

Đầu tư vào Mỹ và những thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam

Thu Hằng /RFI

11/12/2023

Hợp tác Đối tác Chiến lược Toàn diện đánh dấu bước ngoặt lớn trong quan hệ Việt-Mỹ, đặc biệt trong các lĩnh vực trọng điểm. Tính đến hết 2022, Mỹ là nhà đầu tư lớn thứ 11 vào Việt Nam với 1.216 dự án có tổng vốn 11,4 tỉ đô la. Không chỉ nhận dòng vốn từ Mỹ, các doanh nghiệp Việt Nam cũng gia tăng đầu tư sang thị trường Hoa Kỳ vào lúc Việt Nam muốn tìm kiếm công nghệ nguồn, đặc biệt là công nghệ cao, mà Mỹ thì đi đầu thế giới về lĩnh vực này.



Ngoại trưởng Mỹ Antony Blinken "nói chuyện" với một robot khi thăm Đại học Khoa học và Công nghệ Hà Nội, tại Hà Nội, Việt Nam, ngày 15/04/2023. AP - Andrew Harnik

Theo trang VTV ngày 13/05/2023, « trong những năm 2013-2022, Việt Nam đứng thứ 9 trong 10 nước khu vực châu Á-Thái Bình Dương có cam kết đầu tư lớn nhất vào Mỹ ». Hiện tại, nhiều doanh nghiệp Việt Nam hoạt động trong các lĩnh vực sản xuất lắp ráp ô tô và pin xe điện, phần mềm, thiết kế nội thất, xây dựng, vận tải, thực phẩm, bao bì... đã, đang và có kế hoạch đầu tư vào Mỹ.

Các doanh nghiệp Việt Nam sẽ có những thuận lợi và khó khăn như nào khi chinh phục thị trường Mỹ ? RFI Tiếng Việt đặt câu hỏi với ông Eric Mottet, giảng viên Đại học Công giáo Lille (Université Catholique de Lille), giám đốc nghiên cứu tại Viện Quan hệ Quốc tế và Chiến lược Pháp (IRIS), nguyên giáo sư địa-chính trị Đại học Québec ở Montréal (UQAM, Canada).

RFI : Chuyến công du Hà Nội của tổng thống Joe Biden làm gia tăng sự quan tâm của các nhà đầu tư Mỹ vào Việt Nam. Tuy nhiên, cũng có nhiều công ty Việt Nam tìm cách đầu tư vào Hoa Kỳ. Liệu đây có phải là một bước ngoặt mới, chứng tỏ doanh nghiệp Việt đã đủ sức nhìn xa ?

Eric Mottet : Đúng là trong chuyến công du ngắn ngủi của ông Joe Biden, chỉ khoảng 24 tiếng vào tháng 9, Việt Nam và Hoa Kỳ đã ký một Hiệp định Đối tác Chiến lược Toàn diện, trong đó nội dung kinh tế và công nghệ rất được chú trọng. Chính lĩnh vực công nghệ và đổi mới có thể sẽ trở thành một trụ cột trong quan hệ song phương, đặc biệt là đối với Việt Nam. Chính phủ có kế hoạch hiện đại hóa nền kinh tế, công nghiệp từ nay đến năm 2030, cho nên rất quan tâm đến những công nghệ hiện Việt Nam chưa có.

Đúng, đây là một bước ngoặt đối với các công ty Việt Nam bởi vì hiện giờ có nhiều doanh nghiệp Mỹ đến tìm đối tác Việt Nam. Ngược lại, dù với tỉ lệ thấp hơn nhiều, cũng có nhiều công ty Việt Nam đầu tư vào Mỹ, thậm chí mua lại một số công ty ở Mỹ để có được công nghệ, sau đó có thể chuyển ngược về Việt Nam.

Tôi có nghiên cứu một chút về trường hợp hai đại tập đoàn Việt Nam, được truyền thông nhắc đến nhiều trong những tháng qua vì đầu tư vào Mỹ. Trước tiên là nhà sản xuất ô tô VinFast, công ty thành viên thuộc tập đoàn Vingroup mà tôi sẽ đề cập chi tiết hơn. Tiếp theo là FPT, tập đoàn chuyên về công nghệ và đào tạo, vừa mua lại một số công ty ở Mỹ, trong đó có cả lĩnh vực trí thông minh nhân tạo, và sẽ tìm cách nào đó để mang những công nghệ này về phát triển ở Việt Nam trong giai đoạn 2030-2040. Việc mua lại những công ty công nghệ Mỹ giúp FPT có được đội ngũ nhân viên chuyên môn, cho nên cũng phải nhắc đến mong muốn đưa nhân viên có trình độ từ Mỹ về thị trường Việt Nam.

Điều thú vị ở đây là chúng ta thấy có sự bổ trợ lẫn nhau đang được hình thành giữa nền kinh tế Việt Nam và Mỹ, đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ cao.

RFI : Tổng thống Donald Trump cũng như tổng thống đương nhiệm Joe Biden đều đặt lợi ích của Hoa Kỳ lên trên hết. Doanh nghiệp Việt Nam muốn đầu tư vào Mỹ sẽ phải đối mặt với những khó khăn nào ?

Eric Mottet : Chúng ta đang thấy sức mạnh hợp tác thương mại chưa từng có giữa hai nước từ vài tháng nay, bởi vì khoảng 50 doanh nghiệp Mỹ đã đến Việt Nam để tìm đối tác và nghiên cứu xem có thể gây dựng hoạt động gì tại đây. Vấn đề đối với các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là doanh nghiệp xuất khẩu, là họ thường chuyên về bán sỉ, bán lẻ những sản phẩm mà tôi cho rằng hiện kém hấp dẫn đối với thị trường Mỹ. Nhiều doanh nghiệp Mỹ cũng sản xuất những loại hàng đó. Nhưng hiện giờ chúng ta thấy những doanh nghiệp Việt Nam đầu tư ra nước ngoài thường hoạt động trong lĩnh vực thông tin-truyền thông và chính họ đang cố gắng đầu tư vào Hoa Kỳ.

Vậy một doanh nghiệp thường gặp những khó khăn gì ở Mỹ ? Trước tiên, hiện giờ các công ty Việt Nam chưa có kiến thức hoặc chưa hiểu chắc về thị trường Mỹ để có thể hoạt động lâu dài. Điểm thứ hai, để hoạt động tại Mỹ, họ phải tìm được một đối tác hoặc mua lại doanh nghiệp. Những hoạt động này có kinh phí tương đối lớn. Và đừng quên là rất nhiều lĩnh vực, trong đó có các ngành công nghệ cao ở Mỹ, cũng được bảo mật. Do đó các công ty Việt Nam không thể đầu tư vào tất cả các lĩnh vực vì nhiều lý do khác nhau.

Luật pháp Mỹ cũng phức tạp. Khi muốn thâm nhập vào Mỹ, họ thường phải thành lập một chi nhánh 100% Mỹ để tránh gặp rủi ro về tư pháp hoặc thuế khóa. Và đây là vấn đề tương đối phức tạp, mất thời gian và tốn kém. Ngoài ra phải kể đến một khó khăn khác, đó là mỗi bang ở Mỹ hoàn toàn độc lập về luật, đặc biệt là luật lao động. Cho nên vấn đề phức tạp cho các doanh nghiệp Việt Nam là tìm hiểu xem nên hoạt động ở bang nào để có thể lợi hơn về luật lao động.

Nói tóm lại, các doanh nghiệp Việt Nam muốn đầu tư vào Mỹ vẫn đang tìm hiểu về lĩnh vực đầu tư, nhưng luôn nảy sinh những vấn đề phức tạp về kinh tế, tài chính và pháp lý, khiến các công ty mũi nhọn, các doanh nghiệp quan trọng trong một số lĩnh vực ở Việt Nam khó có thể thâm nhập và hoạt động ở Mỹ.

RFI :Tuy nhiên, chính phủ Mỹ cũng đưa ra nhiều chế độ ưu đãi để thu hút đầu tư nước ngoài, ví dụ trong lĩnh vực sản xuất ô tô điện.

Eric Mottet : Chúng ta hiểu rõ tại sao nhiều doanh nghiệp Việt Nam, cũng như của các nước khác, muốn đầu tư vào Hoa Kỳ. Trước tiên, đó là nền kinh tế lớn nhất thế giới, là một thị trường

tập trung vào đô la, đồng tiền được sử dụng nhiều nhất thế giới. Theo tôi, đó cũng là một thị trường lao động rất năng động.

Đúng là tôi đã đọc thấy rằng Mỹ đã triển khai nhiều cơ chế tích cực cho Việt Nam, nhưng hiện giờ tôi chưa thấy có gì đặc biệt. Tuy nhiên, có những cơ chế mà doanh nghiệp Việt Nam có thể vận dụng để tiếp cận thị trường Mỹ, ví dụ Cục Quản lý Phát triển Kinh tế (Economic Development Administration, EDA) cho vay vốn dài hạn với lãi suất ưu đãi, nhất là khi doanh nghiệp muốn đầu tư để tạo việc làm. Nếu các công ty Việt Nam tạo được một số việc làm nhất định, họ có thể vay với lãi suất ưu đãi để thành lập công ty hoặc chi nhánh.

Ngoài ra, còn có Cục Quản lý Doanh nghiệp Nhỏ (Small Business Administration, SBA) có thể bảo lãnh trong trung hạn và dài hạn các khoản vay của doanh nghiệp cỡ vừa để chi trả cho việc xây dựng nhà máy. Đây phần nào là điều mà VinFast sử dụng để xây dựng nhà máy ở bang North Carolina. Các doanh nghiệp cũng có thể tiếp cận nhiều quỹ khác. Trong trường hợp doanh nghiệp Việt Nam tạo việc làm ở nông thôn, họ có thể được bộ Nông Nghiệp Mỹ cho vay vốn.

Có thể thấy là có rất nhiều cơ chế, nhưng cần nhắc lại là tôi chưa thấy điều gì cụ thể ngoài những thông báo về các cơ chế đặc biệt được dành cho doanh nghiệp Việt Nam muốn hoạt động tại Mỹ.

RFI : Vài chục doanh nghiệp Việt hoạt động trong các lĩnh vực logistic, sản xuất đồ gỗ nội thất, xây dựng, bao bì... muốn đầu tư vào Mỹ. Ngoài ra, còn có ngành sản ô tô điện của tập đoàn VinFast và bình điện ô tô cũng muốn chinh phục thị trường Mỹ. Thế nhưng đây cũng là những lĩnh vực dường như phải chịu cạnh tranh lớn tại Hoa Kỳ ?

Eric Mottet : VinFast là một trường hợp thực sự thú vị. Là công ty thành viên thuộc tập đoàn Vingroup, nhà sản xuất ô tô VinFast đã bắt đầu giao xe ở bang California từ tháng 03/2023 và đang muốn tăng tốc ở thị trường Mỹ, bởi vì VinFast đã cam kết xây một nhà máy sản xuất và lắp ráp xe điện ở bang North Carolina kể từ năm 2025-2026 với sản lượng khoảng 150.000 xe điện mỗi năm.

Chúng ta thấy rõ mục tiêu của VinFast là chiếm thị phần ngày càng lớn trong thị trường ô tô điện của Mỹ. Tôi xin nhắc lại là VinFast đã có mặt trước đó, nhưng phần nào bị buộc phải đầu

tư trực tiếp trên lãnh thổ Hoa Kỳ, sau khi chính phủ Mỹ ban hành đạo luật giảm phát thải khí thải bằng cách đặt cược vào xe điện với khoản trợ cấp cho người tiêu dùng Mỹ mua ô tô điện sản xuất trên đất Mỹ. Đây là một khó khăn thêm vào những khó khăn mà chúng ta đã đề cập ở trên.

Dĩ nhiên VinFast hy vọng cạnh tranh được với nhà sản xuất ô tô điện truyền thống Tesla. Vậy đâu là chiến lược phát triển của VinFast ? Họ đề xuất các mẫu mã rẻ hơn, thậm chí là rẻ hơn nhiều so với xe của Tesla, đặc biệt là VinFast không bán pin kèm với xe mà họ cho thuê. Khách hàng trả tiền thuê pin hàng tháng, nhờ đó mà giảm bớt hóa đơn cho khách hàng.

VinFast bước vào thị trường Mỹ với nhiều tham vọng và với một chiến lược khác và giá thấp hơn Tesla, cũng như so với một số nhà sản xuất khác của Mỹ, thậm chí là với nhà sản xuất Trung Quốc có mặt trên đất Mỹ. Công ty Việt Nam muốn mở 125 điểm bán xe, sẽ khai trương trong thời gian tới. Hiện giờ VinFast mới chỉ bán một dòng xe và muốn mở thêm ba dòng xe khác. Số đặt hàng của họ cũng khá kín với hơn 10.000 đơn đặt hàng từ cá nhân.

Khó khăn đối với VinFast là họ phải hợp tác với một đối tác tài chính để niêm yết trên thị trường chứng khoán vào tháng 08/2023. Giá cổ phiếu ban đầu là 22 đô la đã đạt đến đỉnh 93 đô la vào cuối tháng 8, nhưng sau đó không ngừng lao dốc và giao dịch quanh mức 6 đô la/cổ phiếu trong khoảng từ ngày 14-18/11. Chúng ta thấy ở đây một doanh nghiệp vững chắc ở Việt Nam, một tập đoàn mạnh muốn đầu tư vào Mỹ, nhưng việc chào sàn chứng khoán lại diễn ra không suôn sẻ lắm, việc xây dựng nhà máy cũng bị trì hoãn vì một số khó khăn hành chính. Dĩ nhiên cả Washington lẫn Hà Nội đều muốn thúc đẩy đầu tư trực tiếp nước ngoài của Việt Nam vào Hoa Kỳ nhưng vẫn còn rất, rất nhiều khó khăn mà doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải vượt qua.

RFI : Có một số ý kiến cho rằng VinFast đầu tư vào sản xuất ô tô điện ở Mỹ, ngoài để thu nhập công nghệ, còn nhằm xây dựng thương hiệu, quảng cáo cho uy tín của nhà sản xuất để hướng đến mục đích chính là bán ô tô ở Việt Nam và Đông Nam Á. Ông nhận định như nào về ý kiến này ?

Eric Mottet : Ở châu Âu và Mỹ hiện có rất nhiều thay đổi. Nếu nhà sản xuất ô tô muốn được hưởng các khoản ưu đãi thuế từ chính phủ, họ phải sản xuất xe trực tiếp trên lãnh thổ. VinFast

không có lựa chọn nào khác ngoài việc sản xuất ngay tại Hoa Kỳ. Liên Hiệp Châu Âu cũng có quy định tương tự.

Liệu những công ty đó sẽ tiếp tục chiến lược để xe của họ tràn ngập thị trường Mỹ và Liên Âu không ? Hoặc cũng có thể họ lui về các thị trường châu Á, châu Phi hoặc Nam Mỹ hiện ít có chính sách bảo hộ hơn ? Đó cũng là một khả năng. Nhưng VinFast đã thông báo muốn hoạt động ở khoảng 40 nước trên thế giới.

VinFast tham gia Hội chợ Ô tô ở Paris (Pháp), Cologne (Đức) và dường như cũng nhắm đến thị trường Hà Lan và một số nước khác. Song song đó, tập đoàn Việt Nam cũng sẽ mở cửa và xây dựng một nhà máy sản xuất xe ở Indonesia. Liệu đó chỉ thuần túy là khía cạnh thương mại hay còn có chủ trương gây dựng uy tín trong việc phân phối ô tô ở phương Tây để có một hình ảnh tốt hơn, để sau đó có thể bán xe ở Đông Nam Á và ở Việt Nam ? Điều đó cũng rất có thể xảy ra. Tuy nhiên, mức độ đầu tư của VinFast ở Hoa Kỳ là rất lớn, vì người ta nói đến tổng đầu tư 4 tỉ đô la. Vì thế, tôi cho rằng nếu VinFast thâm nhập thị trường Mỹ, đó là vì họ chú trọng bán xe ở đó, chứ không chỉ để bán ở Việt Nam. Chi phí đầu tư quá lớn, nhưng đổi lại VinFast tiếp cận được các công nghệ mà có thể họ chưa có ở Việt Nam. Đó là một lợi thế. Tuy nhiên, cần theo dõi chiến lược của VinFast, vì những thành công hay thất bại của họ chắc chắn sẽ giúp các doanh nghiệp lớn của Việt Nam muốn đầu tư ra nước ngoài hoặc vào Mỹ điều chỉnh chiến lược của họ. Tôi nghĩ là cần theo dõi thêm trường hợp VinFast.

RFI Tiếng Việt xin trân thành cảm ơn ông Eric Mottet, giảng viên Đại học Công Giáo Lille.

<https://www.rfi.fr/vi>