



Original Article

## Foreign Direct Investment Strategy of MNCs in the Context of Digital Transformation

Nguyen Thi Thanh Mai\*

*VNU University of Economics and Business, 144 Xuan Thuy, Cau Giay, Hanoi, Vietnam*

Received 06 April 2020

Revised 09 September 2020; Accepted 09 September 2020

**Abstract:** Nowadays, the process of digital transformation and the introduction of a series of destructive technologies has revolutionized the way companies do business and has important implications for the Foreign Direct Investment (FDI) pattern of Multinational Companies (MNCs). This paper aims to point out through a review of existing studies how MNCs change their FDI strategies in the context of digital transformation. It is shown that digitization can lead to the withdrawal of FDI, as it allows MNCs to enter foreign markets without having to be directly present there. Types of FDI seeking traditional markets and tangible resources may be partly weakened by digitization; and other forms such as knowledge-seeking and tax-and financial-driven FDI may become more important. There are also a number of other trends such as FDI democratization and FDI financialization; an increase in the investment of traditional MNCs in digital sectors and the trend of digital companies acquiring non-digital assets.

*Keywords:* FDI, digital transformation, multinational companies.

\* Corresponding author.

*E-mail address:* [maintt@vnu.edu.vn](mailto:maintt@vnu.edu.vn)

<https://doi.org/10.25073/2588-1108/vnueab.4340>

# Chiến lược đầu tư trực tiếp nước ngoài của MNCs trong bối cảnh chuyển đổi số

Nguyễn Thị Thanh Mai\*

*Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội, 144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận ngày 06 tháng 4 năm 2020

Chỉnh sửa ngày 09 tháng 9 năm 2020; Chấp nhận đăng ngày 09 tháng 9 năm 2020

**Tóm tắt:** Hiện nay, quá trình chuyển đổi số và sự ra đời của hàng loạt các công nghệ mang tính chất phá hủy đã cách mạng hóa cách công ty làm kinh doanh và có những ảnh hưởng quan trọng tới mô thức đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của các công ty đa quốc gia (MNCs). Mục tiêu của bài viết này là chỉ ra sự thay đổi trong chiến lược FDI của MNCs trong bối cảnh mới thông qua rà soát những nghiên cứu hiện có. Kết quả tổng quan cho thấy số hóa có thể dẫn đến sự rút lui của FDI, vì nó cho phép MNCs tham gia vào thị trường nước ngoài mà không cần phải hiện diện trực tiếp ở đó. Các hình thức FDI và nguồn lực hữu hình tìm kiếm thị trường truyền thống có thể bị suy yếu một phần do số hóa; các hình thức FDI khác như FDI tìm kiếm kiến thức hay FDI thúc đẩy bởi tài chính và thuế có thể trở nên quan trọng hơn. Ngoài ra còn có một số xu hướng khác như sự đảo ngược xu hướng dân chủ trong dòng FDI, xu hướng tài chính hóa FDI, sự gia tăng đầu tư vào các lĩnh vực số hóa của MNCs truyền thống và xu hướng các công ty số hóa mua lại các tài sản phi hữu hình.

*Từ khóa:* Đầu tư trực tiếp nước ngoài, chuyển đổi số, công ty đa quốc gia.

## 1. Mở đầu

Trong những năm gần đây, tiến bộ khoa học công nghệ đã và đang làm thay đổi cách thức sản xuất hàng hóa và dịch vụ, mở đường cho cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư [1]. Các lĩnh vực kinh tế số đang trở thành một phần ngày càng quan trọng trong sự chuyển đổi này, trong đó MNCs được coi là thành phần tham gia chính, vừa kiến tạo vừa chịu ảnh hưởng của quá trình chuyển đổi số. Sự phát triển nhanh chóng của MNCs công nghệ đại diện cho một xu hướng nổi bật hiện nay trên thế giới là sự hiện diện của những đại tập đoàn toàn cầu [2, 3]. Từ năm 2010 đến 2015, số lượng các công ty công nghệ trong bảng xếp hạng của 100 MNCs hàng đầu của UNCTAD đã tăng hơn gấp đôi, từ 4 lên 10, và con số này là 18 theo xếp

hạng của Forbes (2019) [4]. MNCs công nghệ không chỉ chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong tổng MNCs lớn nhất toàn cầu, mà còn đại diện cho những công ty năng động nhất. Trong cùng thời gian, tài sản của MNCs này tăng 65%, doanh thu và số lượng nhân viên của họ tăng khoảng 30% so với xu hướng của 100 MNCs hàng đầu khác [5].

Trước xu hướng này, câu hỏi đặt ra là liệu số hóa có làm thay đổi chiến lược đầu tư ở nước ngoài của MNCs hay không và thay đổi như thế nào? Liệu chiến lược FDI của MNCs công nghệ có khác gì so với MNCs truyền thống? Một số học giả lập luận rằng quá trình chuyển đổi số có thể dẫn đến sự rút lui của FDI vì nó cho phép MNCs tham gia vào thị trường nước ngoài mà không cần phải hiện diện trực tiếp ở đó [6, 7]. Các hình thức FDI tìm kiếm thị trường (truyền thống) và nguồn lực (hữu hình) có thể bị suy yếu một phần do quá trình số hóa; các hình thức FDI khác có thể trở nên quan trọng hơn, chẳng hạn như FDI tìm kiếm kiến thức hay FDI thúc

\* Tác giả liên hệ.

Địa chỉ email: maintt@vnu.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1108/vnueab.4340>

đẩy bởi tài chính và thuế. Những xu hướng này có thể ảnh hưởng đến việc lựa chọn địa điểm phân tán hoạt động sản xuất quốc tế của MNCs. Theo Casella và Formenti (2019), MNCs trong các lĩnh vực số hóa cao dự kiến sẽ có “dấu chân quốc tế” (international footprint) nhẹ hơn so với MNCs truyền thống [3]. Họ có thể tạo ra lượng lớn doanh thu từ nước ngoài trong khi đầu tư tương đối ít vào tài sản hữu hình, đồng thời vẫn duy trì hoạt động tại quốc gia của họ (mà chủ yếu là các quốc gia phát triển). Điều này tạo ra hướng nghiên cứu mới thú vị nhưng đầy thách thức. Mục tiêu của bài viết này là tổng quan các nghiên cứu hiện có nhằm tổng hợp những lập luận lý thuyết liên quan đến sự thay đổi của chiến lược quốc tế hóa nói chung và chiến lược FDI nói riêng dưới ảnh hưởng của quá trình chuyển đổi số, từ đó đưa ra một số gợi ý về hướng nghiên cứu mới trong lĩnh vực này.

## 2. Xu hướng chuyển đổi số và sự hình thành nền kinh tế số

Quá trình chuyển đổi số trên phạm vi toàn cầu hiện nay đã và đang dẫn tới sự hình thành nền kinh tế số - một bộ phận ngày càng quan trọng hơn trong nền kinh tế thế giới. Ngành internet đóng góp gần 4% vào tổng sản phẩm quốc nội (GDP) ở các nền kinh tế lớn nhất thế giới và những nước này tạo ra 70% GDP toàn cầu [8]. Internet cũng ngày phổ biến trong các phương thức kinh doanh. UNCTAD (2015) ước tính rằng giá trị giao dịch kinh doanh giữa các doanh nghiệp (Business to Business - B2B) dựa trên nền tảng web cao hơn 30% so với toàn bộ giao dịch giữa doanh nghiệp và khách hàng (Business to Customer - B2C) [9].

Hiện nay đã có nhiều nghiên cứu về xu hướng chuyển đổi số và sự hình thành nền kinh tế số nói chung [1, 5, 10, 11, 12],... Các nghiên cứu này đề cập đến định nghĩa về nền kinh tế số hay các lĩnh vực kinh tế được hình thành trong quá trình chuyển đổi số và người tham gia chính trong lĩnh vực này.

Về định nghĩa nền kinh tế số, hiện có nhiều cách hiểu khác nhau nhưng chưa có một định nghĩa được thừa nhận chung. Global Trends

(2013) cho rằng nền kinh tế số là “các hoạt động kinh tế và xã hội thể hiện các đặc điểm sau: được kích hoạt bởi các nền tảng công nghệ internet/di động và cảm biến, cung cấp một môi trường giàu thông tin, được xây dựng dựa trên các thông tin toàn cầu, tức thời, cung cấp truy cập 24/7 ở mọi nơi và hỗ trợ bởi nhiều mạng ảo kết nối” [13]. OECD (2012) định nghĩa nền kinh tế số “bao gồm các thị trường dựa trên công nghệ số, thúc đẩy thương mại hàng hóa và dịch vụ thông qua thương mại điện tử” [14]. Schawab (2016) cho rằng nền kinh tế số là việc ứng dụng các công nghệ số dựa trên internet vào sản xuất và thương mại hàng hóa, dịch vụ [1]. Dù đưa ra những định nghĩa khác nhau nhưng các tác giả đều thừa nhận nền kinh tế số được châm ngòi bởi vài công nghệ mang tính chất phá hủy (disruptive technologies) có khả năng làm thay đổi thị trường [3]. Các công nghệ này gồm có Internet di động, tự động hóa công việc tri thức, Internet vạn vật, điện toán đám mây, robot, máy in 3D và các nguyên vật liệu hiện đại. Các sáng tạo công nghệ có thể tạo ra quá trình mà Schumpeter gọi là “sự phá hủy sáng tạo” - điều này vừa tạo ra cơ hội vừa tạo ra thách thức [6].

*Liên quan đến người tham gia chính vào nền kinh tế số trong quá trình chuyển đổi số*, UNCTAD (2017) phân loại thành thành hai nhóm [5]. *Nhóm thứ nhất* là các công ty số, bao gồm các công ty số thuần túy (cung cấp nền tảng internet và giải pháp số hoạt động hoàn toàn trong môi trường số hóa) và các doanh nghiệp “hỗn hợp” (hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử và cung cấp nội dung số - trong đó kết hợp các khía cạnh nổi bật của công nghệ số với tài sản vật chất). Nền tảng internet bao gồm công cụ internet, mạng xã hội và các nền tảng khác, chẳng hạn như nền tảng giao dịch (Ebay) và nền tảng nguồn mở (Red Hat). Giải pháp số bao gồm thanh toán số và điện tử, điện toán và lưu trữ đám mây, lưu trữ web, dịch vụ email và giải pháp số cho quản lý doanh nghiệp và công nghệ tài chính. Những doanh nghiệp hỗn hợp gồm có các hãng thương mại điện tử (bán lẻ trên internet và dịch vụ thương mại điện tử khác), chẳng hạn như các cửa hàng trực tuyến, đại lý đặt chỗ và du lịch trực tuyến,

quảng cáo và marketing trực tuyến. Các doanh nghiệp cung cấp nội dung số bán các sản phẩm như âm nhạc, video, sách điện tử và tạp chí trực tuyến, khóa học trực tuyến và trò chơi điện tử. *Nhóm thứ hai* là các công ty công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), bao gồm các công ty công nghệ thông tin (IT) sản xuất phần cứng/phần mềm và các công ty viễn thông. Các công ty IT bao gồm các nhà sản xuất phần cứng (các thương hiệu máy tính) và các linh kiện (chẳng hạn như ngành công nghiệp chất bán dẫn) cũng như các hãng sản xuất phần mềm và các nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ. Các công ty viễn thông là chủ sở hữu các cơ sở hạ tầng viễn thông lưu trữ dữ liệu.

### 3. Ảnh hưởng của quá trình chuyển đổi số đến chiến lược quốc tế hóa nói chung của MNCs

Bất kỳ doanh nghiệp nào dự định mở rộng ra thị trường quốc tế đều phải suy tính đến một số vấn đề trọng tâm như nên gia nhập thị trường nào, quốc tế hóa bằng phương thức nào hay lợi thế cạnh tranh của công ty là gì? Quyết định lựa chọn thị trường cần phải dựa trên đánh giá về tăng trưởng dài hạn và lợi nhuận tiềm năng của doanh nghiệp tại thị trường đó. Các phương thức gia nhập thị trường nước ngoài có thể là xuất khẩu, cấp phép hoặc nhượng quyền thương mại, thành lập liên doanh hoặc thiết lập công ty con tại nước nhận đầu tư thông qua hình thức FDI. Bối cảnh chuyển đổi số hiện nay đã có những ảnh hưởng đáng kể đến cách thức mà MNCs giải quyết các vấn đề nói trên.

Brouthers, Geisser và Rothlauf (2016) cho rằng số hóa ảnh hưởng rất nhiều đến quá trình quốc tế hóa của MNCs thông qua giảm chi phí giao dịch, tạo lợi thế kinh tế nhờ mạng lưới hay tăng tốc độ và khả năng mở rộng ra thị trường toàn cầu [15]. Wittkop, Zulauf và Wagner (2018) đã phát triển một khung khổ lý thuyết để hiểu cách các công ty dựa vào internet để quốc tế hóa trong môi trường số hóa và sự khác biệt trong quy trình quốc tế hóa của họ với các công ty khác [16]. Theo các tác giả, môi trường số hóa đã thay đổi cách tiếp cận chiến lược của doanh nghiệp khi thâm nhập thị trường nước

ngoài và lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp cũng thay đổi do sự khác biệt giữa hàng hóa số hóa và hàng hóa vật chất thông thường. Các yếu tố như danh tiếng online và chất lượng dịch vụ trở nên quan trọng hơn. Trước đó, Alcácer, Cantwell và Piscitello (2016) cũng đã lập luận rằng quá trình chuyển đổi số đã và đang thay đổi lợi thế cạnh tranh về địa điểm, lợi thế sở hữu và lợi thế nội vi hóa trong mô hình chiết trung (OLI) được đề xuất bởi Dunning - một lý thuyết tích hợp được sử dụng phổ biến để giải thích quá trình quốc tế hóa của doanh nghiệp [17]. Nhóm tác giả đã đưa ra 3 khía cạnh quan trọng trong chiến lược quốc tế hóa của MNCs, tương ứng với lợi thế địa điểm (L), lợi thế sở hữu (O) và lợi thế nội vi hóa (I) trong mô hình OLI là: chiến lược lựa chọn địa điểm phân tán hoạt động của MNC; lợi thế cạnh tranh; chiến lược của hãng và cấu trúc quản trị doanh nghiệp. Có nhiều tác giả cũng có quan điểm khá nhất quán với Alcácer, Cantwell và Piscitello (2016) [17], cụ thể như sau:

*Liên quan tới khía cạnh đầu tiên, chiến lược lựa chọn địa điểm phân tán hoạt động*, Chen và Kamal (2016) cho rằng việc áp dụng IT sẽ làm tỷ lệ vốn được đầu tư tại nước chính quốc tăng lên [18]. Điều này nhất quán với nghiên cứu trước đó của de la Torre và Moxon (2001) [19] và Zaheer và Manrakhani (2001) [20] cho rằng công nghệ thông tin có xu hướng mở rộng sự phân tán về mặt địa lý của doanh nghiệp kinh doanh quốc tế. Laplume, Petersen và Pearce (2016) xem xét ảnh hưởng của công nghệ in 3D tới phạm vi địa lý và sự phân tán trong chuỗi giá trị của doanh nghiệp [21]. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng việc áp dụng rộng rãi công nghệ này làm đảo ngược xu hướng phân tán hoạt động sản xuất trên phạm vi toàn cầu. Doanh nghiệp có thể hợp nhất một số chức năng sản xuất trung gian và vì thế có thể loại bỏ một số cơ sở thực hiện chức năng thượng nguồn trong chuỗi giá trị. Tuy nhiên, doanh nghiệp có thể phân tán giai đoạn sản xuất cuối cùng tới gần thị trường mục tiêu hơn để phục vụ khách hàng. Rezk, Srai và Williamson (2016) cũng cho rằng công nghệ làm cho quá trình sản xuất của doanh nghiệp có ít công đoạn hơn và các hoạt động sản xuất có thể tập trung hơn [22]. Nhóm tác

giả cho rằng xu hướng này sẽ làm cho chuỗi giá trị của doanh nghiệp chuyển từ cấu trúc phức tạp, nhiều tầng lớp sang chuỗi giá trị tích hợp và tương đối ngắn hơn. Dựa trên số liệu từ 1.700 công ty trong lĩnh vực sản xuất của Áo, Đức và Thụy Sĩ, Dachs, Kinkel và Jäger (2019) cho rằng cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và kỹ thuật sản xuất số hóa sẽ giúp doanh nghiệp thực hiện việc chuyển hoạt động sản xuất về nước [23]. Kết quả thống kê và hồi quy cho thấy có mối quan hệ tỷ lệ thuận giữa việc áp dụng công nghệ 4.0 và tỷ lệ hồi hương của doanh nghiệp.

Khía cạnh thứ hai của quá trình quốc tế hóa mà các học giả quan tâm là *việc thay đổi bản chất lợi thế cạnh tranh do ảnh hưởng của IT* [24]. Banalieva và Dhanaraj (2019) đã phân tích chiến lược quốc tế hóa của MNCs số hóa trong ngành dịch vụ, tập trung vào cách chuyển đổi số làm thay đổi các giả định của lý thuyết nội vi hóa về bản chất lợi thế cạnh tranh của hãng và đưa ra dự đoán về cách thức quản trị giao dịch xuyên quốc gia [25]. Các tác giả cho rằng trong bối cảnh mới, lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp là công nghệ và vốn con người. Số hóa không chỉ làm giảm chi phí trao đổi thông tin mà còn tạo ra phương thức phối hợp hiệu quả giữa các đối tác. Điều này phụ thuộc vào lợi thế cạnh tranh mà doanh nghiệp có trong quá trình quốc tế hóa. Brouthers, Geisser và Rothlauf (2016) xem xét chiến lược của một loại doanh nghiệp đặc biệt - đây là những doanh nghiệp hoàn toàn sử dụng internet và kỹ thuật hệ thống thông tin để cho phép người dùng tương tác với nhau [15]. Vì sản phẩm/dịch vụ của các doanh nghiệp này hoàn toàn là số hóa và được trao đổi thông qua internet nên người sử dụng có thể tiếp cận từ bất cứ nơi nào trên thế giới với chi phí tương đối thấp. Chính vì thế, khả năng tạo giá trị của những doanh nghiệp này phụ thuộc vào năng lực xây dựng mạng lưới mới và trở thành người bên trong của các mạng lưới đã được thiết lập. Ngoài ra, sự phát triển của các công nghệ sản xuất mới và sự tham gia của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs), các start-up toàn cầu, các doanh nhân,... đã làm thay đổi lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp khác nhau trong chuỗi giá trị.

Khía cạnh thứ ba và cuối cùng mà các học giả tranh luận là *cấu trúc quản trị của doanh nghiệp trong môi trường thế chế mới*. Cả De la Torre và Moxon (2001) [19] và Rangan và Sengul (2009) [27] đều nhận thấy các doanh nghiệp thích các giao dịch dựa trên thị trường và hoạt động thuê ngoài do sự phát triển của công nghệ có thể làm cho doanh nghiệp tiếp cận được nguồn thông tin chất lượng cao và quản lý được các giao dịch của họ. ICT làm cho doanh nghiệp không cần thiết phải tự thực hiện mọi hoạt động, hay nói cách khác là sở hữu các hoạt động đó.

#### **4. Ảnh hưởng của quá trình chuyển đổi số đến chiến lược FDI của MNCs**

FDI là trọng tâm nghiên cứu của hầu hết tất cả các khía cạnh trong lĩnh vực kinh doanh quốc tế. Khi không tham gia hoạt động đầu tư ở nước ngoài, khái niệm về MNC sẽ mất đi ý nghĩa. FDI là phương tiện để các công ty đạt được các mục tiêu chiến lược của họ. Một số lập luận lý thuyết về chiến lược FDI của MNCs trong bối cảnh mới có thể tìm thấy trong các nghiên cứu trước [2, 3, 5, 6, 27],... Theo đó, chiến lược FDI của MNCs trong bối cảnh chuyển đổi số được thể hiện ở một số điểm chính sau:

*Thứ nhất*, các tác giả đều cho rằng một trong những ảnh hưởng quan trọng của xu hướng số hóa đến chiến lược của MNCs là việc giảm sự cần thiết phải hiện diện trực tiếp để phục vụ thị trường nước ngoài. Cụ thể:

*Doanh nghiệp không nhất thiết phải đầu tư trực tiếp ở nước ngoài để tìm kiếm thị trường* và MNCs số hóa có thể lựa chọn xuất khẩu [6, 27]. Các doanh nghiệp có thể cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho khách hàng nước ngoài thông qua hình thức số hóa, chẳng hạn như âm nhạc, xuất bản phẩm và dịch vụ (ví dụ là thiết kế, kiến trúc, bán lẻ,...). Các sản phẩm vật chất có thể được tạo ra cho khách hàng ở thị trường nước ngoài bằng cách gửi các tệp kỹ thuật số đến máy in 3D ở các thị trường đó [27].

*Việc sử dụng FDI như là một phương thức gia nhập thị trường có thể giảm đi* [5, 27]. Quá

trình chuyển đổi số sẽ tiếp tục có những tác động đột phá và MNCs sẽ phát triển các mô hình kinh doanh quốc tế mới để gây dựng sự hiện diện tại thị trường toàn cầu mà không cần đầu tư một lượng vốn FDI lớn. Tuy nhiên, FDI vẫn tiếp tục là hình thức quốc tế hóa của các ngành truyền thống [5]. Sự gia tăng của các công ty đa quốc gia siêu nhỏ và các công ty với tầm nhìn toàn cầu cùng khả năng tiếp cận thị trường quốc tế một cách nhanh chóng và lượng đầu tư xuyên biên giới tối thiểu là biểu hiện của xu hướng này.

Khi lựa chọn phương thức FDI để gia nhập thị trường, nghiên cứu của các tác giả trước đây cho thấy *tỷ lệ tài sản đầu tư của MNCs sẽ giảm, hay nói cách khác là “dấu chân quốc tế” của MNCs sẽ nhẹ đi*. UNCTAD (2017) đã phát triển một chỉ số gọi là “FDI lightness indicator” - được đo bằng tỷ lệ giữa doanh thu tạo ra bởi các chi nhánh nước ngoài với tổng tài sản nước ngoài tương ứng [5]. Nó thể hiện mức độ mà doanh nghiệp có thể tạo ra doanh thu ở nước ngoài trên tổng tài sản nhất định. Chỉ số này là thấp (từ 0 đến 1) nếu tỷ lệ tài sản ở nước ngoài lớn hơn doanh thu tương ứng (doanh nghiệp có sự hiện diện lớn ở nước ngoài), bằng 1 khi hai tỷ lệ trên là như nhau, và cao (lớn hơn 1) khi tỷ lệ tài sản ở nước ngoài thấp hơn tỷ lệ doanh thu (doanh nghiệp có sự hiện diện nhỏ ở nước ngoài). Casella và Formenti (2019) đã dựa vào khung phân tích, dữ liệu và các chỉ số được UNCTAD đưa ra trong Báo cáo đầu tư thế giới năm 2017 để phân tích chiến lược quốc tế hóa của MNCs hoạt động trong lĩnh vực kinh tế số và xác định internet đang chuyển đổi các hoạt động quốc tế của MNCs, làm cho sự hiện diện trực tiếp ở nước ngoài trở nên ít quan trọng hơn và do đó làm nhẹ đi “dấu chân” của MNCs trong hoạt động sản xuất quốc tế [3]. Trong các mô hình kinh doanh đặc trưng bởi cường độ internet cao hơn, tỷ lệ tài sản so với doanh số nước ngoài có xu hướng thấp hơn. MNCs cung cấp nền tảng internet có tỷ lệ doanh thu ở nước ngoài cao hơn 2,5 lần so với tỷ lệ tài sản nước ngoài, trong khi đối với MNCs truyền thống, tỷ lệ này là 1. Ngành viễn thông có tỷ lệ thấp nhất (0,9) - điều này thể hiện rằng khi thực hiện

chiến lược FDI, tỷ lệ vốn đầu tư của những doanh nghiệp trong ngành này là lớn [3].

*Thứ hai*, các nghiên cứu đã chỉ ra rằng số hóa và việc giảm sự cần thiết phải hiện diện trực tiếp tại thị trường nước ngoài sẽ dẫn đến việc xóa bỏ dân chủ trong dòng FDI và xu hướng tài chính hóa FDI [3]. Cassla và Formenti (2019) cho rằng hiện đang có *xu hướng xóa bỏ dân chủ trong FDI* [3]. Dấu chân quốc tế nhẹ hơn của MNCs số hóa, cùng với mục tiêu tìm kiếm kiến thức và công nghệ đã làm đảo ngược xu hướng dân chủ trong FDI (đây là xu hướng gia tăng tỉ lệ dòng FDI vào các nước đang phát triển). Kết luận của các tác giả dựa trên thống kê rằng phần lớn MNCs công nghệ đều đến từ các nước phát triển, đặc biệt là Mỹ. Có đến 63 trong 100 MNCs số hóa hàng đầu từ Mỹ, 7 từ Anh và 6 từ Đức [5]. Mức độ tập trung còn lớn hơn trong ngành cung cấp nền tảng internet, trong đó 10 trên 11 công ty trong cơ sở dữ liệu của UNCTAD (2017) là từ Mỹ [5]. Trong khi đó, số lượng MNCs số hóa từ các nước đang phát triển là rất nhỏ, chỉ có 4 trong 100. Tương tự, các chi nhánh của MNCs số hóa chủ yếu tập trung ở các nước phát triển, đặc biệt là Mỹ, trong khi sự hiện diện của họ ở các nền kinh tế đang phát triển là không đáng kể. Chỉ có 12% các chi nhánh ở nước ngoài của MNCs công nghệ hàng đầu được đặt tại các nền kinh tế đang phát triển, trong khi con số này với MNCs truyền thống là khoảng 30%.

Các tác giả trên cũng cho rằng hiện nay có *xu hướng tài chính hóa FDI* [3]. Xu hướng dấu chân quốc tế nhẹ với lượng đầu tư có hạn vào tài sản cùng doanh thu quốc tế lớn làm cho MNCs số hóa có tính thanh khoản mạnh và khả năng chi tiêu cao, tạo nên mảnh đất màu mỡ cho hoạt động đầu tư nước ngoài dựa vào tài chính và thuế. Một trong những đặc trưng nổi bật trong cấu trúc tài sản của MNCs số hóa là tỷ lệ có hạn của tài sản hữu hình so với tỷ lệ tài sản vô hình, lượng tiền mặt và tài sản tương đương tiền mặt [5]. Lượng tiền mặt này thường được giữ lại ở nước ngoài, có thể là do mục đích tối ưu hóa tiền thuế. Các tập đoàn công nghệ lớn nhất từ Mỹ đang giữ ở nước ngoài khoảng 62% tổng thu nhập nước ngoài của họ, cao hơn gần 3 lần so với MNCs khác từ quốc gia này (23%). Tỷ lệ

này tương ứng với khoảng 385 tỷ USD, tương đương khoảng 6 lần giá trị ước tính của tài sản hữu hình ở nước ngoài. Nguyên nhân chủ yếu là do các động cơ tài chính hoặc liên quan đến thuế<sup>1</sup>.

*Thứ ba* là sự gia tăng đầu tư vào các lĩnh vực số hóa của MNCs truyền thống cùng với việc sử dụng mô hình kinh doanh với cường độ vốn FDI thấp hơn [28]. MNCs trong các lĩnh vực như nông nghiệp, bất động sản, xây dựng, y tế, các dịch vụ chuyên môn và bán lẻ đã và đang xây dựng năng lực số hóa của họ và sử dụng mô hình kinh doanh hỗn hợp với lượng vốn FDI thấp hơn.

*Thứ tư là xu hướng các công ty số và công nghệ mua lại các tài sản vật chất* [27]. Đây là một xu hướng ngược đã xuất hiện trong hoạt động đầu tư quốc tế, tuy chưa rõ ràng và mạnh mẽ. Theo tổng hợp của Gestrin và Staudt (2018), trong năm 2017, các công ty số hóa đã mua lại tài sản trị giá 158 tỷ USD từ các công ty phi số hóa nhưng vẫn thấp hơn mức 591 tỷ USD các tài sản số hóa được mua bởi các công ty phi số hóa [27]. Sự quan tâm lớn hơn từ phía các công ty số hóa trong việc mua tài sản vật chất có lẽ phản ánh tiềm năng tăng năng suất và năng lực cạnh tranh của họ khi thích ứng với xu hướng chuyển đổi số. Mặc dù đây là xu hướng chung nhưng một số lĩnh vực đã chứng kiến sự kết hợp giữa kỹ thuật số và phi kỹ thuật số nhiều hơn so với những ngành khác. Lĩnh vực bán lẻ là một ví dụ điển hình cho xu hướng này, với việc Amazon mua lại nhà bán lẻ truyền thống Whole Food vào năm 2017 và mua lại Jet.com của Wal Mart vào năm 2016 [28].

## 5. Kết luận

Quá trình chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ và các lĩnh vực kinh tế số đang trở thành một bộ phận quan trọng hơn bao giờ hết của nền kinh tế thế giới. Xu hướng này đã cách mạng hóa cách công ty làm kinh doanh và có ý

nghĩa quan trọng đối với việc lựa chọn chiến lược quốc tế hóa nói chung và chiến lược đầu tư trực tiếp nước ngoài nói riêng của MNCs.

Kết quả tổng quan trong bài viết này đã chỉ ra rằng quá trình chuyển đổi số đã làm thay đổi chiến lược quốc tế hóa nói chung của MNCs số hóa và MNCs công nghệ so với MNCs truyền thống ở nhiều khía cạnh, thể hiện qua sự thay đổi cả ba khía cạnh trong mô hình OLI – mô hình lý thuyết tích hợp được sử dụng phổ biến trong lĩnh vực này. Việc áp dụng các công nghệ sản xuất mới làm cho doanh nghiệp chuyển từ việc phân tán các hoạt động trên chuỗi giá trị trên phạm vi toàn cầu sang tổ chức một chuỗi giá trị tập trung hơn, ít công đoạn hơn; và tỷ lệ vốn được đầu tư tại nước chính quốc có xu hướng tăng lên. Bản chất của những lợi thế cạnh tranh cũng bị thay đổi; trong đó hai lợi thế cạnh tranh của hãng là kỹ thuật và vốn con người. Cấu trúc quản trị của doanh nghiệp cũng thay đổi trong môi trường thể chế mới. Cụ thể, các học giả cho rằng có sự thay đổi từ giai đoạn mà các hoạt động giao dịch đều được nội địa hóa thông qua hình thức FDI sang một chuỗi giá trị dựa trên các giao dịch thị trường và hoạt động thuê ngoài do giảm được chi phí giao dịch nhờ tiếp cận nguồn thông tin chất lượng cao và khả năng quản lý giao dịch thuê ngoài.

Bài viết này cũng đã chỉ ra rằng quá trình chuyển đổi số trên phạm vi toàn cầu đã làm cho chiến lược FDI của MNCs số hóa và công nghệ khác với MNCs truyền thống theo bốn cách như sau. *Thứ nhất*, quá trình số hóa làm giảm sự cần thiết phải hiện diện trực tiếp tại thị trường nước ngoài, trong đó, doanh nghiệp không cần đánh đổi giữa xuất khẩu và FDI tìm kiếm thị trường. MNCs số hóa có thể lựa chọn xuất khẩu vì các doanh nghiệp có thể phục vụ khách hàng nước ngoài thông qua internet. MNCs sẽ phát triển các mô hình kinh doanh quốc tế mới để gây dựng sự hiện diện trên thị trường toàn cầu mà không cần đầu tư một lượng vốn FDI lớn. Tỷ lệ tài sản đầu tư của MNCs sẽ giảm đi, hay nói cách khác là dấu chân quốc tế của MNCs sẽ nhẹ hơn [5]. *Thứ hai*, dấu chân quốc tế nhẹ hơn cùng với mục tiêu tìm kiếm kiến thức và công nghệ đã làm đảo ngược xu hướng dân chủ trong dòng FDI toàn cầu. Ngoài ra, tổng hợp của tác

<sup>1</sup> Lợi nhuận giữ lại ở nước ngoài cao chủ yếu là của MNCs Mỹ do hệ thống thuế của Mỹ. Cải cách thuế của Mỹ vào cuối năm 2017 đã và đang thay đổi xu hướng này.

giả cũng cho thấy hiện nay có xu hướng tài chính hóa FDI. Tỷ lệ tài sản hữu hình so tài sản vô hình cùng lượng tiền mặt và tài sản tương đương tiền mặt của MNCs số hóa cao hơn so với MNCs truyền thống [3, 5]. Thứ ba, có thể thấy sự gia tăng đầu tư vào các lĩnh vực nền kinh tế số của MNCs truyền thống trong một số ngành như nông nghiệp, bất động sản, xây dựng, y tế, các dịch vụ chuyên môn và bán lẻ. Họ cũng sử dụng các mô hình kinh doanh với cường độ vốn FDI thấp hơn [27]. Thứ tư là xu hướng các doanh nghiệp số hóa mua lại các tài sản phi kỹ thuật số [27]. Điều này phản ánh tiềm năng tăng năng suất và năng lực cạnh tranh của các công ty khi thích ứng với xu hướng chuyển đổi số.

Những xu hướng trên gợi ý một số hướng nghiên cứu mới, chẳng hạn như các nhân tố quyết định đến động lực FDI trong bối cảnh mới. Đối với MNCs công nghệ và số hóa, mục tiêu tìm kiếm các nhân tố sản xuất giá rẻ hay thị trường truyền thống đã không còn nhiều ý nghĩa. Thay vào đó, họ thực hiện hoạt động FDI để tìm kiếm các tài sản vô hình. Ngoài ra, cũng cần có những nghiên cứu thực nghiệm để xem xét những lợi thế cạnh tranh cụ thể của MNCs số hóa và công nghệ. Địa điểm phân tán chuỗi giá trị và hoạt động sản xuất toàn cầu cũng là một khía cạnh mới cần nghiên cứu dưới ảnh hưởng của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Đây là những hướng nghiên cứu mới, thú vị và đầy thách thức trong lĩnh vực kinh doanh quốc tế và quản trị chiến lược.

### Tài liệu tham khảo

- [1] K. Schwab, "The Fourth Industrial Revolution (World Economic Forum, Geneva)", 2016.
- [2] R. Bolwijn, B. Casella, J. Zhan, "International Production and the Digital Economy", International Business in the Information and Digital Age: Emerald Publishing Limited, 2018, pp. 39-64.
- [3] B. Casella, L. Formenti, "FDI in the digital economy: a shift to asset-light international footprints", B. Casella, L. Formenti (2018), FDI in the digital economy: A shift to asset-light international footprints, Transnational corporations 25(1) (2019) 101-130.
- [4] Forbes, "The World's Largest Public Companies". <https://www.forbes.com/global2000/list/#tab:overall/>, 2019 (accessed 20 March 2020).
- [5] UNCTAD, "World Investment Report 2017: Investment and the digital economy", United Nations Conference on Trade and Development, United Nations, Geneva, 2017.
- [6] L. Eden, "Multinationals and foreign investment policies in a digital world" E15 Initiative, International Centre for Trade and Sustainable Development and World Economic Forum, Geneva, [www.e15initiative.org](http://www.e15initiative.org).
- [7] J. Manyika, M. Chui, J. Bughin, R. Dobbs, P. Bisson, A. Marrs, Disruptive technologies: Advances that will transform life, business, and the global economy, McKinsey Global Institute San Francisco, CA, 2013.
- [8] R.D. Atkinson, L.A. Stewart, "Just the facts: The economic benefits of information and communications technology", Information Technology & Innovation Foundation (ITIF), [www2.itif.org/2013-tech-economy-memo.pdf](http://www2.itif.org/2013-tech-economy-memo.pdf).
- [9] UNCTAD, Information economy report 2015-unlocking the potential of e-commerce for developing countries, United Nations, 2015.
- [10] J. Manyika, S. Lund, J. Bughin, J.R. Woetzel, K. Stamenov, D. Dhingra, Digital globalization: The new era of global flows. McKinsey Global Institute San Francisco, 2016.
- [11] OECD Digital Economy Outlook, 2015.
- [12] OECD Digital Economy Outlook, 2017.
- [13] Global Trends, "The emerging digital economy", <https://www.globaltrends.com/2013/06/06/gt-briefing-june-2013-the-digital-economy/>, 2013 (accessed 20 March 2020).
- [14] OECD, "The Digital Economy, Executive Summary, Paris, France: OECD. <http://www.oecd.org/daf/competition/The-Digital-Economy-2012.pdf>, 2012 (accessed 20 March 2020).
- [15] K.D. Brouthers, K.D. Geisser, F. Rothlauf, "Explaining the internationalization of ibusiness firms", Journal of International Business Studies 47(5) (2016) 513-534.
- [16] A. Wittkop, K. Zulauf, R. Wagner, "How digitalization changes the internationalization of entrepreneurial firms: theoretical considerations and empirical evidence", Management Dynamics in the Knowledge Economy 6(2) (2018) 193-207.
- [17] J. Alcácer, J. Cantwell, L. Piscitello, Internationalization in the information age: A new era for places, firms, and international business networks?: Springer, 2016.



- [18] W. Chen, F. Kamal, "The impact of information and communication technology adoption on multinational firm boundary decisions", *Journal of International Business Studies* 47(5) (2016) 563-576.
- [19] J. De la Torre, R.W. Moxon, "E-commerce and global business: The impact of the information and communication technology revolution on the conduct of international business", *Journal of International Business Studies* 32(4) (2001) 617-640.
- [20] S. Zaheer, S. Manrakhan, "Concentration and dispersion in global industries: Remote electronic access and the location of economic activities", *Journal of International Business Studies* 32(4) (2001) 667-686.
- [21] A.O. Laplume, B. Petersen, J.M. Pearce, "Global value chains from a 3D printing perspective", *Journal of International Business Studies* 47(5) (2016) 595-609.
- [22] R. Rezk, J. Srari, P. Williamson, "International configuration revisited: Assessing the impact of product and knowledge attributes and changes in technology on the choices available to firms", *Journal of International Business Studies* 47(5) (2016) 610-618.
- [23] N.A. Shaheer, *Reappraising International Business in a Digital Arena: Barriers, Strategies, Context for Internationalization of Digital Innovations*. University of South Carolina, 2019.
- [24] B. Dachs, S. Kinkel, A. Jäger, "Bringing it all back home? Backshoring of manufacturing activities and the adoption of Industry 4.0 technologies", *Journal of World Business* 54(6) (2019) 101017.
- [25] R. Strange, A. Zucchella, "Industry 4.0, global value chains and international business", *Multinational Business Review* 25(3) (2017) 174-184.
- [26] E.R. Banalieva, C. Dhanaraj, "Internalization theory for the digital economy", *Journal of International Business Studies*, 2019, pp. 1-16.
- [27] S. Rangan, M. Sengul, "Information technology and transnational integration: Theory and evidence on the evolution of the modern multinational enterprise", *Journal of International Business Studies* 40(9) (2009) 1496-1514.
- [28] M. Gestrin, J. Staudt, *The digital economy, multinational enterprises and international investment policy*, Paris: OECD, 2018.