

Liên kết giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài: thực trạng, vấn đề và giải pháp

TRẦN THANH HƯƠNG

Trong những năm qua, đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Việt Nam tăng trưởng mạnh mẽ về nhiều mặt, tuy nhiên, những kết quả này mới chỉ thể hiện thành tựu, lợi ích và hiệu quả “bề nổi”, trong khi những đóng góp “bề chìm” phía sau và tiếp theo của FDI như việc tạo ra những liên kết với doanh nghiệp (DN) trong nước, từ đó góp phần thúc đẩy sự phát triển toàn diện của DN trong nước cho đến nay vẫn chưa được đánh giá đầy đủ. Qua phân tích thực trạng liên kết giữa DN trong nước và DN FDI, bài viết đưa ra những giải pháp tăng cường liên kết có hiệu quả, thúc đẩy thu hút FDI vào Việt Nam trong thời gian tới.

1. Thực trạng các liên kết doanh nghiệp

Các liên kết giữa DN FDI và DN trong nước có thể chia làm hai loại chính là các liên kết dọc (hay còn gọi là các tác động lan tỏa theo chiều dọc-vertical spillover effects) và các liên kết ngang (hay còn gọi là các tác động lan tỏa theo chiều ngang-horizontal spillover effects). Các liên kết dọc bao gồm liên kết xuôi (forward linkage) và liên kết ngược (backward linkage) là những liên kết về đầu vào-đầu ra của DN, trong đó DN có thể trở thành người phân phối hay nhà cung cấp cho các DN FDI hay không và ở mức độ nào. Các liên kết ngang bao gồm quan hệ cạnh tranh, quan hệ về nguồn nhân lực và quan hệ trong chuyển giao công nghệ mà DN FDI có thể tạo ra đối

với DN trong nước¹.

1.1. Các liên kết dọc

Trên thực tế, cho đến nay việc thiết lập các mối quan hệ của DN trong nước với tư cách là nhà cung cấp đầu vào hay làm nhà phân phối sản phẩm đầu ra cho DN FDI vẫn rất yếu kém, cho dù trong lĩnh vực sản xuất hay dịch vụ.

Trong lĩnh vực sản xuất, chủ yếu là sản xuất hàng công nghiệp nhẹ, DN Việt Nam có các liên kết với DN FDI trong tư cách là nhà cung cấp nhiều hơn là khả năng làm nhà phân phối trong nước cho họ, nhưng khả năng cung ứng chưa cao. Cụ thể là cho đến hiện nay, các DN FDI mới chỉ nhập được khoảng 20% đầu vào từ các nguồn cung trong nước.

BẢNG 1: Nguồn sử dụng đầu vào, linh phụ kiện của các doanh nghiệp

		Nhập khẩu	Mua từ các DN FDI khác	Mua từ các DN nội địa	Tự sản xuất
DN nội địa	Tỷ lệ (%)	36,03	10,66	58,99	29,09
	Số DN trả lời	336	215	391	211
DN nước ngoài	Tỷ lệ (%)	60,72	29,32	19,55	17,23
	Số DN trả lời	147	85	92	58

Nguồn: Tiến và Hương, điều tra khảo sát năm 2010.

Trần Thanh Hương, Viện Kinh tế Việt Nam.

1. Đọc thêm Nguyễn Ngọc Anh và cộng sự (2008), Foreign Direct Investment in Vietnam: Is There Any Evidence of Technological Spillover Effects, Development and Policies Research Center và Center for Analysis and Forecasting.

Theo bảng 1, 4/5 nguồn đầu vào của DN FDI được cung cấp đều có nguồn gốc nước ngoài như nhập khẩu, mua của các DN FDI hoặc tự sản xuất. Trong đó, tình trạng nhập khẩu máy móc thiết bị, nguyên vật liệu, phụ kiện, linh kiện hiện nay của các DN FDI là rất lớn, chiếm tới 61% nguồn đầu vào. Ví dụ như ngành dệt may là ngành có nhiều DN FDI sản xuất hàng xuất khẩu. Theo số liệu thống kê xuất nhập khẩu các năm thì ngành này xuất 7,7 tỷ USD, nhập cũng lên tới 7,11 tỷ USD năm 2007; xuất 9,1 tỷ USD, nhập 5,7 tỷ USD năm 2008; xuất 9 tỷ USD, nhập 7,36 tỷ USD năm 2009; xuất 11,2 tỷ USD, nhập 9,83 tỷ USD năm 2010. Các mặt hàng nhập khẩu cho dệt may gồm: sợi, bông, vải, đến những thứ nhỏ nhất như kim chỉ, cúc, khóa... Những DN Việt Nam làm chức năng phụ trợ cho các DN sản xuất vừa ít về số lượng, vừa kém về chất lượng, nhỏ về quy mô, lỗi thời về công nghệ và hạn chế trong trình độ quản lý.

Ngành công nghiệp ô tô là ngành DN FDI chủ yếu chiếm lĩnh để sản xuất và phân phối ngay tại thị trường trong nước là chính thì việc cung ứng của các DN nội địa cũng hầu như không có. Tỷ lệ nội địa hóa cho ngành này chỉ đạt khoảng 10%. Linh kiện nội địa có thể sản xuất được chỉ bao gồm sảm, lốp, dây điện, ghế (mà chưa chắc đã đạt tiêu chuẩn để lắp ráp vào các sản phẩm của các DN FDI). Số lượng các nhà cung ứng linh kiện trên cả nước chỉ khoảng 40.

Việc trở thành nhà phân phối sản phẩm cho các DN FDI sản xuất tại Việt Nam chỉ mới được thực hiện ở một số ngành cụ thể như: sản xuất hóa mỹ phẩm, đồ uống, ô tô- xe máy, điện tử-điện lạnh... Mỗi DN trong nước khi tham gia các kênh phân phối đều phải tuân thủ theo chính sách và các nguyên tắc bán hàng của DN FDI sở tại cũng như toàn cầu, đặc biệt là chính sách giá. Tuy nhiên có tình trạng các DN trong nước liên kết với nhau điều chỉnh giá cả hàng hóa gây thiệt hại cho người tiêu dùng

như việc phân 'phối ô-tô, xe máy hiện nay². Lỗi lầm ăn thiếu chuyên nghiệp, chụp giật của các DN trong nước làm méo mó hệ thống phân phối của không ít sản phẩm sản xuất từ DN FDI, mà người tiêu dùng trong nước chính là người chịu thiệt nhiều nhất.

Trong lĩnh vực dịch vụ, các liên kết xuôi và ngược yếu; có ngành gần như không tồn tại liên kết giữa hai phía DN hoặc chỉ có liên kết theo chiều xuôi là DN trong nước là nhà phân phối dịch vụ cho DN FDI. Điều này đúng khi rà soát cụ thể từng ngành dịch vụ như tài chính-ngân hàng, bảo hiểm, giao nhận-vận tải, y tế-giáo dục. Các DN trong nước chỉ có thể tham gia làm đại lý cấp thấp trong các kênh bán hàng cho các DN FDI trong ngành bảo hiểm, giao nhận-vận tải.

1.2. Các liên kết ngang

So với các liên kết dọc, các liên kết ngang kém hơn rất nhiều.

Hiệu ứng tạo áp lực cạnh tranh lên các DN trong nước chưa khả dĩ. Trên thực tế, khi các mối liên kết giữa DN FDI và DN trong nước không đa dạng và các liên kết này có phần thụ động đối với các DN trong nước, thì việc tạo áp lực cạnh tranh lên DN trong nước không quá lớn, hoặc ở trong tình trạng các DN trong nước không cạnh tranh nổi (và sẽ không có nhiệt huyết cạnh tranh). Bằng chứng là đối với khối các DN xuất khẩu, các DN trong nước cạnh tranh với nhau để chiếm lĩnh các thị trường bên ngoài là chính, họ hầu như khó cạnh tranh được với các DN FDI khi họ có sẵn thị trường và đơn hàng. Đối với khối DN FDI sản xuất phục vụ nhu cầu tiêu dùng nội địa thì việc cạnh tranh lại càng khó khăn. Ví dụ như tình trạng chiếm lĩnh gần như 100% thị trường nội địa của các hãng xe máy, ô tô, điện tử, hóa mỹ phẩm... nước ngoài. Áp lực cạnh tranh có thúc đẩy các DN trong nước tham gia

2. Ví dụ như xe máy Lead của hãng Honda bị các Head-đại lý cấp I liên kết lại "làm giá", tạo sự khan hiếm giá tạo đẩy giá xe trên thị trường lên so với giá bán của công ty từ 3-5 triệu đồng.

vào thị trường và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của mình nhưng nhìn chung các DN FDI lớn đã áp đảo thị trường khiến các DN trong nước gần như không thể cạnh tranh nổi để nghĩ đến việc tham gia sâu vào thị trường.

Tình hình đào tạo tay nghề cho người lao động để họ quay về phục vụ tại các DN trong nước cũng hạn chế. Việc các DN FDI chủ yếu sử dụng lao động giản đơn, chịu trách nhiệm ở những khâu sản xuất, lắp ráp thao tác không phức tạp và ít dùng lao động cho các vị trí cao cấp đã không góp phần thúc đẩy nâng cấp trình độ tay nghề lao động Việt Nam. Các vị trí cấp trung có thể được bổ nhiệm cho người Việt nhưng sau đó, họ không sang các DN trong nước bởi mức đãi ngộ của DN trong nước nói chung không thể so sánh với DN nước ngoài. Họ có thể làm việc lâu dài cho một công ty nước ngoài, hoặc sang công ty nước ngoài khác hoặc thành lập DN cho bản thân mình. Như phân tích của Nguyễn Thị Tuệ Anh và nhóm chuyên gia năm 2006³, tỷ lệ di chuyển lao động từ khu vực FDI sang khu vực DN trong nước chỉ khoảng 18%, DN trong nước đón nhận lao động chủ yếu từ dân cư, số lượng từ khu vực FDI là rất ít. Chính vì vậy, hiệu ứng lan tỏa tăng năng suất từ DN FDI sang DN trong nước là không cao.

DN FDI không chuyển giao công nghệ nguồn, công nghệ cao như kỳ vọng ban đầu của nước chủ nhà. Mục đích chuyển giao

công nghệ từ các DN FDI sang các DN trong nước là mục đích được xác định cụ thể trong các chính sách thu hút đầu tư. Tuy nhiên, đánh giá về chuyển giao công nghệ sau một quá trình DN FDI hoạt động tại Việt Nam lại rất chung chung, chủ yếu vẫn là việc chuyển giao công nghệ diễn ra hạn chế. Nếu so sánh trên bình diện khoảng cách công nghệ thì hiện nay, khoảng cách về công nghệ giữa DN trong nước và DN FDI vẫn rất lớn.

Số lượng các DN trong nước sử dụng máy móc thiết bị trên 10 tuổi còn rất lớn (11-20 tuổi: 55% đối với DN nhà nước và 47% đối với DN tư nhân); cá biệt loại máy móc thiết bị trên 30 tuổi, 27% DN nhà nước và 9% DN tư nhân vẫn dùng trong khi chỉ có 3% DN FDI dùng. Điều đó cho thấy, nếu có sự lan tỏa về công nghệ thì áp lực đổi mới công nghệ từ phía DN FDI sẽ lớn để các DN trong nước chuyển đổi loại công nghệ cũ, lạc hậu sang mới nhiều hơn.

2. Những khó khăn và hạn chế trong liên kết doanh nghiệp

2.1. Từ phía các DN FDI

Số lượng DN FDI chuyển làm hàng xuất khẩu lớn, số lượng DN chủ tâm kinh doanh thị trường trong nước còn hạn chế về tổng thể. Trong những năm qua, sự đóng góp của khối DN FDI vào hoạt động xuất khẩu, mà cụ thể là doanh thu của khu vực này trong tổng kim ngạch xuất khẩu có tỷ trọng rất lớn (xem bảng 2).

BẢNG 2: Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam phân theo khu vực kinh tế (%)

Năm	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Khu vực kinh tế trong nước	54,8	52,9	49,6	45,3	42,8	42,1	42,8	44,9	46,8	42,4
Khu vực FDI	45,2	47,1	50,4	54,7	57,2	57,9	57,2	55,1	53,2	57,6

Nguồn: Tổng cục Thống kê.

Từ bảng trên có thể thấy đóng góp của khu vực FDI vào xuất khẩu của cả nước là trên 50% từ năm 2003 đến nay và tỷ trọng này ngày càng gia tăng đến gần mức 60%. Nhìn ở một khía cạnh khác, FDI vào Việt Nam trong những năm qua chủ yếu tập trung vào các

3. Nguyễn Thị Tuệ Anh và cộng sự (2006), báo cáo “Tác động của đầu tư trực tiếp nước ngoài tới tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam” thuộc dự án Nâng cao năng lực nghiên cứu chính sách để thực hiện chiến lược phát triển kinh tế-xã hội của Việt Nam thời kỳ 2001-2010.

ngành công nghiệp sản xuất, cụ thể là sản xuất gia công hàng xuất khẩu như da giày, dệt may (chiếm khoảng 45% tổng nguồn vốn đầu tư FDI). Như vậy, mục đích của các DN FDI khi đầu tư vào Việt Nam phần nhiều vẫn là tranh thủ sự ưu đãi của nước chủ nhà, tận dụng nguồn tài nguyên sẵn có với chi phí bỏ ra thấp, tận dụng nguồn lao động dồi dào và giá nhân công rẻ để sản xuất rồi xuất khẩu ra bên ngoài là chủ yếu. Hàng hóa của họ không tiêu thụ tại thị trường trong nước và thậm chí người tiêu dùng và các DN Việt Nam không hề có bất kỳ thông tin gì về những hoạt động sản xuất và sản phẩm này. Do DN FDI chuyên sản xuất để xuất khẩu nên các mối liên kết đầu ra với nội địa bị hạn chế, có chăng chỉ sử dụng một số dịch vụ đóng gói, giao nhận, vận tải, thanh toán của Việt Nam. Trong khi đó, nếu số lượng DN FDI tham gia kinh doanh tại thị trường nội địa nhiều hơn, họ “tự khắc” phải xây dựng và tham gia vào các kênh phân phối với DN nội địa để tạo thành mạng lưới phân phối hàng hóa của mình.

Mặt khác, sự liên kết với DN trong nước trong cung ứng đầu vào cũng hạn chế. DN FDI làm hàng xuất khẩu nói riêng và DN FDI nói chung chú trọng sử dụng nguồn đầu vào từ Việt Nam chính là lao động. Còn nguyên vật liệu, phụ kiện, máy móc, trang thiết bị trong rất nhiều trường hợp là nhập khẩu từ bên ngoài. Bằng chứng là tỷ trọng nhập khẩu của DN FDI cũng cao trên 30% đến gần 40% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nền kinh tế hằng năm⁴. Như vậy, DN Việt Nam cũng không tham gia nhiều vào khâu cung cấp đầu vào cho DN FDI.

DN FDI “chê” DN trong nước. Lý do để DN FDI thờ ơ hoặc quay lưng với các DN trong nước chưa phải họ không cần, mà nhiều khi nằm ở chỗ họ cần nhưng không có, tức là các DN trong nước không đáp ứng được nhu cầu của DN FDI nên vẫn không thể đi đến được các thỏa thuận hợp tác. Việc đáp ứng được những nhu cầu mang tính quốc tế, chuyên nghiệp của các DN trong nước không

phải là điều dễ dàng. Những DN FDI không những lớn, mà cả trung bình và nhỏ; sản xuất hàng xuất khẩu hay phân phối luôn tại thị trường nội địa đều cần giữ chữ tín về chất lượng. Số lượng những DN Việt Nam có thể đáp ứng trọn vẹn những mong muốn gần như “cầu toàn” của các DN FDI còn ít và chỉ có thể đáp ứng được phần nào. Chính vì thế, việc tham gia vào các khâu trong hoạt động sản xuất kinh doanh của DN FDI của các DN Việt Nam bị hạn chế bởi chính năng lực của các DN Việt Nam. Ví dụ ngành công nghiệp điện tử, các DN trong nước không thể cung ứng được sản phẩm nào ngoài bao bì, các chi tiết nhựa và cơ khí. Trước tình trạng DN trong nước yếu kém, không ít các DN FDI ngay từ đầu hoặc sau này đã tìm cách liên kết với bên ngoài để nhập khẩu hàng hóa vào Việt Nam hoặc liên kết với các DN FDI khác để công việc sản xuất kinh doanh của họ ổn định. Ví dụ như việc liên kết chặt chẽ của các DN Nhật Bản hoặc Hàn Quốc tại Việt Nam.

Chất lượng sản phẩm và dịch vụ của DN trong nước còn hạn chế là điều rõ nét. Tuy nhiên, việc không đáp ứng được nhu cầu của các DN FDI còn do chiến lược phát triển các ngành sản xuất trong nước trong thời gian qua chưa thực sự bám sát vào nhu cầu phát triển thực tế của thị trường khi có sự tham gia đầy đủ các thành phần. Những chiến lược phát triển ngành trong trung hạn và dài hạn khi thực hiện tỏ ra có nhiều vấn đề như chiến lược phát triển công nghiệp sản xuất sắt thép, xi măng, trong khi những ngành sản xuất ra những sản phẩm đơn giản nhưng là đầu vào không thể thiếu cho các ngành khác lại không được chú trọng. Các DN trong nước cũng chưa chủ động nắm bắt các cơ hội hợp tác kinh doanh, đi vào những lĩnh vực thị trường ngành chuyên sâu, mà đường như vẫn đầu tư sản xuất theo phong trào. Chính vì vậy, ngành thì thừa, ngành thì thiếu, tạo thành

4. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu của khu vực FDI trong tổng kim ngạch nhập khẩu từ năm 2001 đến năm 2009 trung bình là 34,9%.

một bức tranh lệch lạc, không có sự phân công và điều tiết hợp lý của các nhà quản lý vĩ mô.

Các DN FDI cũng không phải những DN có công nghệ tiên tiến nhất (không có công nghệ nguồn để chuyển giao). Nguyên nhân thứ nhất vì chính sách thu hút đầu tư trong những năm qua chưa chú trọng vào các dự án ứng dụng công nghệ nguồn, công nghệ tiên tiến, mà chỉ ưu tiên những tiêu chí như quy mô vốn, khả năng sử dụng lao động tại chỗ, nên việc tiếp cận với công nghệ cao thông qua kênh FDI là chưa nhiều. Các chính sách này đã rộng mở cho các DN FDI thuộc thể hệ thứ hai, thứ ba từ các công ty mẹ đầu tư nhằm tận dụng những lợi thế sẵn có của địa phương để tối đa hóa lợi nhuận. Nguyên nhân thứ hai, trước năng lực hấp thụ của thị trường trong nước còn yếu kém, các DN nước ngoài chưa cần thiết phải đầu tư công nghệ cao để tiết kiệm chi phí. Thậm chí nhiều DN nhập máy móc, thiết bị từ các nước có công nghệ thấp (có công nghệ nhưng không cần chuyển giao). Chính vì vậy, trong một nghiên cứu mới đây của Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương (CIEM) cho thấy các DN FDI cũng không đầu tư nhiều cho hoạt động R&D⁵, không có bản quyền công nghệ độc lập và không có thẩm quyền cũng như động lực chuyển giao công nghệ. Trong tình trạng cùng nhập khẩu công nghệ thấp như nhau của các DN FDI và DN trong nước, thì nhu cầu chuyển giao công nghệ không còn

cần thiết. Nguyên nhân thứ ba là khả năng đón nhận và ứng dụng công nghệ của các DN trong nước thấp, nên không thể thực hiện chuyển giao công nghệ (có, cần nhưng không chuyển giao). Khi các DN trong nước chưa thể tham gia vào chuỗi sản xuất-kinh doanh của các DN FDI thì việc tiếp thu công nghệ là rất hạn hẹp.

2.2. Từ phía các DN trong nước

Khả năng đáp ứng nhu cầu đặt ra từ các DN FDI của DN trong nước hạn chế. Như phân tích ở trên, tình trạng thiếu liên kết với DN FDI là do chính khả năng tham gia liên kết của các DN trong nước còn thấp. Chỉ tính riêng lĩnh vực sản xuất, các DN trong nước cũng chưa có khả năng tham gia vào khâu cung cấp đầu vào cho DN FDI, nên thông thường nhập khẩu lại nhanh và hiệu quả hơn. Cũng theo điều tra DN của CIEM thì đến 90% DN FDI trả lời rằng các nhà sản xuất trong nước yếu kém trong quản lý chất lượng và 80% cho rằng chất lượng hàng không ổn định và dưới chuẩn.

Do khả năng đáp ứng yêu cầu để trở thành các nhà cung cấp/nhà thầu phụ/nhà phân phối của các DN trong nước còn kém, nên việc liên kết với các DN trong nước chỉ đang ở mức rất thấp so với nhu cầu của DN FDI. Nếu ở bảng 1, tỷ lệ DN FDI sử dụng sản phẩm của các DN trong nước là đầu vào cho mình thấp thì trong số đó, 100% không phải là mua đứt bán đoạn.

HÌNH 1: Tỷ lệ mua linh kiện, sản phẩm từ DN Việt Nam của DN FDI



Nguồn: Viện Nghiên cứu Chính sách, Bộ Công thương, năm 2010.

5. 80% các doanh nghiệp không có quỹ nghiên cứu và phát triển riêng; 67 % doanh nghiệp không hợp tác với các cơ quan nghiên cứu của Việt Nam; 35% doanh nghiệp không có hoạt động nghiên cứu nào; 35% chỉ nghiên cứu để

thích nghi sản phẩm với thị trường nội địa, chỉ 28% doanh nghiệp có hoạt động nghiên cứu sản phẩm mới.(Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương (2010), Xem xét và đánh giá vai trò của chính sách khuyến khích đầu tư đối với những tác động của FDI đến kinh tế Việt Nam).

Hình 1 cho thấy, chỉ có 27,3% các DN FDI đặt mua linh kiện gia công từ DN trong nước năm 2008 và tăng lên 29,6% năm 2009. Tỷ lệ DN FDI mua đứt bán đoạn linh kiện từ nhà cung cấp trong nước chỉ trên 20%. Việc gia công sản phẩm hoàn chỉnh còn diễn ra phổ biến hơn. Nhưng khi gia công linh kiện hay sản phẩm, các DN trong nước chỉ “lấy công, làm lãi” là chính vì nguyên liệu là của người mua, thực hiện theo thiết kế người mua đưa ra, sản phẩm không mang lại nhiều lợi nhuận cho DN.

Khả năng đón nhận và ứng dụng công nghệ cao còn hạn chế. Thực tế, mức độ cải thiện trình độ công nghệ của các DN Việt Nam trong những năm qua diễn ra chậm. Tình trạng các DN sử dụng máy móc thiết bị đã qua sử dụng hoặc nhập máy móc thiết bị từ những nước có trình độ công nghệ thấp để giảm chi phí sản xuất diễn ra phổ biến. Việc đầu tư cho hoạt động nghiên cứu chiếm tỷ lệ nhỏ trong vốn của DN (chỉ khoảng 1%). Như vậy, câu hỏi đặt ra là liệu các DN Việt Nam có thực sự có nhu cầu cho công nghệ cao? Trong trường hợp có nhu cầu thực sự nhưng liệu DN Việt Nam có đủ tiềm lực và khả năng cả về tài chính và nhân lực để tiếp nhận sự chuyển giao công nghệ? Và việc ứng dụng công nghệ sẽ như thế nào? Chuyển giao công nghệ phải là sự sẵn sàng của cả hai phía mang tính chất đối ứng nhau. Trong khi các DN FDI mang công nghệ thuộc thế hệ thấp hơn vào trong nước mà việc chuyển giao còn gặp nhiều khó khăn, thì khi tiếp cận với công nghệ ở mức tiên tiến nhất, khả năng tiếp nhận sẽ như thế nào? Liên kết sẽ không thể

thực hiện được khi hai bên không gặp nhau tại một điểm tương đồng.

Sự chênh lệch và khác biệt về trình độ quản lý, cách thức làm việc và hợp tác. Sự yếu kém về năng lực của DN đầu tiên phải kể đến quy mô DN nhỏ là chính. Nếu không tính khu vực DN nhà nước, quy mô của DN ngoài nhà nước chủ yếu là dưới 10 lao động. Theo điều tra DN các năm của Tổng cục Thống kê, tỷ lệ DN ngoài nhà nước quy mô dưới 10 người hiện nay vẫn chiếm trung bình 58%. Trình độ lao động qua đào tạo chuyên môn kỹ thuật trên tổng số lao động của nước là 17,6%, trong đó, trình độ đại học và trên đại học (kể cả DN FDI) cũng rất thấp, chiếm 5,2%. Hệ quả tất yếu là trình độ quản lý của DN trong nước sẽ có độ “vênh” nhất định so với các DN FDI luôn áp dụng những mô hình quản lý tiên tiến và hiệu quả nhất và sau đó là cách thức làm việc và hợp tác cũng sẽ khác biệt rất lớn.

Ý thức xây dựng và quảng bá thương hiệu, hình ảnh DN chưa được đầu tư thỏa đáng nên giữa DN FDI và DN trong nước còn thiếu thông tin để tạo lập các liên kết. Cho tới thời điểm hiện nay, các DN trong nước đã chú ý nhiều hơn tới thương hiệu và các hoạt động xây dựng, quảng bá thương hiệu. Tuy nhiên, tỷ lệ vốn đầu tư cho hoạt động marketing và quảng bá thương hiệu vẫn nhỏ, chỉ khoảng 1-2% doanh số. Theo số liệu của Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công thương, chỉ khoảng 20% DN trong nước chú ý tới việc đầu tư cho thương hiệu.

BẢNG 3: Cơ cấu phương pháp sử dụng để DN tìm kiếm nhà thầu (%)

Các quan hệ	I	II	III	IV	V	TB
Từ phía các doanh nghiệp nhỏ						
- Quan hệ cá nhân	18,18	23,81	20,83	21,43	-	16,85
- Nỗ lực marketing của nhà cung cấp	36,36	14,29	16,67	-	18,18	17,10
- Chỉ định của Chính phủ	-	4,76	4,17	14,29	27,27	10,09
- Đấu thầu	9,09	19,05	12,50	-	9,09	9,95
- Hiệp hội, tổ chức	4,55	9,52	-	14,29	9,09	7,49
- Mối liên kết nội bộ sẵn có	13,64	14,29	12,50	28,57	9,09	15,62
Từ phía các doanh nghiệp lớn						
- Quan hệ cá nhân	11,76	15,79	18,75	35,71	22,22	20,85
- Nỗ lực marketing của nhà cung cấp	23,53	15,79	37,50	14,29	11,11	20,44
- Chỉ định của Chính phủ	5,88	5,26	6,25	14,29	55,56	17,45
- Mối liên kết nội bộ sẵn có	17,65	31,58	12,50	35,71	-	19,49
- Tự tìm kiếm	41,18	31,58	25,00	-	11,11	21,77

Nguồn: Nghiên cứu về liên kết kinh tế do WB/CIEM thực hiện, 2005.

Trong nhiều trường hợp, các liên kết có thể được tạo lập nếu hai bên có đầy đủ thông tin. DN trong nước chưa thực sự nỗ lực và tự tin giới thiệu mình ngay chính tại sân nhà. Theo số liệu bảng 3, các DN tìm kiếm nhà thầu hoặc nhà cung cấp trong nước chủ yếu vẫn qua việc tự tìm kiếm, quan hệ các nhân và các quan hệ sẵn có (chiếm tới 32,5% đối với các DN nhỏ và 62,1% đối với các DN lớn). Mặc dù có sự khác biệt đôi chút ở các ngành nhưng nhìn chung, sự tìm kiếm thông qua các nỗ lực marketing của nhà cung cấp chưa cao, đối với các DN nhỏ chỉ là 17% và đối với DN lớn chiếm 20,4%. Trong khi đó, việc tìm kiếm các nhà cung cấp thông qua đấu thầu hay một bên trung gian là hạn chế nhất đối với cả hai loại hình DN và kể cả các ngành cụ thể. Không có thông tin, cả DN FDI và DN trong nước đều chịu thiệt thòi khi không tạo dựng được liên kết.

2.3. Từ phía trung gian

Chính sách thu hút FDI và khuyến khích hoạt động kinh doanh của các DN nói chung chưa quan tâm nhiều đến vấn đề liên kết DN. Trong chiến lược cũng như chính sách thu hút FDI, vấn đề cũng như mục tiêu liên kết DN chưa thực sự được đề cập rõ ràng. Ví dụ như mục tiêu sẽ liên kết các DN FDI và các DN trong nước theo chiều nào, chú trọng vào các liên kết nào cho từng lĩnh vực kêu gọi đầu tư, mức độ của liên kết sẽ như thế nào, DN trong nước có vai trò như thế nào khi DN FDI được thành lập và sẽ nhận được lợi ích gì nếu các liên kết được xác lập... Những nội dung này thường ít được quan tâm nên khi DN FDI thành lập, không có nhiều đánh giá từ địa phương về liên kết và càng không có nhiều giám sát liên kết để thúc đẩy chúng. Vì vậy việc hình thành liên kết như một sự tự thân là chính, thiếu vai trò dẫn dắt và “bôi trơn” của các bên trung gian.

Sự hỗ trợ hạn chế của các đối tác trung gian (Nhà nước, hiệp hội, tổ chức...) nên các DN thiếu thông tin (truyền thông, cổng thông tin, trung tâm thông tin) và không có cơ hội

giao thương, hợp tác (hội chợ, hội thảo, hội nghị). Như phân tích tại bảng 3, các đối tác trung gian có vai trò chưa lớn trong kết nối các DN với nhau, kể cả trong nước và với DN FDI. Các hoạt động xúc tiến thương mại như hội chợ, triển lãm cũng không diễn ra thường xuyên. Hằng năm, tại trung tâm triển lãm Giảng Võ là trung tâm triển lãm lớn nhất miền Bắc cũng chỉ có khoảng 30 hội chợ, triển lãm với khoảng 500 gian hàng, diện tích từ 9m² trở lên, mức phí thuê 1500USD-1750USD/9m². Với mức chi phí cao và hỗ trợ thấp như vậy, các DN không “mặn mà” với những đợt giao thương này.

3. Giải pháp

• Đối với những tác nhân trung gian

- Những phân tích về liên kết DN cho thấy sự cần thiết phải đưa và nhấn mạnh hơn nữa nội dung liên kết DN vào chiến lược, chính sách thu hút FDI từ trung ương tới các địa phương. Khả năng liên kết với DN trong nước phải được cân nhắc và bàn tới với mức quan trọng ngang bằng các mục tiêu quan trọng khác như quy mô dự án, số lượng lao động được sử dụng, khả năng sinh lời của dự án ngay từ khâu thẩm định dự án FDI. Việc xây dựng những tiêu chí cho liên kết DN như liên kết trong cung ứng, liên kết nâng cao năng lực cạnh tranh, liên kết chuyển giao công nghệ... cần được cụ thể hóa đầy đủ. Các chính sách khuyến khích thu hút FDI nên chú ý đến những khuyến khích thúc đẩy các dự án có khả năng liên kết cao và rộng rãi để có thể hướng các DN FDI vào việc tạo dựng các mô hình liên kết với DN trong địa phương hoặc rộng hơn.

- Các nhà quản lý nên hỗ trợ các DN trong việc xây dựng những mô hình liên kết khi DN hai phía thực tâm mong muốn tham gia vào liên kết, cũng như có các đánh giá đầy đủ về liên kết và hiệu quả của các liên kết này sau một quá trình của hoạt động sản xuất kinh doanh nhất định. Để có thể hình thành các mô hình liên kết hiệu quả và bền vững, luôn cần một chiến lược, quy hoạch có tầm

nhìn dài hạn của các nhà hoạch định chính sách. Ví dụ khi một địa phương mong muốn thu hút FDI vào khu vực nào, lĩnh vực nào thì việc quy hoạch các DN địa phương tại khu vực đó, lĩnh vực đó và các lĩnh vực có liên quan khác phải được làm trước tiên hoặc song song để có thể mở rộng các kênh liên kết cho hai bên. Việc xây dựng cơ sở hạ tầng đầy đủ và đưa ra những ưu đãi đầu tư thông thoáng cần đi kèm với việc chuẩn bị “tinh thần” cho các DN nội địa có thể nắm bắt được cơ hội hợp tác nào từ các dự án FDI này. Đánh giá về liên kết DN cũng là khâu quan trọng để có thể giúp cả ba bên nhìn nhận kết quả đạt được và các vấn đề trong liên kết.

- Cung cấp thông tin một cách đầy đủ cho cả hai bên-DN FDI và DN trong nước - về khả năng liên kết sẽ hỗ trợ cho hai phía tạo dựng các mối quan hệ đầu tiên để tiến tới liên kết. Việc này tưởng chừng đơn giản nhưng hiện nay, các nhà quản lý, các hiệp hội cũng như các tổ chức trung gian chưa làm hết khả năng cung cấp thông tin của mình. Thông tin nhiều khi thiếu hụt hoặc không chính xác đã phá vỡ các liên kết có thể có của DN.

- Hỗ trợ DN trong nước và FDI trong các hoạt động xúc tiến thương mại, không chỉ chú trọng đến “nhu cầu xuôi” là nhà cung cấp giới thiệu mình mà còn chú ý tới các “nhu cầu ngược” là người mua giới thiệu nhu cầu của mình.

• *Đối với DN trong nước*

- Có chiến lược và chính sách rõ ràng cho các liên kết với DN FDI như là mục tiêu ban

đầu cho nội dung hợp tác với bên ngoài. Đặc biệt, DN cần có kế hoạch cụ thể cho sự thích ứng của chất lượng sản phẩm, trình độ quản lý, trình độ công nghệ trong nội bộ DN với nhu cầu của các DN FDI khi xác định tham gia liên kết.

- Chú ý đầu tư cho đội ngũ lao động có điều kiện tiếp cận và áp dụng các mô hình quản lý hiện đại, thích ứng với mô hình quản lý của các DN nước ngoài.

- Tranh thủ các cơ hội của hợp tác thông qua các kênh dẫn thông tin hiệu quả cho đối tác như truyền thông, hội chợ-triển lãm, sự giới thiệu của phía trung gian./

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Tuệ Anh và cộng sự (2006), báo cáo “Tác động của đầu tư trực tiếp nước ngoài tới tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam” thuộc dự án Nâng cao năng lực nghiên cứu chính sách để thực hiện chiến lược phát triển kinh tế-xã hội của Việt Nam thời kỳ 2001-2010
2. Nguyễn Ngọc Anh và cộng sự (2008), *Foreign Direct Investment in Vietnam: Is There Any Evidence of Technological Spillover Effects*, Development and Policies Research Center và Center for Analysis and Forecasting
3. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương (2010), Xem xét và đánh giá vai trò của chính sách khuyến khích đầu tư đối với những tác động của FDI đến kinh tế Việt Nam.
4. Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê các năm và Thực trạng DN qua kết quả điều tra các năm, Báo cáo điều tra lao động và việc làm Việt Nam, 1-9-2009.