

25 công ty xuyên quốc gia hàng đầu của các nền kinh tế chuyển đổi

Tuần báo doanh nghiệp Mỹ Business Week vừa công bố danh sách 25 công ty xuyên quốc gia (TNC) hàng đầu của các nền kinh tế chuyển đổi theo hướng thị trường, trong đó nhiều nhất là của Trung Quốc - 8 TNC, rồi đến Ấn Độ, Braxin - 4 TNC, Nga - 3 TNC, Mêxicô- 2 TNC, Ai Cập, Thổ Nhĩ Kỳ mỗi nước có 1 TNC.

Các chuyên gia Business Week cho rằng, nếu trước đây TNC của các nước phát triển xâm nhập vào thị trường thế giới bị cạnh tranh ở nước ngoài nhiều hơn ở nước mình vì được nhà nước bảo hộ mậu dịch, thì ngày nay, ngược lại, các TNC của các nền kinh tế chuyển đổi bị cạnh tranh mạnh ở cả sân chơi nội địa và ở nước ngoài theo đà hội nhập kinh tế khu vực và toàn cầu hóa, vì càng hội nhập kinh tế sâu rộng, thì càng phải gỡ bỏ các rào cản để hàng hóa nước ngoài được tự do du nhập vào các nền kinh tế hội nhập, đáp ứng yêu cầu của WTO để nhân dân các nước đều được hưởng, cập nhật những thành tựu tiến bộ khoa học kỹ thuật, góp phần thúc đẩy nghiên cứu khoa học, đổi mới công nghệ, nâng cao cuộc sống vật chất và tinh thần.

Do vậy, muốn cạnh tranh và chiếm lĩnh được các thị trường, thì sản phẩm của các TNC vừa phải có chất lượng cao, vừa phải có giá cả thấp hơn giá cả sản phẩm cùng loại của các TNC ở các nền kinh tế phát triển. Muốn vậy, các TNC của các nền kinh tế chuyển đổi phải cải tiến, hợp lý hóa các khâu sản xuất, tinh giản bộ máy quản lý kinh doanh, luôn hoàn thiện và đổi mới công nghệ để giá thành và giá cả thấp hơn, chất lượng sản phẩm của mình tương đương hoặc tốt hơn sản phẩm cùng loại của các nước khác.

Trong lĩnh vực công nghệ và dịch vụ giao tiếp viễn thông, hiện nay nhiều TNC của Braxin, Ấn Độ và khu vực Bắc Phi đã chiếm

lĩnh thị trường thế giới, vì mỗi phút dịch vụ thông tin ở đây, khách hàng chỉ phải trả vài xu, rẻ hơn nhiều so với giá dịch vụ liên lạc của các TNC ở các nền kinh tế phát triển cung cấp cho khách hàng, nhưng vẫn có lợi nhuận cao (ví dụ, năm 2006 hãng Orascom của Ai Cập tăng được lợi nhuận là 69%). Nhờ vậy, nhiều TNC của các nền kinh tế chuyển đổi đang mở rộng quy mô hoạt động ở nước ngoài, như hãng Lenovo Group của Trung Quốc, chuyên sản xuất máy tính cá nhân, năm qua đã mua bản quyền sản xuất máy tính xách tay của hãng IBM hết 11 tỷ USD, còn hãng SAB- Millez PLC của Nam Phi - chuyên sản xuất nước giải khát - đã trở thành nhà cung cấp nước giải khát hàng đầu trên thị trường Châu Mỹ, thay cho hãng Anheuser-Busch Cos trước đây đứng đầu ở xứ sở này. Business Week cho biết đây chỉ là bước đầu "dạo nhạc" cho quá trình mở rộng sản xuất kinh doanh ở nước ngoài của 2 hãng này. America Movil của Mêxicô, hiện có trên 100 triệu khách hàng thuê bao điện thoại ở các nước Mỹ Latinh, được Business Week xếp vào hàng những công ty lớn trên thế giới, cứ đà phát triển như hiện nay, thì chẳng bao lâu nữa có thể sẽ trở thành hãng cung cấp dịch vụ điện thoại hàng đầu khu vực Mỹ Latinh.

Bấy lâu nay, các nhà sản xuất thiết bị thông tin Phương Tây vẫn coi hãng Huawei Technologies của Trung Quốc là người chỉ biết thực hiện các dự án do người Phương Tây đặt làm, thì nay hãng này của Trung Quốc đã sản xuất được các chương trình phần mềm, đã nhận đơn đặt làm phần mềm của nhiều khách hàng với số tiền là 8 tỷ USD, trong đó, có đơn đặt hàng của hãng British Telecommunication PLC để hãng này cung cấp phần mềm cho mạng lưới của mình.

Lợi thế chính của các TNC này là tiếp cận được thị trường các nước đang phát triển năng động, giá thành vật tư ở đây thấp (kể cả tiền công lao động, giá thuê, mua đất và tài nguyên thấp). Hơn nữa, hoạt động đổi mới của các nước này phát triển tốt. Các nước ở đây sử dụng rộng rãi công nghệ hiện đại của nước ngoài, cung cấp cho đông đảo khách hàng những sản phẩm mới, nhanh và rẻ hơn so với các nhà cạnh tranh của các nền kinh tế phát triển.

Phát triển nhanh toàn cầu hóa và sử dụng rộng rãi mạng internet là động cơ khuyến khích các TNC của các nền kinh tế chuyển đổi đa dạng hóa hoạt động của mình, cho phép các TNC của các nền kinh tế chuyển đổi sử dụng được các nguồn lực thông tin hiện đại của Phương Tây.

Đã nhiều năm, các công ty Mỹ phải đối đầu cạnh tranh với các công ty nước ngoài ngay trên thị trường Mỹ. Ví dụ, nếu trong thập niên 60-70 của thế kỷ XX, các công ty Mỹ phải cạnh tranh với các công ty Tây Âu ngay trên sân nhà (như Unilever và Siemens), thì ở thập niên 90 phải đối đầu cạnh tranh với các công ty Châu Á (như Sony, Toyota (Nhật Bản); Hyundai, Samsung (Hàn Quốc) và các tập đoàn đầu tư Đài Loan) cũng ngay trên thị trường Mỹ, các chuyên gia Business Week cho rằng, đây là cơ hội tốt để các công ty Mỹ học tập kinh nghiệm nước ngoài về cách tổ chức, quản lý sản xuất kinh doanh, mẫu mã và nâng cao chất lượng, hạ giá thành sản phẩm để nâng cao khả năng cạnh tranh cho sản phẩm Mỹ trên mọi thị trường trong nước và nước ngoài.

Tuy nhiên, các chuyên gia Business Week cũng nhận thấy rằng, các TNC mới xuất hiện và cạnh tranh với Mỹ ngay trên thị trường Mỹ lại là các TNC của các nền kinh tế chuyển đổi ở các nước thuộc các khu vực khác nhau, có chiến lược cạnh tranh khác nhau trên thị trường thế giới nói chung và trên thị trường Mỹ nói riêng. Các nước xuất xứ (quê hương) của các TNC này là những nước đang phát triển khá nhanh, nhưng vẫn

còn là những quốc gia thuộc loại nghèo, thu nhập bình quân trên đầu người thấp, đặc biệt là chênh lệch thu nhập giàu nghèo ở các quốc gia này lớn hơn nhiều so với chênh lệch thu nhập giàu nghèo ở các nước phát triển. Ví dụ, năm 2003, nếu chênh lệch thu nhập giữa 10% dân số giàu nhất và 10% dân số nghèo nhất ở Mỹ là 15,7 lần (78.170 USD/4967 USD); ở Nhật Bản là 4,5 lần (34.223 USD/7.507 USD), thì chênh lệch này ở Braxin là 93,4 lần (21.038 USD/225 USD) và ở Trung Quốc là 18,4 lần (7.330 USD/399 USD).

Nhưng các TNC ở các nền kinh tế chuyển đổi lợi dụng nhân công rẻ, lại biết hợp lý hóa sản xuất, cho nên hàng hóa của các công ty này chất lượng không thua kém sản phẩm cùng loại của các nước đang phát triển, nhưng giá cả thấp hơn, do vậy tiêu thụ được nhanh và mở rộng được quy mô sản xuất. Ví dụ Business Week cho biết, một vỉ thuốc 10 viên, trọng lượng 500mg do hãng dược phẩm Ấn Độ (Ranbaxy Laboratories) sản xuất - giá bán bình quân là 63 xu, trong khi ấy sản phẩm cùng loại do Mỹ sản xuất giá bán là 5,2 USD.

Theo điều tra về tình hình sản xuất kinh doanh của 3 nghìn TNC ở 12 nền kinh tế chuyển đổi do hãng Boston Cosunting Group thực hiện cho biết, năm 2005 tổng doanh thu của 3 nghìn TNC ấy đạt 715 tỷ USD, lợi nhuận là 145 tỷ USD, các chỉ tiêu này bình quân trong 4 năm qua, mỗi năm tăng 24%, nghĩa là trong thời gian vừa qua, hoạt động sản xuất kinh doanh của các nền kinh tế chuyển đổi tiến triển tốt.

Sở dĩ như vậy là do vào cuối thập niên 90 của thế kỷ XX vừa qua đã nổ ra khủng hoảng tài chính ở một số nền kinh tế - bắt đầu từ Thái Lan (ngày 2-7-1997) rồi lan khắp vùng Đông Nam Á đến Đông Bắc Á; năm 1998 lan tới Nga và khu vực Mỹ Latinh, làm các công ty và ngân hàng các nước phát triển rút vốn và cơ sở sản xuất tháo chạy, bỏ các nền kinh tế này, buộc các doanh nghiệp và công ty bản xứ phải đứng dậy tự cứu lấy nền kinh tế của nước mình và khu vực mình.

Theo các chuyên gia Ngân hàng Thế giới (WB), thật ra, từ năm 1995 các nền kinh tế đang phát triển, một mặt nhận vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài, mặt khác, lại đầu tư lẫn vào nước của nhau để khai thác thế mạnh của mỗi nước do phân công lại lao động xã hội trên phạm vi toàn cầu mang lại cho mỗi quốc gia, nhằm bổ sung hỗ trợ cho nhau để cùng tồn tại và phát triển, góp phần giảm chênh lệch thu nhập, chênh lệch giàu nghèo giữa các khu vực và các nền kinh tế. Các chuyên gia WB cho biết, trong thời gian 1995- 2003, vốn các công ty của nước đang phát triển này bỏ vào nước đang phát triển kia hàng năm vào khoảng 47 tỷ USD, tăng trên 3 lần so với năm 1995, dự đoán trong 10 năm tới phần của các nước đang phát triển trong tổng GDP của toàn cầu chiếm từ 1/5 đến 1/3.

Trong 20 năm nữa số người sử dụng sản phẩm làm ra ở Nga, Ấn Độ, Trung Quốc và Braxin, theo dự đoán của các hãng Goldman, Sachs, Co, sẽ lên tới 225 triệu người.

Đến năm 2010, trong số 1/2 triệu người mới thuê bao điện thoại, thì 86% là công dân các nền kinh tế chuyển đổi. Tới năm 2020, trong số những người mua ô tô mới, theo dự đoán của Business Week, thì 69% là người các nền kinh tế chuyển đổi so với 26% hiện nay.

Tuy nhiên, các công ty lớn Phương Tây vẫn còn có những ưu thế riêng của mình so với các công ty lớn của các nền kinh tế chuyển đổi có thể đã tạo ra mạng lưới quốc tế làm công tác nghiên cứu khoa học và ứng dụng các kết quả nghiên cứu này, đã có thể nâng hiệu quả quản lý công ty ngang tầm quốc tế.

Ngày nay, các TNC của các nền kinh tế chuyển đổi đang trở thành các đối thủ cạnh tranh của các TNC ở các nền kinh tế phát triển trên thương trường quốc tế. Tiêu biểu ở đây có thể nói là công ty sản xuất thiết bị giao tiếp viễn thông Trung Quốc: HuaWei Technologies. Trước đây công ty này chuyên nhận đơn đặt hàng, làm thuê cho hãng Cisco

Systems của Mỹ. Hiện nay HuaWei Technologies đang mở rộng hoạt động của mình trên thị trường thế giới (chiếm 15% thị phần ở Châu Á, 9% ở Mỹ Latinh), đang lấn át Cisco Systems của Mỹ trên thương trường quốc tế. Năm 2005, công ty HuaWei Technologies đã đầu tư 558 triệu USD vào nghiên cứu khoa học, hoàn thiện mẫu mã sản phẩm, làm ra các mặt hàng thích hợp với nhu cầu, thị hiếu, túi tiền của người tiêu dùng, đặc biệt là đã bán sản phẩm của mình với giá rẻ hơn 20%-50%, so với sản phẩm cùng loại của các TNC Phương Tây.

Tiêu biểu về khả năng cạnh tranh trên thị trường tân được thế giới là hãng tân được Ấn Độ - hãng Ranbaxy. Hiện nay hãng này đứng đầu thị trường tân được ở Braxin và Nigêria, là một trong những hãng cung cấp tiêu bản tân được lớn, cạnh tranh được với các tiêu bản tân được ở các nước Châu Phi. Dự kiến đến năm 2008, hãng Ranbaxy sẽ đưa ra loại tân được mới chống sốt rét. Hiện nay hãng này đang mở rộng hoạt động ở các nước Châu Âu. Trong số 1,2 tỷ USD thu nhập của hãng năm 2005, thì 80% là tiền bán được phẩm ở nước ngoài. Lãnh đạo hãng Ranbaxy cho biết, hãng đang mở rộng cơ sở nghiên cứu khoa học y dược để đến năm 2012, hãng có thể trở thành nhà cung cấp các mặt hàng dược phẩm hàng đầu thế giới.

Trong điều kiện các TNC của các nền kinh tế phát triển đang bị các TNC của các nền kinh tế chuyển đổi cạnh tranh ngày càng mạnh như hiện nay, các chuyên gia Business Week cho rằng, trước hết các nhà lãnh đạo các TNC của các nền kinh tế phát triển hãy tôn trọng sự cạnh tranh, đồng thời tìm cách đối phó với TNC của các nền kinh tế chuyển đổi. Cách tốt nhất, theo các chuyên gia này, là liên doanh với nhau để cùng tồn tại và phát triển. Cách này hiện đang được nhiều nơi áp dụng, trong đó các công ty Mỹ Nortel Network và 3Com đã liên doanh với hãng Huawei Technologies của Trung Quốc để sản xuất thiết bị giao tiếp viễn thông.

25 công ty ...

Sau đây là 25 công ty xuyên quốc gia hàng đầu về thu nhập của các nền kinh tế chuyển đổi hiện nay:

TT	Tên công ty	Của nước	Lĩnh vực hoạt động	Thu nhập (tỷ USD)
1	Petrobras	Braxin	Dầu mỏ hơi đốt	56,3
2	Ta3ΠποM	Nga	Dầu mỏ hơi đốt	48,9
3	China Mobile	Trung Quốc	Dịch vụ giao tiếp viễn thông	30,1
4	Koc Holding	Thổ Nhĩ Kỳ	Hoạt động đa dạng	18
5	America Mobill	México	Dịch vụ giao tiếp viễn thông	17
6	Shanghai Baostell	Trung Quốc	Công nghiệp gang thép	15,8
7	Cemex	México	Sản xuất vật liệu xây dựng	15,3
8	CVRD	Braxin	Công nghiệp khai mỏ	15,1
9	Lenovo Group	Trung Quốc	Sản xuất Computer	13,4
10	Hair	Trung Quốc	Sản xuất đồ dùng sinh hoạt	12,8
11	CNOOC	Trung Quốc	Sản xuất dầu mỏ hơi đốt	8,7
12	MMC Norilsk Nikel	Nga	Sản xuất kim loại màu	7,2
13	Huawei Technologies	Trung Quốc	Sản xuất thiết bị giao tiếp viễn thông	5,9
14	Tata Motors	Ấn Độ	Sản xuất ô tô	5,8
15	CeBepcTarpb	Nga	Công nghiệp gang thép	4,9
16	Hisense	Trung Quốc	Sản xuất máy điện tử và đồ dùng sinh hoạt	4,2
17	Embraer	Braxin	Công nghiệp hàng không	3,8
18	Sadia	Braxin	Sản xuất thực phẩm	3,6
19	Orascom Telecom	Âi Cập	Dịch vụ giao tiếp viễn thông	3,3
20	Techtronics Industries	Trung Quốc/ Hong Công	Sản xuất thiết bị năng lượng	3,0
21	Mahindra & Mahindra	Ấn Độ	Sản xuất ô tô máy kéo	2,9
22	Tata Consultancy Services	Ấn Độ	Dịch vụ trong lĩnh vực công nghệ thông tin	2,8
23	Wipro	Ấn Độ	Dịch vụ trong lĩnh vực công nghệ thông tin	2,3
24	Infosys Technologies	Ấn Độ	Dịch vụ trong lĩnh vực công nghệ thông tin.	2,0
25	Ranbaxy Laboratories	Ấn Độ	Dược phẩm	1,2

Nguồn BiKi - số 112/2006

Trịnh Trọng Nghĩa