

Đất nước Mêhicô đang trở nên thân thuộc với chúng ta khi trên màn ảnh nhỏ xuất hiện bộ phim truyền hình nhiều tập của Mêhicô mang tên *Người giàu cũng khóc*. Đây là bộ phim đã và đang thu hút đông đảo khán giả nhiều nước trên thế giới. Với bộ phim này lần đầu tiên điện ảnh Mêhicô đã thâm nhập thị trường điện ảnh nước ngoài như Hi Lạp, Ai Cập, Trung Quốc, Nhật và được đón chào nhiệt liệt ở Liên Xô (cũ) và Ý. Nhưng có lẽ cũng ít người biết nền kinh tế Mêhicô đang hồi phục mạnh mẽ sau một thập niên trì trệ và suy thoái. Nhất là khi Hiệp định tự do mậu dịch Bắc Mỹ (NAFTA) được thông qua, Mêhicô sẽ được đặt vào vị trí thuận lợi để đẩy mạnh sự phát triển của mình.



Với lương tăng, người tiêu dùng Mêhicô đang lựa chọn những mặt hàng cao cấp

được kinh doanh ở Mêhicô của các công ty Hoa Kỳ.

Sự cảm dỗ thật hiển nhiên. Người tiêu dùng Mêhicô đang khao khát hàng ngoại nhập. Năm 1990 hàng hóa nhập khẩu tăng hơn 40%, 6,8 tỉ đô-la. Công ty IBM trông mong doanh số ở Mêhicô sẽ tăng 400% đến năm 2000.

Đất nước có nguồn lao động giá thấp, dồi dào nguyên liệu thô bao gồm dầu hỏa và các khoáng sản khác. Đến với những trung tâm công nghiệp như Monterrey và thủ đô Mêhicô City trong hai tuần, bạn sẽ quên đi viễn viễn hình ảnh người Mêhicô biếng nhác ngồi gãi ngứa dưới gốc cây xương rồng. Dân chúng đang làm việc 12 giờ một ngày. Juan Gallardo, người đứng đầu 200 nh

ĐIỀU GÌ ĐẨY MẠNH SỰ THÀNH CÔNG CỦA MÊHICÔ ?

MÊHICÔ (*)

Dân số : 81,1 triệu
GDP/dầu người : 2.931 USD
Các cân thương mại : - 3.026 triệu USD
Lạm phát (1) : 13%
Dân số dưới 40 tuổi : 80%
Tốt nghiệp đại học : 3%
Số người/1 bác sĩ : 624
Số người/1 điện thoại : 9
Số người/máy vi tính PC(2) : 81

(*) Số liệu năm 90

(1) Số liệu năm 92

(2) Số liệu năm 91

Khó mà tin được nền kinh tế Mêhicô đang hồi sinh nhanh chóng: Mức tăng trưởng hàng năm khoảng 4%; lạm phát giảm xuống từ 160% còn khoảng 13%/năm. Hàng rào thuế quan gần như 100% suốt thời kỳ bảo hộ mậu dịch những năm 80, nay chỉ còn 20% và sẽ không còn khi Hiệp định tự do mậu dịch Bắc Mỹ được thông qua.

Thật là bất ngờ từ giữa thập niên 80, hơn 3/4 xí nghiệp quốc doanh của Mêhicô đã được tư nhân hóa. Sau những năm áp dụng chính sách bảo hộ mậu dịch, thêm vào đó giá đầu sục giảm và nợ nước ngoài chồng chất, thập niên qua Mêhicô gần như suy thoái tận cùng. Dưới thời Tổng thống Carlos Salinas de Gortari, đất

nước này bắt đầu hồi phục và tạo được sức bật mạnh. Những nhà lãnh đạo Mêhicô trước đó đã cố gắng cải cách nền kinh tế trì trệ phá sản. Nhưng không ai thành công bằng Salinas, 43 tuổi, nhà kinh tế đào tạo ở Đại học Harvard, từng làm Bộ trưởng Ngân sách trước khi được bầu tổng thống năm 1988.

Salinas cương quyết cải tổ nền công nghiệp. Khi công nghiệp thép được tư nhân hóa hoàn toàn, lao động ước chừng sẽ giảm từ 25.000 xuống còn khoảng 10.000 người. Chính quyền dự tính bán tất cả xí nghiệp quốc doanh vào mùa thu tới. Salinas cam kết sẽ giảm bớt gánh nợ quốc gia. Ông cũng cứng rắn với những lãnh đạo doanh nghiệp nhà nước, đã bỏ tù những ai làm doanh nghiệp phá sản và bắt đầu một chiến dịch chống lại thất thu thuế.

Những nhà doanh nghiệp Mỹ bắt đầu chú ý. Chủ tịch hãng General Electric qua thăm Mêhicô một tuần cuối năm ngoái và lập tức gọi một chuyên viên cao cấp đến đất nước này. Đầu tư nước ngoài vào Mêhicô đang gia tăng. Trong 9,7 tỉ đô-la vốn ròng của

đất nước năm ngoái có 2,6 tỉ đô-la từ nguồn đầu tư nhà máy và thiết bị. Năm nay con số đó sẽ lên đến 3,5 tỉ đô-la.

Những ai đang đầu tư? Trong những tháng gần đây hãng Wal Mart cho biết sẽ liên doanh với Cifra, một công ty bán lẻ lớn nhất Mêhicô, để mở các đại lý ở thủ đô Mexico City. Nissan dự định chỉ một tỉ đô-la mở rộng dây chuyền lắp ráp ở thành phố Aguascalientes. Hãng Corning đã ký một hợp đồng chiến lược trị giá 300 triệu đô-la với công ty Vitro để bán dụng cụ ăn uống ở Mêhicô và Mỹ. Gần đây nhất hãng Zenith cho biết sẽ ngưng những hoạt động sản xuất ở Đài Loan và chuyển hơn 600 người về Mêhicô làm việc.

Tháng 10, công ty Wisconsin's Kohler bắt đầu khánh thành một nhà máy sản xuất dụng cụ nhà vệ sinh trị giá 42 triệu đô-la gần thành phố Monterrey. Các hãng máy tính Compaq, Lotus và Microsoft đã mở những chi nhánh ở Mexico City. Những chi nhánh độc quyền như McDonald's, Pizza Hut, Bas kin - Robbine và Athletes Foot đang phát triển nhanh. Kết quả những công ty tư vấn được thành lập để thỏa mãn sự mong muốn

quản trị doanh nghiệp Mêhicô tư vấn cho chính phủ về Hiệp định tự do mậu dịch cho biết "Đồng mấu cạnh tranh đang chảy trong chúng tôi". Một tế chúc không vụ lợi ở Monterrey có tên gọi Proexport đã thành lập một nhóm chuyên gia phân tích tất cả 500 công ty lớn nhất trên thế giới để quyết định sản xuất hay buôn bán ở Mêhicô, việc nào có ý nghĩa đối với họ. Câu trả lời: Mêhicô cần kinh doanh hơn hết.

Chất lượng lao động
Người Mêhicô có học vấn trung bình lớp 6, chỉ 3% tốt nghiệp đại học. Nhưng nếu được tuyển dụng, huấn luyện và thúc đẩy thích hợp, công nhân Mêhicô sẽ đạt năng suất như người Mỹ. Tất cả các hãng IBM, Ford, Procter & Gamble, A. O. Smith, Kohler GE và Carterpillar đều đánh giá cao công nhân Mêhicô. Qua nghiên cứu của trường Đại học Massachusetts (MIT) năm 90, nhà máy lắp ráp xe hơi của hãng Ford tại Ier mosillo được đánh giá có chất lượng cao nhất thế giới. Người đứng đầu chi nhánh IBM ở Mêhicô, Rodrigo Guerra, cho biết: "Mỗi đồng đô-la bạn trả cho một kỹ sư Mêhicô, bạn sẽ thu được nhiều hơn bất cứ nơi

trên thế giới".

Chi phí lao động. Mặc dù mức lương vẫn còn thấp hơn Hoa Kỳ, và đang tăng nhanh vì nhu cầu lao động cao, nhưng theo một giám đốc chi nhánh của hãng Ford cho biết, đi đến Mêhicô không phải vì á lao động thấp mà triển vọng của hãng chính là sự bùng nổ nhu cầu trong nước. Lương quản lý bằng hoặc cao hơn ở Hoa Kỳ, phần lớn những người có khả năng vượt trội có mức thu nhập cao hơn.

Cơ sở hạ tầng. Trước đây hệ thống thông tin liên lạc và điện rất kém ở Mêhicô, một chiếc điện thoại hư có thể chờ 3 tháng mới được sửa. Giờ đây điện thoại thường xuyên và không gọi được. Một món hàng đắt theo catalogue hay bị đánh cắp. Giờ đây tình hình đã phát triển nhanh chóng. Từ khi được nhân hóa năm 1990, công ty telefonos de Mexico đã bắt đầu một chương trình hiện đại hóa to lớn. Điện thoại di động và máy Fax được sử dụng nhiều. Những xa lộ được các công ty tư nhân thực hiện. Phần lớn những con đường mới làm cho thu thuế xe đi qua. Những người xây dựng đồng ý chuyển giao cho nhà nước thu thuế đất đai, bù đắp được vốn đầu tư của họ và được một lợi nhuận hợp

Thị trường tiêu dùng. Với tốc độ trung bình đầu người hàng năm chỉ là 2.931. đô-la, không đủ cho một thị trường công nghiệp hóa rộng lớn. Mặc dù đang tăng, lạm phát đã cắt giảm sức mua của một người Mêhicô bình thường tới thiểu 1/3 từ năm 1980. Nhưng giờ đây tốc độ tăng giá chậm, lạm phát thuế quan bị cắt giảm nên hàng nhập rẻ hơn. Mức lương phù hợp với sự tăng trưởng kinh tế cũng có ích cho tiêu dùng. Lương ở chi nhánh công General Electric Mexico tăng khoảng 25% năm 1991.

Nhu cầu hàng hóa và dịch vụ chất lượng cao rất lớn vì lý do khiến các công ty P & G, Colgate và Kimberly Clark đóng rời bỏ Mêhicô suốt những năm thua lỗ ở thập niên

80. Một tầng lớp trung lưu mới xuất hiện như thợ hàn, chủ tiệm và doanh nhân. Tiền họ để dành có thể đủ mua xe hơi.

Mêhicô cần nhất những gì? Mọi thứ. Có lẽ bắt đầu là: bắp, hàng hóa tư bản, xe hơi, hóa mỹ phẩm, máy tính, bộ phận lắp ráp, tư vấn, trang thiết bị xây dựng, đồ hộp, quần áo, cáp TV và điện thoại di động. Người tiêu dùng Mêhicô có ý thức lựa chọn chất lượng hàng hóa hơn 10 năm trước đây. Một nhà sản xuất đã nói: "Trong quá khứ, những gì được bán là những gì rẻ nhất. Bây giờ người ta cần chất lượng, đảm bảo và dịch vụ tại chỗ". Kết quả là những công ty trước đây bán hàng thông qua đại lý và những người bán, nay đã mở những chi nhánh bán lẻ và kho hàng ở Mêhicô để cung cấp kỹ thuật và hỗ trợ tinh thần cho khách hàng. Phó chủ tịch của hãng máy tính Compaq, Manuel Parra, đã nhận xét: "Khách hàng ở Mêhicô gần gũi hơn ở Mỹ, vì vậy chúng tôi đã mất nhiều thời gian tìm hiểu nhu cầu của họ và chúng tôi sự quan tâm của chúng tôi về mối quan hệ lâu dài với họ."

Những dạng đầu tư vào Mêhicô. Đối với những công ty muốn sản xuất ở Mêhicô, có những dạng đầu tư như: maquiladora, mua lại một doanh nghiệp và liên doanh hợp tác. Chương trình maquiladora được chính quyền Mêhicô thực hiện năm 1965 để đẩy mạnh công ăn việc làm và lợi tức, đã có kết quả rất tốt cho những công ty muốn xuất khẩu hầu hết hàng hóa của họ trở lại Hoa Kỳ. Nó cho phép những nhà máy sản xuất, lắp ráp và chế biến gọi là maquiladoras nhập khẩu nguyên vật liệu, bộ phận lắp ráp và thiết bị miễn thuế, sử dụng lao động Mêhicô. Khi xuất khẩu hàng hóa sang Hoa Kỳ, các nhà máy sẽ phải đóng thuế trị giá gia tăng ở Mêhicô.

Các nhà máy maquiladoras giờ đây có thể bán 1/3 sản phẩm ở Mêhicô thay vì xuất khẩu tất cả và họ không còn bị giới hạn trong biên giới. Tại nhà máy động cơ điện của A. O. Smith, đội ngũ công nhân



Trong một nhà máy chế tạo động cơ của Mêhicô

sản xuất không bị giám sát, tự quyết định và báo cáo kết quả hàng giờ số lượng động cơ không bị hư hỏng. Cuối cùng nhân viên gặp gỡ thảo luận về kết quả, chất lượng, chi phí phế liệu và cách làm tốt hơn. Hiện nay tình trạng bỏ việc không lý do ít hơn 2% mỗi tháng, tốt hơn nhiều nhà máy công ty tại Hoa Kỳ.

Liên doanh hợp tác là cách tiếp cận tốt nhất cho những công ty Hoa Kỳ có ý định sản xuất chủ yếu cho thị trường Mêhicô. Chẳng hạn như Tập đoàn Alfa Industrial Group có gần phân nửa lợi tức hàng năm 2,2 tỉ đô-la với những đối tác nước ngoài như Ford, Du Pont

và Stone Container.

John Pfeffer, người đã làm việc cho công ty Caterpillar ở Mêhicô từ năm 1969 đến 1972. Ông đã quay lại với tư cách giám đốc điều hành nhà máy Conek. Như mọi người trở lại với Mêhicô, ông rất kinh ngạc về sự thay đổi diễn ra mau chóng ở đất nước này. Ông nói: "Công việc làm ăn buôn bán đã thuận lợi hết sức. Bây giờ người ta ai cũng muốn giúp anh. Trước đây thật khó mà tin được".

K A
(Theo Newsweek 6.92
và Fortune 2.92)

Chung quanh việc sử dụng bảng hiệu ngoại ngữ

Thỉnh thoảng tôi gặp một số bảng hiệu trên đường phố kẻ bằng ngoại ngữ không được chính xác ví như Barber chỉ có nghĩa là "thợ cắt tóc" chứ chưa phải "tiệm cắt tóc". Ở nơi khác một cửa hàng cắt tóc lại ghi "Baber"... như vậy đã viết sai từ. Rồi tại con đường kia chủ tiệm đề thêm từ "Shop" bên cạnh nhưng tiếc rằng lại viết là "Baker shop" có nghĩa "tiệm bán bánh mì". Thật ra, bảng hiệu phải kẻ "Barber shop", "Baber's shop" hoặc "Barber's" mới đúng. Sinh dùng ngoại ngữ nhất là ở các quán cà phê, ngày nay ra ngoài đường chỉ đi quảng ngán đã gặp những tấm bảng "Coffee" (cà phê) cho nên từ nay trở thành quen thuộc với một số người. Tôi quen một chủ quán... ông tưởng rằng chỉ cần kẻ thêm vào bảng từ "shop" bên cạnh "Coffee" (Coffee shop) là tiệm cà phê nhưng tiếc thay "coffee shop" lại hàm ý "quán ăn thường". Nực cười hơn cả, ở con đường kinh doanh đông đúc họ có tấm bảng "House letting" (khê ước cho mượn nhà) được treo bên ngoài một cao ốc. Hỏi ra mới biết gia chủ có ý "cho mượn nhà" (house to let). Trên đây tôi chỉ mạn phép được nêu ra một số dẫn chứng mà thôi. Vậy xin đề nghị:

- Bảng quảng cáo kẻ bằng ngoại ngữ chủ yếu để trưng bày ở những nơi có khách ngoại quốc thường qua lại. Bên cạnh hàng chữ nước ngoài nên ghi thêm cả tiếng Việt.
- Địa điểm nào không có khách nước ngoài vắng lại thiết nghĩ không cần trưng bảng hiệu ngoại ngữ.
- Để tránh những ngộ nhận của khách ngoại quốc, khi kẻ bảng phải kiểm soát lại từ viết nước ngoài cho thật chính xác.

QUỐC MỸ