

TÌM HIỂU KHẢ NĂNG THU HÚT NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO TẠI BÌNH DƯƠNG QUA LÝ THUYẾT MARKETING ĐỊA PHƯƠNG

NGUYỄN LAN HƯƠNG*

Vai trò quan trọng của nhân lực chất lượng cao trong phát triển kinh tế địa phương ngày càng được khẳng định. Dựa trên quan điểm lý thuyết marketing địa phương, bài viết phân tích hiện trạng và khả năng thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao của tỉnh Bình Dương, qua đó đưa ra những đề xuất để tăng sức hấp dẫn của tỉnh đối với nhân lực chất lượng cao.

Từ khóa: marketing địa phương, nhân lực chất lượng cao, tỉnh Bình Dương

Nhận bài ngày: 12/11/2017; *đưa vào biên tập:* 12/11/2017; *phản biện:* 13/11/2017; *duyet đăng:* 25/12/2017

1. DẪN NHẬP

Lịch sử phát triển kinh tế thế giới đã cho thấy: nhiều quốc gia, nhiều địa phương, tuy không có nguồn tài nguyên dồi dào, nhưng nhờ có chiến lược và chương trình marketing địa phương hiệu quả đã trở thành những vùng phát triển bền vững (Kotler và cộng sự, 1993). Gleeson và Low (2000), Kavartzis (2005), đã khẳng định marketing địa phương có một vị trí quan trọng trong mô hình phát triển kinh tế của địa phương.

Qua các giai đoạn phát triển, định nghĩa về marketing địa phương rất đa dạng, nhưng có thể hiểu cô đọng theo Kotler và Gertner (2002: 57) như sau: “Marketing địa phương là thiết kế địa phương để đáp ứng các nhu cầu của thị trường mục tiêu. Để thành công ở vấn đề này, người dân và doanh nghiệp đều phải được hài lòng với cộng đồng của họ, sự mong đợi của du khách và các nhà đầu tư phải được đáp ứng”.

Kotler và cộng sự (1993) cho rằng: cư dân và người lao động có thể mang lại sự phát triển kinh tế cho địa phương, nên một trong bốn thị trường

* Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.

mục tiêu mà marketing địa phương hướng tới là cư dân và những người lao động. Ông khẳng định tương lai phát triển của địa phương tùy thuộc vào chuyên môn, kỹ năng đóng góp, phẩm chất của con người và tổ chức tại địa phương đó.

Lập luận của Kotler và các học giả đi trước đã cho thấy marketing địa phương đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế địa phương, trong đó việc thu hút nhân lực chất lượng cao là một trong những mục tiêu mà marketing địa phương cần hướng đến.

Đối với Bình Dương, ngay từ năm 2006 chính quyền tỉnh đã nhận ra tầm quan trọng của việc thu hút lao động chất lượng cao. Tuy nhiên, từ năm 2013, với qui hoạch phát triển công nghiệp theo định hướng mới, chú trọng đến những ngành có hàm lượng công nghệ cao thì việc thu hút nhân lực chất lượng cao đã trở thành nhiệm vụ cấp bách.

Từ nhu cầu trên của tỉnh, tác giả đã thực hiện đề tài *Thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao tại tỉnh Bình Dương qua marketing địa phương*⁽¹⁾. Trong quá trình thực hiện đề tài, ngoài việc nghiên cứu các tài liệu đi trước, nghiên cứu số liệu thứ cấp, nhóm nghiên cứu đã tiến hành phỏng vấn sâu 32 nhân lực có trình độ đại học trở lên, đang công tác tại các cơ quan ban ngành, trường học và doanh nghiệp thuộc 9 đơn vị hành chính cấp huyện của Bình Dương theo phương pháp thuận tiện. Bài viết cũng dựa trên số liệu khảo sát từ một nghiên

cứu cá nhân do tác giả thực hiện năm 2017, phỏng vấn 344 nhân lực có trình độ trung cấp trở lên, ở tuổi trên 17, đang làm việc và làm việc đúng với trình độ được đào tạo tại ba huyện, thị: Thủ Dầu Một, Dĩ An, Thuận An. Mẫu khảo sát được lấy theo phương pháp thuận tiện.

2. NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO TẠI BÌNH DƯƠNG VÀ CÔNG TÁC THU HÚT NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO CỦA TỈNH

2.1. Khái niệm nhân lực chất lượng cao

Khái niệm “nhân lực chất lượng cao” không thấy được sử dụng trong các tài liệu phương Tây. Thay vào đó, các nhà nghiên cứu sử dụng các thuật ngữ như doanh nhân, nhà quản lý, nhà khoa học, lao động trí thức, lao động có kỹ năng như một cách diễn đạt khác về nhân lực chất lượng cao. Riêng ở Trung Quốc và Việt Nam, thuật ngữ lao động chất lượng cao được sử dụng khá phổ biến.

Theo Đại từ điển *Kinh tế thị trường* của Trung Quốc, nhân lực chất lượng cao “là những người, trong điều kiện xã hội nhất định, có tri thức chuyên môn nhất định, có năng lực và kỹ năng cao, với tính lao động sáng tạo của bản thân trong điều kiện hoạt động xã hội, có khả năng góp phần cống hiến nào đó đối với sự phát triển của xã hội” (dẫn theo Võ Thị Kim Loan, 2013: 18).

Theo Đinh Sơn Hùng và Trần Gia Trung Đĩnh (2011, dẫn theo Võ Thị Kim Loan, 2013: 20) “nguồn nhân lực

chất lượng cao là khái niệm để chỉ những người lao động đã được đào tạo, có trình độ học vấn, trình độ tay nghề cao (về chuyên môn, kỹ thuật) tương ứng với một ngành nghề cụ thể theo tiêu chí phân loại lao động về chuyên môn, kỹ thuật nhất định (đại học, trên đại học, cao đẳng, lao động kỹ thuật lành nghề) và trên thực tế có kỹ năng lao động giỏi”.

Do tính cụ thể, rõ ràng nên khái niệm của Đinh Sơn Hùng và Trần Gia Trung Đình (2011) về “nguồn nhân lực chất lượng cao” đã nhận được sự đồng thuận cao (Nguyễn Hữu Dũng, 2012; Võ Thị Kim Loan, 2013) và được vận dụng vào nghiên cứu này.

2.2. Tình hình nguồn nhân lực chất lượng cao tại Bình Dương

Theo Tổng cục Thống kê (2017: 145), năm 2016, lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên, đang làm việc tại tỉnh là 1,280 triệu người, tức 62,6% dân số. Trước năm 2010, các ngành công nghiệp thâm dụng lao động tại Bình Dương phát triển mạnh nên lực lượng lao động phổ thông tập trung tại tỉnh khá cao, tỷ lệ lực lượng lao động đã

qua đào tạo trở nên khiêm tốn, cụ thể: năm 2010, tỉnh chỉ có 13,7% lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc đã qua đào tạo trong khi bình quân cả nước là 14,6%, các tỉnh thuộc Đông Nam Bộ như Bình Phước, Bà Rịa-Vũng Tàu, TPHCM có tỷ lệ từ 14,8% đến 27%. Theo Viện Chiến lược Phát triển (2011), tỷ lệ lao động có trình độ chuyên môn nghiệp vụ tại Bình Dương trong lĩnh vực nông nghiệp chiếm khoảng 9,2%, trong lĩnh vực công nghiệp chiếm khoảng 10,58% và trong lĩnh vực dịch vụ chiếm khoảng 22,8%. Trong giai đoạn này, do lao động nội tỉnh không đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp nên Bình Dương đã thu hút một lượng lớn lao động ngoại tỉnh. Ở các khu công nghiệp, tỷ lệ lao động ngoại tỉnh lên đến 90%. Số liệu mà Viện Chiến lược Phát triển (2011: 25) công bố cũng cho thấy chỉ có 9,61% lao động ngoại tỉnh ở Bình Dương có chứng chỉ bằng cấp chuyên môn nghiệp vụ. Để đảm bảo phát triển kinh tế bền vững, những năm gần đây, Bình Dương đã thực hiện nhiều nỗ lực nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, thu

Bảng 1. Tỷ lệ dân số trên 15 tuổi có trình độ chuyên môn kỹ thuật (%)

	Bình Phước	Tây Ninh	Bình Dương	Đồng Nai	Bà Rịa-Vũng Tàu	TPHCM
Sơ cấp nghề	0,3	0,4	0,6	0,3	0,6	0,4
Trung cấp	3,1	2,9	3,9	3,3	4,5	3,1
Cao đẳng-đại học	6,9	5,5	10,3	9,5	12,7	19,4
Trình độ CM-KT	10,3	8,8	14,8	13,1	17,8	22,9

Nguồn: Nguyễn Lan Hương, 2017, tính toán dựa trên *Kết quả chủ yếu - Điều tra biến động dân số và kế hoạch hóa gia đình thời điểm 1/4/2016* của Tổng cục Thống kê 2017b, và tính toán của tác giả.

hút đầu tư vào giáo dục đại học - dạy nghề. Hiện trên địa bàn tỉnh đã có 8 trường đại học, 7 trường cao đẳng, 16 trường trung cấp, 46 trung tâm và cơ sở dạy nghề (Ủy ban Nhân dân tỉnh Bình Dương, 2016). Năm 2016, tỷ lệ lao động 15 tuổi trở lên đang làm việc đã qua đào tạo của tỉnh đã có sự tăng trưởng rõ rệt, vượt qua Bình Phước, đạt mức 16,1% (Tổng cục Thống kê, 2017). Tỷ lệ dân số có trình độ cao đẳng và đại học của tỉnh hiện là 10,3%, cao hơn Bình Phước, Tây Ninh, Đồng Nai. Tỷ lệ dân số có trình độ sơ cấp và trung cấp nghề của tỉnh hiện chỉ thua Bà Rịa- Vũng Tàu và cao hơn các tỉnh còn lại của Đông Nam Bộ (xem Bảng 1).

Tiềm năng phát triển nhân lực chất lượng cao tại tỉnh hiện khá lớn: tỷ lệ dân số đang đi học cao đẳng đại học của tỉnh lên tới 3%, trong khi Đồng Nai là 2,4%, Bà Rịa-Vũng Tàu là 1,3% và TPHCM là 3,4%⁽²⁾. Điều này báo hiệu sự tăng trưởng nhân lực chất lượng cao bền vững trong tương lai và cho thấy công tác phát triển nhân lực chất lượng cao của Bình Dương thông qua đào tạo đang diễn ra đúng hướng.

2.3. Các chính sách marketing nhằm thu hút nhân lực chất lượng cao tại Bình Dương từ 2016 đến nay

Xác định chất lượng nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng trong gây dựng năng lực cạnh tranh và tạo sức bật trong phát triển kinh tế, ngay từ năm 2006, Bình Dương đã ban hành chính sách thu hút, giữ chân và nâng cao

chất lượng nguồn nhân lực (Quyết định 199/2006/QĐ-UB ngày 16/8/2006). Những năm tiếp theo, để phục vụ cho chiến lược phát triển kinh tế, các chính sách thu hút và phát triển nhân lực cao đã luôn được mở rộng và điều chỉnh dựa trên hiện trạng phát triển nhân lực chất lượng cao tại Bình Dương⁽³⁾.

Các chính sách phát triển nhân lực chất lượng cao của tỉnh được phân làm 3 nhóm:

- (1) Thu hút lao động chất lượng cao trở thành viên chức, công chức tại tỉnh.
- (2) Giữ chân nguồn nhân lực chất lượng cao.
- (3) Khuyến khích nguồn nhân lực chất lượng cao tham gia công tác đào tạo.

Chính sách nhóm 1: dùng để thu hút lao động chất lượng cao trở thành viên chức, công chức tại Bình Dương hoặc tham gia một hoạt động cụ thể trong các cơ quan ban ngành (Quyết định số 74/2011/QĐ-UBND).

Ở nhóm này, tùy theo nhân lực là người trong tỉnh hay ngoài tỉnh, trình độ chuyên môn, loại tốt nghiệp, bằng cấp trong nước hay ngoài nước, khi tuyển dụng vào ngạch công chức, viên chức thì được hưởng các chế độ hỗ trợ tài chính định kỳ hoặc một lần.

Ngoài ra, để thu hút người có học hàm, học vị làm việc trong một thời gian nhất định, cho một công việc cụ thể, tỉnh cũng cho phép các đơn vị có thể trả thù lao theo thỏa thuận nhưng không vượt quá mức qui định và thời gian của tỉnh đưa ra.

Chính sách nhóm 2: Giữ chân nguồn nhân lực chất lượng cao hiện là công chức, viên chức tại Bình Dương (Quyết định số 74/2011/QĐ-UBND, Quyết định số 58/2014/QĐ-UBND, 29/2016/QĐ-UBND, Quyết định số 33/2012/QĐ-UBND).

Để giữ chân nguồn nhân lực chất lượng cao công tác tại các cơ quan ban ngành, tỉnh đã ban hành chính sách hỗ trợ tài chính hằng tháng. Mức hỗ trợ được tính trên lương tối thiểu, căn cứ theo trình độ, lĩnh vực công tác và đơn vị công tác.

Ngành giáo dục-đào tạo và y tế được đánh giá là giữ vai trò quan trọng trong công tác phát triển nhân lực, do vậy, được tỉnh áp dụng các chính sách hỗ trợ tài chính riêng. Ở nhóm này, địa bàn công tác và khoảng cách đi lại cũng được quan tâm hỗ trợ.

Để giữ chân lao động chất lượng cao, đồng thời nâng cao năng lực công tác đối với cán bộ công chức, viên chức, tỉnh đã có chính sách hỗ trợ nâng cao trình độ. Tùy theo tính cấp thiết của việc học, đối tượng đi học, nội dung khóa học, địa phương đào tạo, tỉnh đã quy định các mức hỗ trợ tài chính như: hỗ trợ đi học, hỗ trợ học phí, hỗ trợ tàu xe, hỗ trợ thực hiện bảo vệ luận văn, hỗ trợ các chi phí khác.

Chính sách nhóm 3: Đào tạo và khuyến khích nguồn nhân lực chất lượng cao tham gia công tác đào tạo (Quyết định số 30/2012/QĐ-UBND, Quyết định số 33/2014/QĐ-UBND).

Để thu hút nhân lực chất lượng cao tham gia đào tạo, năm 2012 Bình

Dương đã ban hành chính sách thu hút người có học hàm, học vị về làm việc tại Trường Đại học Thủ Dầu Một. Năm 2014, Bình Dương lại ban hành chính sách này một lần nữa. Ở quyết định lần 2, tỉnh đã đặt ra chỉ tiêu thu hút nhân lực có trình độ tiến sĩ và thạc sĩ tốt nghiệp loại giỏi. Các chính sách được áp dụng như: cá nhân được tuyển dụng sẽ được bố trí làm việc đúng chuyên môn, được bồi dưỡng thêm về nghiệp vụ; được tạo điều kiện thuận lợi về môi trường làm việc và điều kiện sinh hoạt để phát huy khả năng nghiên cứu khoa học, giảng dạy và công tác; được xem xét bổ nhiệm vào các chức vụ nếu có năng lực và có triển vọng phục vụ lâu dài; được hưởng trợ cấp tài chính (mức trợ cấp tài chính được quy định cụ thể tùy theo học hàm, học vị, tùy theo nguồn kinh phí đi học, tùy theo nguồn gốc công tác của nhân lực, tùy theo địa phương cư trú). Bên cạnh các chính sách hỗ trợ tài chính, để hỗ trợ nhân lực chất lượng cao yên tâm đóng góp công sức cho Đại học Thủ Dầu Một, tỉnh cũng đưa ra chính sách hỗ trợ tiền thuê nhà nếu ở xa. Đồng thời, tỉnh phát triển hình thức nhà công vụ, bán trả góp nhà xã hội, tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển nhà xã hội, nhà cho thuê với giá ưu đãi.

Như vậy, các chính sách trực tiếp mà Bình Dương đưa ra liên quan đến thu hút và giữ chân nguồn nhân lực chất lượng cao hiện nay vẫn xoay quanh khu vực nhà nước. Phương pháp thu hút và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cũng chỉ xoay quanh vấn

đề thu nhập, nhà ở, đào tạo, hỗ trợ kinh phí đi lại, hỗ trợ kinh phí học tập, gửi cán bộ đi đào tạo. Phân tích các phỏng vấn định tính của đề tài nghiên cứu (Nguyễn Lan Hương, 2017) cho thấy chính sách thu hút nhân lực của tỉnh được đánh giá cao, tuy nhiên cũng đặt ra một số vấn đề mà tỉnh cần quan tâm để đảm bảo hiệu quả của chính sách. Cụ thể: hình thức thu hút chưa thật phong phú; các chế độ ưu đãi trong các chính sách được điều chỉnh liên tục nên tính ổn định của các chính sách thấp; nhiều cơ quan, đơn vị tiến hành thu hút dựa trên định hướng chung mà chưa xuất phát từ tính cấp thiết về nhân lực trong từng giai đoạn, dẫn đến không có chính sách sử dụng người được tuyển dụng phù hợp; nhiều đơn vị tuyển dụng nhưng chưa công khai minh bạch các tiêu chí, phương thức tuyển chọn; vấn đề lịch sử gia đình và hộ khẩu được chú trọng quá cao. Tất cả những vấn đề trên tạo nên tâm lý bất ổn, giảm động lực cống hiến dài lâu đối với nhân lực chất lượng cao ngoại tỉnh khi có dự định tham gia vào đội ngũ viên chức, công chức của tỉnh.

Ngoài những chính sách chuyên biệt nhằm thu hút nhân sự như trên, các chính sách kinh tế-xã hội khác của Bình Dương như chính sách thu hút đầu tư... cũng tạo động lực mạnh trong việc thu hút nguồn nhân lực cao từ các nơi.

3. TÌM HIỂU CÁC YẾU TỐ THU HÚT NHÂN LỰC QUA LÝ THUYẾT MARKETING ĐỊA PHƯƠNG

Trong các tác phẩm của mình, Kotler và cộng sự đã cho rằng: trong môi trường cạnh tranh toàn cầu, để thu hút được các nguồn lực mục tiêu cho phát triển kinh tế thì *chiến lược phát triển địa phương phải xây dựng trong sự liên kết chặt chẽ với marketing địa phương*. Kotler và cộng sự (1993: 72) cũng đã giới thiệu 5 hướng tiếp cận để phát triển địa phương trong mối liên kết này:

- Phát triển cộng đồng: địa phương cần quan tâm đến việc tạo ra một môi trường sống và làm việc có chất lượng để giữ chân cư dân và thu hút cư dân mới. Để thực hiện nhiệm vụ này, địa phương cần tập trung xoay quanh các vấn đề nâng cao chất lượng cuộc sống, phát triển các dịch vụ cộng đồng, như: việc cung cấp các dịch vụ trường học chất lượng cao, cơ sở y tế, dịch vụ chăm sóc trẻ...

- Thiết kế đô thị: địa phương cần được thiết kế với sự quan tâm về kiến trúc, không gian mở, sử dụng đất, bố trí đường phố, chất lượng môi trường.

- Quy hoạch đô thị: việc quy hoạch đô thị hợp lý, khoa học sẽ làm tăng sức hấp dẫn về cơ sở hạ tầng của địa phương.

- Phát triển kinh tế: các yếu tố như ngành công nghiệp mới, sử dụng tài nguyên hiệu quả và sự đổi mới cần được quan tâm.

- Kế hoạch thị trường chiến lược: cần tạo cho địa phương lợi thế riêng biệt cho thị trường mục tiêu.

Năm hướng tiếp cận này cần phải được kết hợp để đảm bảo sự gia tăng

khả năng cạnh tranh trong việc thu hút các nguồn lực phát triển địa phương.

Phát triển quan điểm marketing địa phương từ các nghiên cứu trước, năm 1999, Kotler và đồng nghiệp (1999: 125) đã giới thiệu 4 khía cạnh cần quan tâm để cải thiện khả năng đầu tư, khả năng thâm viếng và khả năng sinh sống của cư dân. Cụ thể:

- Địa phương như một nhân vật: địa phương cần được thiết kế hấp dẫn để tăng sức hút và phát triển đầy đủ chất lượng, thẩm mỹ và giá trị.

- Địa phương như là môi trường cố định: địa phương cần phát triển và duy trì cơ sở hạ tầng cơ bản để dịch chuyển con người và hàng hóa theo hướng tương thích với môi trường tự nhiên.

- Địa phương như một nhà cung cấp dịch vụ: địa phương phải cung cấp các dịch vụ cơ bản với chất lượng đáp ứng được nhu cầu của cả doanh nghiệp và công chúng.

- Địa phương như là nơi nghỉ ngơi và giải trí: địa phương cần có một loạt các điểm lôi cuốn (điểm tham quan) cho người dân bản địa và du khách.

Nói gọn lại, theo Braun (2008: 55-59) thì: "Môi trường hấp dẫn đối với cư dân là nhà ở của cư dân và môi trường trực tiếp như việc làm, điều kiện giáo dục, điều kiện giải trí, gia đình và bè bạn, những điều kiện khác".

Cùng quan điểm rằng marketing địa phương cần quan tâm cải thiện, nâng cao chất lượng cuộc sống để thu hút cư dân, Zenker và đồng nghiệp (2009)

cho rằng chất lượng cuộc sống nên được đánh giá qua bốn tiêu chí:

1) Phong cách lịch sự và đa dạng: tiêu chí này bao gồm tính cởi mở và khoan dung của thành phố; sự đa dạng các tiểu văn hóa; năng lượng của thành phố; hình ảnh đô thị của thành phố; các cơ hội mua sắm, các hoạt động văn hóa.

2) Thiên nhiên và giải trí: tiêu chí này gồm số lượng các công viên và không gian mở, sự yên bình, ô nhiễm thấp, có điều kiện cho các hoạt động ngoài trời.

3) Cơ hội nghề nghiệp: mạng lưới nghề, tăng trưởng kinh tế và việc làm tốt; có cơ hội thăng tiến, thu nhập.

4) Chi phí-hiệu quả: tiêu chí này bao gồm giá cả, chi phí sinh hoạt, thị trường nhà đất chấp nhận được và sự sẵn có về nhà ở.

Như vậy, quan điểm của Kotler và các học giả cho thấy để thu hút nhân lực chất lượng cao thì dường như các chính sách chuyên biệt mà Bình Dương đưa ra là quá ít. Tuy nhiên, về tổng thể, do các yếu tố thu hút đầu tư và thu hút nhân lực có sự giao thoa; và Bình Dương lại rất thành công trong thu hút đầu tư, nên công tác thu hút nhân lực thời gian qua vẫn gặp nhiều thuận lợi.

4. ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ THU HÚT NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO TẠI TỈNH BÌNH DƯƠNG TỪ GÓC ĐỘ CỦA MARKETING ĐỊA PHƯƠNG

4.1. Các yếu tố thu hút nhân lực chất lượng cao tại Bình Dương qua

Bảng 2. Hệ thống y tế của các tỉnh Đông Nam Bộ

Chỉ tiêu	ĐVT	Bình Phước	Tây Ninh	Bình Dương	Đồng Nai	Bà Rịa-Vũng Tàu	TPHCM
Số y, bác sĩ/ nghìn dân	⁰ / ₁₀₀	1,17	0,81	0,55	0,86	0,93	1,13
Số giường bệnh/ nghìn dân	⁰ / ₁₀₀	2,62	1,92	1,59	2,40	1,70	3,08

Nguồn: Nguyễn Lan Hương, 2017, tính toán dựa trên số liệu *Niên giám thống kê cả nước năm 2016*.

nghiên cứu số liệu thứ cấp

Dựa trên các quan điểm của Kotler (1993), Braun (2008) và Zenker (2009), có thể phân loại các yếu tố thu hút nhân lực chất lượng cao thành các nhóm sau:

Nhóm 1: Cơ sở hạ tầng, y tế, giáo dục.

Nhóm 2: Điều kiện sống: đa dạng dịch vụ, môi trường sống, thiên nhiên và giải trí.

Nhóm 3: Cơ hội việc làm: việc làm, thu nhập, khả năng thăng tiến.

Nhóm 4: Hiệu quả chi phí.

Để xác định khả năng thu hút nhân lực chất lượng cao tại Bình Dương qua nhóm các yếu tố này, nghiên cứu sẽ đánh giá sơ lược hiện trạng của từng nhóm yếu tố.

Nhóm 1: Cơ sở hạ tầng, y tế, giáo dục

- Cơ sở hạ tầng (khu công nghiệp, đường bộ, năng lượng/viễn thông, mạng internet) của Bình Dương hiện dẫn đầu cả nước (VCCI, 2017).

- Về y tế: so sánh số liệu từ Tổng cục Thống kê năm 2016 cho thấy: số giường bệnh cho một nghìn dân tại Bình Dương chỉ là 1,59 giường bệnh, trong khi các tỉnh khác thấp nhất là 1,70 (Bà Rịa-Vũng Tàu) và cao nhất

là 2,62 (Bình Phước); số lượng y bác sĩ chăm sóc cho một nghìn dân chỉ là 0,55 y bác sĩ, trong khi các tỉnh khác thấp nhất là 0,81 (Tây Ninh) và cao nhất là 1,17 (Bình Phước). Có thể nói rằng cơ sở hạ tầng và nhân lực của ngành y tế Bình Dương có phần yếu kém so với các tỉnh thuộc Đông Nam Bộ (xem Bảng 2).

- Về giáo dục, cũng theo số liệu của Tổng cục Thống kê năm 2016: tại Bình Dương, đối với cấp phổ thông: lượng học sinh mà một giáo viên phải phụ trách quá đông, số học sinh trong một lớp học khá nhiều. Điều này cho thấy cơ sở vật chất giáo dục phổ thông của tỉnh còn hạn chế. Tuy nhiên, đối với giáo dục đại học, Bình Dương đứng thứ nhì Đông Nam Bộ về số lượng giáo viên và lượng sinh viên đang theo học đại học - cao đẳng, phản ánh những nỗ lực về phát triển nhân lực chất lượng cao của Bình Dương qua phát triển hệ thống giáo dục đại học, cao đẳng trong thời gian qua (xem Bảng 3).

Nhóm 2: Điều kiện sống

Bình Dương được đánh giá là có vị trí địa lý quan trọng, tiếp giáp nhiều tỉnh thành, giao thông thuận tiện. Tại Bình

Bảng 3. Hệ thống giáo dục của các tỉnh Đông Nam Bộ

Chỉ tiêu	Bình Phước	Tây Ninh	Bình Dương	Đồng Nai	Bà Rịa-Vũng Tàu	TPHCM
Số học sinh trong một lớp	29,4	32,8	37,6	35,9	31,5	40,1
Số học sinh mà một giáo viên phụ trách	17,2	19,2	22,5	22,4	19,4	23,6
Tỷ lệ tốt nghiệp THPT (%)	92,14	92,72	94,41	95,34	96,73	95,34
Số giáo viên đại học-cao đẳng	1.380	1.236	212	17.189
Số sinh viên	26.264	20.739	4.137	458.392

Nguồn: Nguyễn Lan Hương, 2017, tính toán dựa trên dựa trên số liệu *Niên giám thống kê cả nước năm 2016*.

Bảng 4. Điều kiện sống của các tỉnh Đông Nam Bộ năm 2016

Tỉnh	ĐVT	Bình Phước	Tây Ninh	Bình Dương	Đồng Nai	Bà Rịa-Vũng Tàu	TPHCM
Tỷ lệ hộ nghèo	%	5,1	1,5	0	0,5	0,8	..
Số thư viện	Thư viện	10	10	10	12	9	25
Số sách trong thư viện	Nghìn bản	170,5	453,9	758,4	761,8	636,5	496,9
Tỷ lệ nhà kiên cố và bán kiên cố	%	92	92	99,6	97,3	99,1	99
Tỷ lệ hộ dùng điện lưới (2014)	%	98,4	99,9	99,6	98,3	99,7	99,6

Nguồn: Nguyễn Lan Hương, 2017, tính toán dựa trên dựa trên số liệu *Niên giám thống kê cả nước năm 2016*.

Dương, dễ dàng thấy có gần như tất cả những thương hiệu lớn về siêu thị (Metro, Coopmart, Big C, Aeon, Lotte...), về giải trí (Galaxy, Lotte, Dream Games Aeon...). Bình Dương cũng là nơi tập trung rất nhiều khu du lịch thiên nhiên và nhân tạo (khu du lịch Lạc cảnh Đại Nam Văn Hiến, khu du lịch Núi Cậu - Lòng hồ Dầu Tiếng, khu du lịch sinh thái Thủy Châu...). Sự đa dạng sắc tộc cũng tạo cho Bình Dương bề dày lịch sử và đời sống văn hóa phong phú. Tính đến nay

Bình Dương đã có 11 di tích lịch sử được công nhận ở cấp quốc gia, 39 di tích lịch sử được công nhận ở cấp tỉnh.

Bảng 4 cho thấy điều kiện sống tại Bình Dương thuộc loại khá so với các tỉnh Đông Nam Bộ: tỷ lệ hộ nghèo tại Bình Dương là 0%, bằng TPHCM, trong khi các tỉnh khác là từ 0,5% đến 5,1%; số đầu sách trong thư viện tại Bình Dương là 758,4 nghìn đầu sách, thua Đồng Nai 3,4 nghìn đầu sách, nhưng cao hơn các tỉnh còn lại; tỷ lệ

nhà kiên cố và bán kiên cố cao hơn tất cả các tỉnh thuộc Đông Nam Bộ; tỷ lệ hộ sử dụng điện cũng đạt tới 99,6%, chỉ thua Bà Rịa-Vũng Tàu 0,1%.

Nhóm 3: Việc làm, thu nhập, khả năng thăng tiến

Thu nhập bình quân đầu người của Bình Dương là 5,306 triệu đồng/tháng, đứng thứ nhì trong các tỉnh Đông Nam Bộ. Nếu so với TPHCM, chỉ thua 175 nghìn đồng. Với sự gia tăng đầu tư của các doanh nghiệp nước ngoài và doanh nghiệp trong nước, cơ hội việc làm và cơ hội thăng tiến tại Bình Dương được đánh giá rất cao. Năm 2015, tỷ xuất nhập cư của Bình Dương là 52%, trong khi cả nước là 5,5%, chênh lệch giữa tỷ xuất nhập cư và xuất cư là +42%, các xí nghiệp tại Bình Dương luôn trong tình trạng đăng tuyển đã thể hiện phần nào khả năng có việc làm và khả năng thăng tiến tại Bình Dương (Tổng cục Thống kê, 2017a: 111, 112, 114).

Nhóm 4: Hiệu quả chi phí

Tuy chưa có số liệu thống kê nhưng qua khảo sát định tính của đề tài thì hiệu quả chi phí tại Bình Dương được đánh giá cao hơn TPHCM. Chi phí nhà cửa, đất đai, dịch vụ, lương thực và thực phẩm đều có mức giá thấp hơn. Tuy nhiên, nghiên cứu chưa so sánh được với các tỉnh khác thuộc Đông Nam Bộ.

Qua tìm hiểu những yếu tố mà theo lý thuyết có thể tác động đến việc thu hút lực lượng lao động và lao động chất lượng cao tại Bình Dương, có

thể thấy: cơ sở hạ tầng, cơ hội việc làm, khả năng thăng tiến là những yếu tố nổi bật của Bình Dương so với tất cả các tỉnh thuộc Đông Nam Bộ. Về giáo dục, điều kiện sống, cơ hội học tập nâng cao trình độ và thu nhập thì Bình Dương thuộc loại khá, chỉ sau TPHCM. Đây có thể là nguyên do mà lao động và lao động chất lượng cao vẫn đến sống, làm việc tại Bình Dương, mặc dù chính sách thu hút nhân lực chất lượng cao mới chỉ vận hành ở khu vực công và chỉ xoay quanh hoạt động hỗ trợ tài chính.

4.2. Các yếu tố thu hút nhân lực chất lượng cao tại tỉnh Bình Dương qua khảo sát của đề tài

4.2.1. Các yếu tố chủ yếu thu hút nhân lực chất lượng cao

Để làm rõ hơn các yếu tố thu hút nhân lực chất lượng cao, tác giả đã thực hiện cuộc điều tra bằng bản hỏi 344 nhân lực có trình độ từ trung cấp trở lên, đang làm công việc phù hợp với trình độ tại ba huyện, thị: Thủ Dầu Một, Dĩ An, Thuận An (2017). Mẫu khảo sát được chọn theo phương pháp thuận tiện và có những đặc điểm nhân khẩu học như sau:

- *Giới tính*: 50,3% là nam; 49,7% là nữ.

- *Nhóm tuổi*: thanh niên (dưới 30 tuổi) là 35,5%; trung niên (30-49 tuổi) là 53%; và lớn tuổi (từ 50 tuổi trở lên) là 12,5%.

- *Trình độ học vấn*: Số người được hỏi có trình độ trung cấp là 9,6%, cao đẳng là 12,5%, đại học là 48%, thạc sĩ là 27%, tiến sĩ là 2,9%.

- *Cơ quan làm việc*: 29,7% làm việc tại cơ quan quản lý nhà nước; 26,7% làm việc tại các đơn vị sự nghiệp công lập; 37,5% làm việc tại các doanh nghiệp; 6,1% làm việc tại khu vực kinh tế hộ gia đình.

Trả lời câu hỏi: Anh/chị sống tại Bình Dương vì lý do gì? (chọn từ 1 đến 3 ý thích hợp)

Kết quả là: 41% số người trả lời là vì việc làm, 38,1% người trả lời vì đây là nơi sinh ra, 20,1% người trả lời là vì học tập, 16,6% là do có nhiều khả năng phát triển bản thân, 15,4% chọn chất lượng cuộc sống. Các yếu tố như thu nhập, lối sống thành thị, giá sinh hoạt và hoàn cảnh riêng cũng tác động đến lý do đến sống tại Bình Dương, nhưng không phải là mối quan tâm hàng đầu của đa số nhân lực chất lượng cao.

Như vậy, kết quả khảo sát cho thấy các chính sách mà Bình Dương đã và đang áp dụng thời gian qua chưa hoàn toàn đáp ứng những quan tâm

lớn nhất của lao động chất lượng cao. Chủ yếu lao động chất lượng cao đến với Bình Dương là vì việc làm, vì có cơ hội học tập, phát triển bản thân và vì chất lượng cuộc sống tốt. Việc Bình Dương đẩy mạnh phát triển hệ thống giáo dục đại học, tăng cơ hội học tập là một giải pháp đúng hướng.

Đi sâu vào khía cạnh chất lượng cuộc sống, nghiên cứu đã tìm hiểu về những yếu tố mà nhân lực chất lượng cao quan tâm và hài lòng khi sống tại địa phương

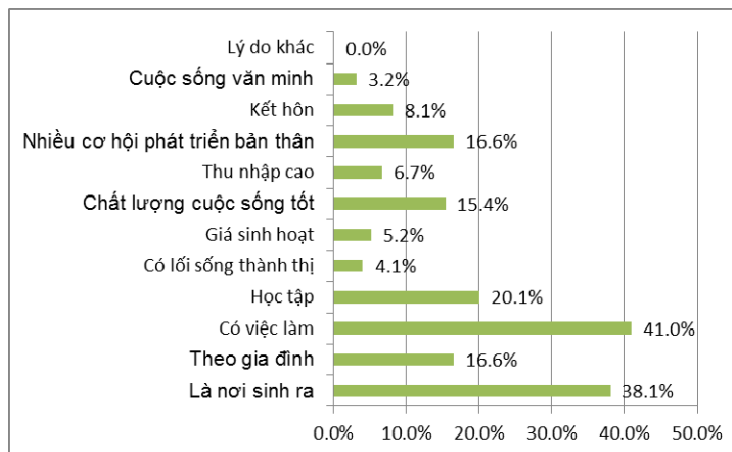
Trả lời câu hỏi: Anh/chị thích nhất những điều gì ở Bình Dương? (chọn từ 1 đến 3 ý thích hợp)

Kết quả là: “nhiều cơ hội việc làm” vẫn là đặc điểm mà nhiều lao động quan tâm và yêu thích nhất ở Bình Dương (40,8%). Ngoài ra, sự thuận tiện trong đi lại (36,2%), cơ sở hạ tầng giao thông tốt (35,9%), người dân hòa đồng thân thiện (32,1%) là những yếu tố thu hút được nhiều tình cảm tốt đẹp nhất đối với nhân lực

chất lượng cao. Các yếu tố như tiện nghi về dịch vụ, tính đa dạng của xã hội, phí sinh hoạt rẻ, hiện đại-văn minh, sạch sẽ, sự năng động cũng là những đặc điểm gia tăng sự yêu mến đối với tỉnh.

4.2.2. Các yếu tố địa phương cần quan tâm để tăng khả năng thu hút nhân

Biểu đồ 1. Lý do cư dân chọn sống tại Bình Dương



Nguồn: Nguyễn Lan Hương, 2017.

lực chất lượng cao

Để tìm hiểu vấn đề này, nghiên cứu cũng đã phỏng vấn sâu 32 lao động chất lượng cao. Hầu hết ý kiến tập trung vào ba vấn đề sau:

- Sự yếu kém về an ninh an toàn xã hội tại Bình Dương.
- Hoạt động văn hóa, vui chơi giải trí còn nghèo nàn.
- Vấn đề ô nhiễm môi trường cần phải được quan tâm hơn nữa.

Ngoài ra có nhiều ý kiến cho rằng:

- Kinh tế tỉnh phát triển chưa đồng bộ.
- Trình độ, thái độ phục vụ của nhân viên y tế hạn chế.
- Trình độ nhân lực của một số cơ quan ban ngành chưa cao.
- Cơ sở vật chất và nhân lực ngành giáo dục còn hạn chế, đặc biệt nơi giữ trẻ từ 6 tháng tuổi đến 1 năm còn thiếu.
- Môi trường làm việc chưa thỏa mãn đối tượng được thu hút.
- Quy hoạch đô thị vội vàng và chưa khoa học.

Vì là kết quả phỏng vấn trực tiếp, không có gợi ý, nên các ý kiến trên đã thể hiện cao những vấn đề nổi cộm mà nhân lực chất lượng cao quan tâm khi sống và làm việc tại địa phương, đó là tình hình an ninh, đời sống văn hóa và môi trường. Một số hạn chế của Bình Dương như là y tế, giáo dục phổ thông cũng đã được nghiên cứu nhận ra khi phân tích các số liệu thứ cấp.

4.2.3. Phương thức marketing địa phương có hiệu quả trong thu hút nhân lực chất lượng cao

Thời gian qua, chính sách thu hút cư dân chất lượng cao của tỉnh mới chỉ dừng lại ở việc công bố trên báo đài và các quyết định lưu hành nội bộ. Tuy nhiên, công tác marketing địa phương nhằm thu hút đầu tư đã được thực hiện từ lâu. Để xem xét hiệu quả phương thức marketing địa phương tại Bình Dương, chúng tôi đã phỏng vấn 213 nhân lực chất lượng cao là người nhập cư trong mẫu 344 nhân lực chất lượng cao đang làm việc tại Bình Dương với câu hỏi sau:

Câu hỏi: “*Anh/chị biết và hiểu cuộc sống ở Bình Dương nhờ nguồn thông tin nào?*” (chọn từ 1 đến 3 ý). Kết quả thu được như Bảng 5.

Như vậy: bạn bè và người thân giữ vị trí quan trọng trong việc cung cấp thông tin về Bình Dương. Việc thăm viếng thực tế, internet và phương tiện truyền thông có tác dụng hỗ trợ.

Để khẳng định tính xác thực, đề tài cũng đã khảo sát định tính (không có

Bảng 5. Nguồn thông tin giúp biết và hiểu cuộc sống tại Bình Dương

Những nguồn thông tin	Số người chọn	Tỷ lệ %
Từ giao thương	18/213	8,5
Từ phương tiện truyền thông (internet, báo, đài..)	76/213	35,7
Từ kinh nghiệm của những chuyên viên thăm	79/213	37,1
Từ bạn bè, gia đình	152/213	71,4
Nguồn khác	0/213	0

Nguồn: Nguyễn Lan Hương, 2017.

gợi ý) theo phương pháp thuận tiện đối với 12 nhân lực là dân nhập cư, có trình độ đại học trở lên. Câu hỏi được nêu ra là: “Trước khi quyết định đến sống tại Bình Dương, bạn biết đến Bình Dương nhờ những nguồn thông tin nào?”

8/12 người được hỏi biết đến cuộc sống Bình Dương qua bạn bè, người thân; 3/12 người được hỏi biết đến Bình Dương qua báo, đài kết hợp với thông tin từ bạn bè; 1/12 người được hỏi biết đến Bình Dương qua công tác, du lịch sau đó hỏi thăm người thân.

Như vậy, kết quả khảo sát định tính và định lượng đều cho thấy: hoạt động marketing địa phương hiệu quả nhất là nên thực hiện thông qua những người đã sống, đã đến Bình Dương. Việc thăm viếng và sử dụng phương tiện truyền thông cũng góp phần làm tăng hơn hiểu biết về địa phương.

5. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

5.1. Kiến nghị về phương thức và qui trình marketing địa phương

Quan điểm của Kotler và Gertner (2002) đã cho thấy rằng để đưa ra chính sách marketing địa phương phù hợp, địa phương cần phải có hiểu biết về những nhu cầu của nhân lực chất lượng cao khi sống và làm việc tại địa phương, vì thế phân tích nhu cầu của nhân lực chất lượng cao là bắt buộc và là bước đầu tiên của tiến trình marketing địa phương.

Do phương thức marketing đến với nguồn nhân lực chất lượng cao hiệu

quả nhất là thông qua người đã-đang sống và làm việc tại địa phương, nên Bình Dương cần phải quan tâm đến tạo dựng sự hài lòng của cư dân và người lao động. Địa phương có thể tham khảo các chỉ số đánh giá sự hài lòng cư dân của Zenker (2009) khi xây dựng các chiến lược, chính sách thu hút nhân lực.

Bên cạnh đó hoạt động marketing địa phương thông qua xây dựng hình ảnh đẹp cho khách đến thăm, cung cấp thông tin và quảng bá những lợi thế trên phương tiện truyền thông cũng cần được quan tâm thực hiện.

5.2. Kiến nghị về chính sách thu hút nhân lực chất lượng cao

Để chính sách thu hút nhân lực chất lượng cao của Bình Dương gia tăng hiệu quả, thì việc xây dựng, ban hành và thực thi các chính sách cần chú ý đến các vấn đề như:

- Gia tăng tính ổn định trong các chính sách nhân lực. Đây là cũng là vấn đề rất được quan tâm khi đánh giá năng lực cạnh tranh bền vững của các địa phương.

- Việc tuyển dụng nhân lực tại từng đơn vị nên được phân theo từng giai đoạn, tùy theo nhu cầu thực, để tránh tình trạng tuyển dụng nhưng không sử dụng phù hợp, lãng phí nguồn nhân lực và các nguồn lực khác của địa phương

- Nên cân nhắc xóa bỏ định kiến về hộ khẩu trong tổ chức nhân sự để nâng cao sức hấp dẫn của địa phương, tăng động lực cống hiến của

nhân lực chất lượng cao là người ngoại tỉnh.

5.3. Các kiến nghị khác

Để tăng năng lực cạnh tranh trong thu hút nhân lực, Bình Dương còn cần quan tâm một số vấn đề như:

- Y tế: Mở rộng hệ thống y tế, tăng cường đội ngũ cán bộ y tế và cơ sở khám chữa bệnh cho người dân, hỗ trợ trang thiết bị phục vụ và nâng cao thái độ phục vụ của đội ngũ y tế. Các vấn đề quyền lợi, trách nhiệm của cán bộ y tế và hệ thống giám sát cũng cần được thực hiện đồng bộ.

- Giáo dục: Đối với giáo dục mầm non, địa phương cần phát triển các lớp trông trẻ từ 3 đến 6 tháng tuổi. Đối với giáo dục phổ thông thì cần tăng cường cơ sở vật chất và đội ngũ giáo viên.

- Hoạt động vui chơi, giải trí: Bình Dương có nhiều thắng cảnh tự nhiên và nhân tạo, có vườn trái cây, chùa chiền, khu mua sắm, các trung tâm giải trí, nhưng những nơi này vẫn chưa thực sự thỏa mãn nhu cầu của nhân lực chất lượng cao. Để có thể xác định cụ thể nhân lực chất lượng

cao bị thu hút bởi những hoạt động giải trí nào thì cần phải có nghiên cứu về các nhu cầu chuyên sâu hơn trong lĩnh vực giải trí.

- An ninh xã hội: Mặc dù chính quyền đã có nhiều nỗ lực, nhưng vấn đề an ninh xã hội đang là mối quan ngại của rất nhiều cư dân. Nhiều ý kiến trong khảo sát định tính cho rằng tình trạng tội phạm gia tăng, bắt nguồn từ sự nhập cư ồ ạt, thiếu kiểm soát. Với hiện trạng trên thì việc tăng cường kiểm tra lưu trú và phát triển hệ thống camera tại các khu dân cư là cần thiết.

- Việc làm, thu nhập, khả năng thăng tiến: Để tăng cường sức cạnh tranh ở nhóm yếu tố quan trọng này thì cần đẩy mạnh thu hút đầu tư đối với những ngành công nghiệp có hàm lượng công nghệ cao, những ngành dịch vụ cao cấp. Đối với nông nghiệp thì chú ý nhiều đến phát triển nông nghiệp kỹ thuật cao. Nhìn chung, sự hình thành và phát triển các loại hình này sẽ thu hút nhân lực chất lượng cao do tạo ra nhiều cơ hội trong việc làm, trong thu nhập và khả năng thăng tiến. □

CHÚ THÍCH

⁽¹⁾ Đề tài *Thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao tại tỉnh Bình Dương qua marketing địa phương*. Chủ nhiệm: Nguyễn Lan Hương. Cơ quan chủ trì: Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.

⁽²⁾ Tính toán của tác giả dựa trên số liệu Kết quả chủ yếu - Điều tra biến động dân số và kế hoạch hóa gia đình thời điểm 1/4/2016 của Tổng cục Thống kê 2017.

⁽³⁾ Gồm có các văn bản sau: Quyết định 74/2011/QĐ-UBND ngày 21/12/2011, ban hành: “Quy định về chính sách thu hút, chế độ hỗ trợ đào tạo và phát triển nguồn nhân lực tỉnh Bình Dương”; Quyết định 30/2012/QĐ-UBND ngày 1/8/2012 “Về việc quy định chính sách thu hút người có học hàm, học vị về công tác tại Trường Đại học Thủ Dầu Một, tỉnh Bình Dương”; Quyết định 33/2014/QĐ-UBND ngày 10/9/2014 thay thế cho Quyết định

30/2012/QĐ-UBND “Về việc quy định chính sách thu hút người có học hàm, học vị về công tác tại Trường Đại học Thủ Dầu Một”; Quyết định 58/2014/QĐ-UBND ngày 22/12/2014 về việc “Ban hành chính sách hỗ trợ đối với viên chức ngành giáo dục-đào tạo và dạy nghề tỉnh Bình Dương”; Quyết định 29/2016/QĐ-UBND ngày 19/8/2016 về “Chế độ, chính sách hỗ trợ đối với đơn vị, công chức, viên chức, học sinh, sinh viên ngành giáo dục-đào tạo và dạy nghề tỉnh Bình Dương”...

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Braun E. 2008. *City Marketing: Towards an Integrated Approach*. PhD Thesis. Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management (ERIM).
2. Kotler P., Asplund C., Rein, I., Haider D.H. 1999. *Marketing Places Europe*. London: Pearson Education Ltd
3. Kotler P., Gertner D. 2002. “Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective”. *Journal of Brand Management*, 9(4-5).
4. Kotler P., Haider D. and Rein, I. 1993. *Marketing Places. Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States, and Nations*. New York: Maxwell Macmillan Int.
5. Nguyễn Lan Hương. 2017. Báo cáo kết quả đề tài *Thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao tại tỉnh Bình Dương qua marketing địa phương*. Cơ quan chủ trì: Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.
6. Tổng cục Thống kê. 2017a. *Niên giám thống kê 2016*. Hà Nội: Nxb. Thống kê.
7. Tổng cục Thống kê. 2017b. *Kết quả chủ yếu - Điều tra biến động dân số và kế hoạch hóa gia đình thời điểm 1/4/2016*. Hà Nội: Nxb. Thống kê.
8. Ủy ban Nhân dân tỉnh Bình Dương, 2016. *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội, quốc phòng - an ninh năm 2016, phương hướng nhiệm vụ năm 2017*.
9. Viện Chiến lược Phát triển. 2011. *Qui hoạch phát triển nhân lực tỉnh Bình Dương giai đoạn 2011-2020*.
10. Võ Thị Kim Loan. 2014. *Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ở TPHCM*. Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế TPHCM.
11. Zenker S. and Petersen S. and Aholt A. 2009. *Development and Implementation of the Citizen Satisfaction Index (CSI): Four Basic Factors of Citizens' Satisfaction*. Institute of Marketing and Media Marketing and Branding. ISSN 1618-8985.