

ĐỔI MỚI CÔNG TÁC XÚC TIẾN ĐẦU TƯ NHẪM TĂNG CƯỜNG THU HÚT VỐN ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI VÀO VÙNG DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG

TH.S. HÀ THANH VIỆT

Đại học Quy Nhơn

Trong xu thế hội nhập quốc tế, đầu tư nước ngoài (ĐTNN) đang trở thành vấn đề có ý nghĩa cực kỳ quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của mỗi quốc gia và các vùng của quốc gia đó. Đối với một quốc gia đang phát triển như Việt Nam, các vùng kinh tế nghèo, kém phát triển không thể chỉ trông chờ vào nguồn vốn hạn hẹp trong nước để rút ngắn khoảng cách với các vùng kinh tế khác trong nước có điều kiện phát triển hơn. Vì vậy, nguồn vốn từ bên ngoài, nhất là vốn Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) có vai trò rất quan trọng. Vốn FDI không những bổ sung một lượng vốn cần thiết cho một vùng kinh tế mà nó còn gián tiếp giúp Chính phủ điều chỉnh và phân bổ vốn đầu tư từ Ngân sách theo vùng và lãnh thổ một cách hợp lý hơn.

1. Tình hình thu hút FDI trên địa bàn Duyên hải miền Trung (DHMT)

Căn cứ vào tính chất của dòng vốn, vốn FDI vào DHMT từ năm 1988 đến nay có thể chia thành 3 giai đoạn cơ bản: giai đoạn tìm hiểu thị trường (1988- 1990), giai đoạn tăng trưởng theo chiều rộng (1991- 1997) và giai đoạn khó khăn sau khủng hoảng kinh tế khu vực (1998 - 2005)

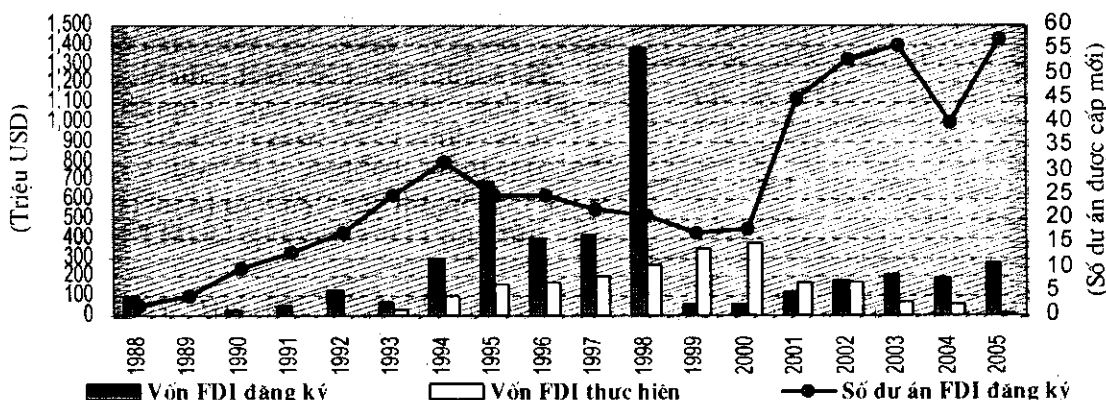
Giai đoạn 1988 - 1990, số dự án và số vốn FDI đăng ký vào DHMT rất ít, hoạt động FDI gặp nhiều khó khăn do thiếu một khung khổ pháp lý. Vốn thực hiện (VTH) trong giai đoạn này không có. Các nhà ĐTNN vào DHMT với tính chất "chờ đợi và nghe ngóng", chưa thực hiện đầu tư thực sự.

Giai đoạn 1991 - 1997, số lượng dự án FDI được cấp phép và VĐK tăng liên tục, đáng chú ý là dự án nhà máy xi măng Nghi Sơn-Thanh Hoá được cấp phép năm 1995 với VĐK 347 triệu USD. Các dự án FDI giai đoạn này có quy mô đầu tư khá lớn, trung bình gần 13 triệu USD/dự án, cao gấp đôi quy mô đầu tư bình quân của giai đoạn trước.

Thời kỳ này, tỷ lệ VTH tăng dần và năm 1997 đã chiếm hơn 47,5% VĐK. Có những dự án được cấp phép ban đầu với quy mô chỉ 100.000 USD, sau một vài năm hoạt động đã tăng vốn thành hàng chục triệu USD. Điều này chứng tỏ giai đoạn tìm hiểu thị trường đã qua, các nhà ĐTNN bắt đầu đưa vốn vào các lĩnh vực của nền kinh tế, khu vực FDI đã dần trở thành một bộ phận hữu cơ của nền kinh tế DHMT.

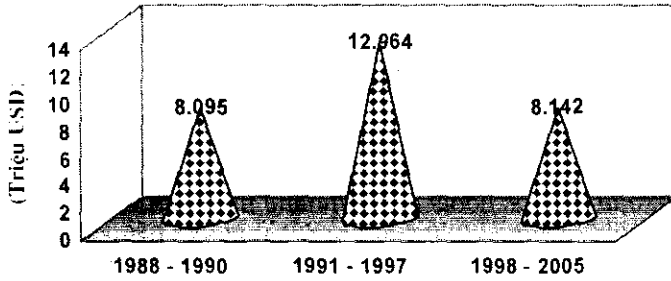
Giai đoạn 1998- 2003, do tác động của khủng hoảng tài chính khu vực năm 1997, VĐK vào Việt Nam đã giảm hẳn, chỉ bằng 54% VĐK năm 1996 và tiếp tục suy giảm 17% trong năm 1998. Tuy nhiên, ở DHMT, VĐK tại tăng đột biến và đạt đỉnh cao vào năm 1998 với 1.383.043.365 USD do các đối tác nước ngoài đã có quá trình chuẩn bị từ trước để đầu tư vào nhà máy lọc dầu Dung Quất- Quảng Ngãi. Điều này thể hiện rõ ràng qua sự giảm đột biến của VĐK ở năm 1999: VĐK năm 1999 bằng 13,8% năm 1997, chỉ bằng 4,25% năm 1998. Không giống như VĐK, VTH có độ trễ nhất định nên chưa suy giảm ngay ở thời điểm

Đồ thị 1: Đầu tư trực tiếp nước ngoài tại DHMT 1988 - 2005



Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư

Đồ thị 2: Quy mô bình quân một dự án các giai đoạn trên địa bàn DHMT



Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư

xảy ra cuộc khủng hoảng, từ năm 1999 đến năm 2001 VTH đều vượt xa VĐK. Sau đó là giai đoạn suy giảm đều đặn của VTH, và giảm đột biến trong từ năm 2003-2005 (do VĐK năm 1999 giảm đột biến). Trong giai đoạn này, cũng như tình hình chung của Việt Nam, ở DHMT nhiều dự án quy mô vừa và nhỏ được cấp phép, vốn VĐK bình quân/dự án chỉ bằng 60,80% quy mô bình quân giai đoạn trước.

Nhìn chung, từ năm 1988 đến 2005, hoạt động thu hút vốn FDI vào DHMT có những thành công nhất định:

Thứ nhất, vùng DHMT thu hút được một lượng đáng kể FDI vào tất cả các ngành trong vùng: Nông- lâm- ngư nghiệp, Công nghiệp-xây dựng, Dịch vụ và phân bố khắp 14 tỉnh trong vùng. Lượng vốn FDI đến từ 40 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, với đây đủ những hình thức đầu tư chủ yếu như: Doanh nghiệp liên doanh, Doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài, Hợp đồng hợp tác kinh doanh.

Thứ hai, vốn FDI thu hút đã kịp thời bổ sung nguồn vốn thiếu hụt trong nước, bổ sung đáng kể vào nguồn vốn đầu tư phát triển vùng DHMT. Thu hút và sử dụng vốn FDI còn tác động tích cực đến việc huy động vốn từ các nguồn khác, đặc biệt là vốn của khu vực tư nhân trong nước, tạo nên thế và lực mới cho nền kinh tế vùng DHMT.

Tuy nhiên, vốn FDI thu hút được chưa tương xứng với tiềm năng của vùng, cụ thể:

Thứ nhất, khối lượng vốn FDI thu hút còn rất nhỏ. Mặc dù Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách khuyến khích, ưu đãi để thu hút đầu tư vào vùng này, nhưng vốn FDI vào khu vực DHMT vẫn tăng rất ít.

Thứ hai, cơ cấu thu hút vốn FDI còn mất cân đối. Dù đã có những chuyển biến theo hướng tích cực, song cơ cấu thu hút vốn FDI trong hơn 18 năm qua vào vùng DHMT còn nhiều hạn chế, bất hợp lý, mất cân đối và phân bố không đều. Chưa đáp ứng được mục tiêu chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá,

hiện đại hoá.

2. Thực trạng hoạt động xúc tiến đầu tư trên địa bàn DHMT trong thời gian qua.

Một trong những nguyên nhân quan trọng gây ra những hạn chế trong thu hút vốn FDI vào DHMT trong thời gian qua là do hoạt động xúc tiến đầu tư vào vùng DHMT đối với ĐTNN chưa được chú trọng đúng mức. Hoạt động xúc tiến đầu tư vào địa bàn DHMT chưa trở thành hoạt động quan trọng của các cơ quan quản lý Nhà nước ở Trung ương và các địa phương trong vùng, biểu hiện:

- Các thông tin được trình bày trong các tài liệu về xúc tiến đầu tư vào các địa phương vùng DHMT không bao quát được nhu cầu mà các nhà ĐTNN cần biết, như cơ sở hạ tầng và các chi phí, lao động và giá cả, các tiện ích có sẵn và khả năng tiếp cận một thị trường tiềm năng. Danh mục các dự án kêu gọi đầu tư chưa đáp ứng được sự quan tâm của các nhà ĐTNN, còn thiếu các thông tin chi tiết về dự án, các thông tin về dự án đầu tư thường khẳng định trên cơ sở lợi ích của bên Việt Nam mà không quan tâm đến lợi ích của nhà ĐTNN. Thông tin cụ thể về tiềm năng, chính sách và thế mạnh của từng địa phương còn rất thiếu.

- Chất lượng của các trang thông tin điện tử của các địa phương trong vùng nhìn chung là rất thấp so với các trang thông tin của Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương... và không được cập nhật thông tin đầy đủ, kể cả trang thông tin của Bộ Kế hoạch & Đầu tư cũng rất ít thông tin về vùng DHMT.

- Kinh phí đầu tư cho công tác xúc tiến đầu tư còn hạn hẹp nên chưa tổ chức được các cuộc hội thảo xúc tiến đầu tư ở các địa bàn quan trọng như Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản... Các chương trình vận động đầu tư còn kém hiệu quả do phương thức tuyên truyền và phổ biến thông tin về đầu tư quá đơn giản, thiếu cập nhật và chưa được thể hiện bằng các phương tiện hiện đại.

- Công tác vận động xúc tiến đầu tư còn thụ động nặng về tuyên truyền luật pháp, chính sách mà chưa xúc tiến cụ thể theo các chương trình, dự án trọng điểm của vùng, chưa hướng mạnh vào thị trường có vốn đầu tư lớn, các đối tác có tiềm lực mạnh về công nghệ và tài chính.

3. Đẩy mạnh xúc tiến đầu tư để tăng cường thu hút vốn FDI vào vùng DHMT trong thời gian tới

- Nâng cao hiệu quả hoạt động của Cơ quan Xúc tiến đầu tư của Bộ Kế hoạch và Đầu tư đặt tại Thành phố Đà Nẵng. Theo kinh nghiệm nước ngoài, để thu hút sự chú ý và quan tâm của các nhà ĐTNN vào một vùng

kinh tế nào đó, tất yếu phải có cơ quan xúc tiến- nơi có thể đáp ứng những mong đợi của nhà ĐTNN trong quá trình lựa chọn địa điểm đầu tư. Với một Cơ quan xúc tiến đầu tư duy nhất đại diện cho cả vùng có trách nhiệm, có uy tín đối với các nhà ĐTNN, các địa phương có thể tập trung nguồn lực trong việc đào tạo các kiến thức và kỹ năng cần thiết cho các nhân viên. Những người này sẽ có đủ năng lực và trình độ tiếp xúc và làm việc với các đối tác nước ngoài, thoả mãn và đáp ứng mọi đòi hỏi hợp lý của họ để góp phần nâng cao vị thế cho địa phương mình. Qua cơ quan xúc tiến này, vùng DHMT có thể cung cấp cho nhà ĐTNN các thông tin cho phép họ đánh giá và so sánh với các địa điểm cạnh tranh khác, đồng thời giúp các nhà ĐTNN tiếp cận dễ dàng và có hiệu quả với những người có trách nhiệm của mỗi địa phương trong vùng, tiến tới thiết lập quan hệ bền vững.

- **Xây dựng chiến lược xúc tiến đầu tư.** Một chiến lược xúc tiến đầu tư tại vùng DHMT sẽ là bản đồ chỉ dẫn cho Cơ quan xúc tiến đầu tư đạt được mục tiêu đã đề ra. Mục tiêu của việc xây dựng chiến lược xúc tiến đầu tư là để xác định các ngành, lĩnh vực cụ thể tại các khu vực địa lý được lựa chọn mà vùng DHMT có nhiều khả năng thu hút vốn FDI nhất. Kết quả cuối cùng trong quá trình xây dựng một chiến lược xúc tiến đầu tư sẽ trả lời các câu hỏi: 1) Lĩnh vực, ngành nghề nào sẽ được Cơ quan xúc tiến đầu tư hướng tới trong thời gian ngắn (1 - 2 năm) và trung hạn (3 - 5 năm)?; 2) Nhà ĐTNN quan trọng nào (ở nước nào, khu vực nào) cần tập trung?; 3) Phương pháp xúc tiến đầu tư nào sẽ được sử dụng để tiếp cận các nhà ĐTNN tiềm năng này và tại sao chúng lại được lựa chọn?; 4) Chi phí cho các hoạt động xúc tiến đầu tư là bao nhiêu và cần những nguồn tài trợ bổ sung nào?... Chiến lược sẽ có sự đánh giá lại nếu có những thay đổi của vùng DHMT, của đất nước và của thị trường quốc tế.

- **Xây dựng hình ảnh của vùng DHMT Việt Nam trong con mắt nhà ĐTNN.** Các hoạt động xây dựng nhận thức và hình ảnh là nền tảng của công việc xúc tiến đầu tư. Nếu nhà ĐTNN có nhận thức tiêu cực về một nơi nào đó và những lợi thế của nơi đó, thì các cố gắng để xúc tiến đầu tư của nơi đó sẽ không đạt được hiệu quả. Để xây dựng hình ảnh vùng DHMT đối với nhà ĐTNN sẽ bắt đầu bằng việc đánh giá xem các nhà ĐTNN trong các lĩnh vực khác nhau nhận thức như thế nào về DHMT Việt Nam. .

Sau đó là xây dựng chủ đề Marketing trọng tâm. Chủ đề phải phản ánh những gì mà các nhà ĐTNN đang tìm kiếm; phản ánh được thế mạnh riêng của vùng DHMT; đúng đắn và trung thực; nhất quán. Cần lựa chọn những công cụ marketing phù hợp nhất để truyền

thông điệp.

- **Vận động đầu tư.** Những mục tiêu chính của hoạt động vận động đầu tư là: 1) Củng cố mối quan tâm của nhà ĐTNN có được trong giai đoạn xây dựng hình ảnh; 2) phát hiện nhu cầu của nhà ĐTNN và chứng minh rằng các yêu cầu này sẽ được thoả mãn tại vùng DHMT; 3) thông qua việc cung cấp thông tin có chất lượng và dịch vụ có tính chuyên nghiệp để có ảnh hưởng tích cực tới quá trình ra quyết định đầu tư của nhà ĐTNN; 4) duy trì thảo luận với nhà ĐTNN tiềm năng; và 5) liên tục vận động các nhà ĐTNN mới để có nguồn gối đầu các dự án tiềm năng.

Các công cụ để vận động đầu tư chủ yếu là quảng cáo; marketing trực tiếp; Internet (website và thư điện tử); tham gia triển lãm; các hội thảo về cơ hội đầu tư; tham gia vào các hoạt động xúc tiến và đặt đại diện ở nước ngoài.

- **Theo dõi và hỗ trợ nhà ĐTNN sau khi cấp giấy phép đầu tư.** Giúp đỡ nhà ĐTNN trong quá trình hoàn thành thủ tục và thành lập doanh nghiệp là một nhiệm vụ cần thiết, đặc biệt trong điều kiện ở Việt Nam khi môi trường pháp lý chưa hoàn thiện. Thông qua những hoạt động hỗ trợ này, chúng ta có thể đảm bảo rằng nhà ĐTNN sẽ thực sự đầu tư khi đã quyết định lựa chọn vùng DHMT. Khi nhà ĐTNN đã quyết định đầu tư thì Cơ quan xúc tiến đầu tư bắt đầu công việc hỗ trợ các nhà ĐTNN một cách có bài bản và lâu dài nhằm khuyến khích nhà ĐTNN tái đầu tư hoặc mở rộng sản xuất. Tác dụng lan toả của các nhà ĐTNN đang hoạt động đối với các nhà ĐTNN tiềm năng lớn hơn nhiều so với bất kỳ cuộc vận động đầu tư nào. Trên cơ sở đó, các cơ quan quản lý Nhà nước đối với ĐTNN cần chuyển hướng hoạt động của mình vào công tác trọng tâm là hướng dẫn để các nhà ĐTNN thực hiện đúng pháp luật và giúp đỡ họ giải quyết các vướng mắc trong kinh doanh■.

Tài liệu tham khảo:

1. Vũ Trí Dũng (2003). *Marketing lãnh thổ với việc thu hút đầu tư nước ngoài*. Tạp chí Kinh tế và phát triển, số 73, tháng 7/2003.
2. KENICHI OHNO (2003). *Chính sách trọn gói nhằm thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài*, Tạp chí Kinh tế và phát triển, số 71, tháng 5/2003.
3. Vũ Đình Tích (2004). *Một số ý kiến về phát triển vùng kinh tế ở nước ta hiện nay*. Tạp chí Kinh tế và phát triển, số 79, tháng 1/2004
4. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2003). *Kỹ năng xúc tiến đầu tư, Dự án xúc tiến đầu tư của Hoa Kỳ vào Việt Nam*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
5. Cơ quan Hợp tác quốc tế Nhật Bản (2003). *Nghiên cứu về chiến lược xúc tiến đầu tư trực tiếp nước ngoài tại nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam*.