

## **Áp dụng ma trận phân tích tầm quan trọng-hiệu quả (IPMA) trong xây dựng mô hình thu hút đầu tư cho Thành phố Hồ Chí Minh**

**Lê Khoa Nguyễn, Lê Giang Phương Bình, Huỳnh Đặng Bích Vy**

*Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh*

*Email: vy.hdb@ou.edu.vn*

*Ngày nhận bài: 16/11/2022; Ngày sửa bài: 24/02/2023; Ngày duyệt đăng: 08/3/2023*

### **Tóm tắt**

*Thu hút đầu tư đóng vai trò cực kỳ quan trọng đối với mỗi địa phương vì môi trường thân thiện với doanh nghiệp tạo ra cơ hội việc làm, giảm tỷ lệ thất nghiệp, tăng mức thu nhập và phúc lợi cho người dân địa phương, từ đó quyết định sự tăng trưởng và phát triển kinh tế. Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 100 doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM). Mô hình cấu trúc bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM) được thực hiện để đánh giá đồng thời mô hình đo lường và mô hình cấu trúc. Ma trận tầm quan trọng - hiệu quả (IPMA) cũng được phân tích. Kết quả nghiên cứu đã khẳng định vai trò truyền thống của cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực đối với việc thu hút đầu tư vào địa phương. Ngoài ra, nghiên cứu cũng cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho thấy chính sách và dịch vụ công, môi trường làm việc và thu hút xuất khẩu không có tác động có ý nghĩa thống kê đến việc thu hút đầu tư vào TP.HCM. Bên cạnh đó, kết quả phân tích IPMA cho thấy hiệu quả thực hiện của cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực ở TP.HCM chỉ ở mức 50-75%. Điều này làm cơ sở để đề xuất các hàm ý chính sách cho việc ưu tiên phát triển hơn nữa hai yếu tố: cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực tại TP.HCM.*

**Từ khóa:** *PLS-SEM, IPMA, thu hút đầu tư*

### **Application of IPMA in modelling the investment attraction in Ho Chi Minh City**

**Le Khoa Nguyen, Le Giang Phuong Binh, Huynh Dang Bich Vy**

*Ho Chi Minh City Open University*

*Correspondence: vy.hdb@ou.edu.vn*

*Received: 16/11/2022; Revised: 24/02/2023; Accepted: 08/3/2023*

### **Abstract**

*Investment attraction plays an extremely important role for each location because a business-friendly environment creates job opportunities, reduces unemployment, increases income levels and welfare for local people, thereby determining economic growth and development. The study conducted a survey of 100 enterprises in Ho Chi Minh City (HCMC). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) was performed to simultaneously evaluate the measurement model and the structural model. Research results confirmed the traditional role of infrastructure and human resources in attracting investment to the location. In addition, the study also provides empirical evidence that public policy and services, working environment and import attraction have no statistically significant impact on investment attraction in HCMC. Besides, Importance-Performance Map Analysis (IPMA) results showed that the performance of infrastructure and human resources in HCMC was only in the range of 50-75%. This raises concerns for policymakers in prioritizing the further improvement of two factors: infrastructure and human resources in HCMC.*

**Keywords:** *PLS-SEM, IPMA, investment attraction*

## 1. Giới thiệu

Thu hút đầu tư đóng vai trò cực kỳ quan trọng đối với mỗi địa phương vì môi trường thân thiện với doanh nghiệp tạo ra cơ hội việc làm, giảm tỷ lệ thất nghiệp, tăng mức thu nhập và phúc lợi cho người dân địa phương, từ đó quyết định sự tăng trưởng và phát triển kinh tế. Việc thu hút đầu tư không chỉ tập trung vào doanh nghiệp mới thành lập mà còn phát triển môi trường kinh doanh thân thiện, khuyến khích doanh nghiệp đã đến địa phương tiếp tục ở lại và phát triển cùng địa phương (Snieska và cộng sự, 2019; Snieska và Zykiene, 2015).

Tiếp thị địa phương được thực hiện để tạo ra, duy trì và thay đổi quan điểm, ý định của những chủ thể bên ngoài địa phương (Dril và cộng sự, 2016). Theo Amajid và cộng sự (2016) sức hấp dẫn của một địa phương bao gồm khả năng cung cấp các điều kiện mang tính tích cực cho từng loại khách hàng, nó bao gồm tất cả các dự án hoặc khả năng phán đoán nhằm mục đích đánh giá lại không gian công cộng, rút lại các khoản đầu tư mới để mang lại lợi ích nhiều hơn, điều kiện sống tốt hơn và hiệu suất tốt hơn. Để trở nên hấp dẫn, địa phương phải có tính cạnh tranh, và để có khả năng cạnh tranh, cần phải có một tầm nhìn chiến lược để sử dụng và tiếp thị địa phương cần được liên tục theo đuổi, xem xét và cải tiến.

Thực tiễn, quá trình phát triển ở Việt Nam cho thấy có rất nhiều giải pháp cho bài toán thu hút đầu tư, nhưng tính hiệu quả trong dài hạn vẫn còn là vấn đề đáng quan tâm. Các địa phương phải làm thế nào để tạo dựng môi trường đầu tư hấp dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp hiệu quả trong điều kiện cạnh tranh là câu hỏi đang được đặt ra. Thông qua công cụ tiếp thị địa phương, đặc biệt là kỹ thuật phân tích tầm quan trọng và hiệu quả (IPMA), lãnh đạo các địa phương có thể hiểu

biết và xác định rõ hơn những lợi thế và hạn chế của địa phương để sử dụng hiệu quả nguồn lực địa phương nhằm tạo một môi trường kinh doanh hấp dẫn dựa trên lợi thế cạnh tranh của địa phương, thu hút được nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước, và gia tăng lượng khách đến địa phương. Thực hiện tốt tiếp thị địa phương là một phương cách thúc đẩy kinh tế địa phương phát triển và nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động kinh doanh của các tổ chức và công ty tại địa phương. Thực hiện tiếp thị địa phương sẽ làm cho chiến lược đi vào chiều sâu, đúng hướng và tập trung vào các mục tiêu chính như phát triển thị trường, khách hàng, sản phẩm, cơ sở hạ tầng, dân cư, xuất khẩu hiệu quả. Trên cơ sở đó, đưa ra các chính sách, biện pháp tiếp thị phù hợp trong việc khai thác và sử dụng nguồn lực cũng như thu hút khách hàng. Tuy nhiên, các nhà đầu tư sợ các yếu tố rủi ro như sự không chắc chắn của thị trường, thiếu kiến thức thị trường và thiếu kinh nghiệm đầu tư (Kahraman, 2011). Hơn nữa, tỷ lệ lợi nhuận, mặc dù không rõ ràng, có thể bị ảnh hưởng bởi hiệu suất của các tổ chức trong nước (Child và Yuan, 1996). Cuối cùng, quyết định đầu tư có thể bị ảnh hưởng bởi các rào cản, tùy thuộc vào các quy định hiện hành ở một quốc gia (de Magalhães Ozorio và cộng sự, 2013), rất dễ thấy trong lĩnh vực bảo vệ môi trường (Laurikka và Koljonen, 2006).

Thành phố Hồ Chí Minh, với vai trò là đầu tàu kinh tế cả nước, GRDP luôn cao hơn mục tiêu đề ra. Cụ thể, GRDP năm 2022 tăng 9,03% so với cùng kỳ, cao hơn mức tăng trưởng chung của cả nước, vượt kế hoạch đề ra là 6-6,5% (Cục Thống kê TP.HCM, 2022). Số liệu về chỉ số PCI của TP.HCM trong 2006-2019 có biến động nhưng xu hướng chung là tăng. Từ năm 2019, PCI của Thành phố đã chuyển từ

nhóm các tỉnh, thành có chỉ số năng lực cạnh tranh khá thành nhóm tốt (Ozgen và Minsky, 2019). Tuy nhiên, sự chuyển biến này vẫn chưa tương xứng với tiềm năng của TP.HCM.

Một trong những công cụ quan trọng để đánh giá cảm nhận của khách hàng (doanh nghiệp) và vị trí mà nhà quản trị (chính quyền địa phương) cần hướng đến là phân tích tầm quan trọng-hiệu quả (IPMA) do Martilla và James (1977) đề xuất. Công cụ này đơn giản nhưng có thể giúp nhà quản trị giải thích được mong muốn của khách hàng và thứ tự ưu tiên nguồn lực. Đây cũng là nền tảng cho ma trận phân tích tầm quan trọng - hiệu quả ra đời (IPMA). Với công cụ này, thứ tự ưu tiên của các biến sẽ được sắp xếp, những lĩnh vực chiến lược sẽ được xác định, là cơ sở cho nhà quản trị đưa ra những đối sách/ hành động phù hợp. Vì vậy, IPMA trở nên phổ biến và kỹ thuật này được ứng dụng khá nhiều trong những nghiên cứu trước đây (García-Fernández và cộng sự, 2020).

Nghiên cứu góp phần làm giàu lý thuyết và thực tiễn liên quan đến chủ đề này ở ba phương diện: (1) Nghiên cứu tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến việc thu hút đầu tư cho thành phố, tập trung vào việc cạnh tranh không gian để thu hút nguồn vốn đầu tư; (2) Nghiên cứu phân tích tầm quan trọng và hiệu quả (IPMA) của từng chỉ số thành phần trong mô hình thu hút đầu tư vào thành phố; (3) Nghiên cứu tìm hiểu nội tại việc đánh giá thang đo và mô hình đường dẫn, tạo cơ sở cho những chính sách phù hợp nhằm gia tăng thu hút đầu tư cho TP.HCM.

## **2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu**

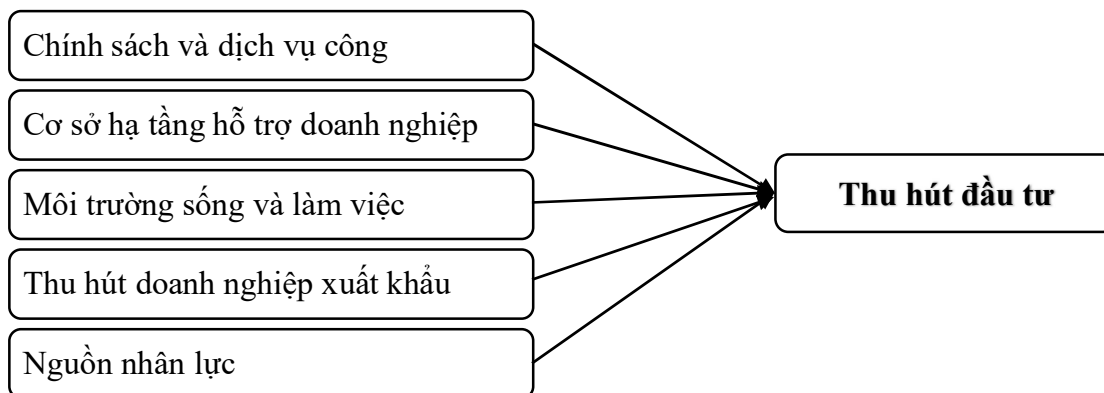
### **2.1. Cơ sở lý thuyết**

Lý thuyết tiếp thị địa phương là một trong những lý thuyết được áp dụng rộng rãi trong nghiên cứu về thu hút đầu tư vào

địa phương (Niedomysl và Jonasson, 2012). Ý tưởng cốt lõi của tiếp thị địa phương là hiểu và thoả mãn nhu cầu, mong muốn của khách hàng (Rafiq và Ahmed, 2000). Theo lý thuyết tiếp thị địa phương có thể hiểu, “tiếp thị địa phương là những hoạt động của chính quyền và cộng đồng dân cư nhằm xây dựng và phát triển một hệ thống các giá trị của một địa phương, đồng thời truyền thông quảng bá các giá trị đó tới các nhà đầu tư, các nhà kinh doanh, các đối tượng khách du lịch, và nguồn lao động chất lượng cao nhằm thu hút họ tới địa phương để thúc đẩy sự phát triển địa phương” (Kotler và Gertner, 2002). Việc xác định và lựa chọn khách hàng mục tiêu cho phép các chủ thể tiếp thị huy động và sử dụng hiệu quả nguồn lực của mình nhằm đạt được các mục tiêu đã xác định. Đối với các địa phương, việc tạo ra giá trị gia tăng cho nhà đầu tư là một thách thức lớn. Quá trình này đặt ra yêu cầu về hệ thống hoàn chỉnh đối với sản phẩm lãnh thổ để tối ưu giá trị gia tăng địa phương có thể cung cấp cho khách hàng mục tiêu. Lý thuyết thể chế (Milgrom và cộng sự, 1990) góp phần chỉ rõ lợi thế cạnh tranh của địa phương thông qua chính sách và dịch vụ công. Thực vậy, lý thuyết thể chế đã chỉ ra môi trường thể chế tốt sẽ giúp doanh nghiệp giảm chi phí giao dịch, là yếu tố thu hút đầu tư (Meyer, 2001). Berisha và Pula (2015) phân loại hai nhóm yếu tố “cứng” và “mềm” trong thu hút đầu tư. Trong đó, các yếu tố “cứng” phản ánh môi trường vật chất, cụ thể là cơ sở hạ tầng hỗ trợ doanh nghiệp. Nhóm “mềm” phản ánh các yếu tố phi vật chất như môi trường sống và làm việc, kinh tế, chính trị, pháp lý, quản lý và các vấn đề văn hóa xã hội. Yếu tố kinh tế, đặc biệt là sự có mặt của doanh nghiệp xuất khẩu tại địa phương là cách quảng bá hình ảnh địa

phương hữu hiệu với thế giới, từ đó thu hút các doanh nghiệp khác đến địa phương (Kotler và Armstrong, 2004; Snyder và cộng sự, 2012). Lý thuyết vốn con người cho thấy nguồn nhân lực là một trong những yếu tố quan trọng thu hút dòng đầu tư (Dunning và Lundan, 2008). Vai trò của vốn con người liên quan đến việc vận hành,

năng lực cạnh tranh, năng suất, tác động lan toả của việc đầu tư. Nghiên cứu của Cleeve và cộng sự (2015) cho thấy mối tương quan dương giữa vốn con người và việc thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Dựa theo các nghiên cứu trên, mô hình nghiên cứu được đề xuất bao gồm năm yếu tố ảnh hưởng đến thu hút đầu tư (Hình 1).



**Hình 1.** Mô hình nghiên cứu

## 2.2. Các giả thuyết nghiên cứu

### 2.2.1. Chính sách và dịch vụ công

Sự ổn định chính sách cùng với hệ thống luật pháp đủ mạnh là cơ sở để các doanh nghiệp có thể hoạt động ổn định, được đối xử công bằng, bình đẳng, được bảo vệ quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp (Lu và Yang, 2007; Kumar và Siddique, 2010). Ngoài ra, chính sách ưu đãi và các dịch vụ công về đầu tư được xây dựng với mục đích là gia tăng các lợi ích kinh tế cho nhà đầu tư, nó giúp giảm các chi phí đầu tư lúc khởi động và làm tăng lợi nhuận tiềm năng của họ. Do đó, khi chính sách và dịch vụ công được cải thiện khiến doanh nghiệp hài lòng hơn thì khả năng đưa ra quyết định đầu tư của họ cũng tăng lên. Kết quả tương tự cũng được Dzung và cộng sự (2017) tìm thấy khi phân tích vai trò của chính sách và dịch vụ công đến việc thu hút đầu tư vào các khu công nghiệp tại Việt Nam.

Giả thuyết H1: Chính sách và dịch vụ

công ảnh hưởng thuận chiều tới việc thu hút đầu tư.

### 2.2.2. Cơ sở hạ tầng hỗ trợ doanh nghiệp

Cơ sở hạ tầng với chất lượng tốt, vận hành trơn tru là lợi thế quan trọng mà các doanh nghiệp tìm kiếm trước khi vận hành hoạt động đầu tư của mình. Dunning (1973), Nelson (2005), Dzung và cộng sự (2017), Windhyastiti và cộng sự (2019) đã chỉ rõ cơ sở hạ tầng có thể giúp doanh nghiệp hạ thấp chi phí, nâng cao hiệu quả đầu tư, dù nghiên cứu được thực hiện ở các bối cảnh khác nhau.

Cơ sở hạ tầng hỗ trợ kinh doanh bao gồm nhiều tổ chức khác nhau, bao gồm vườn ươm doanh nghiệp, công viên khoa học và các chương trình tăng tốc. Nó có thể đóng một vai trò quan trọng trong sự thành công của các dự án mới sáng tạo, vì nó có thể cung cấp nhiều hình thức hỗ trợ dưới hình thức tư vấn, mạng lưới, tài chính và chỗ ở (Dunning, 1980).

Giả thuyết H2: Cơ sở hạ tầng hỗ trợ doanh nghiệp ảnh hưởng thuận chiều tới việc thu hút đầu tư.

### **2.2.3. Môi trường sống và làm việc**

Môi trường làm việc là nơi mà nhà đầu tư có thể đưa ra những phán xét, chính kiến của mình, nơi mà họ được trang bị đầy đủ những công cụ, dụng cụ tiện nghi để làm việc, nơi mà họ được làm việc trong một môi trường trong lành và độc lập (Dabke và cộng sự, 2008). Đây cũng chính là những điều kiện làm việc để giúp cho nhà đầu tư thực thi công việc đầu tư hiệu quả hơn, có động lực hơn và sẽ gắn kết với địa phương hơn. Trong quá trình thực hiện, địa phương tìm cách thu hút nhà đầu tư, giữ chân nhân tài và tạo môi trường sống và phát triển xây dựng địa phương là một việc rất cần thiết.

Chất lượng của môi trường trong nhà như nhà ở và nơi làm việc có ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe, trong khi chất lượng của môi trường xung quanh ảnh hưởng đến sức khỏe và năng suất thông qua cảm ứng của lối sống (Yousefizadeh và Ghoddusifar, 2016). Một môi trường sống tốt là điều cần thiết để có chất lượng cuộc sống tốt. Một môi trường sống lành mạnh cho phép các nhóm người khác nhau sống cuộc sống hàng ngày của họ và đáp ứng các nhu cầu cơ bản của họ: sống, sử dụng các dịch vụ, làm việc, giải trí, sở thích, cũng như nghỉ ngơi và riêng tư. Môi trường làm việc thực tế là các công cụ làm việc cũng như không khí, tiếng ồn và ánh sáng. Nhưng môi trường làm việc cũng bao gồm các khía cạnh tâm lý của cách tổ chức công việc và hạnh phúc tại nơi làm việc (Majone, 2002). Môi trường làm việc có thể ảnh hưởng rất nhiều đến cách cảm nhận công việc của mỗi cá nhân. Khi có một môi trường làm việc tích cực, nó có thể cải thiện hạnh phúc, tăng năng suất và tạo động lực cho những người

xung quanh, hạn chế bỏ việc, gây khó khăn cho nhà đầu tư trong việc tìm kiếm lực lượng nhân sự (Dzung cộng sự, 2017)

Giả thuyết H3: Môi trường sống và làm việc ảnh hưởng thuận chiều tới việc thu hút đầu tư.

### **2.2.4. Thu hút doanh nghiệp xuất khẩu**

Trên thị trường hiện nay, có rất nhiều các sản phẩm mang thương hiệu, nguồn gốc địa phương rõ ràng, chính điều này thúc đẩy sự phát triển kinh tế, cũng như khẳng định vị thế của địa phương, khẳng định thương hiệu sản phẩm của địa phương đối với khách hàng và thu hút nhà đầu tư đến với địa phương (Kotler và Armstrong, 2004; Snyder và cộng sự, 2012). Vấn đề xuất khẩu hàng hóa địa phương trong xu thế hội nhập và phát triển toàn cầu hóa ngày nay đang được quan tâm sâu rộng, việc đưa sản phẩm của địa phương đến với thế giới, là đưa một thương hiệu, đưa một niềm tin đến với thế giới, chính vì thế, cần có những chiến lược và bước đi phù hợp hơn nhằm thúc đẩy thị trường xuất khẩu sản phẩm địa phương.

Giả thuyết H4: Thu hút doanh nghiệp xuất khẩu ảnh hưởng thuận chiều tới thu hút đầu tư.

### **2.2.5. Nguồn nhân lực**

Nguồn nhân lực là một trong những lĩnh vực quan trọng nhất cho sự thành công của các doanh nghiệp. Chandler (1993), chỉ ra rằng nguồn nhân lực có tác động tích cực đến sự tăng trưởng của các doanh nghiệp nhỏ, giúp tăng kỹ năng và động lực của nhân viên, và cuối cùng dẫn đến cải thiện năng suất và tính bền vững lâu dài của các doanh nghiệp. Khi xem xét việc đầu tư vào một địa phương, nhà đầu tư thường quan tâm đánh giá thị trường lao động, so sánh điều kiện và chi phí hoạt động (Pavlovna và cộng sự, 2015).

Giả thuyết H5: Nguồn nhân lực ảnh hưởng thuận chiều tới thu hút đầu tư.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, bộ dữ liệu bao gồm 100 câu trả lời với đầy đủ thông tin đã được thu thập để phục vụ cho việc phân tích. Trong đó, tỷ lệ nam và nữ có sự chênh lệch cao, nam chiếm 72% và nữ là 28%.

Phần lớn các doanh nghiệp trong mẫu khảo sát có quy mô từ 150-300 lao động (chiếm tỷ lệ 49%). Các doanh nghiệp trong mẫu nghiên cứu tập trung vào 2 mảng sản xuất chính: dệt-may mặc (45%) và điện-điện tử (18%) (Bảng 1).

**Bảng 1.** Tóm tắt thông tin mẫu khảo sát

Đặc điểm		Số lượng	Tỷ lệ %
Giới tính	Nam	72	72,00
	Nữ	28	28,00
Quy mô DN	<150 lao động	30	30,00
	150-300 lao động	49	49,00
	>300 lao động	21	21,00
Loại hình DN	Điện-điện tử	18	18,00
	Dệt, may mặc	45	45,00
	Khác	37	37,00

#### 3.1. Thang đo lường các biến trong mô hình

Dựa trên việc tổng quan các nghiên cứu trước, nghiên cứu đề xuất bảng câu hỏi khảo sát bao gồm 23 biến quan sát (Bảng 2), sử dụng thang đo Likert với 5 mức. Thang

điểm Likert là một dạng thang đánh giá được sử dụng khá phổ biến trong nghiên cứu với các biến tiềm ẩn. Trong nghiên cứu này, thang đo Likert 5 bậc đánh giá được lựa chọn với 1 là hoàn toàn không đồng ý và 5 là hoàn toàn đồng ý.

**Bảng 2.** Thang đo các biến trong mô hình

STT	Mã (thang đo)	Mô tả	Nguồn
	<i>CSDV</i>	<i>Chính sách và dịch vụ công</i>	
1	CSDV1	Địa phương có nhiều dịch vụ tư vấn, hỗ trợ cho hoạt động của doanh nghiệp	
2	CSDV2	Các thủ tục đầu tư, kinh doanh được thực hiện nhanh chóng	Nguyễn Văn Hiến và Ao Thu Hoài (2019), Nguyen (2018)
3	CSDV3	Công chức, viên chức có thái độ tốt, nhiệt tình	
4	CSDV4	Thông tin liên quan đến đầu tư, kinh doanh được cung cấp đầy đủ, kịp thời và minh bạch	
	<i>CSHT</i>	<i>Cơ sở hạ tầng</i>	
5	CSHT1	Hạ tầng giao thông vận tải thuận lợi	Nguyễn Văn

STT	Mã (thang đo)	Mô tả	Nguồn
6	CSHT2	Mạng lưới điện đáp ứng yêu cầu	Hiền và Ao Thu Hoài (2019),
7	CSHT3	Hệ thống cấp, thoát nước ổn định	Nguyen (2018)
	<i>MTLV</i>	<i>Môi trường sống và làm việc</i>	
8	MTLV1	Môi trường sống lành mạnh	
9	MTLV2	Giá cả sinh hoạt phù hợp	Hà Nam Khánh
10	MTLV3	An ninh tại địa bàn tốt	Giao và cộng sự (2015), Nguyễn
11	MTLV 4	Người dân địa phương thân thiện	Văn Hiến và Ao Thu Hoài (2019)
12	MTLV5	Môi trường giáo dục tốt	
	<i>THXK</i>	<i>Thu hút doanh nghiệp xuất khẩu</i>	
13	THXK1	Hệ thống doanh nghiệp cung cấp dịch vụ hỗ trợ trong lĩnh vực xuất khẩu tốt	Hà Nam Khánh
14	THXK2	Thủ tục hải quan nhanh, gọn	Giao và cộng sự (2015), Nguyễn
15	THXK3	Chính sách ưu đãi xuất khẩu của địa phương linh hoạt	Văn Hiến và Ao Thu Hoài (2019)
	<i>NNL</i>	<i>Nguồn nhân lực</i>	
16	NNL1	Chính sách đào tạo người lao động tốt	Hà Nam Khánh
17	NNL2	Dịch vụ y tế đáp ứng yêu cầu	Giao và cộng sự (2015), Nguyễn
18	NNL3	Lao động trẻ, năng động	Văn Hiến và Ao
19	NNL4	Địa phương có các cơ sở đào tạo NNL tốt	Thu Hoài (2019)
	<i>THĐT</i>	<i>Thu hút đầu tư</i>	
20	THĐT1	Đầu tư tại địa phương là một quyết định đúng đắn	
21	THĐT2	Doanh nghiệp sẽ tiếp tục mở rộng đầu tư	Nguyễn Văn
22	THĐT3	Doanh nghiệp sẽ gắn bó lâu dài với địa phương	Hiền và Ao Thu Hoài (2019),
23	THĐT4	Chúng tôi sẵn sàng giới thiệu địa phương cho các nhà đầu tư và doanh nghiệp khác	Nguyen (2018)

### 3.2. Nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu thực hiện việc khảo sát phi xác suất các doanh nghiệp đầu tư tại TP.HCM. Đây là phương pháp chọn mẫu mà các đơn vị trong tổng thể chung không có khả năng ngang nhau để được chọn vào mẫu nghiên cứu. Việc chọn mẫu phi ngẫu nhiên hoàn toàn phụ thuộc vào kinh nghiệm và sự

hiểu biết về tổng thể của người nghiên cứu nên kết quả điều tra thường mang tính chủ quan của người nghiên cứu. Tuy nhiên, lý do quan trọng để sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất là tính tiết kiệm về chi phí và thời gian, về mặt này thì phương pháp chọn mẫu phi xác suất vượt trội so với chọn mẫu xác suất (Lehdonvirta và cộng sự, 2021).

Quy mô mẫu tối thiểu được xác định tùy theo phân tích định lượng. PLS-SEM có khả năng thống kê cao so với CB-SEM. Nguyên tắc 10 lần, cụ thể là quy mô mẫu tối thiểu bằng 10 lần số biến quan sát lớn nhất được dùng để đo lường biến tiềm ẩn hay 10 lần số biến độc lập trong mô hình cấu trúc (Hair và

cộng sự, 2014). Dựa trên nguyên tắc này, quy mô mẫu tối thiểu là 50 quan sát.

#### 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

##### 4.1. Thống kê mô tả các thang đo

Theo thống kê mô tả các thang đo, giá trị trung bình của các khía cạnh đều ở mức trên 3 (Bảng 3).

**Bảng 3.** Thống kê mô tả các thang đo

STT	Mã (thang đo)	Trung bình	Tối thiểu	Tối đa	Độ lệch chuẩn
1	CSDV1	3,808	1	5	0,706
2	CSDV2	3,919	1	5	0,825
3	CSDV3	3,879	1	5	0,807
4	CSDV4	3,616	1	5	0,802
5	MTLV1	3,495	1	5	0,996
6	MTLV2	3,727	1	5	0,766
7	MTLV3	3,576	1	5	0,871
8	MTLV4	3,717	2	5	0,996
9	MTLV5	3,717	1	5	1,007
10	THXK1	3,778	1	5	0,763
11	THXK2	3,576	1	5	0,719
12	THXK3	3,556	1	5	0,808
13	CSHT1	3,606	1	5	0,781
14	CSHT2	3,333	2	5	0,770
15	CSHT3	3,263	1	5	0,848
16	NNL1	3,747	2	5	0,868
17	NNL2	3,556	2	5	0,817
18	NNL3	3,475	2	5	0,712
19	NNL4	3,374	1	5	0,782
20	THDT1	3,788	1	5	0,498
21	THDT2	3,859	2	5	0,434
22	THDT3	3,758	2	5	0,901
23	THDT4	3,879	2	5	0,653



**4.2 Đánh giá mô hình đo lường**

Sau khi kiểm tra hệ số tải, độ tin cậy của thang đo đã được đánh giá thông qua các chỉ số như: Cronbach's Alpha, rho-A,

CR (Composite Reliability) và AVE (Average Variance Extracted). Cronbach's Alpha, rho-A phải trên 0,7, CR phải ở mức 0,7-0,9, AVE>0,5 (Hair và cộng sự, 2019).

**Bảng 4.** Kết quả phân tích hệ số tải, độ tin cậy và tính hội tụ của thang đo

Mã (thang đo)	Mô tả thang đo	Hệ số tải
<i>CSDV</i>	<i>Chính sách và dịch vụ công (Cronbach's Alpha: 0,805; rho-A: 0,811 CR: 0,872; AVE: 0,631)</i>	
CSDV1	Địa phương có nhiều dịch vụ tư vấn, hỗ trợ cho hoạt động của doanh nghiệp	0,698
CSDV2	Các thủ tục đầu tư, kinh doanh được thực hiện nhanh chóng	0,798
CSDV3	Công chức, viên chức có thái độ tốt, nhiệt tình	0,871
CSDV4	Thông tin liên quan đến đầu tư, kinh doanh được cung cấp đầy đủ, kịp thời và minh bạch	0,802
<i>CSHT</i>	<i>Cơ sở hạ tầng (Cronbach's Alpha: 0,782; rho-A: 0,845 CR: 0,829; AVE: 0,621)</i>	
CSHT1	Hạ tầng giao thông vận tải thuận lợi	0,919
CSHT2	Mạng lưới điện đáp ứng yêu cầu	0,741
CSHT3	Hệ thống cấp, thoát nước ổn định	0,686
<i>MTLV</i>	<i>Môi trường sống và làm việc (Cronbach's Alpha: 0,942; rho-A: 0,942 CR: 0,943; AVE: 0,768)</i>	
MTLV1	Môi trường sống lành mạnh	0,829
MTLV2	Giá cả sinh hoạt phù hợp	0,910
MTLV3	An ninh tại địa bàn tốt	0,799
MTLV 4	Người dân địa phương thân thiện	0,887
MTLV5	Môi trường giáo dục tốt	0,947
<i>THXK</i>	<i>Thu hút doanh nghiệp xuất khẩu (Cronbach's Alpha: 0,855; rho-A: 0,862 CR: 0,911; AVE: 0,774)</i>	
THXK1	Hệ thống doanh nghiệp cung cấp dịch vụ hỗ trợ trong lĩnh vực xuất khẩu tốt	0,846
THXK2	Thủ tục hải quan nhanh, gọn	0,885
THXK3	Chính sách ưu đãi xuất khẩu của địa phương linh hoạt	0,907
<i>NNL</i>	<i>Nguồn nhân lực (Cronbach's Alpha: 0,890; rho-A: 0,895 CR: 0,918; AVE: 0,738)</i>	
NNL1	Chính sách đào tạo người lao động tốt	0,884
NNL2	Dịch vụ y tế đáp ứng yêu cầu	0,885
NNL3	Lao động trẻ, năng động	0,886

Mã (thang đo)	Mô tả thang đo	Hệ số tải
NNL4	Địa phương có các cơ sở đào tạo NNL tốt	0,778
THĐT	Thu hút đầu tư (Cronbach's Alpha: 0,709; rho-A: 0,721 CR: 0,821; AVE: 0,536)	
THĐT1	Đầu tư tại địa phương là một quyết định đúng đắn	0,794
THĐT2	Doanh nghiệp sẽ tiếp tục mở rộng đầu tư	0,795
THĐT3	Doanh nghiệp sẽ gắn bó lâu dài với địa phương	0,667
THĐT4	Chúng tôi sẵn sàng giới thiệu địa phương cho các nhà đầu tư và doanh nghiệp khác	0,661

Kết quả đo lường độ tin cậy của mỗi thang đo cho thấy hệ số Cronbach's Alpha đều trên 0,7, đạt được mức tin cậy. Hệ số CR thể hiện tính nhất quán của thang đo trong mô hình đo lường. Các hệ số CR trong nghiên cứu này đều lớn hơn 0,8 và nhỏ hơn

0,95, cho thấy các thang đo trong mô hình đều phù hợp (Bảng 4).

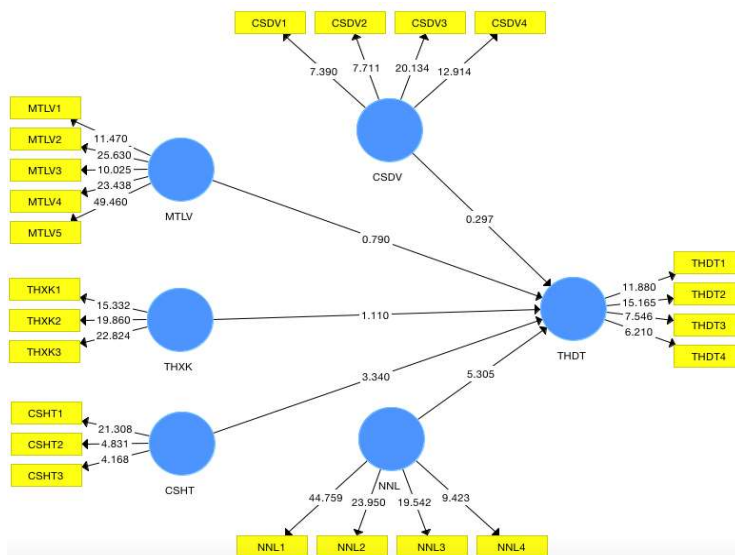
### 4.3. Đánh giá mô hình cấu trúc

Kết quả kiểm định mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết được thể hiện trong Bảng 5 và Hình 2.

**Bảng 5.** Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Mối quan hệ	Mức độ	Độ lệch chuẩn	Giá trị t	p-value	Kiểm định giả thuyết
CSDV → THĐT	0,030	0,101	0,297	0,766	Bác bỏ
CSHT → THĐT	0,231	0,069	3,340	0,001	Chấp nhận
MTLM → THĐT	0,178	0,226	0,790	0,430	Bác bỏ
NNL → THĐT	0,384	0,072	5,305	0,000	Chấp nhận
THXK → THĐT	0,266	0,240	1,110	0,267	Bác bỏ

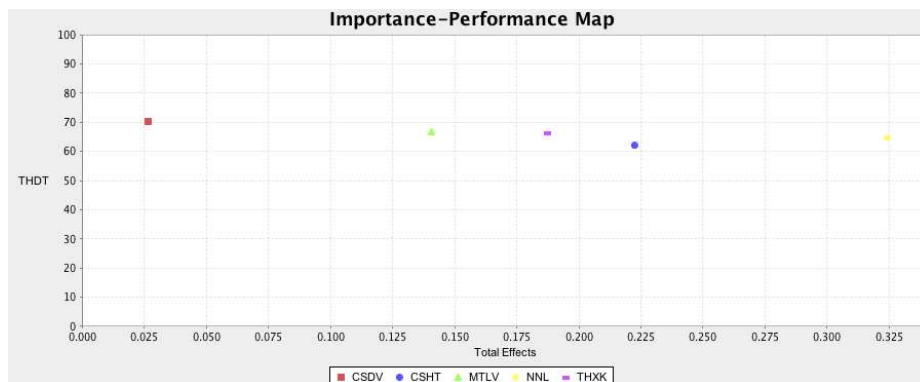
Ngoài ra các hệ số R2 và R2 hiệu chỉnh của mô hình lần lượt là 0,696 và 0,679.



**Hình 2.** Kết quả kiểm định mô hình

Kết quả ma trận phân tích tầm quan trọng-hiệu quả (IPMA) cho thấy mức độ thực hiện của các yếu tố tác động đến thu hút

đầu tư (trục tung). Kết quả cho thấy mức độ đáp ứng của CSHT và NNL ở trong phạm vi từ 50-75% nhu cầu của nhà đầu tư (Hình 3).



Hình 3. Kết quả IPMA

#### 4.2. Thảo luận

Kết quả mô hình PLS-SEM cho thấy cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực là hai yếu tố có tác động có ý nghĩa thống kê đến việc thu hút đầu tư tại TP.HCM. Ma trận phân tích IPMA cung cấp thêm bức tranh về việc thực hiện hai yếu tố này chỉ ở mức 50-75%. Nguồn nhân lực (NNL) là yếu tố có tác động cao nhất đến việc thu hút đầu tư vào TP.HCM. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với các nghiên cứu trước đây. Nguyễn Văn Hiến và Ao Thu Hoài (2019) cũng tìm thấy tác động dương, có ý nghĩa thống kê của nguồn nhân lực đến việc thu hút đầu tư đến Đắk Nông dựa trên việc khảo sát 200 nhà đầu tư. Điều này cho thấy dù bối cảnh nghiên cứu ở từng địa phương khác nhau, nhưng các nghiên cứu đều đã chỉ ra rằng mức tăng vốn nhân lực là một chỉ báo tốt về lao động có kỹ năng cao và làm cho địa phương trở nên hấp dẫn hơn đối với nhà đầu tư. Tương tự, Windhyastiti và cộng sự (2019) nhận thấy rằng khả năng tiếp cận nguồn lao động có kỹ năng cao là một yếu tố quyết định đáng kể đến lợi thế vị trí của một địa phương và rất quan trọng trong việc thu hút đầu tư. Tầm quan trọng của lao động có kỹ năng có thể được quan sát thấy trong

các lĩnh vực do nước ngoài thống trị ở Ireland, nơi sử dụng tỷ lệ lao động có kỹ năng cao hơn so với trung bình trong ngành (Barry và Bradley, 1997). Thực tế cho thấy thị trường lao động là biểu hiện quan hệ trao đổi diễn ra giữa một bên là người lao động với một bên là người muốn sử dụng lao động dựa trên nguyên tắc thỏa thuận mua và bán sức lao động thông qua hợp đồng lao động (Psacharopoulos và Patrinos, 2004). Chất lượng lao động Việt Nam đã được cải thiện, thể hiện qua sự gia tăng của chỉ số phát triển con người (HDI) và chỉ số vốn con người (HCI) (UNDP, 2022). Năm 2019, HDI đạt 0,704 và xếp thứ 117 so với mức điểm 0,617 và 127 của năm 2012. Kết quả tương tự được tìm thấy với HCI với điểm số là 0,69 (năm 2020) so với 0,64 (năm 2012). Tuy nhiên, các nhà tuyển dụng cho rằng có sự thiếu hụt nghiêm trọng về kỹ năng của người lao động Việt Nam (Mori & Stroud, 2021). Báo cáo PCI 2021 cũng nêu lên mối quan tâm của các nhà tuyển dụng FDI trong việc tuyển dụng kỹ thuật viên và lao động đã qua đào tạo nghề (Malesky và Mosley, 2021). Vì vậy, cả nước nói chung và TP.HCM nói riêng cần nỗ lực nhiều hơn nữa cho các trường dạy nghề. Ngoài ra, cần

thất chặt mối liên kết giữa người sử dụng lao động và người lao động thông qua vai trò chủ động của các trung tâm giới thiệu việc làm (Ha và cộng sự, 2021). Điều này gợi ý cho TP.HCM về quy hoạch phát triển nguồn nhân lực theo hướng cơ bản đáp ứng tốt nhu cầu về lao động trong các ngành nghề, bảo đảm hợp lý giữa đào tạo và cung ứng nguồn nhân lực cho địa phương để tăng thu hút đầu tư cho thành phố.

Cơ sở hạ tầng là yếu tố quan trọng thứ hai, sau nguồn nhân lực, trong việc thu hút đầu tư tại TP.HCM. Kết quả này cũng được các nghiên cứu trước đây ủng hộ. Hà Nam Khánh Giao và cộng sự (2015) đã cung cấp bằng chứng về vai trò của cơ sở hạ tầng đối với quyết định đầu tư khi nghiên cứu mô hình thu hút vốn đầu tư ở Cà Mau. Chất lượng cơ sở hạ tầng bao gồm cảng, hệ thống đường, lưới điện và cơ sở hạ tầng viễn thông. Đây là những yếu tố quan trọng trong các quyết định đầu tư trực tiếp nước ngoài của các công ty đa quốc gia (UNCTAD, 2011). Ngoài ra, Cheng và Kwan (2000), Walsh và Yu (2010) nhận thấy rằng cơ sở hạ tầng tốt có tác động tích cực đến sức hấp dẫn của vị trí và dẫn đến dòng vốn đầu tư cao hơn trong khi Liang và Ma (2004) lập luận rằng sự khác biệt về cơ sở hạ tầng giao thông và thông tin liên lạc ảnh hưởng đến các quyết định về vị trí đầu tư của các công ty đa quốc gia ở cả cấp quốc gia và nội địa.

### 5. Kết luận

Nghiên cứu này đã xây dựng mô hình thu hút đầu tư cho TP.HCM thông qua tìm hiểu vai trò của năm yếu tố: (1) chính sách và dịch vụ công; (2) cơ sở hạ tầng; (3) nguồn nhân lực; (4) môi trường làm việc; và (5) thu hút xuất khẩu đối với việc thu hút đầu tư vào TP.HCM. Kết quả phân tích PLM-SEM và IPMA cho thấy nhà đầu tư vào TP.HCM đặc biệt quan tâm đến hai yếu

tố truyền thống là cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực. Đồng thời, số liệu phân tích cho thấy việc thực hiện hai yếu tố này chỉ ở mức 50-75%. Đây là phát hiện mang tính đặc trưng của bối cảnh nghiên cứu và đồng thời cũng cảnh báo TP.HCM trong việc nỗ lực hơn nữa để cải thiện hai yếu tố này.

Nhìn chung, nghiên cứu đã đóng góp đáng kể về cả phương diện lý thuyết lẫn thực tiễn. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu vẫn còn gặp phải một số giới hạn, cụ thể nghiên cứu thực hiện khảo sát thuận tiện 100 doanh nghiệp đầu tư vào TP.HCM. Vì vậy, cần có những nghiên cứu với quy mô lớn hơn và chọn mẫu mang tính đại diện để kết quả nghiên cứu có thể phản ánh được tổng thể.

### Lời cảm ơn

Công trình này được thực hiện với sự tài trợ của Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh (Mã số: T2021.06.1)

### Đạo đức công bố

Tác giả đảm bảo các chuẩn mực chung về đạo đức nghiên cứu và công bố khoa học.

### Tài liệu tham khảo

- Amajid, G., Souaf, M., and Elwazani, Y. (2016). Territorial marketing and its effects on Development, approach from the literature. *Revue Marocaine de recherche en management et marketing*, 13: 111-129.
- Barry, F., and Bradley, J. (1997). FDI and Trade: The Irish Host-Country Experience. *The Economic Journal*, 107(445): 1798-1811.
- Berisha, G., and Pula, J.S. (2015). Defining Small and Medium Enterprises: a critical review. *Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences*, 1(1): 17-28.
- Chandler, S.G. (1993). Business and Human Rights. *Business Ethics, the*

- Environment and Responsibility*, 2(2): 47-49. DOI: 10.1111/j.1467-8608.1993.tb00013.x
- Cheng, L.K., Kwan, Y.K. (2000). What are the determinants of the location of foreign direct investment? The Chinese experience. *Journal of International Economics*, 51(2): 379-400.
- Child, J., and Yuan, L. (1996). Institutional constraints on economic reform: The case of investment decisions in China. *Organization science*, 7(1): 60-77. <https://doi.org/10.1287/orsc.7.1.60>
- Cleeve, E.A., Debrah, Y., and Yiheyis, Z. (2015). Human capital and FDI inflow: An assessment of the African case. *World Development*, 74: 1-14. DOI: 10.1016/j.worlddev.2015.04.003
- Cục Thống Kê TP.HCM (2022). Thông cáo báo chí về tình hình kinh tế-xã hội năm 2022. <http://cucthongke.hcmcs.gov.vn/TTKTXH/TTKTXH>
- Dabke, S., Salem, O., Genaidy, A., and Daraiseh, N. (2008). Job satisfaction of women in on struction trades. *Journal of Construction Engineering and Management*, 134(3): 205-216. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)0733-9364\(2008\)134:3\(205\)](https://doi.org/10.1061/(ASCE)0733-9364(2008)134:3(205))
- de Magalhães Ozorio, L., de Lamare Bastian-Pinto, C., Baidya, T.K.N., and Brandão, L.E.T. (2013). Investment decision in integrated steel plants under uncertainty. *International Review of Financial Analysis*, 27: 55-64. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2012.06.003>
- Dril, N., Galkin, A., and Bibik, N. (2016). Applying city marketing as a tool to support sustainable development in small cities: Case study in Ukraine. *Transportation Research Procedia*, 16: 46-53. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2016.11.006>
- Dunning, J.H. (1973). The determinants of international production. *Oxford Economic Papers*, 25(3): 289-336.
- Dunning, J.H. (1980). Towards an eclectic theory of international production: Some empirical tests. *Journal of International Business Studies*, 11(1): 9-31.
- Dunning, J.H., and Lundan, S.M. (2008). *Multinational enterprises and the global economy*, 2<sup>nd</sup> ed., USA: Edward Elgar Publishing.
- Dzung, N.T., Tuan, N.A., and Tinh, D.P.T. (2017). The role of investment attraction in vietnamese industrial parks and economic zones in the process of international economic integration. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 4(3): 27-34. doi:10.13106/jafeb.2017.vol4.no3.27
- García-Fernández, J., Fernández-Gavira, J., Sánchez-Oliver, A.J., Gálvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M., and Cepeda-Carrión, G. (2020). Importance-performance matrix analysis (IPMA) to evaluate servicescape fitness consumer by gender and age. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6562). doi:10.3390/ijerph17186562
- Hà Nam Khánh Giao, Lê Quang Huy, Hà Kim Hồng, và Huỳnh Diệp Trâm Anh (2015). Nghiên cứu các yếu tố tác động đến thu hút vốn đầu tư vào tỉnh Cà Mau. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở TP.HCM*, 10(3): 85-97.
- Ha, N.T.T., Huyen, T.T.T., and Nha,

- D.T.H. (2021). Efforts in improving investment environment: The perspective from PCI of Thai Nguyen province, Vietnam. *European Journal of Business and Management Research*, 6(4): 131-136. DOI: 10.24018/ejbmr.2021.6.4.963
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M., and Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1): 2-24. DOI 10.1108/EBR-11-2018-0203
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Hopkins, L., and Kuppelwieser, V.G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2): 106-121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Kahraman, C. (2011). Investment decision making under fuzziness. *Journal of Enterprise Information Management*, 24(2): 126-129. <https://doi.org/10.1108/17410391111106266>
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing*, 10<sup>th</sup> ed., New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., and Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 9: 249-261. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540076>
- Kumar, S., and Siddique, S. (2010). *The Singapore success story: public-private alliance for investment attraction, innovation and export development*. United Nations, Division of International Trade and Integration, Economic Commission for Latin America and the Caribbean, Santiago. [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4443/1/S2009414\\_en.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4443/1/S2009414_en.pdf)
- Laurikka, H., and Koljonen, T. (2006). Emissions trading and investment decisions in the power sector - a case study in Finland. *Energy Policy*, 34(9): 1063-1074. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2004.09.004>
- Lehdonvirta, V., Oksanen, A., Räsänen, P., and Blank, G. (2021). Social media, web, and panel surveys: Using non-probability samples in social and policy research. *Policy & Internet*, 13(1): 134-155.
- Liang, Z., and Ma, Z. (2004). China's floating population: new evidence from the 2000 census. *Population and Development Review*, 30(3): 467-488. <https://doi.org/10.1111/j.1728-4457.2004.00024.x>
- Lu, C.S., and Yang, C.C. (2007). An evaluation of the investment environment in international logistics zones: A Taiwanese manufacturer's perspective. *International Journal of Production Economics*, 107(1): 279-300. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2006.09.007>
- Majone, G. (2002). The European Commission: The limits of centralization and the perils of parliamentarization. *Governance*, 15(3): 375-392. <https://doi.org/10.1111/0952-1895.00193>
- Malesky, E.J., and Mosley, L. (2021). Labor upgrading and export market

- opportunities: Evidence from Vietnam. *Economics & Politics*, 33(3): 483-513.  
<https://doi.org/10.1111/ecpo.12180>
- Martilla, J.A., and James, J.C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1): 77-79.
- Meyer, K.E. (2001). Institutions, transaction costs, and entry mode choice in Eastern Europe. *Journal of International Business Studies*, 32(2): 357-367.
- Milgrom, P.R., North, D.C., and Weingast, B.R. (1990). The role of institutions in the revival of trade: The law merchant, private judges, and the champagne fairs. *Economics & Politics*, 2(1): 1-23.  
<https://doi.org/10.1111/j.1468-0343.1990.tb00020.x>
- Mori, J., and Stroud, D. (2021). Skills policy for growth and development: The merits of local approaches in Vietnam. *International Journal of Educational Development*, 83: 102386.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2021.102386>
- Nelson, R.R. (2005). *Technology, Institutions, and Economic Growth*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.  
<https://doi.org/10.2307/j.ctv23dxd5h>
- Nguyen, L.T.M. (2018). Employing Local Marketing In Tourism Development at Ben Tre Province. *The EURASEANs: Journal on global socio-economic dynamics*, 5(12): 74-83.  
[https://doi.org/10.35678/2539-5645.5\(12\).2018.74-83](https://doi.org/10.35678/2539-5645.5(12).2018.74-83)
- Nguyễn Văn Hiến và Ao Thu Hoài (2019). Tác động của các yếu tố Marketing địa phương đến thu hút đầu tư tại Tỉnh Đắk Nông. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing*, 54: 50-62.  
<https://doi.org/10.52932/jfm.vi54.110>
- Niedomysl, T., and Jonasson, M. (2012). Towards a theory of place marketing. *Journal of Place Management and Development*, 5(3): 223-230.  
<https://doi.org/10.1108/17538331211269639>
- Ozgen, E., and Minsky, B. (2019). The impact of socio-economic factors and regional differences on entrepreneurial activities in Vietnam. *Journal of International Business Disciplines*, 14(1): 38-54.
- Pavlovna, S.Y., Ivanovna, L.N., and Viktorovna, R.O. (2015). Human potential as an element of innovative-investment attraction of the regions. *Procedia Economics and Finance*, 24, 666-674.  
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00670-X](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00670-X)
- Psacharopoulos, G., and Patrinos, H.A. (2004). Human capital and rates of return. In *International Handbook on the Economics of Education*. Johnes, G., and Johnes, J. (edited).  
<https://doi.org/10.4337/9781845421694.00006>
- Quelch, J.A., and Bartlett, C. (2005). *Global Marketing Management*. Boston, Massachusetts: Cengage Learning.
- Rafiq, M., and Ahmed, P.K. (2000). Advances in the internal marketing concept: definition, synthesis and extension. *Journal of Services Marketing*, 14(6): 449-462.  
<https://doi.org/10.1108/08876040010347589>
- Snieska, V., and Zykiene, I. (2015). City

- attractiveness for investment: Characteristics and underlying factors. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213: 48-54. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.402>
- Snieska, V., Zykiene, I., and Burksaitiene, D. (2019). Evaluation of location's attractiveness for business growth in smart development. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 32(1): 925-946. <https://doi.org/10.1080/1331677x.2019.1590217>
- Snyder, J.D., Corey, K.E., Snyder, M., Doyle, K., and Gepper, J. (2012). *A global review of innovative practices in regional SME exporting strategies and foreign direct investment attraction*. Michigan State University, Center for Community and Economic Development, MSU EDA University Center for Regional Economic Innovation.
- UNCTAD. (2011). *Trade and Development Report 2011: Post-crisis Policy Challenges in the World Economy*. New York and Geneva: United Nations Conference on Trade and Development. [https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2011\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2011_en.pdf)
- UNDP (2022). *Human Development Report 2021/ 2022: Uncertain Times, Unsettled Lives: Shaping our Future in a Transforming World*. New York, United Nations Development Programme. [https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2021-22pdf\\_1.pdf](https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2021-22pdf_1.pdf)
- Walsh, M.J.P., and Yu, J. (2010). *Determinants of foreign direct investment: A sectoral and institutional approach*. International Monetary Fund.
- Windhyastiti, I., Hidayatullah, S., and Khourouh, U. (2019). How to increase city investment attraction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(9): 1070-1073.
- Yousefizadeh, Z., and Ghoddusifar, S.H. (2016). Assessing the role of architectural space in enhancing human force productivity. *International Journal of Organizational Leadership*, 5(3): 199-207. <http://dx.doi.org/10.33844/ijol.2016.60275>