

Theo yêu cầu của



MPI - ILPD

Promotion of Investment and Economic Cooperation (KMB II) Project

Các yếu tố đầu vào và cơ sở chiến lược nhằm thúc đẩy đầu tư trực tiếp của CHLB Đức tại Việt nam

TÓM TẮT

Báo cáo được lập bởi

Axel Mierke

Chuyên gia thẩm định tự do, Cử nhân kinh tế quốc dân

Haslacher Strasse 74

70115 Freiburg

Tel: ++49 177 4765887

Fax: ++49 89 1488205701

E-Mail: Axel@Mierke.de

Tháng 11.2003

Những quan điểm được trình bày trong nghiên cứu này là ý kiến của chuyên gia thẩm định và không thể hiện ý kiến của GTZ hoặc MPI.

Tóm tắt

Bối cảnh chung

Để đạt được những mục tiêu phát triển đang theo đuổi của các nhà lãnh đạo Việt nam, một trong những yêu cầu cần thiết là tăng nguồn FDI vào Việt nam – Chính phủ dự kiến FDI hàng năm khoảng 1 - 2 tỷ USD. Đầu tư trực tiếp của Đức tại Việt nam hiện còn tương đối nhỏ. Để hỗ trợ các đơn vị Việt nam trong việc thuyết phục các nhà đầu tư Đức tăng cường hoạt động tại Việt nam và để tạo ra những yếu tố thúc đẩy chiến lược xúc tiến FDI, nghiên cứu này đã khảo sát các điểm sau đây:

- Hiện trạng và phát triển đầu tư trực tiếp của Đức trên toàn thế giới.
- Xu hướng được mong đợi của đầu tư trực tiếp Đức.
- Hiện trạng và phát triển đầu tư trực tiếp của Đức tại Việt nam
- Sự hài lòng và những kinh nghiệm của các nhà đầu tư Đức tại Việt nam.
- Mối quan tâm của các công ty Đức tới Việt nam.
- Tình hình thiết chế hỗ trợ đầu tư tại Việt nam với tiêu điểm là đầu tư của Đức cũng như các đơn vị, tổ chức liên quan tại Đức
- Các công cụ thúc đẩy FDI
- Khuyến nghị về chiến lược nhằm thúc đẩy FDI của Đức

Kết quả nghiên cứu dựa trên việc thu thập ý kiến của các nhà đầu tư Đức tại Việt nam cũng như các nhà quản lý tại Đức quan tâm đến thị trường châu Á, nhiều buổi trao đổi với các hạt nhân và trung gian quan trọng nhất cũng như tham gia vào các chương trình xúc tiến đầu tư khác nhau.

Đầu tư trực tiếp của Đức tại Việt nam – một cái nhìn tổng thể

Đầu tư trực tiếp của Đức vào Việt nam con tương đối nhỏ

Hiện tại có khoảng 30 nhà đầu tư trực tiếp của Đức (theo con số thống kê) hoạt động tại Việt nam (khoảng hơn một nửa trong số đó là công ty con 100% vốn nước ngoài, số còn lại là công ty liên doanh) với tổng vốn đầu tư khoảng 70 - 118 triệu USD và khoảng 3.000 - 4.000 lao động. Ngoài ra hàng loạt các doanh nghiệp Đức (khoảng 85) đã mở văn phòng đại diện tại Việt nam. Tuy vậy Đức chỉ đứng thứ 20 trong số các quốc gia có FDI tại Việt nam. Thời kỳ cao điểm của nguồn FDI từ Đức diễn ra giữa thập kỷ 90 và giảm sút mạnh vào năm 1997, trước cả khi cuộc khủng hoảng kinh tế châu Á bùng phát. Kể từ năm 2001 bắt đầu ghi nhận được một xu hướng phát triển nhẹ theo hướng tích cực. Việc phân bổ đầu tư theo khu vực tập trung chủ yếu vào Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận là Đồng nai, Bình dương cũng như thủ đô Hà nội. Trong đó nổi bật rằng tuyệt đại đa số các công ty con 100% vốn nước ngoài hoạt động tại phía Nam. Nó thể hiện ý nghĩa to lớn của *Local Good Governance* đã được xác nhận thông qua những cuộc phỏng vấn các doanh nghiệp (Đức). Các doanh nghiệp này đều thừa nhận tinh thần hợp tác và năng lực của các tỉnh thành kể trên tại phía Nam và coi đó là yếu tố quan trọng trong việc lựa chọn địa điểm đầu tư. Cho tới nay động lực quan trọng nhất khiến các doanh nhân Đức đầu tư vào Việt nam là khả năng khai thác những thị trường mới trong khi chỉ có ít nhà đầu tư lựa chọn địa điểm đầu tư để giảm chi phí. Chỉ trong lĩnh vực may mặc và sản xuất giày dép có sự tập trung nhỏ các doanh nghiệp sản xuất cho xuất khẩu của Đức.

Các nhà đầu tư Đức hài lòng tại Việt nam

Những cuộc phỏng vấn các nhà đầu tư và trung gian Đức tại Việt nam cho thấy một bức tranh hết sức tích cực về các điều kiện đầu tư đối với các nhà đầu tư Đức tại Việt nam. Môi trường đầu tư được đánh giá từ tốt tới chấp nhận được cùng với một xu hướng cải thiện rõ rệt. Không khí tích cực này cũng thể hiện qua việc 80 % các doanh nghiệp được hỏi khẳng định vẫn lại đầu tư vào Việt nam và 70% dự kiến mở rộng hoạt động tại Việt nam. Qua các cuộc phỏng vấn đã xác định được thế mạnh lớn nhất của Việt nam trong

thu hút đầu tư là sức lao động. Bên cạnh chi phí lương thấp, hầu hết các nhà quản lý đều nhấn mạnh tới chất lượng lao động rất cao và trước hết đều khen ngợi ý thức lao động cao, trung thành, nắm bắt nhanh và cẩn thận. Tất cả các yếu tố này tạo ra chất lượng sản phẩm cao và tỷ lệ hàng phế phẩm thấp. Cùng với chi phí lương thấp chúng đã tạo ra năng suất lao động cao và giá thành sản phẩm thấp. Điều thú vị là yếu tố sức lao động cũng được đề cập bởi các nhà quản lý đã nắm được tình hình tại nhiều quốc gia khác từ kinh nghiệm bản thân. Một điểm tích cực nữa đối với FDI là tình hình chính trị rất ổn định và tình hình an ninh rất tốt. Ngoài ra thị trường nội địa cũng phát triển đầy hứa hẹn. Thị trường hàng tiêu dùng tăng trưởng rất nhanh thông qua sự hình thành mạnh mẽ một tầng lớp trung lưu, điều này đã dẫn tới kích cầu đối với những sản phẩm có tên tuổi. Các sản phẩm của Đức do đồng thời khá nổi tiếng và được ưa thích đã trở nên hấp dẫn. Nền kinh tế tư nhân trong nước cũng phát triển mạnh mẽ và có nhu cầu ngày càng nhiều về trang thiết bị cũng như công nghệ. Đầu tư của nhà nước vào hạ tầng cơ sở phát triển tích cực và Việt nam có vị thế thuận lợi về chiến lược trong khối ASEAN cũng như AFTA. Khi phân tích những yếu tố quan trọng nhất đối với quyết định đầu tư của các doanh nghiệp, tình hình Việt nam được đánh giá tại 5 trong tổng số 10 yếu tố là tích cực/rất tích cực. Trong số 5 yếu tố còn lại phần nào vẫn còn nhu cầu phải cải thiện rõ rệt nhưng không yếu tố nào tỏ ra có thể là một nguyên nhân để không đầu tư vào Việt nam.

Nhu cầu hành động từ góc độ của các nhà đầu tư Đức

Mặc dù các nhà đầu tư Đức rất hài lòng nhưng vẫn còn nhu cầu hành động nhằm cải thiện môi trường đầu tư. Những điểm quan trọng nhất được đề cập là: xoá bỏ tệ quan liêu, các quy định thiếu minh bạch cũng như tham nhũng. Việc giảm chi phí viễn thông, cải cách thuế, nhất là giảm thuế thu nhập đối với những lao động Việt nam thuộc nhóm lương cao và cải thiện hạ tầng cơ sở trong nước cũng được yêu cầu.

Đầu tư trực tiếp của Đức trên thế giới – tình hình hiện tại và xu hướng dự kiến

Đầu tư trực tiếp của Đức trên thế giới

Tổng vốn đầu tư trực tiếp của Đức trên thế giới vào khoảng 700 tỷ Euro với gần 30.000 doanh nghiệp và hơn 4 triệu lao động. Giữa những năm 1997 và 2001 đã diễn ra sự phát triển mạnh mẽ trong việc đầu tư tài sản tại nước ngoài của các doanh nghiệp Đức và đã có sự chuyển đổi từ thương mại và gia công may mặc sang các công ty góp vốn cũng như những định chế tài chính khác. Cao điểm của FDI Đức là vào năm 1999 và từ đó suy giảm mạnh, điều này cũng phù hợp với xu hướng trên toàn thế giới. Những quốc gia được coi là mục tiêu quan trọng nhất đối với các nhà đầu tư Đức trước sau vẫn thuộc khối EU và Bắc Mỹ, tiếp theo là Đông Âu và Châu Á. Trong phạm vi Châu Á, các doanh nghiệp Đức đầu tư trực tiếp ở mức tổng cộng 38 tỷ Euro, trong đó 9 tỷ Euro tại Nhật và 6,8 tỷ Euro tại Trung quốc, trong khi Việt nam với khoảng 70 - 118 triệu Euro chiếm chưa tới 1% FDI của Đức tại Châu Á. Trong một đánh giá các dòng FDI hàng năm của Đức điểm nổi bật trước nhất là sự biến động của các dòng đầu tư sang Châu Á. Sự phát triển của những dòng đầu tư cũng đã xác nhận tầm quan trọng của ổn định chính trị tại một quốc gia trong việc thu hút các nhà đầu tư Đức.

Đối thủ cạnh tranh Trung quốc

Trong một đánh giá FDI của Đức vào Trung quốc, đối thủ cạnh tranh được coi là lớn nhất của Việt nam trong lĩnh vực FDI, đã xác định được rằng khoảng một nửa số vốn đầu tư hàng năm của Đức, từ 1995 tới 2002 trong khoảng 322 và 822 triệu Euro, tập trung vào lĩnh vực gia công, bên cạnh đó khu vực dịch vụ cũng ngày càng trở nên quan trọng hơn. Trong những cuộc phỏng vấn các nhà quản lý Đức các ưu điểm được nhận thấy của Trung quốc trước hết nhờ sản xuất hàng loạt với chi phí hợp lý, cung ứng tốt hơn và một thị trường nội địa lớn hơn hẳn. Những yếu tố ủng hộ cho Việt nam được nêu khi tìm hiểu là chất lượng lao động cao hơn, cởi mở hơn với người Đức, chất

lượng sống cao hơn đối với người nước ngoài, vị thế chiến lược trong ASEAN/AFTA cũng như sự đa dạng hoá rủi ro.

Những xu hướng được mong đợi của các nhà đầu tư Đức ở nước ngoài

Một cuộc thăm dò ý kiến của Phòng thương mại và công nghiệp Đức (DIHK) cho thấy rằng trong những năm tới dự kiến FDI từ Đức có thể sẽ tăng trưởng mạnh – 38 % các doanh nghiệp công nghiệp Đức đã hoạch định kế hoạch đầu tư ra nước ngoài trong vòng 3 năm tới. Trong đó các xu hướng sau đặc biệt đáng lưu ý:

- Mọi quan tâm tới thị trường Châu Á tăng
- Chuyển các hoạt động cần nhiều vốn và trí thức ra nước ngoài
- Xu hướng FDI lớn nhất trong các lĩnh vực quần áo, sản xuất các thiết bị điện tử, lắp ráp ô tô, kỹ thuật điện và dệt
- Các doanh nghiệp quy mô vừa quan tâm tới FDI hơn
- Có sự chênh lệch rõ ràng giữa Nam - Bắc và Tây – Đông của các doanh nghiệp Đức trong khuynh hướng FDI
- Tại một số địa bàn của IHK đã có báo cáo về mối quan tâm rất lớn tới Châu Á, trong đó có sự chênh lệch Tây – Đông rõ rệt. Các doanh nghiệp phía Đông tỏ ra ít quan tâm tới Châu Á.
- Động cơ giảm chi phí thông qua FDI chiếm ưu thế hơn khi so sánh với khai thác thị trường mới.

Các yếu tố đầu vào và những khuyến nghị về chiến lược cho việc hỗ trợ FDI từ Đức

Mối quan tâm tới Việt nam của các nhà đầu tư Đức

Sau khi đầu tư của Đức vào Châu Á sụt giảm mạnh giữa thập kỷ 90 và các dòng FDI giảm do suy thoái kinh tế và suy thoái thị trường chứng khoán, mối quan tâm tới thị trường Việt nam trong những năm qua xuống tới mức tối thiểu. Cho tới nay đã có ngày càng nhiều các doanh nghiệp quan tâm tới đề tài FDI tại các thị trường Châu Á, trước hết là tại Trung quốc. Nhu cầu thông tin về Việt nam hiện cũng đã tăng trở lại mặc dù vẫn còn ở mức hạn chế.

Tại Đức, Việt nam hầu như không được biết tới trong vai trò một địa điểm đầu tư

Mặc dù các điều kiện đầu tư tại Việt nam rất thuận lợi, dòng FDI từ Đức vẫn còn thấp. Điều này bắt nguồn từ lý do tại Đức, Việt nam hầu như không được biết tới trong vai trò một địa điểm đầu tư và đất nước này vẫn còn mang một hình ảnh khá xa lạ. Ngoài ra mối quan tâm to lớn tới Trung quốc đã che phủ các thị trường châu Á khác. Trở ngại tiếp theo là điều kiện thông tin tại Đức còn thiếu thốn. Nhiều doanh nghiệp lo ngại (trước hết các doanh nghiệp quy mô vừa) khi đặt chân sang một đất nước có vẻ xa xôi cả về địa lý lẫn văn hoá cũng như thiếu các Know-how để có thể vượt qua bước đầu tiên này; trong đó việc tìm đối tác tại Việt nam là trở ngại lớn nhất. Nhiều doanh nghiệp được hỏi cũng phàn nàn về việc khó tiếp cận với những thông tin về điều kiện đầu tư tại Việt nam.

Cải thiện xúc tiến FDI đầy ý nghĩa và nhiều hứa hẹn

Có thể tóm tắt rằng các điều kiện đầu tư đối với FDI tại Việt nam hiện nay được coi là tốt. Đồng thời xu hướng đầu tư sang Châu Á đang tăng tại Đức. Tuy nhiên do Việt nam hầu như không được các nhà quản lý Đức biết tới trong vai trò một địa điểm đầu tư nên vẫn còn ít đầu tư từ Đức sang Việt nam. Bởi vậy việc cải thiện và thúc đẩy xúc tiến FDI cho Việt nam là đầy ý nghĩa và nhiều hứa hẹn.

Thiếu chăm sóc toàn diện cho các nhà đầu tư Đức khi thâm nhập thị trường

Tại Đức có nhiều cơ quan, đơn vị hoạt động trong lĩnh vực liên quan tới đề tài FDI vào Việt nam và phần nào có thông tin, tổ chức các buổi giới thiệu về đề tài này. Tuy nhiên trong những năm gần đây chỉ có rất ít hoạt động liên quan tới Việt nam và cũng có khá ít nhu cầu về thông tin. Ngay tại Việt nam cũng có nhiều đơn vị cung cấp những hoạt động hỗ trợ các doanh nghiệp Đức kinh doanh tại Việt nam, mặc dù vậy cả ở phía Đức lẫn phía Việt nam vẫn thiếu một đối tác chăm sóc toàn diện cho những doanh nhân quan tâm tới thị trường Việt nam, đó chính là điều khiến cho các KMU e ngại. Một điểm cần

phê phán là những câu hỏi từ Đức đã bị nhiều cơ quan không trả lời hoặc các câu trả lời có chất lượng rất kém.

Cần xúc tiến FDI ở nhiều cấp

Hiện tồn tại sự phân công công việc giữa các cơ quan khác nhau. Tiêu điểm hiện nay của các cơ quan hữu quan Việt nam là tìm cách tiếp thị Việt nam trong vai trò địa điểm đầu tư, trong khi đó những cơ quan phía Đức tìm cách hỗ trợ các doanh nhân Đức lựa chọn địa điểm đầu tư phù hợp, có thể là Việt nam và giúp đỡ những doanh nhân này khi triển khai dự án của mình ở đó. Ở phía Việt nam Bộ Kế hoạch và Đầu tư (MPI) chịu trách nhiệm về xúc tiến FDI và hiện đang xây dựng một chiến lược xúc tiến FDI. Để tiếp thị địa điểm đầu tư Việt nam tốt hơn cần có những hoạt động ở nhiều cấp:

	Các hoạt động khả thi
Đánh thức mối quan tâm tới Việt nam / Cải thiện hình ảnh	<ul style="list-style-type: none"> Chiến dịch quảng cáo Cải thiện thông tin của các nhà trung gian tại Đức Hoạt động báo chí, tham quan cho báo chí Mở đại diện tại Đức Roadshows Xây dựng một mạng lưới liên kết cho hoạt động giao tế tại Đức Soạn thảo và giới thiệu những ưu điểm của Việt nam Tiếp tục cải thiện môi trường đầu tư
Cung cấp thông tin	<ul style="list-style-type: none"> Tập hợp và phân phát các thông tin cần thiết Cải thiện các trang Web sẵn có Công bố các nghiên cứu thị trường Cung cấp thông tin về những ưu điểm của Việt nam cho các nhà trung gian Đức Tổ chức tham quan khảo sát cho các doanh nghiệp Tổ chức các buổi giới thiệu thông tin Xây dựng các điểm cung cấp thông tin tại Đức Hợp tác với các hiệp hội ngành nghề Đức và các doanh nghiệp Đức đã đứng chân tại Việt nam Chuyên nghiệp hoá phương thức xử lý câu hỏi tại tất cả các cơ quan hữu quan Đào tạo cán bộ làm việc trong lĩnh vực xúc tiến đầu tư
Cơ sở tiền đề khu vực	<ul style="list-style-type: none"> Xác định các lĩnh vực hứa hẹn sẽ thành công Lập các nghiên cứu khu vực Tích cực cải thiện hơn nữa tình hình đầu tư trong những lĩnh vực này (Action Plan) Hợp tác với các hiệp hội ngành nghề tại Đức và Việt nam
Hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc chuẩn bị và tiến hành đầu tư	<ul style="list-style-type: none"> Cung cấp các thông tin về từng bước để khai thác thị trường Hỗ trợ trong việc tìm đối tác Hỗ trợ trong việc tìm địa điểm đầu tư Hỗ trợ trong việc đăng ký và xin giấy phép Tư vấn khi lập hợp đồng Chức năng Lobby với các cơ quan nhà nước

Hỗ trợ các nhà đầu tư Đức

Phần lớn các hoạt động kể trên chắc chắn phải do phía Việt nam thực hiện và trong nhiều trường hợp cần có sự hợp tác của những cơ quan Đức khác nhau với vai trò hạt nhân. Về phía Đức nên mở rộng dịch vụ cung cấp thông tin cho những doanh nghiệp quan tâm và hỗ trợ những doanh nghiệp này thâm nhập thị trường. Trước hết, các doanh nghiệp quy mô vừa thường dễ gặp những khó khăn khi thâm nhập thị trường và có nhu cầu được hỗ trợ toàn diện. Sẽ rất có ý nghĩa nếu các cơ quan hữu quan cũng nhau xây dựng được một chiến lược có thể tiếp tục cải thiện việc hỗ trợ các doanh nghiệp

Các yếu tố đầu vào và cơ sở chiến lược nhằm thúc đẩy đầu tư trực tiếp của CHLB Đức tại Việt nam

Đức tại Việt nam như thế nào. Ví dụ có thể thiết lập một *German Centres* hoặc biến đổi đề án hoặc thành một *virtuelles German Centre* tập trung vào những dịch vụ đặc biệt mà thị trường không cung cấp hoặc thành một *European Centres* hợp tác với các cơ quan, tổ chức Châu Âu khác,

Axel Mierke

Chuyên gia thăm định tự do, cử nhân kinh tế quốc dân

E-Mail: Axel@Mierke.de

Tháng 11.2003