiếng với các công trình kiến trúc của người Khmer, đặc biệt là số lượng đông chùa chiền mang đậm bản sắc văn hóa. Bên cạnh việc tập trung xây dựng và quảng bá hình ảnh về du lịch tâm linh nhằm tạo ra nét đặc thù trong du lịch địa phương, tỉnh Trà Vinh cần kết hợp với phát triển các cảng biển và khu kinh tế ven biển; đẩy mạnh quảng bá du lịch đất liền kết nối du lịch đường sông và đường biển, tăng cường quảng bá về tiềm năng phát triển các ngành công nghiệp và dịch vụ khác như dịch vụ logistics, vận tải biển. Các chương trình hành động hỗ trợ cho việc quảng bá đặc trưng của tỉnh Trà Vinh là các sự kiện lễ hội đặc trưng (cần được đầu tư và thực hiện bài bản hơn); kết hợp các hội nghị, hội thảo với quy mô lớn; quảng cáo tại điểm đến; tổ chức các đoàn xúc tiến đầu tư thương mại – dịch vụ ra bên ngoài địa phương,... Đồng thời, tỉnh cũng cần tập trung quảng bá các sản phẩm nông nghiệp đặc trưng vì đây chính là nguồn nguyên liệu vận chuyển quan trọng đưa vào các cảng biển để vận chuyển cho các đối tác.

(3) *Chiến lược marketing cơ sở hạ tầng và thu hút đầu tư*: Việc nâng cấp cơ sở hạ tầng của tỉnh Trà Vinh cũng cần được công bố rộng rãi, bởi nó đóng vai trò chủ yếu và xuyên suốt trong thu hút đầu tư phát triển kinh tế biển tại địa phương. Tỉnh Trà Vinh cần công bố rộng rãi các dự án đầu tư cơ sở hạ tầng (như nâng cấp các tuyến đường bộ, đường biển, xây dựng cảng nước sâu, các nhà máy năng lượng,...) trên các phương tiện truyền

thông nhằm giúp nhà đầu tư thấy được tiềm năng kinh tế của tỉnh. Từ đó họ mới tìm hiểu và đầu tư. Đồng thời, chính quyền địa phương cần chủ động tăng cường tổ chức các đoàn xúc tiến đầu tư thương mại – dịch vụ tầm khu vực, quốc gia và quốc tế (Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan,...); tham dự hội chợ nông nghiệp – công nghiệp – du lịch các cấp để kêu gọi đầu tư. Đồng thời, tỉnh Trà Vinh cần cải cách nhanh và hiệu quả thủ tục hành chính trong việc cấp phép đầu tư, giải phóng mặt bằng để thu hút đầu tư hiệu quả hơn.

(4) *Chiến lược marketing thu hút nguồn nhân lực*: Cùng với sự phát triển kinh tế biển, tỉnh Trà Vinh cần chú trọng đến việc thu hút nguồn nhân lực để đáp ứng nhu cầu trong tương lai cho các lĩnh vực như du lịch, công nghệ chế biến, dịch vụ hậu cần vận tải biển,... Chính vì thế, địa phương cần có chính sách thu hút lực lượng lao động chuyên môn trong các lĩnh vực trên. Ngoài nguồn lực được đào tạo chủ yếu ở Trường Đại học Trà Vinh, tỉnh cần liên kết với các trường đại học trong và ngoài nước, các viện nghiên cứu, các hiệp hội hợp tác quốc tế để chuyển giao công nghệ, đào tạo nguồn nhân lực chuyên sâu cho tỉnh nhà.

4. KẾT LUẬN

Qua kết quả phân tích trên, mặc dù còn nhiều khó khăn phải giải quyết nhưng có thể khẳng định tỉnh Trà Vinh có rất nhiều tiềm năng phát triển kinh tế, đặc biệt là kinh tế biển trong tương lai. Các nhà hoạch định chính sách và chính quyền địa phương cần có chiến lược marketing địa phương phù hợp để quảng bá hình ảnh địa phương, những lợi thế tiềm năng của tỉnh để xây dựng mối quan hệ với các nhà đầu tư, giúp họ thấy được rõ điểm mạnh và lợi ích đạt được khi đầu tư vào tỉnh. Dựa trên những ý kiến đề xuất về bốn chiến lược marketing, địa phương cần xây dựng các chương trình hành động cụ thể để đạt được hiệu quả cao trong việc thu hút đầu tư, khai thác phù hợp tiềm năng kinh tế biển của tỉnh nhà.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ủy ban nhân dân tỉnh Trà Vinh. Báo cáo tình hình thực hiện Nghị quyết Hội đồng nhân dân tỉnh về nhiệm vụ phát triển kinh tế – xã hội năm 2018 và kế hoạch năm 2019, số 340/BC-UBND ngày 17 tháng 12 năm 2018.
- [2] Cục Thống kê tỉnh Trà Vinh. Báo cáo tình hình kinh tế xã hội tỉnh Trà Vinh quý III và 9 tháng năm 2019. <http://thongketravinh.vn/info/tinh-ktxh/ktxh-thang-8-2019.aspx> [Ngày truy cập 05/12/2019].
- [3] Ủy ban nhân dân tỉnh Trà Vinh. Báo cáo tình hình thực hiện Nghị quyết Hội đồng Nhân dân tỉnh về nhiệm vụ phát triển kinh tế – xã hội năm 2017 và kế hoạch năm 2018, số 08/BC-UBND ngày 18 tháng 01 năm 2018.
- [4] Ủy ban nhân dân tỉnh Trà Vinh. Báo cáo tình hình thực hiện Nghị quyết Hội đồng nhân dân tỉnh về nhiệm vụ phát triển kinh tế – xã hội năm 2016 và kế hoạch năm 2017, số 265/BC-UBND ngày 22 tháng 12 năm 2016.
- [5] Bách khoa toàn thư mở Wikipedia. Danh sách đơn vị hành chính Việt Nam theo GRDP bình quân đầu người. Truy cập từ: <https://vi.wikipedia.org/wiki/> [Ngày truy cập 05/12/2019].

- [6] Bộ Giao thông Vận tải, Báo cáo về tình hình thực hiện Nghị quyết số 30/NQ-CP ngày 11/5//2019 của Chính phủ về việc đánh giá tổng thể kết quả thực hiện giai đoạn thông luồng kỹ thuật dự án ĐTXD Luồng tàu biển trọng tải lớn vào sông Hậu và đề xuất sử dụng vốn dự để triển khai một số hạng mục cấp bách thuộc giai đoạn hoàn chỉnh dự án, số 7419/BGTVT-KHĐT ngày 08/8/2019.
- [7] Huy Tự. Báo đầu tư. Trà Vinh phát huy lợi thế thu hút đầu tư. Truy cập từ: <https://baodautu.vn/tra-vinh-phat-huy-loi-the-thu-hut-dau-tu-d109745.html> [Ngày truy cập 12/12/2019].
- [8] Cổng thông tin điện tử tỉnh Trà Vinh. Phòng Lịch sử (Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy). Sơ lược lịch sử hình thành tỉnh Trà Vinh. Truy cập từ: <https://travinh.gov.vn/ubnd/1426/37932/65514/584831/lich-su-hinh-thanh/so-luoc-lich-su-hinh-thanh-tinh-tra-vinh.aspx> [Ngày truy cập 12/12/2019].
- [9] Ban Chỉ đạo Cải cách hành chính của Chính phủ. Công bố Chỉ số cải cách hành chính năm 2018. Truy cập từ: <http://caicachhanhchinh.gov.vn/tin-noi-bat/cong-bo-chi-so-cai-cach-hanh-chinh-nam-2018-7757.html> [Ngày truy cập 10/12/2019].
- [10] Sở Kế hoạch Đầu tư tỉnh Trà Vinh. Thu hút đầu tư trên địa bàn tỉnh – 09 tháng đầu năm 2019: Cấp mới 50 dự án đầu tư trong và ngoài nước. Truy cập từ: <https://skhdt.travinh.gov.vn/mDefault.aspx?sname=skhdt&sid=1440&pageid=6519&catid=67770&id=593544&catname=BAO-CAO-THONG-KE&title=Thu-hut-dau-tu-tren-dia-ban-tinh---09-thang-dau-nam-2019--Cap-moi-50-du-an-dau-tu-trong-va-ngoai-nuoc> [Ngày truy cập 08/12/2019].
- [11] Philip Kotler. (2002). *Marketing Places*. Publish by Simon and Schuster.