

## Những biểu hiện mới trong hoạt động của các công ty xuyên quốc gia hiện đại

NGUYỄN KHẮC THANH

**T**rong hai thập niên gần đây, cùng với sự thay đổi của quan hệ kinh tế quốc tế, cạnh tranh của thị trường thế giới ngày càng trở nên gay gắt, các công ty xuyên quốc gia (TNCs) không những đứng trước áp lực của các đối thủ cạnh tranh cùng ngành mà còn bị hạn chế bởi chủ nghĩa bảo hộ của một số quốc gia và liên minh khu vực. Bởi vậy để đối phó, “những gã khổng lồ” trong nền kinh tế thế giới này đã có sự điều chỉnh chiến lược với những đặc trưng dưới đây:

### *Thứ nhất, xuất hiện thêm hàng loạt các nước có TNCs trong đó có cả các nước đang phát triển*

Năm 1970 thống kê của Liên hợp quốc xác định rằng, trong số 7.000 TNC lớn nhất thì có trên một nửa là của Anh và Mỹ. Từ cuối những năm 80, chủ thể đầu tư dần dần mở rộng đến Nhật Bản, Đức, Thụy Sĩ và các nước Tây Âu. Về sau có bốn con rồng của châu Á nổi lên và sự phát triển nhanh chóng của một loạt nước đang phát triển, TNCs cũng xuất hiện ở các nước này. Quá trình phân bố toàn cầu của các TNC cũng vẫn đang tiếp tục diễn ra. Hiện nay, đã có hơn 2.000 TNC là của hơn 100 nước đang phát triển. Sự có mặt của TNCs ở các nước đang phát triển và các khu vực đã kết thúc lịch sử lưu động một cách đơn hướng của vốn tư bản quốc tế, đồng thời đã xuất hiện việc đầu tư nhiều chiều với nhiều tầng nấc đan xen. Điều này chẳng những thúc đẩy sản xuất và trao đổi quốc tế, mà còn mở ra một không gian rộng lớn cho sự phát triển của TNCs trên thế giới.

### *Thứ hai, toàn cầu hóa chiến lược kinh doanh*

Cạnh tranh quốc tế ngày càng khốc liệt,

muốn giành được ưu thế trong cạnh tranh và lợi nhuận cao nhất, TNCs phải gắn liền các hoạt động kinh tế của mình với nền kinh tế thế giới, đồng thời phải coi thị trường thế giới là một chỉnh thể để lưu thông, tiến hành đầu tư, sản xuất và buôn bán ở khắp các nơi trên thế giới, tổ chức sự phân công quốc tế trong nội bộ và các bộ phận bên ngoài của công ty, đặt ra chiến lược kinh doanh mang tính toàn cầu. Do đó, một số TNC đã hình thành mối quan hệ nhiều tầng lớp trong nội bộ công ty, như quyền hạn và chức năng của công ty mẹ và công ty con ở nước ngoài, phương thức phân phối, phương thức độc quyền, hoặc phương thức mang tính thỏa thuận..., mà những cái đó đều căn dựa vào việc phát huy hiệu quả của mạng lưới thông tin toàn cầu được lập ra trong nội bộ công ty. Do chiến lược kinh doanh toàn cầu hóa, TNCs không bị các đường biên giới quốc gia hạn chế, mà coi toàn thế giới là thị trường sản xuất và thị trường tiêu thụ của mình, đồng thời xác định việc sử dụng nhân lực, kỹ thuật, vốn và tài nguyên thiên nhiên sao cho có hiệu quả để cung cấp cho thị trường những hàng hóa tốt nhất. Điều này không những thúc đẩy công ty mẹ và các công ty con cùng tăng trưởng, mà còn làm cho trong rất nhiều lĩnh vực có sự xuất hiện những cái hoàn toàn mới có tác động thúc đẩy phát triển, nhất là về kỹ thuật cao cấp mới, thiết kế, sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Ví dụ, TNCs chuyên sản xuất xe ô tô có hàng loạt các nhà máy sản xuất các phụ tùng linh kiện ở nhiều nước khác nhau. Những nhà máy này cung cấp phụ tùng và linh kiện lắp ráp cho nhau.

Nguyễn Khắc Thanh, PGS.TS, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

Chúng đều có các cơ sở nghiên cứu để sáng tạo ra những phụ tùng mới mà mình được phân công. Những thành quả của nghiên cứu đều do công ty mẹ giám định thống nhất, quy định ngày tháng đi vào sản xuất, điều này đã làm cho việc phân công chuyên môn hóa đạt được trình độ rất cao. Hiện nay trên thế giới các khoản buôn bán trong nội bộ các công ty xuyên quốc gia đã chiếm khoảng hơn một nửa mậu dịch quốc tế.

### *Thứ ba, đa dạng hóa cơ cấu đầu tư*

Trong khi thực hiện chiến lược toàn cầu hóa, TNCs cũng không ngừng mở rộng đầu tư vào các nước đang phát triển, trong đó có vùng Đông Á bao gồm cả Trung Quốc, các nước châu Mỹ Latinh, Đông Âu và một phần của châu Phi. Theo thống kê, năm 1993 vốn của TNCs phương Tây đầu tư vào các nước đang phát triển lên tới 80 tỷ đô la Mỹ, trong đó chỉ riêng Mỹ đầu tư cho các nước châu Á đã tăng 16%. Theo với đà phát triển cao của trình độ khoa học - công nghệ, đối với các nước đang phát triển, việc đầu tư của TNCs ngày càng coi trọng đến khả năng tiếp thu kỹ thuật mới, cũng như vươn tới lĩnh vực đầu tư là các ngành kỹ thuật cao và mới. Ví dụ, các công ty lớn như IBM, Simen, Boing, Thompson v.v... đều lần lượt đến đầu tư mở xưởng ở các nước phát triển kinh tế nhanh như Trung Quốc, "Bốn con rồng" châu Á... Ngoài ra, cơ cấu đầu tư cũng từ các hạng mục hữu hình vươn tới các lĩnh vực vô hình, hướng đầu tư cũng từ các ngành sản xuất truyền thống phát triển tới các ngành kỹ thuật cao và các ngành dịch vụ, trong đó bao gồm cả ngành vàng bạc, đá quý, bảo hiểm, dịch vụ du lịch, kinh doanh nhà đất, công nghệ thông tin. Đặc biệt các ngân hàng xuyên quốc gia cũng có xu thế thay thế dần TNCs trong ngành chế tạo. Theo thống kê, hiện nay chỉ 40 ngân hàng xuyên quốc gia của các nước Mỹ, Anh, Đức, Pháp, Italia đã đặt hơn 2000 chi nhánh hay cơ quan đại diện ở nước ngoài. Ngành vàng bạc quốc tế của các ngân hàng xuyên quốc gia thuộc các

nước phát triển chủ yếu đã chiếm trên 50% tổng mức cho vay trên thế giới, lợi nhuận thu được chiếm từ 50-80% toàn bộ lợi nhuận, phạm vi đầu tư với cơ cấu mạng lưới cũng ngày càng mở rộng đến các lĩnh vực và ngày càng đa dạng hóa.

### *Thứ tư, tăng cường thực thi việc sáp nhập, thôn tính và liên minh rộng rãi*

Từ những năm 90 tới nay, các hoạt động dưới các hình thức mua phần lớn cổ phần, sáp nhập với nhau của TNCs đã trở thành trào lưu mạnh mẽ. Nếu cả năm 1992, các hoạt động giao dịch thôn tính, thu mua của TNCs đã lên đến 1800 cuộc, tổng số tiền giao dịch đã tới hơn 70 tỷ USD, (Theo số liệu của Thomson Financial Securitit Data) thì trong năm 1999, tổng giá trị các vụ sáp nhập giữa các công ty trên thế giới lên tới con số kỷ lục là 2.200 tỷ USD, tăng 165% so với năm 1998. Trong đó quý III-1999 tăng 465% so cùng kỳ năm 1998. Các vụ lớn nhất là: Centre Bank Scotland mua Nasional Vestmister với giá 34 tỷ USD, dầu khí Total Final mua dầu khí Elf với 49,7 tỷ USD, Industry Bank sáp nhập với Daiachi-Kangyo và Fuji Bank trở thành ngân hàng lớn nhất thế giới với tài sản vượt trội so với Deutsche Bank,... Thông qua các vụ sáp nhập đó, các ngành điện tín, điện tử, hàng không, ngân hàng càng có xu thế tập trung hơn, quy mô hiệu quả kinh tế cũng được cải thiện. Mặt khác, hoạt động thôn tính đối với các ngành ô tô, dược phẩm, vận tải, du lịch, thực phẩm, thương nghiệp, khoa học kỹ thuật cao cũng đang tiếp tục diễn ra sôi nổi. Trong cao trào thôn tính đó, Mỹ là nơi nổi bật nhất, từ năm 1999 đến nay, giá trị của nó đạt tới 1070 tỷ USD. Các công ty Nhật Bản dựa vào khoản vốn dự trữ hùng hậu của mình cũng tiến hành các hoạt động thôn tính lớn ở bên ngoài, ví dụ như một công ty cổ phần của nhiều TNC của Nhật Bản đã mua đất của vùng duyên hải Đông Bắc và Đông Nam Trung Quốc, thực hiện thôn tính gần 100 xí nghiệp lớn và vừa

đang ở vào hoàn cảnh thua lỗ. Để phòng ngừa các hiện tượng quan liêu và không thuận tiện trong quản lý do quy mô quá lớn và sự rủi ro tăng lên khi sản xuất những sản phẩm mới, TNCs phương Tây đã tăng cường việc khống chế cổ phần đan xen giữa các công ty và thực hiện rộng rãi ký kết liên minh chiến lược. Ngành ô tô là ngành liên minh xuyên quốc gia sớm nhất. Điều làm cho mọi người chú ý nhiều là sự liên minh giữa hãng ô tô Ford và hãng ô tô Mazda. Ngoài ra, việc khống chế cổ phần đan xen và hùn vốn kinh doanh cũng đã phát triển thành phong trào mạnh mẽ. Ví dụ như công ty Ford có tới 24 cổ phần là của công ty ô tô Đông Dương v.v...

Việc ký kết liên minh chiến lược giữa TNCs là một hình thức cạnh tranh quốc tế mới và cũng làm thay đổi cục diện cạnh tranh của thị trường quốc tế. Nó bổ sung ưu thế chuyển hóa đối thủ cạnh tranh trước đây thành kẻ hợp tác cùng hùn vốn kinh doanh và cùng gánh chịu mọi rủi ro. Hiện nay, sự liên minh chiến lược của TNCs chủ yếu diễn ra cạnh tranh kịch liệt, tập trung ở các xí nghiệp có vốn và kỹ thuật cao như: vi tính, phần mềm cao cấp v.v... Đồng thời, liên minh còn biểu thị rõ xu hướng hợp tác toàn diện, phần lớn hệ thống hợp tác là từ nghiên cứu-ứng dụng-triển khai, đến tiêu thụ, dịch vụ hậu mãi, hình thành một mối quan hệ phức tạp "*Trong anh có tôi, trong tôi có anh*", quan niệm về quốc tịch của TNCs cũng có xu hướng ngày càng mờ nhạt.

### ***Thứ năm, địa phương hóa các cơ sở sản xuất***

Cùng với sự gia tăng trở lại của chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch và sự phát triển của khu vực hóa kinh tế, địa phương hóa cơ sở sản xuất của mình đã trở thành một xu thế tất yếu đối với hầu hết TNCs. Nền kinh tế quốc gia của các nước đang phát triển không ngừng tăng trưởng, làm cho các công ty con của TNCs buộc phải vứt bỏ quan niệm dân tộc trong quản lý kinh doanh,

làm mờ nhạt màu sắc bản quốc của xí nghiệp, chú trọng đào tạo những người kinh doanh toàn cầu, thu hẹp khoảng cách chênh lệch về kinh tế và văn hóa của công ty với nước chủ nhà. Ngoài việc cần phải cố gắng làm cho sản phẩm thích ứng với nhu cầu tiêu dùng của địa phương, về mặt sản xuất cần nhấn mạnh tác dụng thúc đẩy sự phát triển kinh tế của nước chủ nhà. Ngoài ra về mặt phân phối lợi nhuận, cũng cần thực hiện việc tái đầu tư đối với lợi nhuận của địa phương. Đồng thời còn đòi hỏi người giám đốc phải am hiểu phương thức tư duy và văn hóa của địa phương, khi tuyển dụng nhân viên quản lý cần nhấn mạnh việc không phân biệt quốc tịch, cố gắng hết sức khai thác nguồn quản lý của địa phương.

Mấy năm gần đây, TNCs đã đưa việc tuyển dụng và đào tạo nhân viên địa phương vào trong kế hoạch phát triển xí nghiệp tại nước ngoài, từng bước thực hiện việc người địa phương quản lý xí nghiệp địa phương, nhằm có được hiệu quả nhiều hơn trong hoạt động kinh doanh ở nước chủ nhà và các nước chung quanh. Đồng thời, để tránh va chạm trong mậu dịch, tăng cường sự hợp tác với các xí nghiệp địa phương, cố gắng giảm bớt tỷ lệ xuất khẩu nguyên, vật liệu, phụ tùng cho sản xuất từ nước mẹ sang, từ đó nâng cao tỷ lệ sản xuất tại chỗ của địa phương. Ví dụ, trong Khu vực mậu dịch tự do Bắc Mỹ (NAFTA), theo quy định, chỉ có loại ô tô nào mà phụ tùng chiếm trên 30% là của Bắc Mỹ thì mới có đủ tư cách được hưởng sự ưu đãi miễn thuế. Bởi vậy, TNCs cần phải không ngừng nâng cao mức độ địa phương hóa trong việc sản xuất các phụ tùng linh kiện của ô tô, làm cho nó có thể đứng chân và tồn tại trong thị trường Bắc Mỹ. Hoặc như, cuối những năm 80, Cộng đồng châu Âu vẫn kiên trì chống lại việc bán phá giá, và còn quy định giá thấp nhất cho các sản phẩm điện tử của Nhật Bản và Hàn Quốc, điều này đã buộc công ty thông tin Fuji, công ty Samsung phải đặt xí nghiệp trong hàng rào mậu dịch của cộng đồng châu Âu, đồng thời làm cho sản xuất

của xí nghiệp hoà hợp với kinh tế và văn hóa của khu vực và quốc gia sở tại để trụ được và phát triển.

Từ đầu những năm 80 trở lại đây, kinh tế thế giới đã có nhiều thay đổi, rõ nhất là sự nổi lên của ba trung tâm: Mỹ, EU, Nhật Bản. Để có thể chiếm được ưu thế trong cuộc cạnh tranh khốc liệt trong thế kỷ XXI, các nước đều ra sức đẩy mạnh sức cạnh tranh của nước mình, thông qua thúc đẩy sự phát triển của TNCs. Như hiện nay, châu Á đang dùng thế tăng trưởng mạnh của mình để trở thành điểm tập trung vốn đầu tư quốc tế của TNCs, thúc đẩy vốn đầu tư của toàn cầu dịch về khu vực phía đông.

Theo với đà phát triển của khu vực hóa kinh tế, chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch mà đặc trưng là các hàng rào phi thuế quan không ngừng được gia tăng sử dụng, vì thế ảnh hưởng đến sự sản xuất kinh doanh của TNCs. Để tránh né chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch hoặc làm cho bảo hộ mậu dịch không thể thu được lợi ích kinh tế ngày càng nhiều hơn, TNCs phát triển theo hướng thôn tính, mua lại và liên minh. Bên cạnh đó, việc quốc tế hóa thị trường vàng bạc làm cho việc kinh doanh toàn cầu về vốn và vàng bạc đứng trước sự rủi ro về ngoại tệ ngày càng lớn. Điều này càng thúc đẩy TNCs buộc phải chuyển các cơ sở sản xuất của mình đến các nước đang phát triển.

Một số doanh nghiệp vừa và nhỏ muốn tồn tại trong cuộc cạnh tranh khốc liệt trên thị trường, cũng phải tập trung vốn thành lập công ty xuyên quốc gia để mong có được sự phát triển phồn vinh. Mấy năm gần đây, các công ty Nhật Bản trong quá trình phát triển ra nước ngoài, để kịp thích ứng với nhu cầu của khách hàng ở nước ngoài đang xây dựng hệ thống tình báo quốc tế. Yếu tố này đã nâng cao được trình độ quản lý của tầng quyết sách cao nhất trong TNCs, làm cho nó có thể kịp thời và chuẩn xác nắm và phân tích các tình báo về thị trường toàn cầu và các đối

thủ cạnh tranh, từ đó có thể đứng ở thế có thể đề ra đối sách giành thắng lợi một cách chắc chắn.

TNCs của Mỹ thường chú trọng khai thác các sản phẩm mới và chiếm lĩnh thị trường, bỏ ra những khoản vốn khổng lồ đầu tư cho sản phẩm mới và từ đó có những lợi ích kinh tế rõ rệt. Như công ty GE của Mỹ, mỗi năm chi phí cho việc nghiên cứu sản phẩm mới trên 1 tỷ USD, gần bằng 10% tổng thu nhập hàng năm của công ty, do đó đã có chỗ đứng chân lâu dài trên thị trường quốc tế. Các công ty xuyên quốc gia của Mỹ còn chú trọng đến việc đa dạng hóa sản phẩm khi thâm nhập vào thị trường nước ngoài. Như vậy, có thể lợi dụng chu kỳ sống của các sản phẩm khác nhau và hàng hóa ứ đọng khác nhau ở thị trường nước ngoài để làm cho công ty duy trì được sự kinh doanh bình thường. Ngoài ra, TNCs của Mỹ còn áp dụng một phương thức kinh doanh đặc biệt, đem tài sản vô hình nhượng cho các xí nghiệp nước ngoài như nhãn hiệu hàng hóa, bí mật kỹ thuật, để tăng nhanh tốc độ thẩm thấu vào nước khác, "*mượn đất nước ngoài cho hoa nước mình nở*". Đến nay, hình thức kinh doanh đặc biệt đó đã phổ biến trong lĩnh vực phục vụ như ăn nhanh, chuyển phát nhanh, giải khát, cho thuê ô tô... v.v. Mặt khác, họ đang nắm trong tay các con đường chuyển nhượng những thành quả kỹ thuật cao và mới, mà hiệu quả sản xuất của những thành quả đó thường là cao hơn so với các xí nghiệp nói chung, quá trình thương phẩm hóa của nó cũng nhanh hơn rất nhiều, điều này tất sẽ có tác dụng thúc đẩy sự tiến bộ của khoa học - công nghệ ở một mức độ rất lớn trên toàn thế giới. Có thể nói là tiến bộ của khoa học - công nghệ đã thúc đẩy sự phát triển của các công ty xuyên quốc gia và sự thịnh vượng của TNCs sẽ lại đẩy khoa học - công nghệ phát triển lên một đỉnh cao mới, hai cái đó bổ sung cho nhau và thúc đẩy lẫn nhau.

Theo đà phát triển của quốc tế hóa kinh tế, trong hơn 20 năm qua, TNCs của các

nước đang phát triển cũng bắt đầu xuất hiện, một số đã bước vào hàng ngũ TNCs lớn nhất thế giới. Các doanh nghiệp ở các nước đang phát triển có thể vượt qua biên giới và có chỗ đứng trên thị trường quốc tế, điều này không tách rời việc tăng cường thực lực kinh tế trong nước. Một số nước đã từng bước thoát khỏi địa vị phụ thuộc là vùng nguyên liệu nông nghiệp cho các nước phát triển, về mặt cơ cấu công nghiệp thì vai trò chính đã từ các ngành công nghiệp nhẹ và khai thác chuyển sang công nghiệp cơ khí chế tạo máy, có rất nhiều sản phẩm công nghiệp chẳng những đã đáp ứng được nhu cầu trong nước mà còn xuất khẩu đại trà, trình độ khoa học - công nghệ cũng được nâng cao một cách rõ rệt. Tất cả những cái đó đã đặt cơ sở kinh tế, kỹ thuật và nhân tài cho việc thành lập và phát triển các doanh nghiệp xuyên quốc gia.

Các nước đang phát triển thành lập TNCs thì vừa có lợi cho việc phát triển kinh tế nước mình như mở rộng việc sản xuất hàng hóa, kỹ thuật, vốn, dịch vụ lao động xuất khẩu, cải thiện thu chi quốc tế, giành được những kỹ thuật cao mới; đồng thời lại có thể sử dụng tốt hơn nguồn vốn trong nước, hạ thấp giá thành sản xuất kinh doanh một cách có hiệu quả. Đó là

một lực lượng mới, tràn đầy sinh khí, có tiềm đồ rộng lớn trên vũ đài kinh tế thế giới. Nó vừa là hình thức có hiệu quả của các nước đang phát triển thông qua phương thức hợp tác kinh tế đúng đắn mà có được sự phát triển chung, vừa là hướng đi quan trọng để triển khai cạnh tranh với các nước phát triển. Những cái đó, xét cho cùng đều có tác dụng ngày càng quan trọng đối với cuộc đấu tranh chung nhằm thiết lập một trật tự kinh tế quốc tế mới./.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Một số vấn đề kinh tế chính trị Mác- Lênin và thời đại ngày nay. Trung tâm Thông tin-tư liệu, Học viện CTQG Hồ Chí Minh H, 1993.
2. Peter.F.Drucker, Xã hội hậu tư bản, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế T.Ú.H, 1995.
3. PortoAlegre, Bình minh của một toàn cầu hóa khác. Chính trị quốc gia, H, 2003.
4. Dự báo thế kỷ 21. Thống kê, H, 1998.
5. Anna Pha: TNCs Stride the World (The Guardian newspaper of the Socialist Party of Australia).
6. Making Corporations Accountable (December 2000).
7. Top 200: The Rise of Global Corporate Power (2000)
8. UN Norms on Transnational Corporations and Human Rights (August 2003).
9. States and TNCs Compared (December 2003).
10. Fortune's Global 500. The World's Largest Corporations", in: Fortune, August 5, 1996.