

MUA LẠI VÀ SÁT NHẬP: CÓ THỂ LÀ HÌNH THỨC CHO CÁC CÔNG TY VIỆT NAM MUỐN ĐẦU TƯ RA NƯỚC NGOÀI?

SHOULD MERGERS & ACQUISITIONS BE A VEHICLE FOR VIETNAMESE COMPANIES TO INVEST ABROAD?

NGUYỄN THỊ THUY

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

TÓM TẮT

Một số các doanh nghiệp Việt Nam đang bắt đầu xúc tiến đầu tư trực tiếp ra nước ngoài (FDI) để nắm bắt cơ hội trên thị trường quốc tế. Hiện nay các công ty ở các quốc gia đang phát triển như Trung Quốc, Ấn độ đã và đang đầu tư trực tiếp ra nước ngoài một khá mạnh mẽ. Hiện nay, FDI từ các nước đang phát triển gia tăng nhanh chóng tạo nên một xu hướng mới trong dòng vốn đầu tư vốn trước đây thuộc về các nước phát triển. Hình thức mua lại và sát nhập là một hình thức được sử dụng rất rộng rãi trên thế giới và là hình thức mà một số công ty ở các nước đang phát triển sử dụng để nhanh chóng tiếp cận công nghệ hiện đại và sở hữu các thương hiệu nổi tiếng trên thế giới. Vì vậy bài viết này xem xét khả năng áp dụng hình thức này đối với các công ty ở Việt Nam cũng như phân tích các khó khăn mà các công ty này gặp phải khi đầu tư ra nước ngoài..

ABSTRACT

Some Vietnamese companies are initiating to invest abroad to seize opportunities in the global market. Currently, companies from developing countries such as China, India are divesting strongly in abroad. According to the report of United Nations in 2005, FDI from developing countries are increasing quickly creating a new trend of the FDI flow formerly belonged to developed countries. Mergers and Acquisitions (M&As) are a very popular vehicle in the world and used by some businesses in developing countries to access to modern technology and to acquire famous brand names in the world. This paper consider the application of this vehicle for Vietnamese companies as well as to analyse the difficulties these companies will face when they make FDI.

1. Xu hướng và hình thức đầu tư của các công ty từ các nước đang phát triển

Khi nói đến đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) chúng ta vẫn quen nghĩ đến các công ty nước ngoài đầu tư vào Việt Nam chứ dường như không nghĩ đến các công ty Việt Nam đầu tư ra nước ngoài. Tại sao không khi mà hoạt động đầu tư trực tiếp ra nước ngoài đã và đang diễn ra mạnh mẽ không những chỉ ở các nước phát triển mà cả ở các nước đang phát triển. Theo báo cáo của Liên Hiệp Quốc năm 2005 thì xu hướng đầu tư ra nước ngoài của các nước đang phát triển đang gia tăng nhanh chóng trong những năm gần đây. Thực ra thì hoạt động đầu tư ra nước ngoài của các công ty ở các quốc gia như Hàn Quốc, Singapore đã diễn ra từ những thập kỷ 70 hay 80 khi điều kiện kinh tế của các quốc gia đó gần như điều kiện của Việt Nam hiện nay. Bằng cách đầu tư trực tiếp ra nước ngoài mà các công ty như Daewoo, Hyundai, Samsung... từ các công ty nhỏ đã trở thành các tập đoàn đa quốc gia hùng mạnh trên thế giới. Và hiện nay các công ty ở Trung Quốc đang nổi lên bởi các hoạt động đầu tư trực tiếp ra nước ngoài khá táo bạo. Như công ty TCL không những xây dựng những nhà máy sản xuất Tivi ở nhiều nước đang phát triển mà còn là các mua lại các thương hiệu nổi tiếng trên thế giới như

mua lại công ty Schnerder (một công ty truyền thông nổi tiếng lâu đời) của Đức và mua lĩnh vực điện thoại di động của Alcatel, Pháp, hay mới đây là Lenovo mua lĩnh vực máy tính xách tay của IBM. Các công ty thường kết hợp cả hai hình thức đầu tư: đầu tư mới và mua lại & sát nhập để mở rộng hoạt động kinh doanh của mình. Hình thức mua lại và sát nhập còn được các công ty sử dụng nâng cao vị thế của mình như tiếp cận với công nghệ hiện đại hay có được thương hiệu nổi tiếng trên thế giới.

2. Tình hình đầu tư ra nước ngoài của Việt Nam

Ở Việt Nam, một số công ty cũng đã và đang xúc tiến để tiến hành đầu tư ra nước ngoài. Tính tới cuối năm 2004, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã cấp giấy phép cho 115 dự án đầu tư ra nước ngoài. Trong số đó có 111 dự án còn hiệu lực, được chia thành 3 loại đầu tư: đầu tư 100% vốn tại nước ngoài gồm 51 dự án; liên doanh với nước ngoài gồm 44 dự án; Hợp đồng, hợp tác kinh doanh, phân chia sản phẩm gồm 16 dự án. Đến nay, có tới 30 nước và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư của các doanh nghiệp Việt Nam, trong số đó, đáng kể nhất là các nước như: Lào 32 dự án; Liên bang Nga 11 dự án; Irắc 1 dự án. Một số nước khác thì mới ở qui mô nhỏ, không đáng kể. Các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư chủ yếu vào lĩnh vực công nghiệp và xây dựng với 56 dự án, vốn đầu tư là 207 triệu USD, chiếm 42% tổng số dự án và 66% tổng vốn đầu tư ra nước ngoài. Lĩnh vực nông-lâm-ngư nghiệp có 24 dự án, vốn đăng ký hơn 78 triệu USD. Các dự án đầu tư còn lại thuộc lĩnh vực dịch vụ. Tuy nhiên vốn triển khai còn ở mức thấp, theo kết quả điều tra mới nhất, lượng vốn thực hiện chỉ chiếm khoảng 10% trong số 315 triệu USD vốn đăng ký của các dự án đầu tư ra nước ngoài.

Như vậy có thể thấy là các công ty ở Việt Nam đang hòa nhập vào xu hướng của thế giới, nắm lấy cơ hội từ xu hướng toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới. Tuy nhiên có thể thấy là hoạt động đầu tư ra nước chỉ ở mức sơ khởi và chủ yếu là tại các nước mà chúng ta có quan hệ ngoại giao tốt như Lào và Nga. Bên cạnh những vướng mắc về văn bản pháp lý, thủ tục cấp giấy phép và thủ tục hành chính cản trở đến quyết định đầu tư và triển khai dự án, thì các doanh nghiệp Việt Nam dường như vẫn còn loay hoay với vấn đề hiệu quả của dự án. Và chưa có doanh nghiệp nào sử dụng hình thức mua lại và sát nhập để nhanh chóng tiếp cận công nghệ hiện đại hay sở hữu được thương hiệu nổi tiếng như các công ty như Daewoo, TCL hay Lenovo đã thực hiện ở trên.

3. Ưu nhược điểm của M&As, và khả năng áp dụng đối với Việt Nam

Mỗi hình thức đầu tư có những ưu nhược điểm riêng và áp dụng trong các trường hợp khác nhau. Mua lại và sát nhập có 4 lợi ích cơ bản so với đầu tư mới (Hill, 2002). *Thứ nhất*, công ty có thể nhanh chóng để hiện diện tại một thị trường nước ngoài hơn là đầu tư mới. *Thứ hai*, bằng hình thức này, công ty có thể ngăn cản các đối thủ cạnh tranh, nhất là trong các thị trường toàn cầu hoá nhanh chóng. *Thứ ba*, công ty mua lại có thể tăng hiệu quả các công ty được mua lại bằng cách chuyển giao công nghệ, vốn và kinh nghiệm quản lý. *Cuối cùng*, M&As có thể ít rủi ro hơn đầu tư mới và có thể tận dụng được các tài sản giá trị của công ty được mua như mối quan hệ khách hàng, hệ thống phân phối, nhãn hiệu, hệ thống sản xuất.

Tuy nhiên, hình thức M&As có nhược điểm là bên mua lại có thể đánh giá công ty được mua với giá quá cao, thường là do họ quá lạc quan về lợi ích do sự cộng hợp giữa công ty đi mua và công ty được mua. Ngoài ra sự khác biệt về văn hoá tổ chức và cách vận hành sẽ tạo ra sự mâu thuẫn dẫn đến hiệu quả kinh tế thấp. Ngược lại, đầu tư mới có lợi thế hơn so với M&As là công ty có thể linh hoạt hơn để có thể tạo ra một công ty theo ý muốn; xây dựng văn hoá tổ chức cho một công ty mới dễ hơn là thay đổi văn hoá từ công ty khác

Đối với các nước đang phát triển như nước ta thì hình thức M&As còn là con đường nhanh chóng hơn để tiếp cận với công nghệ hiện đại cũng như sở hữu được thương hiệu nổi tiếng như đã đề cập ở trên. Nếu chúng ta phải xây dựng từ đầu thì phải mất thời gian quá dài để có thể xây dựng các ngành công nghiệp hiện đại. Còn nếu chúng ta dựa vào nguồn đầu tư từ nước ngoài thì cũng khó thực hiện được. Nếu là các ngành công nghệ cao thì các doanh nghiệp nước ngoài thường đầu tư 100% vốn nước ngoài để bảo vệ công nghệ như Canon, Toyota. Một số công ty lúc mới vào Việt Nam vì chưa am hiểu thị trường thường tiến hành liên doanh với các đối tác Việt Nam nhưng khi đã đứng vững trên thị trường liền tìm cách trở thành doanh nghiệp hoàn toàn vốn nước ngoài, ví dụ như Acecook, Unilever... Cho nên song song với hình thức đầu tư mới, các doanh nghiệp Việt Nam đã đến lúc cần chú ý đến hình thức M&As để khai thác các lợi thế của nó.

Để mua một doanh nghiệp một cách hiệu quả, công ty đi mua phải chú ý cả 3 giai đoạn: lựa chọn công ty mục tiêu, lựa chọn chiến lược mua lại thích hợp và hòa nhập hai tổ chức thành một. Lựa chọn công ty mục tiêu thường dựa vào (1) tình hình tài chính, vị trí sản phẩm của công ty đó trên thị trường, (2) môi trường cạnh tranh, (3) năng lực quản lý và (4) văn hóa doanh nghiệp.

Doanh nghiệp Việt Nam ngoài các yếu tố trên còn phải lựa chọn công ty mục tiêu có thể thực hiện mục tiêu lâu dài là nâng cao vị thế cạnh tranh trên thị trường thế giới và hiện đại hóa. Lựa chọn chiến lược và thời điểm để tiến hành mua lại rất quan trọng vì nó quyết định sự thành công và giá mua. Để mua lại hiệu quả nhất, công ty đi mua phải thuyết phục công ty mục tiêu là mua lại sẽ đem lại lợi ích cộng hợp lớn hơn vì các công ty này thường muốn bảo vệ các cổ đông cũng như nhân viên của họ. Ví dụ như Philip Morris mua lại Miller năm 1969 thành công nhờ Philip có lợi thế về Marketing trong khi Miller yếu về mặt này. Còn nếu không có sự đồng thuận của đối tác, cuộc mua lại sẽ rất khó và giá cũng sẽ rất cao. Các công ty ở Việt Nam có lợi thế về nguồn lao động rẻ và thị trường tiêu thụ tiềm năng tương đối lớn sẽ là lợi thế để có thể tạo nên lợi ích cộng hợp. Và vấn đề khó khăn cuối cùng là sự hợp nhất của hai công ty. Sự hợp nhất phải bảo đảm được sự cộng hợp để duy trì lợi thế cạnh tranh trong các lĩnh vực như tài chính, sản xuất, nghiên cứu và phát triển hay quản lý. Công ty mẹ ở Việt Nam càng khó khăn hơn vì kiến thức quản trị cũng như kinh nghiệm kinh doanh quốc tế vẫn còn yếu, và đặc biệt và vấn đề văn hóa doanh nghiệp vẫn còn khá mới mẻ đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên nếu các công ty có thể sử dụng lực lượng Việt kiều thì vấn đề khó khăn về nhân sự sẽ được giảm đi đáng kể.

4. Kết luận

Tóm lại mặc dù có khá nhiều trở ngại các công ty Việt Nam cần phải vượt qua, nhưng hình thức mua lại & sáp nhập có thể là con đường mang lại nhiều lợi ích khi đầu tư ra nước ngoài để nâng cao vị thế trên thị trường trong và ngoài nước. Các công ty cần có sự chuẩn bị và chiến lược để có thể bắt đầu tham gia vào xu hướng của thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Hoàng thị Hoàng An, *Cần sớm hoàn thiện hệ thống pháp luật về đầu tư ra nước ngoài của doanh nghiệp Việt Nam*, Nghiên cứu trao đổi, kỳ I tháng 4 năm 2005, <http://irv.moi.gov.vn/sodauthang/nghiencuutraodoi/2005/5/14304.ttvn>
- [2] Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Cục đầu tư nước ngoài, *Cả nước có gần 140 dự án đầu tư ra nước ngoài*. <http://www.mof.gov.vn/Default.aspx?tabid=612&ItemID=26920>
- [3] Charles W.L.Hill, *International Business: Competing in global market*, 2002. The McGraw Hill Companies. United States.
- [4] Charles W.L.Hill & Gareth R. Jones, *Strategic Management*, 1995. Houghton Mifflin Companies, Boston, USA.
- [5] United Nations, United Nations Conference on Trade and Development, *World Investment Report: Transnational Corporations and Internationalisation of R&D*, 2005.
- [6] Chanhi Park and John A. Quelch, Harvard Business School Publishing, *Daewoo's Globalisation: Uz-Daewoo Auto Project*, 1997, <http://hbsp.harvard.edu>.
- [7] Hà Linh, Li Dongshen, *Đưa TCL trở thành thương hiệu đẳng cấp thế giới*, Thời báo Kinh tế Việt Nam, số 245 ngày 9/12/2005.