

GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH THU HÚT FDI VÀO VIỆT NAM THEO CÁCH TIẾP CẬN MARKETING

NGUYỄN QUỐC NGHI* & NGUYỄN HỮU THUẬN**

Trong giai đoạn 2000 - 2010, khu vực đầu tư nước ngoài tăng lên đáng kể, cả về số lượng và chất lượng, thực sự trở thành một bộ phận quan trọng trong nền kinh tế VN. Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) chiếm từ 20%-30% tổng vốn đầu tư toàn xã hội. Thực tế những năm qua, công tác thu hút FDI của VN chú trọng nhiều đến số lượng dự án và vốn đăng ký đầu tư nhưng chưa thật sự đánh giá đúng tầm quan trọng của chất lượng các dự án đầu tư. Bên cạnh đó, cùng với những hạn chế trong hệ thống cơ sở hạ tầng, chính sách thu hút đầu tư chưa nhất quán, công tác xúc tiến và truyền thông kém hiệu quả đã làm cho môi trường đầu tư ở VN trở nên kém hấp dẫn các nhà đầu tư. Xuất phát từ thực tiễn, bài viết này đề xuất những giải pháp theo cách tiếp cận Marketing nhằm nâng cao khả năng thu hút FDI, góp phần đưa VN thành điểm đến hấp dẫn trong mắt các nhà đầu tư trên thế giới.

Từ khóa: Đầu tư trực tiếp nước ngoài, nhà đầu tư, tiếp cận marketing

1. Giới thiệu

Từ một nền kinh tế bao cấp, trì trệ, bị bao vây cấm vận, đời sống người dân hết sức khó khăn, đến nay, sau 20 năm đổi mới, dưới sự lãnh đạo của Đảng và Nhà nước, nền kinh tế nước ta đã có những bước tiến vững vàng, với tốc độ tăng trưởng kinh tế nhanh, cơ sở vật chất - kỹ thuật được tăng cường, đời sống của các tầng lớp nhân dân ngày càng được cải thiện. Tốc độ tăng trưởng GDP bình quân của giai đoạn 1990-2000 đạt 7,5%; năm 2000 so với năm 1990, GDP tăng hơn 2 lần và vẫn tiếp tục tăng qua các năm. Tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2001-2010 đạt 7,25%, thấp hơn so với mức 7,5% của giai đoạn trước, nhưng tốc độ tăng trưởng nhìn chung ổn định. Cơ cấu kinh tế có sự chuyển dịch đáng kể, nguồn lực phát triển trong các thành phần kinh tế đã được huy động khá hơn; nhiều lợi thế so sánh trong từng ngành, từng vùng đã được phát huy. Năng lực cạnh tranh của nền kinh tế được cải thiện. Những thành tựu trên đây đã khẳng định chủ trương đúng đắn của Đảng và Nhà nước trong việc vận dụng hiệu quả các nguồn nội lực và ngoại lực, trong đó, FDI là một nhân tố quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của VN. Vai trò của FDI đối với sự phát triển kinh tế

VN trong thời gian qua là không thể phủ nhận. Tuy nhiên, hiệu ứng lan tỏa của FDI vẫn còn thấp, đặc điểm nổi bật nhất của FDI được mô tả là “Quy mô tương đối nhỏ, chủ yếu làm phụ cho các công ty đa quốc gia ở nước ngoài, định hướng chính là xuất khẩu, lợi nhuận thấp” (Minh Anh, 2012). Chuyển sang thập niên thứ hai của thế kỷ XXI, VN cần có cách tiếp cận thích hợp hơn với FDI. Vấn đề chất lượng FDI cần được đặt lên hàng đầu và phải luôn tuân thủ quan điểm “phát triển bền vững” trong chiến lược thu hút đầu tư nước ngoài.

2. Cơ sở dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Số liệu của bài viết là những thông tin thứ cấp về vấn đề thu hút FDI và năng lực cạnh tranh của VN được tác giả thu thập từ Cục Đầu tư nước ngoài (FIA) - Bộ Kế hoạch & Đầu tư (MPI), Phòng Thương mại và Công nghiệp VN (VCCI), Ngân hàng Thế giới (WB). Sử dụng cách tiếp cận mới - tiến cận marketing trong thu hút FDI dựa trên lý thuyết của Phillips Sidel (2002) và phương pháp tham vấn chuyên gia, tác giả đề xuất một số giải pháp nâng cao khả năng thu hút FDI, góp phần đưa

*ThS., NCS Trường Đại học Cần Thơ

Email: quocnghi@ctu.edu.vn,

** Trường Đại học Cần Thơ

Email: nhthuan84@student.ctu.edu.vn

VN thành điểm đến hấp dẫn trong mắt các nhà đầu tư trên thế giới.

3. Nội dung và thảo luận

3.1. Thực trạng thu hút FDI của VN giai đoạn 2000-2011

Kể từ khi Luật đầu tư nước ngoài năm 1987 có hiệu lực, VN đã đạt được những kết quả rất quan trọng trong thu hút luồng FDI. Lũy kế từ năm 2000 đến 19/12/2010, VN đã thu hút được 10.860 dự án với tổng vốn đăng ký đạt 170.344,2 triệu USD. Trong giai đoạn 2004-2007, luồng FDI vào VN tăng mạnh và liên tục với sự xuất hiện của nhiều dự án quy mô lớn đầu tư chủ yếu trong lĩnh vực công nghiệp (sản xuất thép, điện tử, sản phẩm công nghệ cao...) và dịch vụ (cảng biển, bất động sản, công nghệ thông tin, du lịch-dịch vụ cao cấp v.v...). Kết quả trên một phần là do những nỗ lực cải thiện môi trường đầu tư thông qua việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật đầu tư nước ngoài. Ngoài ra, Chính phủ cho phép đầu tư gián tiếp vào 35 ngành, đồng thời mở cửa một số ngành do Nhà nước độc quyền nắm giữ trước đây như điện lực, bảo hiểm, ngân hàng, viễn thông cho đầu tư nước ngoài và cho phép chuyển đổi doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài sang công ty cổ phần.

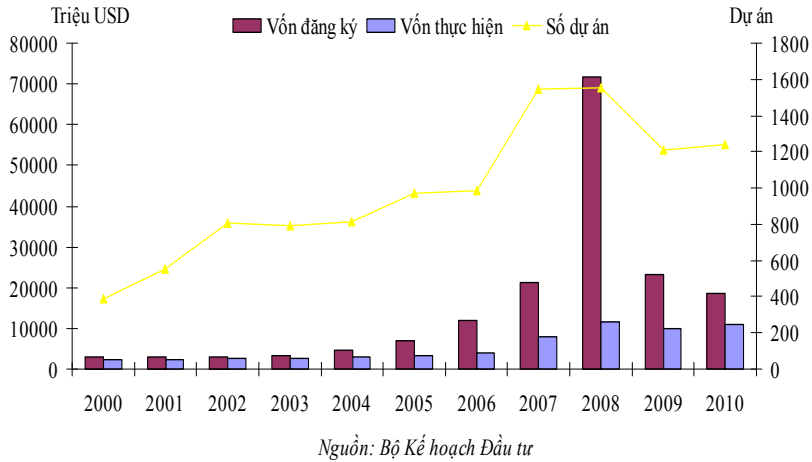
Năm 2008 được ghi nhận là năm thu hút FDI đạt mức kỷ lục với 71,7 tỉ USD, với 11 dự án có quy mô vốn đăng ký trên 1 tỉ USD, mức vốn đăng ký bình quân một dự án khoảng 46 triệu USD. Tuy nhiên, trong bối cảnh khó khăn chung của nền kinh tế toàn cầu, kinh tế VN vừa vượt qua được những khó khăn như lạm phát cao, thâm hụt thương mại lớn, thị trường chứng khoán sụt giảm mạnh, lại phải đối mặt với cơn bão khủng hoảng tài chính toàn cầu, khiến cho dòng FDI tiếp tục suy giảm đáng kể. Hệ quả tất yếu của suy thoái kinh tế toàn cầu làm các nhà đầu tư trở nên dè dặt hơn trong các quyết định đầu tư mở rộng hoạt động ra nước ngoài. Trong 2 năm 2009-2010, mặc dù có sự sụt giảm đáng kể cả về vốn đăng ký và vốn giải ngân so với năm 2008 nhưng FDI vào VN vẫn đạt kết quả khá cao so với các năm trước đó.

Theo Cục Đầu tư nước ngoài, trong 10 tháng đầu năm 2011, cả nước có 861 dự án mới được cấp giấy chứng nhận đầu tư với tổng vốn đăng ký 8,88 tỉ USD, bằng 70% so với cùng kỳ năm 2010; có 264

lượt dự án đăng ký tăng vốn đầu tư với tổng vốn đăng ký tăng thêm gần 2,4 tỉ USD, tăng 38% so với cùng kỳ năm 2010. Tính chung cả cấp mới và tăng vốn, trong 10 tháng đầu năm 2011, các nhà đầu tư nước ngoài đã đăng ký đầu tư vào VN 11,27 tỉ USD, bằng 78% so với cùng kỳ 2010. Trong đó, đã giải ngân được 9,1 tỉ USD, tăng 1% so với cùng kỳ năm 2010. Điều này cho thấy các nhà đầu tư nước ngoài tiếp tục tin tưởng vào khả năng phục hồi và tiềm năng phát triển dài hạn của nền kinh tế VN.

Bên cạnh đó, theo số liệu của Cục Đầu tư nước ngoài, tình hình xuất - nhập khẩu của khu vực doanh nghiệp FDI vẫn rất khả quan cho đến thời điểm hiện tại. Tổng kim ngạch xuất khẩu của khu vực FDI (kể cả dầu khí) trong 10 tháng năm 2011 dự kiến đạt 43,2 tỉ USD, tăng tới 38% so với cùng kỳ năm 2010; nếu không kể dầu thô thì đạt 37,08 tỉ USD, tăng 36%. Kim ngạch nhập khẩu tương ứng đạt 38,29 tỉ USD và tăng 29%. Tính chung khu vực FDI xuất siêu 4,9 tỉ USD, nếu tính cả kim ngạch xuất khẩu dầu thô. Nếu không tính dầu thô, khu vực này nhập siêu khoảng 1,2 tỉ USD.

Xét theo đối tác đầu tư: Với phương châm “Đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ hợp tác... VN muốn làm bạn với tất cả các nước trong khu vực và thế giới”, đến nay, đã có 94 nước và vùng lãnh thổ có dự án FDI tại VN, trong đó Hàn Quốc, Đài Loan, Singapore và Nhật là những nhà đầu tư lớn nhất, chiếm 58,5% tổng số dự án và 45,3% tổng vốn đăng ký. Hầu như chưa có thay đổi đáng kể về cơ cấu FDI theo đối tác và các nước châu Á vẫn là nhà đầu tư lớn nhất, chiếm 77,4% tỉ trọng số dự án và 68% tỉ trọng vốn đăng ký, trong đó khối ASEAN chiếm 26% tổng vốn đăng ký. Các nước châu Âu chiếm 22,6%, trong đó EU chiếm 10%. Các nước châu Mỹ (trừ Mỹ) chiếm 5%, riêng đầu tư từ Mỹ đã tăng đáng kể trong vài năm gần đây sau khi VN ký Hiệp định thương mại Việt - Mỹ (2001), hiện chiếm gần 5% tổng số dự án và 6,5% tổng vốn đăng ký. Hiện nay, đã có 22 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vốn đăng ký cam kết trên 1 tỉ USD tại VN, đứng đầu là Hàn Quốc vốn đăng ký 28,9 tỉ USD, thứ 2 là Đài Loan với 23,8 tỉ USD, thứ 3 là Singapore với 23,3 tỉ USD, thứ 4 là Nhật với 22,3 tỉ USD. Nhưng nếu tính về vốn thực hiện thì Nhật đứng đầu với vốn giải ngân đạt gần 5 tỉ USD, tiếp theo là Singapore đứng thứ 2



Hình 1. Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào VN (2000-2010)

đạt 3,8 tỉ USD, Hàn Quốc đứng thứ 4 với vốn giải ngân đạt 2,7 tỉ USD.

Xét theo ngành đầu tư: Các dự án FDI chủ yếu tập trung vào lĩnh vực công nghiệp, góp phần không nhỏ vào quá trình chuyển đổi cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá. Cơ cấu đầu tư FDI theo ngành tính đến tháng 10/2011 cho thấy các dự án FDI thuộc lĩnh vực công nghiệp chiếm 64,5% tổng số dự án và 56% tổng vốn đăng ký. Nông nghiệp là ngành thu hút được rất ít dự án FDI, kể cả số dự án, số vốn đăng ký và vốn thực hiện. Đáng chú ý, nếu như trong những năm 90, FDI hướng vào những ngành công nghiệp khai thác và thay thế nhập khẩu thì kể từ năm 2000 đến nay, các dự án FDI vào ngành công nghiệp chế biến và định hướng xuất khẩu đã tăng nhanh, góp phần tăng tổng kim ngạch xuất khẩu của VN trong những năm gần đây. Luồng FDI vào khu vực dịch vụ cũng gia tăng nhanh chóng, tập trung chủ yếu vào kinh doanh bất động sản, với 361 dự án tương ứng tổng số vốn 48,1 tỉ và dịch vụ lưu trú ăn uống - nhà ở, với 308 dự án tương ứng tổng số vốn là 11,7 tỉ USD (tính đến 30/06/2011). Bên cạnh đó, một số dịch vụ khác cũng tạo lực hút mạnh đối với các nhà đầu tư nước ngoài là dịch vụ thông tin - viễn thông (669 dự án), giáo dục và đào tạo (141 dự án), tài chính - ngân hàng - bảo hiểm (75 dự án) và một số dịch vụ khác. Đối với khu vực nông, lâm, thủy sản, tính đến 30/7/2011, khu vực này có 488 dự án còn hiệu lực, chiếm 3,76% tổng số dự án và 1,56% tổng vốn đăng ký (giá trị vốn đăng ký đạt 3,17 tỉ USD).

Xét theo địa bàn đầu tư: Cho đến nay, FDI đã có mặt ở 64 tỉnh, thành phố ở VN. Tuy nhiên, trong giai đoạn vừa qua cơ cấu dự án FDI theo vùng thay đổi rất chậm. Phần lớn các dự án FDI tập trung ở các đô thị lớn và các khu công nghiệp tập trung, nơi có điều kiện hạ tầng cơ sở thuận lợi, nguồn lao động dồi dào và có trình độ kỹ năng. Riêng 5 tỉnh/thành phố: Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bà Rịa - Vũng Tàu, Đồng Nai và Bình Dương trong năm 2010

đã thu hút được 54,5% tổng vốn FDI đăng ký của cả nước, 72,2% số dự án. Cho đến nay, TP.HCM là địa phương dẫn đầu về thu hút FDI của cả nước, tính đến 15/09/2011, thành phố có 4.102 dự án còn hiệu lực hoạt động, với tổng số vốn đăng ký là 31,6 tỉ USD.

Những năm gần đây, nhiều tỉnh/thành trong cả nước đã rất tích cực cải thiện môi trường đầu tư và đạt được một số thành công nhất định. Điều này được thể hiện qua sự thay đổi trong danh sách các địa phương dẫn đầu về thu hút FDI trong năm 2010, theo đó, Quảng Nam vươn lên trở thành địa phương thu hút được nhiều vốn FDI nhất với 4,2 tỉ USD vốn đăng ký mới và tăng thêm, chiếm 22,5% tổng vốn đầu tư đăng ký trong cả nước. Bên cạnh đó, Quảng Ninh và Cà Mau là các điểm sáng trong thu hút đầu tư nước ngoài năm 2010. Thực tế cho thấy, tuy Chính phủ đã có chính sách ưu đãi đặc biệt cho những vùng có điều kiện địa lý - kinh tế khó khăn nhưng việc thu hút đầu tư nước ngoài phục vụ phát triển kinh tế tại các địa bàn này còn nhiều khó khăn.

3.2. Một số hạn chế trong công tác thu hút FDI của VN

Nhìn chung, FDI ở VN đã hoàn thành những mục tiêu đề ra là thu hút được vốn, công nghệ, trình độ quản lý tiên tiến của nước ngoài và giải quyết việc làm cho một bộ phận lao động trong xã hội. Tuy nhiên, bên cạnh những thành công vẫn còn những hạn chế cần được nhìn nhận một cách đúng mức. Trong khuôn khổ bài viết, tác giả đề cập đến những

hạn chế chủ yếu trong quá trình thu hút nguồn FDI của VN.

Thứ nhất, hạn chế trong môi trường kinh doanh. Đây là một trong các yếu tố hàng đầu hấp dẫn nguồn vốn FDI vào một quốc gia. Khi một công ty chuẩn bị đầu tư ra nước ngoài, họ sẽ tìm hiểu môi trường đầu tư của cả khu vực, chứ không phải chỉ riêng một nước. Theo báo cáo đánh giá về môi trường kinh doanh 2010 của Ngân hàng Thế giới (WB) và Tổ chức Tài chính Quốc tế (IFC), VN xếp hạng thứ 90/183, thì trong năm 2011, VN đã xuống 8 bậc và đứng thứ 5 trong khối ASEAN theo thứ tự Singapore, Thái Lan, Malaysia, Brunei và VN. Trong khi Malaysia và Brunei đều có bước tiến về cải thiện môi trường kinh doanh thì VN lại là quốc gia có bước lùi lớn nhất trong khu vực. Bên cạnh đó, khi nhà đầu tư xem xét đến môi trường hoạt động, chính sách thuế quan ưu đãi cho các doanh nghiệp FDI rất được quan tâm. Hiện nay, các doanh nghiệp FDI tập trung chủ yếu vào các lĩnh vực công nghiệp nhưng theo Nghị định số 124/2008/NĐ-CP hướng dẫn thi hành Luật thuế thu nhập doanh nghiệp, trong đó khu công nghiệp, khu chế xuất không được liệt vào đối tượng được hưởng ưu đãi thuế, điều này rất có thể, các nhà đầu tư sẽ không chọn VN. Dự án đầu tư nhà máy pin năng lượng mặt trời Bosch của Đức là một ví dụ điển hình. Đối với tập đoàn này, trong những năm qua, VN đã vươn lên nhanh chóng như một trung tâm sản xuất và nghiên cứu phát triển của Bosch ở Đông Nam Á. Mới đây tập đoàn này còn quyết định tăng vốn đầu tư tại nhà máy 73 triệu USD lên 132,6 triệu USD vào năm 2015. Tuy nhiên, khi phân vân lựa chọn giữa VN và Malaysia để đầu tư, cuối cùng họ đã chọn Malaysia bởi nhiều chính sách và hỗ trợ thuận lợi hơn.

Thứ hai, việc xác định khách hàng mục tiêu chưa cụ thể, dẫn đến phương pháp thu hút nguồn FDI chưa hợp lý, vẫn còn theo quan điểm chú trọng số lượng đầu tư hơn chất lượng dự án. Quan điểm này dẫn đến hiện tượng đầu tư ồ ạt, lãng phí tài nguyên và nhân lực, không phù hợp với nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của từng địa phương dẫn đến mất cân đối trong cơ cấu ngành và vùng lãnh thổ. Thật vậy, trong giai đoạn 2007-2008, lượng vốn FDI vào VN tăng nhiều nhất từ trước đến nay. Các con số cập nhật mỗi tháng tăng cách biệt hàng tỉ USD. Đến năm

2011, hàng loạt dự án bị rút giấy phép. Điển hình như Ban quản lý các khu công nghiệp và khu chế xuất TP. Đà Nẵng (DIEPZA) đã gửi công văn chính thức lên UBND thành phố thông báo về việc rút giấy phép 17 dự án và cảnh cáo 15 dự án đang hoạt động tại 6 khu công nghiệp tập trung trên địa bàn thành phố. Và UBND TP.HCM vừa quyết định thu hồi giấy phép dự án Công viên phần mềm Thủ Thiêm với vốn đầu tư 1,2 tỉ USD, do chủ đầu tư chậm triển khai, không trả tiền thuê đất và chậm thanh toán các khoản lãi phát sinh. Thêm vào đó, do các đối tác chủ yếu của VN là các nước châu Á nên đã dẫn đến việc lệ thuộc vào tốc độ phát triển kinh tế khu vực. Trong đó, Nhật là nhà tài trợ ODA song phương lớn nhất và là nhà đầu tư FDI lớn thứ hai của VN. Do đó, sau thảm họa sóng thần xảy ra tại quốc gia này vào tháng 3/2011, nhiều doanh nghiệp lo ngại về đầu tư từ Nhật vào VN không đạt mục tiêu đề ra khi nước này phải tập trung vốn để xây dựng lại đất nước.

Thứ ba, định vị môi trường đầu tư chưa rõ ràng. Mặc dù chính phủ VN đưa ra một loạt yếu tố như là điểm hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài: ổn định chính trị; ổn định kinh tế vĩ mô; vị trí địa lý lí tưởng; nguồn nhân lực trẻ và có kỹ năng; mức lương công nhân cạnh tranh; kích cỡ thị trường triển vọng với dân số lớn và thu nhập đang tăng; hệ thống pháp lí được cải cách theo hướng hội nhập quốc tế; chi phí kinh doanh đang được giảm; thuế thu nhập doanh nghiệp thấp và miễn thuế nhập khẩu; cho phép nhiều hình thức đầu tư; xoá bỏ kiểm soát ngoại hối; đang nỗ lực thực hiện hệ thống một giá; và mở rộng ngành đầu tư cho các dự án FDI. Thế nhưng, khi được hỏi về việc chọn ra một hoặc hai yếu tố hấp dẫn chính, câu trả lời thường khác nhau giữa các cơ quan và các cá nhân. Trên lí thuyết, để thu hút FDI, Chính phủ cần thoả mãn các yêu cầu của nhà đầu tư. Tuy nhiên, việc tạo ra một môi trường kinh doanh hoàn toàn có thể thoả mãn các nhà đầu tư khác nhau là rất khó thực hiện do lợi ích mong đợi của các nhà đầu tư là khác nhau. Vì vậy, nhu cầu tất yếu đặt ra là VN cần nhanh chóng định vị môi trường đầu tư nhằm thu hút nguồn FDI chất lượng.

Thứ tư, công tác xúc tiến và truyền thông thu hút nhà đầu tư chưa có trọng điểm. Những điểm yếu trong việc thu hút FDI của VN là: thiếu một quy hoạch cho việc thu hút FDI; danh mục các dự án kêu

gọi đầu tư không phù hợp với nhu cầu và quan tâm của nhà đầu tư; các hoạt động xúc tiến ở nước ngoài kém hiệu quả; tài liệu truyền thông không đầy đủ; và không cập nhật các thông tin trực tuyến. Vì vậy, việc thiết kế các tài liệu xúc tiến đầu tư, quyết định thành phần phái đoàn xúc tiến, cần lấy việc thoả mãn lợi ích, nhu cầu của nhà đầu tư làm cơ sở.

Thứ năm, hệ thống luật pháp, chính sách đầu tư còn thiếu tính đồng bộ, không rõ ràng và hạn chế về khả năng dự báo. Công tác thẩm định dự án, quản lý giá đầu ra, đầu vào chưa tốt, ảnh hưởng tới lợi ích của doanh nghiệp cũng như của quốc gia. Do quy hoạch dự báo thiếu chính xác nên việc cấp giấy phép cho một số ngành sản xuất bị vượt quá nhu cầu (các liên doanh lắp ráp ô tô, các khách sạn), các sản phẩm phục vụ tiêu dùng khác như bia, nước giải khát có gas, xà phòng... cạnh tranh mạnh với sản phẩm của các doanh nghiệp trong nước, dẫn đến tiêu thụ giảm đi và thị trường bị co hẹp. Những yếu tố này làm tăng chi phí đầu tư và kinh doanh, dẫn đến môi trường đầu tư ở VN trở nên kém hấp dẫn hơn so với trước và so với một số nước trong khu vực, nhất là so với Trung Quốc. Thật vậy, theo báo cáo *Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh 2010* (PCI 2010) được Phòng Thương mại và Công nghiệp VN (VCCI) thực hiện, 18% trong số 1.155 doanh nghiệp FDI cho biết có thực hiện chi phí không chính thức và chi phí hoa hồng để xúc tiến các thủ tục đăng ký và cấp phép kinh doanh. Điều này lý giải cho sự chênh lệch rất lớn giữa vốn đăng ký đầu tư so với vốn giải ngân FDI vào VN.

3.3. Giải pháp thu hút FDI theo cách tiếp cận Marketing

Thông qua việc nhìn nhận, đánh giá một số hạn chế chủ yếu trong công tác thu hút FDI của VN, tác giả đề xuất giải pháp thu hút FDI theo cách tiếp cận mới - cách tiếp cận Marketing. Theo Phillips Sidel (2002), năm biến số để xây dựng và phân tích một kế hoạch Marketing bao gồm: (1) khách hàng mục tiêu (target audience); (2) sản phẩm (product); (3) định vị (positioning); (4) phạm vi phân phối (scope of distribution); và (5) phạm vi truyền thông (scope of communications). Trong trường hợp ứng dụng vào thực tế môi trường thu hút FDI của VN, năm biến số này sẽ được vận dụng như sau:

- **Khách hàng mục tiêu**: “Khách hàng mục tiêu” trong thu hút đầu tư FDI được xem là “nhà đầu tư mục tiêu”. Đó là việc phân loại và lựa chọn một nhóm nhà đầu tư có đặc điểm riêng sao cho phù hợp với những lợi ích từ môi trường đầu tư mang lại. Để lựa chọn nhóm khách hàng mục tiêu, Chính phủ VN cần căn cứ vào tình hình phát triển kinh tế - xã hội của từng địa phương, căn cứ cơ cấu kinh tế và chiến lược chuyển dịch cơ cấu kinh tế cũng như các nguồn lực của địa phương. Từ đó, xác định và tìm hiểu nhu cầu của nhà đầu tư mục tiêu để có thể thoả mãn các nhu cầu đó ở mức độ cao nhất và tốt hơn các đối thủ cạnh tranh. Các địa phương khác nhau cần khai thác các khách hàng mục tiêu khác nhau tùy thuộc vào khả năng và điều kiện của địa phương cũng như tính hấp dẫn đối với nhà đầu tư. Bài học kinh nghiệm của TP.HCM cho thấy, với vai trò là “động lực kinh tế” của các tỉnh phía Nam, TP.HCM phù hợp với các doanh nghiệp có lợi thế cạnh tranh trong các ngành viễn thông, công nghệ thông tin, thăm dò dầu khí, sản xuất điện, xây đường cao tốc, quản lý dự án môi trường, hàng không... Do đó, nhà đầu tư trong các lĩnh vực này được xem là nhà đầu tư mục tiêu. Hiện tại, khá nhiều nhà đầu tư Nhật và Singapore đang hoạt động tại TP.HCM trong các lĩnh vực mà Nhật Bản và Singapore chiếm ưu thế. Tương tự, các tỉnh miền Đông Nam Bộ có điều kiện tự nhiên, đất đai thổ nhưỡng phù hợp với việc trồng các loại cây công nghiệp như cao su, hồ tiêu... sẽ đáp ứng được nhu cầu tìm kiếm môi trường kinh doanh của các nhà đầu tư hoạt động trên lĩnh vực nông lâm nghiệp.

- **Sản phẩm**: Sản phẩm là những gì có thể làm thoả mãn khách hàng thông qua lợi ích của nó. Khi ứng dụng vào trong chính sách thu hút FDI, sản phẩm phải chăng là chính sách đầu tư, là lợi ích của chính sách hay là môi trường đầu tư. Sáng kiến chung Việt - Nhật (2003) đã đưa ra quan điểm: “Sản phẩm không phải là bản thân chính sách thu hút FDI mà là môi trường đầu tư”. Theo quan điểm của Michael Porter phân tích về vấn đề “các yếu tố quyết định lợi thế cạnh tranh quốc gia” thì các yếu tố quyết định môi trường kinh doanh của một địa phương bao gồm bốn nhân tố nội sinh sau: (i) Điều kiện về các yếu tố sản xuất: Tài nguyên nhân lực, tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên kiến thức, cơ sở hạ tầng, nguồn vốn (khả năng huy động và chi phí sử dụng

vốn); (ii) Điều kiện về nhu cầu nội địa: Đo lường nhu cầu nội tại của địa phương. Cầu về một loại hàng hóa nào đó ở địa phương lớn thì sẽ tạo ra lực hút lớn thu hút các nhà đầu tư;; (iii) Các yếu tố cạnh tranh: Các đối thủ cạnh tranh hiện có là các công ty hiện đã chiếm lĩnh một phần thị trường. Các đối thủ cạnh tranh tiềm năng là các đối thủ cũng quan tâm tới thị trường. Nếu thị trường một hàng hoá hay dịch vụ nào đó mà các doanh nghiệp hiện có đã chiếm lĩnh hầu hết thị trường và có nhiều kinh nghiệm hơn thì chủ đầu tư nước ngoài sẽ ngần ngại trong việc thực hiện đầu tư ở địa phương; và (iv) Điều kiện về những ngành liên quan bổ trợ: Các ngành có liên quan nhau là những ngành trong đó các doanh nghiệp có thể hợp tác hoặc chia sẻ các hoạt động trong dây chuyền giá trị (chuỗi giá trị) khi cạnh tranh hoặc những ngành có liên quan về sản phẩm bổ sung nhau (máy tính và phần mềm, mực và máy in). Hiện nay, các địa phương hầu như chỉ dựa vào lợi thế sẵn có để thu hút FDI. Đây chưa phải là hướng phát triển bền vững bởi lẽ những lợi thế đó sẽ thay đổi nhanh chóng theo thời gian, có thể không phù hợp với nhu cầu của nhà đầu tư hoặc bị các địa phương khác chiếm lĩnh vị trí dẫn đầu. Chính vì thế, Chính phủ nói chung, các địa phương nói riêng cần xây dựng đầy đủ các yếu tố trên để hoàn thiện môi trường đầu tư, hình thành lợi thế cạnh tranh bền vững. Chẳng hạn như một địa phương dựa trên lợi thế về tài nguyên thiên nhiên phục vụ cho khai thác khoáng sản/dầu mỏ thì theo thời gian nguồn tài nguyên này có thể cạn kiệt. Chính vì thế, mỗi địa phương cần đảm bảo đầy đủ các yếu tố cấu thành lợi thế về môi trường kinh doanh, trong đó cần nhấn mạnh đến vai trò quan trọng của việc cải cách hệ thống hành chính, phát triển công nghiệp hỗ trợ.

- *Định vị:* Một trong những vấn đề tồn tại trong công tác thu hút FDI của VN là định vị chưa rõ ràng. Trong phạm vi thu hút FDI, định vị là thiết lập một hình ảnh mà VN mong muốn xuất hiện trong đầu nhà đầu tư khi nghĩ về môi trường đầu tư của VN. Để định vị hiệu quả cần căn cứ vào các thông tin sau: (i) Nhà đầu tư mục tiêu là ai? Họ có nhu cầu gì? Điều gì hấp dẫn họ khi đánh giá một môi trường đầu tư; và (ii) Địa phương có những lợi thế và khả năng đến đâu trong việc đáp ứng nhu cầu của nhà đầu tư. Những nỗ lực cải thiện môi trường đầu tư của VN nhằm hướng đến xây dựng hình ảnh hấp dẫn với

những lợi thế cạnh tranh, trong đó kích cỡ thị trường tương lai và lao động giá rẻ là hai yếu tố hấp dẫn các nhà đầu tư khu vực châu Á. Nhưng trên thực tế, Trung Quốc chính là quốc gia có lợi thế cạnh tranh mạnh nhất ở cả 2 yếu tố trên. Vì vậy, sự khác biệt hóa trong định vị là cần thiết để đẩy mạnh hiệu quả thu hút FDI. Tác giả Mai Thế Cường (2005) đã đề xuất ba gợi ý quyết định định vị cho môi trường kinh doanh tại VN nhằm xác lập hình ảnh rõ ràng về VN trong tâm trí nhà đầu tư mục tiêu như sau: (1) VN mong muốn trở thành địa điểm đầu tư phân tán rủi ro từ Trung Quốc và các nước ASEAN khác. Trong lĩnh vực điện tử, chẳng hạn, Matsushita có thể coi VN là địa bàn phân tán rủi ro mặc dù công ty đã đầu tư một khoản lớn ở Malaysia. Canon, trên thực tế, đã lựa chọn VN là địa bàn phân tán rủi ro từ Trung Quốc; (2) VN sẽ cung cấp một lực lượng lao động khéo léo và có kỷ luật nhất trong khu vực; và (3) VN sẽ trở thành cầu nối lí tưởng giữa miền Nam Trung Quốc và ASEAN, là nơi dễ dàng tiếp cận tới cả hai thị trường này. Chẳng hạn: miền Bắc, với hệ thống đông đảo các trường đại học và viện nghiên cứu, sẽ thu hút FDI có hàm lượng R&D cao và gia nhập mạng lưới sản xuất quốc tế. Trong khi miền Nam có thể gia nhập mạng lưới sản xuất của ASEAN và Trung Quốc do những thuận lợi về vị trí địa lí cũng như do thực tế là khoảng 10% dân số TP.HCM là người Việt gốc Hoa. Đúc kết bài học kinh nghiệm trong việc định vị thu hút FDI của tập đoàn Intel (Mỹ) cho thấy, từ tháng 2 đến tháng 11/2006, tập đoàn Intel (Mỹ) đã quyết định tăng tổng vốn đầu tư vào dự án xây nhà máy lắp ráp và kiểm định chip tại VN từ 300 triệu USD lên 1 tỉ USD. Đây không những là dự án đầu tư công nghệ bán dẫn đầu tiên tại VN mà còn tạo nên nhà máy lớn nhất trong hệ thống cơ sở lắp ráp và kiểm định chip bán dẫn của Intel trên toàn cầu. Sự kiện này đánh dấu một bước thành công trong công tác định vị môi trường đầu tư của TP.HCM nói riêng và VN nói chung. Trên thực tế, ở vài khía cạnh thì VN kém cạnh tranh hơn một số quốc gia khác. Chẳng hạn ở những nước mà Intel đã có nhà máy, họ hoàn toàn có thể mở rộng sản xuất để tiết kiệm chi phí đầu tư hạ tầng; hoặc về thị trường, thì VN thua kém những quốc gia có dân số đông như Ấn Độ và Trung Quốc. Thế nhưng, Intel đã nhận ra những thế mạnh khác của VN nói chung và TP.HCM nói riêng, đó là VN đang nằm trong khu

vực kinh tế năng động nhất của thế giới, có tốc độ tăng trưởng cao liên tục trong nhiều năm, ổn định về chính trị, kinh tế và xã hội. Vì thế mà họ đã quyết định chọn khu công nghệ cao TP.HCM - nơi có khả năng thỏa mãn tốt các nhu cầu của họ để đầu tư. Bên cạnh đó, việc định vị cho một thị trường có nguồn lao động chất lượng cao cũng đã được tính đến. Lực lượng lao động tại chỗ được đào tạo theo đơn đặt hàng của doanh nghiệp, cùng với lực lượng Việt Kiều đang hoạt động trong lĩnh vực công nghệ cao luôn sẵn sàng trở về nước đã tạo ra một môi trường đầu tư đầy ấn tượng với các nhà đầu tư Mỹ.

- *Phạm vi phân phối*: Nếu trong lý thuyết Marketing, phạm vi phân phối là quy trình và địa điểm mà khách hàng có thể mua sản phẩm cùng với các dịch vụ sau bán hàng, thì khi nhìn nhận dưới góc độ thu hút FDI, phạm vi phân phối là quy trình và địa điểm mà nhà đầu tư có thể đăng kí và triển khai hoạt động đầu tư ở VN và dịch vụ sau đăng kí đầu tư. Yếu tố dịch vụ sau đầu tư tốt sẽ tạo ra cho nhà đầu tư những thuận lợi trong quá trình thực hiện hay vận hành dự án đầu tư. Các dịch vụ sau mua hàng mà các nhà đầu tư quan tâm là các hỗ trợ: giải phóng mặt bằng, chính sách thuế, thủ tục báo cáo, thủ tục hải quan. Mặc dù VN đã có những cải thiện đáng kể trong công tác tuyên truyền đầu tư cũng như đơn giản hóa thủ tục cấp giấy phép song các nhà đầu tư hiện có mặt tại VN cho rằng, chính sách của Chính phủ vẫn còn thiếu ổn định và không rõ ràng. Khi nhu cầu của nhà đầu tư được thỏa mãn thì họ có nhiều khả năng sẽ mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh tại VN và mời gọi các nhà đầu tư khác tới VN. Như vậy, một khung chính sách thống nhất và đồng bộ từ quy hoạch tổng thể tới quy hoạch phát triển ngành và quy hoạch phát triển địa phương cùng các kế hoạch hỗ trợ là các yếu tố mà nhà đầu tư rất quan tâm. Một khi nhu cầu của các nhà đầu tư được thỏa mãn thì việc mở rộng hoạt động đầu tư và mời gọi

các nhà đầu tư khác vào VN là rất khả quan.

- *Phạm vi truyền thông*: Là cách thức và địa điểm mà thông điệp định vị được gửi tới nhà đầu tư mục tiêu. Sau khi xác định khách hàng mục tiêu, Chính phủ VN cần xây dựng một chương trình truyền thông phù hợp nhằm truyền tải thông điệp định vị tới nhà đầu tư mục tiêu. Cần nghiên cứu, vận dụng ba kỹ thuật xúc tiến đầu tư sau: kỹ thuật xây dựng hình ảnh, kỹ thuật tạo nguồn cho đầu tư, kỹ thuật dịch vụ đầu tư; theo mức độ tăng tiến dần của Wells & Wint (1991). Các kỹ thuật này có thể sử dụng độc lập hoặc phối hợp nhau trong các chương trình truyền thông. Để làm được điều đó, cần phải hiểu rõ nhà đầu tư mục tiêu, biết được nhu cầu và mong muốn của họ, biết họ muốn nghe thông tin gì trong quá trình truyền thông. Từ đó, cung cấp các thông tin hữu ích và tin cậy, trong đó phản ánh đầy đủ chính sách thu hút FDI của VN chứ không phải lúc nào cũng cung cấp những thông tin mang tính chung chung. Ví dụ như, trong lĩnh vực sản xuất và phân phối máy tính cá nhân (PC) và máy tính xách tay (Laptop), VN có lợi thế về kết cấu dân số trẻ, nhu cầu tiếp cận thông tin, tri thức mới của học sinh/sinh viên là rất lớn. Khả năng phân phối của các nhà phân phối nội địa khá tốt lại chưa có quá nhiều đối thủ cạnh tranh, cùng với chính sách thuế có nhiều ưu đãi cho lĩnh vực này sẽ mang lại nhiều lợi ích cho các nhà đầu tư nước ngoài. Trong trường hợp này, việc tiếp cận được các nhà đầu tư lớn có thể trở thành “công cụ truyền thông” để kích thích các ngành có liên quan phát triển. Chẳng hạn, cùng với việc Intel đầu tư vào TP.HCM thì Nidec - tập đoàn lớn của Nhật trong lĩnh vực đầu tư vi điện tử - công nghệ thông tin - viễn thông cũng đã quyết định tăng vốn đầu tư từ 500 triệu USD lên 1 tỉ USD vào khu công nghệ cao TP.HCM trong 5 năm tới. Số tiền trên bằng khoảng 2/5 tổng số vốn mà Nidec đầu tư vào các nước từ năm 2006 đến 2010■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Mai Thế Cường (2005), *Cách tiếp cận Marketing trong thu hút FDI*, Diễn đàn phát triển VN (VDF).
- Nguyễn Thị Tuệ Anh (2006), *Tác động của đầu tư trực tiếp nước ngoài tới tăng trưởng kinh tế ở VN (CIEM)*.
- Nguyễn Quốc Nghi & Hoàng Thị Hồng Lộc (2011), “Hợp tác phát triển bền vững kinh tế VN – Lào: Nhìn từ góc độ đầu tư FDI của VN”, Tạp chí *Những vấn đề kinh tế chính trị thế giới*, số 8(184).
- Phùng Xuân Nhạ (2008), *Nhìn lại vai trò của đầu tư trực tiếp nước ngoài trong bối cảnh phát triển mới của VN*, Trường Đại học Kinh tế, ĐHQG Hà Nội.
- Sidel, Philips (2002), *Marketing Policy*, Lecture notes prepared for an MBA course at the International University of Japan, Niigata.